
ВОПРОСЫ НАЦИОНАЛЬНЫХ И ФЕДЕРАТИВНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Научный журнал

Выпуск 12(93). 2022. Том 12

**Журнал «Вопросы национальных и федеративных отношений»
включен в перечень рецензируемых научных изданий ВАК,
в которых должны быть опубликованы
основные научные результаты на соискание ученой степени
кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук
по политическим и историческим наукам**

МОСКВА, 2022

ВОПРОСЫ НАЦИОНАЛЬНЫХ И ФЕДЕРАТИВНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Научный журнал

**Вячеслав Александрович
МИХАЙЛОВ**

Председатель Совета, д.и.н., профессор,
зав. кафедрой национальных и федеративных
отношений РАНХ и ГС при Президенте РФ

Редакционный Совет

**Рамазан Гаджимурадович
АБДУЛАТИПОВ**

д.ф.н., постоянный представитель Российской Федерации
при Организации Исламского сотрудничества

**Любовь Федоровна
БОЛТЕНКОВА**

д.ю.н., профессор РАНХ и ГС при Президенте РФ

**Владимир Иванович
ВАСИЛЕНКО**

д.п.н., профессор Российской академии народного хозяйства и
государственной службы при Президенте РФ

**Владимир Александрович
ВОЛОХ**

д.п.н., профессор Государственного университета управления

**Вадим Витальевич
ГАЙДУК**

д.п.н., руководитель Центра
политико-правовых исследований АНО «Евразийский научно-
исследовательский институт проблем права»

**Владимир Юрьевич
ЗОРИН**

д.п.н., руководитель Центра по научному взаимодействию
с общественными организациями, СМИ и органами
государственной власти ИЭА РАН

**Раушан Мусахановна
КАНАПЬЯНОВА**

д.п.н., профессор кафедры международного
культурного сотрудничества МИГК

**В. Микаэль
КАССАЕ НЫГУСИЕ**

д.и.н., профессор кафедры теории и истории международных
отношений Российского
университета дружбы народов

**Геннадий Яковлевич
КОЗЛОВ**

д.и.н., профессор Рязанского государственного университета
им. С.А. Есенина

**Игорь Георгиевич
КОСИКОВ**

д.и.н., главный научный сотрудник Института
этнологии и антропологии РАН

**Николай Павлович
МЕДВЕДЕВ**

д.п.н., профессор Российского университета
дружбы народов

**Марина Николаевна
МОСЕЙКИНА**

д.и.н., профессор, заведующая кафедрой истории России
Российского университета дружбы народов

**Александр Данилович
НАЗАРОВ**

д.и.н., профессор, зам. руководителя кафедры
по научной работе Московского авиационного института

**Дарья Вячеславовна
ПЕРКОВА**

к.п.н., ответственный редактор

**Александр Васильевич
ПОНЕДЕЛКОВ**

д.п.н., профессор, заведующий кафедрой политологии
и этнополитики Южно-Российского института
управления – филиала РАНХ и ГС при Президенте РФ

**Дмитрий Егорович
СЛИЗОВСКИЙ**

д.и.н., профессор кафедры истории России Российского
университета дружбы народов

**Шукран Саидовна
СУЛЕЙМАНОВА**

д.п.н., профессор Российской академии народного хозяйства
и государственной службы при Президенте РФ

**Жибек Сапарбековна
СЫЗДЫКОВА**

д.и.н., профессор, заведующая кафедрой стран
Центральной Азии и Кавказа Института стран Азии
и Африки Московского государственного университета имени
М. В. Ломоносова, заместитель главного редактора журнала

Редакционная коллегия

Главный редактор – СУЛЕЙМАНОВА Ш.С.,
д.п.н., профессор РАНХиГС

Члены ред. коллегии:

Волох В.А. (зам. главного редактора),
Сыздыкова Ж.С. (зам. главного редактора),
Перкова Д.В. (ответственный редактор),
Болтенкова Л.Ф., Слизовский Д.Е.

