

Секция «Современная политическая коммуникация: новые модели и технологии»

**Информационная политика муниципальных органов в социальных сетях как инструмент политической коммуникации и способ формирования позитивного имиджа власти на примере Ярославской области**

**Научный руководитель – Аكوпова Татьяна Сергеевна**

*Кондрашова Оксана Андреевна*

*Студент (бакалавр)*

Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова, Ярославль, Россия

*E-mail: kondrashova.oksana.a@gmail.com*

Интернет уже давно стал не просто средством получения и распространения информации. Он стал выполнять функции коммуникации в различных сферах жизни общества. Всё чаще Интернет используют как площадку политической борьбы, как средство, позволяющее формировать личный бренд, как площадку для решения социальных проблем, как возможность зарабатывания денег и получения прибыли.

В данном случае для нас интересен Интернет с точки зрения формирования информационной политики органов местной власти и глав муниципальных районов, как наиболее ярких представителей муниципальной власти с помощью новых видов коммуникации и взаимодействия между субъектами и объектами политической среды по средствам различных ресурсов.

Нахождение представителей органов власти в социальных сетях и новых медиа помогает формировать нужный для них имидж и освещать свою деятельность непосредственно от первого лица.

В информационной сетевой среде изменение власти исходит от производителя к потребителю, и происходит перераспределение контроля и власти. В Интернете сбылась мечта Карла Маркса: инструменты и средства производства находятся в руках рабочих», - пишет профессор Деррик де Керкхове о социальных сетях [4, с. 123-132].

По комментариям в социальных сетях и под материалами в различных блогах можно выявить наиболее острые и актуальные проблемы людей, а также проследить реакцию общества на те или иные политические решения. По мнению исследователя новых медиа и основателя лаборатории Software Studies Initiative Льва Мановича, именно такую модель взаимодействия государства и общества через сеть на сегодня можно назвать самой оптимальной из существующих [3].

Социальные сети стали прямым каналом коммуникации между властью и обществом. Медийный ландшафт изменился, и поэтому важно изучить, каким образом политики используют социальные сети, и найти эффективный механизм для формирования/поддержания имиджа политического деятеля.

Социальные сети превратились в качественный инструмент политики и в основном используются специалистами для манипулирования общественным мнением. Политические деятели, используя SMM, обеспечивают себе формирование эффективного политического имиджа и большую поддержку электората. Политик в свою очередь должен быть уникален, и в то же время похож на свой электорат. В социальных сетях данный аспект раскрывается полностью, когда пользователь видит, что политик заполнил анкету и выложил фотографии, регулярно обновляет событийную ленту, оперативно и по существу отвечает на задаваемые ему вопросы, доверие к нему повышается [1, с. 246].

Наиболее подробно остановимся на социальных сетях и их ведении главами муниципальных районов Ярославской области.

По данным сайта «Brand analytics» рейтинг активных пользователей (авторов) наиболее популярных социальных сетей в Ярославской области выглядит так: Facebook (15 строчка рейтинга регионов Российской Федерации, 21 818 авторов, проникновение 1,72%), Instagram (15 место в рейтинге регионов, 346 511 авторов, проникновение 27,24%), VKontakte (24 позиция в рейтинге, 376 878 авторов, проникновение 29,63%) (данные представлены за октябрь 2019 г.).

Проанализировав наличие страниц и профилей у глав муниципальных образований Ярославской области в социальных сетях можно прийти к выводу, что у большей части есть страницы на «Facebook» (11 из 19), но лидером среди сетей у глав муниципальных образований Ярославского региона является сеть «ВКонтакте» (16 из 19). Наименьшее число глав зарегистрировано в «Instagram» (6 из 19).

