

## **Секция «Государственное и муниципальное управление»**

### **Социальные медиа в политическом пространстве современной России**

***Романенко Екатерина Владимировна***

*Аспирант*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет*

*государственного управления, Москва, Россия*

*E-mail: romanenkoev@gmail.com*

С изменением роли и функции медиа в современном обществе, с совершенствованием технологий арсенал методов, применяемых в политике, неизбежно пополняется. Со временем в этот арсенал входят и принципиально новые инструменты, которые никогда ранее не играли политической роли. В настоящий момент в перечень подобных инструментов все увереннее входят социальные медиа. И именно потому, что ранее эти методы не воспринимались в качестве инструментов политики, сейчас особенно остро возникает необходимость исследовать их место в политическом пространстве.

Значение социальных медиа в современной российской политике еще только подлежит определению. Однако уже сейчас очевидно, что они решают несколько значимых функций, в том числе, например, усиливают внутрисоциальные связи и формируют вокруг себя определенные общности (любителей пообщаться, людей, любящих чувствовать свою причастность к политике, граждан с однородными интересами и т.д.). Кроме того, придание политического статуса играет существенную роль в позиционировании этих площадок в информационном пространстве, определении их места и роли в структуре коммуникаций. Таким образом, постепенно происходит расширение информационного пространства – за счет вовлечения в него новых институтов. Помимо того, подобные инструменты общения неизбежно оказывают то или иное влияние на публичную сферу, вызывая широкий общественный резонанс и массовое обсуждение. Например, публикация в блоге юриста А. Навального вызвала [1] [1] множество споров, а многочисленные сомнительные тендеры министерств и ведомств под давлением общественного мнения были отменены [2] [2].

С другой стороны, уже сейчас можно выделить основные аспекты использования социальных медиа в политических целях. Как и ряд традиционных каналов связи, социальные медиа обеспечивают аккумуляцию и презентацию групповых интересов. В то же время, дополняя традиционные медиа, они позволяют расширить диалог с властными структурами, в том числе и за счет вовлечения статусных политиков.

Стоит отметить, что западные политики не только активно пользуются социальными медиа сами, но и придают им столь большое значение, что готовы популяризировать его в странах с авторитарными и строящимися демократическими режимами. Так, в докладе Госсекретаря США Хиллари Клинтон прозвучало сообщение о том, что «планируется открывать twitter-аккаунты на разных языках, которые поспособствуют активизации общения в странах, где правительства не ограничивают доступ к интернету. В этом году это будут Китай, Россия и Индия. Также администрация президента планирует оказывать поддержку политически активным интернет-деятелям в авторитарных странах. На это собираются выделить 25млн. >> [3] [1].

Устойчивой классификации социальных медиа пока не выработано. В зависимости от технологической платформы принято [4] [3] выделять:

- Интернет-форумы,
- Блоги (LiveJournal, LiveInternet, Twitter),
- Подкасты (Russian Podcasting, PodFM, LibSyn),
- Вики (Wikipedia, PBWiki, Google Docs),
- Электронная почта,
- Социальные сети (Facebook, Мой Круг),
- Социальные агрегаторы (Plaxo, Friendfeed),
- Онлайн-игры (Lively, World of Warcraft).

Так сложилось, что в современном интернет-сообществе наибольшей популярностью пользуются блоги и социальные сети. Например, по сообщению одно из интернет-изданий, «Исследовательская компания eMarketer утверждает, что в конце минувшего года более половины взрослых интернет-пользователей США хотя бы раз в месяц заходили на Facebook» [5] [1]. Российские политики во многом следуют общим тенденциям. Как уже отмечалось, их основное внимание направлено на сервис микроблогов Twitter, главный пользователь которого, конечно, Президент России [6] [4].

Среди наиболее ярких попыток политических акторов использовать широкие возможности социальных сетей можно перечислить следующие примеры:

- официальный видеоканал Русской православной Церкви [7] [5],
- сразу несколько Twitter- аккаунтов Президента Российской Федерации [8] [6],
- Twitter- аккаунт Министерства Чрезвычайных Ситуаций [9], Генеральной прокуратуры Российской Федерации [10] и Министерства Финансов [11] [6].

При этом стоит отметить, что, например, аккаунт Министерства Финансов содержит в основном ссылки на «высказывания» А.Л. Кудрина, А.Л. Саватюгина и А.Г. Силуанова. МЧС пишет преимущественно о вылетевших самолетах и проходящих учениях. В личном блоге Д.А. Медведева – в основном поздравления и ретвиты (перепосты) из других его аккаунтов.

Таким образом, очевидно, что практику применения социальных медиа в политических целях пока нельзя назвать ни повсеместной, ни эффективной. В отличие от западной практики, в которой социальные сети и блоги давно стали полноценной площадкой для общения политиков с общественностью, в России аккаунт в Twitter или YouTube служит современным и технологичным аналогом доски объявлений, используемой либо для информирования, либо для пропаганды. В век политического менеджмента и двусторонних коммуникаций, направленных на формирование эффективной обратной связи, подобный тон общения представляется как минимум не слишком дальновидным. Однако перспективы для повышения роли социальных медиа в современной российской политике, несомненно, наметились, и речь идет только о планомерной работе по превращению их в реальность.

[1] <http://webcrunch.ru/news/2010/11/17/navalny-is-a-russian-assange/>

[2] <http://www.rian.ru/society/20110203/330023840.html>

[3] <http://webcrunch.ru/news/2011/02/18/internet-freedom/>

[4] Ли, Чарлин, Бернофф, Джош. Взрывная Web-Волна. Как добиться успеха в мире, преобразенном интернет-технологиями. Альпина, 2010

[5] <http://webcrunch.ru/news/2011/02/25/facebook-and-twitter-stats-from-emarketer/>

[6] <http://lenta.ru/news/2011/02/23/up/>

[7] <http://www.youtube.com/user/russianchurch>

- [8] <http://twitter.com/#!/MedvedevRussia>, <http://twitter.com/#!/KremlinRussia>, <http://twitter.com/#!/MchsRussia>
- [9] <http://twitter.com/#!/MchsRussia>
- [10] <http://twitter.com/#!/Genproc>
- [11] [http://twitter.com/#!/ru\\_minfin](http://twitter.com/#!/ru_minfin)

### **Литература**

1. 1. Webcrunch: <http://webcrunch.ru>
2. 2. РИА Новости: <http://www.rian.ru>
3. 3. Ли, Чарлин, Бернофф, Джош. Взрывная Web-Волна. Как добиться успеха в мире, преображенном интернет-технологиями. Альпина, 2010
4. 4. Лента.ру: <http://lenta.ru>
5. 5. YouTube: <http://www.youtube.com>
6. 6. Twitter: <http://twitter.com>