УЧРЕЖДЕН

ООО «Издательство
«Наука сегодня»

ЖУРНАЛ ВКЛЮЧЕН В ПЕРЕЧЕНЬ ВАК РФ

Журнал зарегистрирован
Федеральной службой по надзору
в сфере массовых коммуникаций,
связи и охраны культурного
наследия

Регистрационный номер
ПИ № ФС77-47487
от 25 ноября 2011 г.

Журнал издается ежемесячно

Журнал включен в базу РИНЦ
(Российский индекс научного
цитирования)

Включен в каталог
Ulrich's Periodicals Directory

Пятилетний импакт-фактор
журнала: 0, 369

Адрес редакции:
115598, г. Москва, ул. Загорьевская,
д. 10, корп. 4, цокольный этаж,
помещение I, комната 7-1, офис 4

Тел.: (910) 463-53-42

www.etnopolitolog.ru

E-mail: etnopolitolog@yandex.ru

Мнение авторов может
не совпадать с мнением редакции.
При перепечатке ссылка
на журнал обязательна.

Научные статьи, публикуемые
в журнале подлежат обязательному
рецензированию.

Ответственный редактор
Перкова Д.В.

Компьютерная верстка
Загуменов А.П.

Подписано в печать 26.12.2022.

Формат 60×84/8. Объем 55,25.

Печать офсетная.
Тираж – 1000 экз.
(1-й завод – 500).

Заказ №

Отпечатано в типографии
ООО «Белый ветер»

115054, г. Москва, ул. Щипок, 28

Тел.: (495) 651-84-56

ISSN 2226-8596 (print)

12 выпусков в год и

2 выпуска в год переводной (англ.) версии

Языки: русский, английский

<http://etnopolitolog>

Входит в перечень рецензируемых научных изданий ВАК РФ

Включен в каталог периодических изданий Ульрих (Ulrich's Periodicals Directory: <http://www.ulrichsweb.com>)

Материалы журнала размещаются на платформе РИНЦ Российской научной электронной библиотеки, Electronic Journals Library Cyberleninka

Подписной индекс издания в каталоге агентства Роспечать 70114

Цели и тематика

Журнал ВОПРОСЫ НАЦИОНАЛЬНЫХ И ФЕДЕРАТИВНЫХ ОТНОШЕНИЙ – периодическое международное рецензируемое научное издание в области политических исследований. Журнал является международным как по составу редакционного совета и редколлегии, так и по авторам и тематике публикаций.

Научный журнал издается с 2011 года в издательстве «Наука сегодня». С 2018 года издается переводная (англ.) версия журнала. С момента своего создания, журнал ориентировался на высокие научные и этические стандарты и сегодня является одним из ведущих политологических журналов России.

Цель журнала – способствовать научному обмену и сотрудничеству между российскими и зарубежными политологами.

Журнал предназначен для публикации результатов фундаментальных и прикладных научных исследований. Тематическая направленность журнала отражается в следующих постоянных рубриках: «Отечественная история, этнология и этнография», «История международных отношений и мировой политики», «История и философия политики», «Политические институты, процессы и технологии», «Политическая культура, этнополитика и идеологии», «Политические проблемы международных отношений и глобализации».

Формат публикаций: научные статьи, обзорные научные материалы, материалы круглых столов, научные рецензии, научные сообщения, посвященные исследовательским проблемам в сфере политики и политологии.

В своей деятельности редакционный совет и редколлегия журнала руководствуется принципами, определяемыми ВАК России для научных журналов, в том числе: наличие института рецензирования для экспертной оценки качества научных статей; информационная открытость издания; наличие и соблюдение правил и этических стандартов представления рукописей авторами.

Целевой аудиторией журнала являются российские и зарубежные специалисты-политологи, а также аспиранты и магистры, обучающиеся по направлениям политология, государственное и муниципальное управление и международные отношения.