По данным анализа наличия и ведения страниц мы видим, что далеко не все главы уделяют достаточно внимания своему продвижению в социальных сетях. Составив рейтинговую таблицу всех глав Ярославской области, можно прийти к выводу о том, что те главы, которые ведут социальные сети выглядят гораздо выигрышнее по сравнению с теми, кто не занимается построением имиджа в Интернете. Особенно ярко выглядят страницы руководителей, которые стараются разнообразить информацию на своих страницах: дополняют текст изображениями, записывают видео от первого лица, проводят опросы на различные темы, ведут рубрики, делятся планами. Ведь как говорилось ранее, соцсети - это новый инструмент взаимодействия с населением и рычаг, влияющий на политические процессы. С помощью новых медиа можно формировать образ в нужном ключе. Усиление роли сетей и медиа является общемировой тенденцией.

По большей части страницы всецело должны выполнять функцию коммуникации без посредников. В теории, любой пользователь Интернет может вступить в диалог с интересующим его политическим деятелем, написав сообщение. Также гражданин может задать вопрос или высказать свое мнение по какой-либо проблеме. Но порой на практике всё происходит немного иначе. Создание аккаунтов в социальных сетях в большинстве случаев является лишь ещё одним средством пиара, а не коммуникации. Необходимо стремиться к тому, чтобы социальные сети и новые медиа стали площадкой именно для общения власти и граждан.

### Источники и литература

- 1) Ефимова И.Н. Социальные сети как новый механизм формирования имиджа субъектов политической деятельности / И.Н. Ефимова, А.В. Маковейчук // Известия АГУ. 2012. № 41. С. 246.
- 2) Коломиец В.П. Медиатизация – социальный тренд // Философия коммуникативного пространства: расширяя галактику : материалы Междунар. науч.-практ. конф. к 100-летию со дня рождения Герберта Маршалла Маклюэна. М., 2012. С. 51–56
- 3) Тодоров В. Соцсети с неизвестным результатом [Электронный ресурс] / Газета.ru, 2015. Режим доступа: [http://www.gazeta.ru/tech/2015/07/03/6865753/manovic\\_interview.shtml](http://www.gazeta.ru/tech/2015/07/03/6865753/manovic_interview.shtml) (дата обращения 04.05.2019)
- 4) Andrejevic M. Public Service Media Utilities: Rethinking Search Engines and Social Networking as Public Goods / Media International Australia, 2013. Vol. 146. No. 1. P. 123–132
- 5) В эпоху визуальных данных главным навыком остается умение искать сюжет [Электронный ресурс] // Digit. URL: <http://www.digit.ru/business/20131029/407369911.html>

## Иллюстрации

br-analytics.ru Распределение авторов социальных сетей по регионам России

#	Регион	Авторов	Население	Проникновение
	Всего по России	2 164 420	146 544 710	1,48 %
1	Москва	1 034 540	12 330 128	8,39 %
2	Санкт-Петербург	195 455	5 225 690	3,74 %
3	Краснодарский край	67 604	5 513 804	1,23 %
4	Свердловская область	54 331	4 330 006	1,25 %
5	Московская область	44 878	7 318 647	0,61 %
6	Нижегородская область	33 922	3 260 267	1,04 %
7	Самарская область	31 457	3 205 975	0,98 %
8	Новосибирская область	30 886	2 762 237	1,12 %
9	Красноярский край	27 376	2 856 490	0,96 %
10	Калининградская область	26 745	976 439	2,74 %
11	Республика Татарстан (Татарстан)	25 724	3 868 730	0,66 %
12	Челябинская область	25 130	3 500 716	0,72 %
13	Иркутская область	22 873	2 412 800	0,95 %
14	Республика Башкортостан	22 258	4 071 064	0,55 %
15	Ярославская область	21 818	1 271 912	1,72 %

