

## Секция «Политические науки»

### Губернаторские блоги как инструмент политической коммуникации

*Зайцева Элла Алексеевна*

*Студент*

*ПАГС им. Столыпина, Политико-правового управления, Саратов, Россия*

*E-mail: Ella77708@mail.ru*

На данный момент в России наблюдается низкая политическая активность граждан, недоверие к власти и, как следствие, нарушается диалог между государственными институтами и институтами гражданского общества.[1]

Государственным политическим структурам приходится прибегать к таким нетрадиционным средствам политических коммуникаций, как интернет.

В данном исследовании проводится анализ особенностей функционирования государственной власти в российских регионах с точки зрения осуществления ими политико-коммуникативных функций посредством интернета, а точнее посредством интернет-порталов органов власти.

В качестве объектов изучения выбраны блоги губернаторов тридцати субъектов России. Основным методом исследования является анализ блогов по определённым количественным и качественным параметрам с последующим выделением общих и специфических черт данных интернет-порталов и с определением степени реализации коммуникативной функции блогов.

Для оценки параметров губернаторских блогов использовались следующие критерии:

1. Дизайн и визуальная разработанность блога.
2. Структура и организация данных на сайте.
3. Количество, объём и социальная ориентированность сообщений.
4. Количество и тематика комментариев на сообщения.

При анализе по первому критерию, было выявлено, что большинство губернаторов не заинтересовано привлечь аудиторию визуальным оформлением блога. Доминирующим цветом большинства блогов был выбран синий. Это вполне объяснимо тем, что синий является нейтральным цветом, так же как зелёный и белый. Что касается наличия картинок в шапке сайта, то у 8 губернаторских блогов она имеется, причём в большинстве случаев она довольно крупных размеров. Как правило, во всех блогах имеется фотография губернатора. Чаще всего она расположена в интерфейсе. Это объясняется тем, что большинство блогов находятся в Живом Журнале.

По результатам исследования по второму критерию, необходимо отметить, что структурированы все интернет-порталы, отличия составляют лишь количество и тематика вкладок. Можно выделить типичные ошибки, которые чаще всего совершают блогерские команды:

- на многих сайтах вкладки расположены так далеко от основного текста, что не сразу можно их заметить.
- в некоторых блогах вообще не предусмотрено структурирование сайта.
- На нескольких сайтах названия вкладок можно прочитать только на английском языке.

Стоит отметить, что первый и второй критерий оказались взаимосвязаны. Все губернаторские блоги, которые имеют наиболее разработанный дизайн, имеют так же и продуманную структуру.

Для более полного исследования стоит проанализировать количество, объём и степень социальной ориентированности сообщений.

В большинстве случаев количество не превышает 9 сообщений в месяц, а тематика напрямую связана с событиями в области.

Однако, проанализировав все блоги по третьему критерию, так же можно выделить несколько типичных ошибок:

- официальный тон публикаций и формализация коммуникаций. В частности, излишне официальный вид блога, стиль подачи и оформления записей, что не предполагает неформальной дискуссии с автором. Очень многие губернаторы избегают в блоге общения в формате «без галстуков».

- Однотипность выбора тем для дискуссий (Например, в блоге только поздравления с праздниками, или губернатор размещает на своём сайте сообщения, большая часть которых посвящена проблемам ЖКХ).

- «опосредованное» присутствие автора блога в своем дневнике.

- редкое обновление блога.

И, наконец, самый интересный для исследования губернаторских блогов критерий их анализа – обратная связь. Именно её наличие отражает коммуникативную функцию сайта. Анализируя тематику и количество комментариев можно судить о том, насколько деятельность губернатора удовлетворяет электорат.

При анализе по данному критерию выявлено отсутствие диалога с читателями, ограничение по размещению комментариев.

По результатам анализа, основная коммуникативная функция блогов - наладить оперативную и прямую обратную связь с жителями региона, получить дополнительную возможность для обсуждения и разъяснения принимаемых решений. Исследование выбранных интернет-порталов по качественным и количественным показателям приводит к выводу, что данная функция практически не реализуется.

То есть интернет используется в качестве вспомогательного средства политической коммуникации. Государственные деятели мало уделяют внимания проблеме привлечения электората посредством интернет-порталов, из-за чего теряют часть голосов, так как губернаторский блог – это площадка для развития интернет-коммуникаций в регионе.

[1] Евстифеев Р. Одиночество в сети: политические эффекты интернет-стратегий органов власти субъектов РФ // Политэкс.- 2009.- 3//<http://www.politex.info/content/view/608/30/>

## **Литература**

1. 1. Евстифеев Р. Одиночество в сети: политические эффекты интернет-стратегий органов власти субъектов РФ // Политэкс.- 2009.- №3//<http://www.politex.info/content/view/608/30/>
2. 2. Ресурс сайта Гослюди.ру.

## **Слова благодарности**

*Конференция «Ломоносов 2011»*

Спасибо большое за возможность участия в Вашем конкурсе. Очень хотелось бы, чтобы моя работа показалась вам интересной. С нетерпением жду результатов!!! С уважением,  
Элла.