Журнал строго придерживается международных стандартов публикационной этики, обозначенных в документе COPE (Committee on Publication Ethics) <http://publicationethics.org>

Полные сведения о журнале и его редакционной политике, требования к подготовке и публикации статей, архив (выпуски с 2011 года) и дополнительная информация размещена на сайте: <http://etnopolitolog.ru>

Электронный адрес: etnopolitolog@yandex.ru

ISSN 2226-8596 (print)

12 issues a year plus

2 issues a year of the translated (eng.) version

Languages: Russian and English

<http://etnopolitolog>

Included in the list of peer-reviewed scientific publications of the Higher Attestation Commission of the Russian Federation

Included in the Ulrich's Periodicals Directory

Materials of the journal are placed on the RSCI platform of the Russian scientific electronic library – Electronic Journals Library Cyberleninka

Subscription index of the journal in the Rospechat Agency catalogue is: 70114

Objectives and themes

Academic journal “Issues of National and Federative Relations” is an international peer-reviewed scientific periodical in the field of political studies. The journal has an international character because of the composition of its Editorial Board, its editors, its contributing authors and topics of its publications.

The scientific journal is published since 2011 at the “Publishing House “Science Today”. Translated (eng.) version of the journal is published since 2018. Since its inception, the journal was guided by high scientific and ethical standards and today it is one of the leading political science journals in Russia.

The purpose of the journal is to promote scientific exchange and cooperation between Russian and foreign political scientists.

The journal is intended for the publication of the results of fundamental and applied scientific research. Thematic focus of the journal is reflected in the following permanent headings: “Domestic history, ethnology and ethnography”, “History of international relations and world politics”, “History and philosophy of politics”, “Political institutions, processes and technologies”, “Political culture, ethnopolitics and ideologies”, “Political problems of international relations and globalization.”

Format of publications: scientific articles, reviews, scientific materials, materials of round tables, scientific reviews, scientific reports devoted to research problems in the field of politics and political science.

The Editorial Board and the editors of the journal in their activities are guided by the principles defined by VAK of Russia for scientific journals, including: presence of the institute of peer review for the expert quality assessment of scientific articles; information openness of the publications; availability and compliance with the rules and ethical standards for the submission of manuscripts by the authors.

The target audience of the journal is Russian and foreign specialists-political scientists, as well as graduate students and masters in the fields of political science, state and municipal management and international relations.

The journal strictly adheres to the international publishing standards and publication ethics identified in the COPE (Committee on Publication Ethics) document. <http://publicationethics.org>.

Full details of the journal and its editorial policy, requirements to the preparation and publication of articles, archive (issues since 2011) and additional information are available on the website: <http://etnopolitolog.ru>

E-mail address: etnopolitolog@yandex.ru

СОДЕРЖАНИЕ

ОТЕЧЕСТВЕННАЯ ИСТОРИЯ, ЭТНОЛОГИЯ И ЭТНОГРАФИЯ

Багаутдинов Р.О., Бурангулов Б.В.,

Калмантаев Н.М., Сулейманова М.Н.

Культурно-просветительская деятельность БАСССР

в 1917-1930 гг. 4385

Каймаразов Г.Ш.

Роль женщин Дагестана в развитии системы общего образования

в республике в 70-е гг. XX в.: гендерный аспект 4394

Гоголев А.И., Акимова В.С., Шадрин В.И.

Этногенез юкагиров:

обзор современного состояния решения проблемы 4405

Степанова О.Б., Тищук О.В., Сметанина Р.Е.

К характеристике поселка Толька

Пуровского района Тюменской области 4416

Абдулаева М.И.

М.Ю. Лермонтов на Кавказе: между музой и войной 4426

Степанова О.Б.

На ручном управлении: о современной форме традиционной

системы жизнеобеспечения пуровских селькупов 4436

Подрезова Т.А.

Особенности развития системы

среднего профессионального образования в 50-60-е годы XX в.

(на примере деятельности

Минераловодского педагогического училища)..... 4448

Антонов А.С.

Становление местного самоуправления в г. Рязани

с 1994 по 1996 год. Принятие Устава города 4456

Коростелева В.Г.

Брачность и разводимость сельского населения

Красноярского края в 1946-1950 гг. 4468

Сочнева Д.В.

«На стыке двух мировоззрений»: уровень религиозной

и советской обрядности в 1960-1970 гг.

(по материалам Ульяновской области)..... 4482

Лаврова О.В.

Речи при наречении во епископа и вручении

архиерейского жезла святителя Макария (Невского) 4488

Ласточкин А.А.