### Активные авторы Facebook (распределение по регионам)

**Рис. 1.** Статистика социальных сетей. Распределение по регионам. Facebook. 15 место - Ярославская область

br-analytics.ru **Распределение авторов социальных сетей по регионам России**

#	Регион	Авторов	Население	Проникновение
	Всего по России	24 348 773	146 544 710	16.62 %
1	Москва	4 018 124	12 330 126	32.58 %
2	Санкт-Петербург	1 912 751	5 225 690	36.60 %
3	Краснодарский край	1 788 575	5 513 804	32.44 %
4	Московская область	1 758 688	7 318 647	24.03 %
5	Ростовская область	740 168	4 236 000	17.47 %
6	Республика Татарстан (Татарстан)	625 511	3 868 730	16.17 %
7	Свердловская область	624 230	4 330 006	14.42 %
8	Новосибирская область	489 914	2 762 237	17.74 %
9	Самарская область	454 570	3 205 975	14.18 %
10	Приморский край	440 321	1 929 008	22.83 %
11	Челябинская область	433 536	3 500 716	12.38 %
12	Нижегородская область	423 570	3 260 267	13.00 %
13	Республика Башкортостан	418 780	4 071 064	10.29 %
14	Ставропольский край	398 886	2 801 597	14.24 %
15	Ярославская область	346 511	1 271 912	27.24 %

**Активные авторы Instagram (распределение по регионам)**

**Рис. 2.** Статистика социальных сетей. Распределение по регионам. Instagram. 15 место - Ярославская область

br-analytics.ru Распределение авторов социальных сетей по регионам России				
10	Пермский край	824 355	2 634 409	31.29 %
11	Нижегородская область	775 075	3 280 267	23.77 %
12	Ростовская область	656 233	4 236 000	15.49 %
13	Новосибирская область	653 080	2 762 237	23.64 %
14	Красноярский край	606 735	2 866 490	21.17 %
15	Воронежская область	462 652	2 333 477	19.83 %
16	Кемеровская область	446 555	2 717 627	16.43 %
17	Вологодская область	433 546	1 187 685	36.50 %
18	Омская область	411 244	1 978 466	20.79 %
19	Удмуртская Республика	407 610	1 517 164	26.87 %
20	Волгоградская область	358 049	2 545 937	15.63 %
21	Архангельская область	395 730	1 130 240	35.01 %
22	Тюменская область	391 386	1 454 626	26.91 %
23	Саратовская область	378 657	2 487 529	15.22 %
24	Ярославская область	376 878	1 271 912	29.63 %
25	Иркутская область	368 212	2 412 800	15.26 %

**Активные авторы VKontakte (распределение по регионам)**

**Рис. 3.** Статистика социальных сетей. Распределение по регионам. VKontakte. 24 место - Ярославская область

Глава муниципального района / соц. сеть	Facebook	VKonakte	Instagram	Odnoklassniki	Twitter
Мэр города Ярославля <b>Волков Владимир Михайлович</b>	+	+	+		
Глава г.о. г. Рыбинск <b>Добряков Денис Валерьевич</b>	+	+	+		
Глава г.о. г. Переславль-Залесский <b>Астраханцев Валерий Александрович</b>	+	+	+		
Глава Большесельского МР <b>Лубенни Владимир Алексеевич</b>	+	+			
Глава Борисоглебского МР <b>Попов Владимир Петрович</b>					
Глава администрации Брейтовского МР <b>Перов Андрей Валентинович</b>		+			
Глава Гагаринов-Ямского МР <b>Комаров Алексей Александрович</b>	+	+		+	
Глава Даниловского МР <b>Смирнов Александр Владимирович</b>					
Глава Любимского МР <b>Кошкин Александр Викторович</b>		+			
Глава Мышкинского МР <b>Минаева Ольга Викторовна</b>		+			
Глава администрации Некоузского МР <b>Некрутов Сергей Владимирович</b>		+			
Глава Некрасовского МР <b>Коротаев Алексей Николаевич</b>	+	+			
Глава Первомайского МР <b>Голядкина Инна Ильинична</b>		+			
Глава Пошехонского МР <b>Белов Николай Николаевич</b>	+	+	+	+	
Глава Ростовского МР <b>Шокни Сергей Валерьевич</b>	+	+			
Глава администрации Рыбинского МР <b>Смирнова Татьяна Александровна</b>					
Глава Тутаевского МР <b>Юнусов Дмитрий Рафаэлевич</b>	+	+	+	+	
Глава Угличского МР <b>Курицин Анатолий Геннадьевич</b>	+	+	+	+	
Глава Ярославского МР <b>Золотников Николай Владимирович</b>	+	+			

Рис. 4. Анализ наличия страниц в социальных сетях глав муниципальных образований Ярославской области