Реализация партийно-государственной политики
о социальной защите детей в 1940 – 50-е годы 4497

Модин В.И.

Социально-экономическое развитие Рязани
в условиях трансформации политико-экономического уклада
России в середине 90-х гг. XX века 4506

Павлов Д.С.

Севзаппромбюро ВСНХ и решение проблем
снабжения региона топливом в 1921-1923 гг. 4518

ИСТОРИЯ И ТЕОРИЯ ПОЛИТИКИ

Болтенкова Л.Ф.

Гимн Господу Богу (философско-религиозное исследование
в нескольких статьях). Статья двенадцатая 4529

Рязанцев С.В., Смирнов А.В., Брагин А.Д.

Методология оценки масштабов, структуры
и последствий эмиграции из России 4548

ПОЛИТИЧЕСКИЕ ИНСТИТУТЫ, ПРОЦЕССЫ И ТЕХНОЛОГИИ

Бирюкова И.А., Дроздова Е.В.

Государственная образовательная политика
в высшей школе в РФ в свете институциональных изменений
через 30 лет после распада СССР 4561

Евсеева М.А.

«Этнические ниши» и «этническое квотирование»
в регионах РФ: современные представления 4571

Порошина А.С., Бурда М.А., Разумов Д.В., Гришин В.О.

Социальные медиа как инструменты
политической коммуникации 4578

Абрашин И.И.

Основные направления политики цифровизации
местного самоуправления 4589

ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ И ОТРАСЛЕВЫЕ ПОЛИТИКИ

Эндрюшко А.А.

Иммигранты с детьми в России: социально-экономическая
и культурная интеграция (часть II) 4601

Гришин О.Е., Колпаков М.В., Чистов И.С.

Политические цифровые технологии формирования
репутационного капитала Республики Татарстан..... 4613

Голубева Т.С.

Исследование особенностей современного
этапа трансформации экономики и социальной жизни 4622

Бурмакин В.М.

Системный подход к оценке коррупционных процессов
в условиях цифровой трансформации: философский аспект
(антикоррупционное просвещение) 4637

ТЕОРИЯ И ИСТОРИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ И ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКИ

Сурма И.В.

JAUKUS или проактивный пацифизм политики обеспечения
безопасности Японии в Индо-Тихоокеанском регионе..... 4650

Максимова Д.Д., Пономарева А.В.

Швеция – один из инициаторов устойчивого развития..... 4658

Шалыгина Н.В.

Гендерная небинарность Глобального Юга
(по следам Женской конференции в Пекине 1995 г.)..... 4665

Сюй Хунлянь, Нин Яньхун.

Роль китайцев в строительстве социализма
в Советском Союзе..... 4673

Мартыненко С.Е.

Спортивная дипломатия в меняющемся контексте
международных отношений..... 4679

Пешкова В.М.

Международная миграция и региональные неравенства
в России: постановка вопроса..... 4690

Макаров Е.П., Курочкин М.В.

Состояние североамериканских рынков
как индикатор развития британской трансатлантической
торговой системы XVIII века 4707

Рассадин А.А., Мартышкин С.А., Шигин М.Д.

Влияние процесса цифровизации на создание
фейковой информации в системе международных
политических отношений: ретроспективный аспект
(на примере дешифровки телеграммы Циммермана, 1917 г.) 4716

Родионова М.Е., Гималиев В.Г., Назарова Н.А. Анализ социальных сетей и медиа ресурсов лидеров правящих немецких партий в 2022 году	4725
Шангараев Р.Н., Гришкина А.В. Особенности развития международных платежных отношений на современном этапе: сценарий дедолларизации.....	4735
Ягафарова Г.А., Чернова А.С., Патраева А.И., Пупышева А.А. Межкультурная адаптация и адаптация на рабочем месте	4744
Борзова А.Ю., Солодухина Е.А., Скориков В.В., Кембель О.В., Марчёнкова В.Е., Чэн Цзычао Экономическое соперничество США и КНР в Бразилии в период президентства «правых» М. Темера и Ж. Болсонару (2016-2022 гг.)	4751
Су Шуай Публичная дипломатия как инструмент политического китайско-российского взаимодействия.....	4770
СТУДЕНЧЕСКАЯ НАУКА	
Авакян Я.А. Исламская модель финансирования в Российской Федерации: быть или не быть?	4779
Братковская Д.В., Рогова Я.Д., Горбенкова Е.И. Роль ООН и ее специализированных учреждений в обеспечении сотрудничества государств по охране окружающей среды	4785
Кузюра Ю.С., Рычкова А.Л. Спортивная дипломатия как инструмент «мягкой силы» внешней политики государств	4792
НАШИ АВТОРЫ	4799
ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ РУКОПИСЕЙ	4810

А.С. ПОРОШИНА

*магистрант факультета политических исследований
Института общественных наук Российской академии народного
хозяйства и государственной службы при Президенте РФ;
эксперт АНО «Академический Альянс»,
Россия, г. Москва*

М.А. БУРДА

*кандидат политических наук, доцент кафедры политологии
и политического управления Российской академии народного
хозяйства и государственной службы при Президенте РФ;
директор
АНО «Академический Альянс» Россия, г. Москва*

Д.В. РАЗУМОВ

*аспирант кафедры публичной политики и
истории государства и права Российского университета
дружбы народов (RUDN University),
Россия, г. Москва*

В.О. ГРИШИН

*студент факультета истории, политологии
и права Московского государственного педагогического
областного университета,
Россия, г. Москва*

СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА КАК ИНСТРУМЕНТЫ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

В статье авторы анализируют практику использования социальных медиа (социальных сетей), как самостоятельного инструмента политической коммуникации. Рассматриваются процессы коммуникации политических акторов, анализируются цели коммуникации и возможные действия в рамках реализуемых стратегий и инструментов. В качестве практического кейса авторы подвергают анализу российскую социальную сеть «ВКонтакте».

Ключевые слова: *политическая коммуникация, информационная политика, социальные медиа, социальные сети, цифровизация, интернет.*

Политическая коммуникация политических акторов в современных демократиях, в том числе и Российской Федерации, тесно связана с формированием и развитием современного политического гласного процесса. Увеличение значения политических связей с общественностью является одним из следствий фундаментальных социальных изменений, которое трансформировало три основных элемента системы публичной коммуникации – акторы, СМИ и аудиторию. Со стороны аудитории процессы индивидуализации привели к возрастанию роли личности и постепенному растворению традиционных паттернов восприятия информации. Вместе с тем, как справедливо отмечает Л.Н. Тимофеева: «традиционные медиа получили дополнительный ресурс – аналоги в интернет-сетях. Появились их «электронные представительства в социальных сетях» [9], которые в настоящее время набирают все большую популярность не только среди молодежи, но и лиц среднего возраста [6].

Со стороны СМИ это привело к упадку значимости и широкого распространения партийной печати. Системы вещания планомерно идут к значительной коммерциализации электронных СМИ. В западных странах телевидение является важнейшим источником информации для граждан и берет на себя основные функции политической социализации, которые раньше были у партий [13].

В связи с приватизацией вещания конкуренция за зрителей обострилась, репортажи, в том числе и в других СМИ, стали все более ориентированы на публику, а не на следование институционализированным политическим процессам [7]. На этом фоне коммуникативная компетентность говорящего, а особенно политических акторов, становится центральным условием успешной передачи политических сообщений.

Для более полного понимания социальных медиа как инструментов политической коммуникации, считаем важным дать характеристику ключевым игрокам, участвующим в процессе коммуникации такого типа.

Акторы. Коммуникация политических акторов в решающей степени определяется их положением в политической системе. Категорию акторов можно условно разделить на две группы: акторы, находящиеся в центре принятия решений политической системы и акторы промежуточной системы или гражданского общества на политической периферии. Основными действующими лицами в центре системы управления являются национальное и федеральное правительства, а также парламенты, суды и другие государственные учреждения.

Как правило, эти институты связаны с политическими и государственными позициями власти и доминирования на различных уровнях и, таким

образом, правом на принятие обязательных для исполнения решений для общества в целом, не в последнюю очередь по соображениям легитимности и приемлемости. Это обстоятельство им необходимо учитывать при конструировании акта политической коммуникации.

Второй вид акторов представлен группами и институтами так называемой промежуточной системы. Они играют решающую роль в объединении и выражении интересов конкретных целевых групп и слоев населения, а также пытаются внедрить свои интересы и проблемы в публичные дебаты, чтобы затем включить их в политическую повестку дня. К ним можно отнести, прежде всего, политические партии и ассоциации, а также церкви и профсоюзы.

Эти организации коммуницируют, с одной стороны, долгосрочные политические программы, а с другой краткосрочные запросы и настроения своих клиентов. Однако промежуточные акторы включают также социальные движения, которые как более молодые и спонтанные ассоциации часто носят моральный характер. Их цель – представлять проблемы, которыми пренебрегают существующие ассоциации и партии. К этим спикерам мы относим экологические движения (например, «Greenpeace»), движения за мир, движения за права животных, а также правозащитные организации, такие как «Amnesty International» (Минюст России из-за нарушений законов исключил организацию из реестра филиалов и представительств международных организаций) и «Transparency International» (АНО «Центр «ТИ-Р» внесено в реестр некоммерческих организаций, выполняющих функции иностранного агента), или организации по защите прав обездоленных людей.

Цели и возможности для действий. Коммуникационные цели и поле действия связей с общественностью становятся решающими факторами во всем процессе коммуникации. Они определяются положением акторов в политической и социальной системе. Правительство, оппозиция, партии, ассоциации, неправительственные организации и новые общественные движения имеют разные цели деятельности в зависимости от их институционального статуса и ресурсов,

Акторы в центре системы принятия политических решений имеют значительные стратегические преимущества в связях с общественностью. Они обладают политической инициативой и действуют на основе внутренних договоренностей и позиций, установленных с представителями большинства. По сравнению с другими акторами, глава государства (правительство) обладает большими материальными ресурсами для связей с общественностью, которые институционализированы в специальных органах власти (например, в России – Администрация Президента).

Напротив, партии и ассоциации не имеют такого преимущества. Скорее, эти организации должны постоянно менять свое положение, чтобы привлечь

общественное внимание и интересы средств массовой информации к себе. Условия коммуникативной работы партий и объединений характеризуются комплексными процессами модернизации и индивидуализации в обществе в целом, последствия которых уменьшаются.

Стратегии и инструменты. Коммуникационная стратегия в большинстве случаев направлена на то, чтобы повлиять на повестку дня СМИ [8]. Политические связи с общественностью, принимают самые разнообразные формы управления событиями и новостями и, следовательно, общественность влияет на формирование повестки дня. Дело не только в том, что субъект политики сам определяет темы, о которых доводится до сведения общественности, но и он расставляет акценты, что-то сознательно уменьшая или увеличивая. Эмпирические исследования показывают, что политическое значение этой стратегии имеет далеко идущие последствия, поскольку в основу положены интерпретационные рамки и соответствующая контекстуализация тем в СМИ.

В эти стратегии закладываются характеристики того, как оцениваются политики, их поведение на посту, а также их характер. Кроме того, есть темы, которые с самого начала предполагают идеологически сформированную интерпретационную структуру («рамку»), так что различия между правыми и левыми позициями могут быть незначительными [11]. Примером тому являются вопросы экологической политики, которые рассматриваются в СМИ в первую очередь с позиций устойчивого развития.

Подчеркивая позитивную основу интерпретации, дискуссия по вопросам экологической политики теряет часть своего потенциала политического конфликта. Пример показывает, что умелая и стратегически спланированная политика тематизации является важной предпосылкой эффективности коммуникации и имиджа политических акторов. При этом важно помнить тот факт, что медийно-эффективная тематизация политических сообщений или убеждение целевой аудитории не всегда должны быть целью связей с общественностью. Есть случаи, когда политические деятели и их представители используют сознательную стратегию дестематизации, чтобы выиграть пространство и время для внутриполитических переговоров [2].

Одной из основных стратегий, которые используют публичные политики, является стратегия убеждения. Ее можно наблюдать в следующих формах:

- ориентированность на неоспоримость предполагаемых фактов. Они должны быть проверены. Желательно продемонстрировать цитаты и ссылки как можно эффектнее;
- правдоподобие объяснений должно в первую очередь основываться на консультациях с экспертами;

- легитимность тех или иных оценок и суждений должна соотноситься с общепринятыми в данном обществе ценностями (например, равенство, справедливость, традиционные ценности и т.д.);

- продолжающиеся действия после непосредственного акта коммуникации. Если актором во время дебатов было дано обещание, например, обратиться в суд, то для удержания электората и формирования имиджа ответственного политика, это необходимо сделать.

Полагаем, что конкуренция за общественное внимание вынуждает политические связи с общественностью становиться более профессиональными, а традиционные формы работы со СМИ заменяться стратегическими коммуникациями, эффективными для общественности и ориентированными на логику «новых медиа».

Одно из определений определяет политическую коммуникацию как преднамеренную политическую коммуникацию, в которой участвуют три группы акторов: политические организации, СМИ и граждане, составляющие широкую аудиторию сообщений [1]. Чтобы получить преимущество перед своими конкурентами, политики ежедневно используют ряд коммуникативных действий. Ссылаясь на Ч. Кули и Т. Гобана-Класа мы можем охарактеризовать коммуникацию как механизм, посредством которого существуют и развиваются человеческие отношения, т.е. все символы разума, включая средства их передачи в пространстве и поведение во времени [10].

Среди множества инструментов, используемых в политической коммуникации, ключевую роль играют новые медиа, в том числе социальные сети. Сфера деятельности и инструменты, которыми располагают субъекты, в том числе политические, при осуществлении деятельности в сфере коммуникации в сети Интернет, постоянно расширяются. Причинами являются, среди прочего, постоянно меняющиеся тенденции и поведение получателей сообщений. Несмотря на это, начало деятельности в этой сфере требует тщательного анализа областей, в которых субъект желает взаимодействовать с окружающей средой, в том числе и в долгосрочной перспективе.

Функции «новых медиа» для политической системы можно понять на основе системно-теоретических соображений Дэвида Истона. По его мнению, система связана с обществом посредством простого процесса ввода-вывода. Главное предназначение политической системы заключается в воспроизводстве и принуждении общества в целом. Чтобы произвести этот вывод и в то же время обеспечить собственное существование, политическая система открыта для внешних замечаний и поддержки со стороны общества. Отношения между политической и социальной системой представлены процессами политического посредничества и коммуникации [5].

Для процесса ввода, т.е. сообщения требований и поддержки политической системе, а также для процесса вывода, т.е. сообщения решений

обществу, лидеры общественного мнения как посредническая система незаменимы, поскольку они имеют прямое влияние на политическую систему через лоббирование, экспертизу и авторитет, однако это косвенный путь, в отличие от воздействия через медиа.

Что касается результатов деятельности политической системы, то ее элементы стараются контролировать интерпретацию политических программ и влияние средств массовой информации на реализацию их решений через работу по связям с общественностью. Коммуникационная политика политической системы в первую очередь направлена на передачу политических программ. В то же время это посредничество предполагает получение поддержки и благ. Учитывая конкурентные отношения внутри политической системы (между властью и оппозицией, между кланами во власти и т.д.), политические связи с общественностью направлены на влияние на общественное мнение, чтобы найти поддержку своей позиции [12].

Таким образом, политическая коммуникация является важным инструментом для легитимации решений и конкуренции за руководящие должности. Связи с общественностью как инструмент политики становятся все более значимым инструментом политических акторов, и его релевантность усиливается в условиях сложности и неопределенности принятия политических решений. Если акторы, действующие в политической системе, испытывают стресс, часто предпринимаются попытки решить проблемы через связи с общественностью, чтобы избежать опасной потери одобрения гражданами города, региона, государства [3].

В настоящее время ключевыми инструментами политической интернет-коммуникации являются социальные сети, которые в силу высокой динамики развития, характера и объема функциональных возможностей отдельных сервисов и планомерного увеличения числа пользователей составляют важный канал коммуникации между политическими субъектами и государством. Использование социальных сетей стало естественным как для пользователей, которые общаются и получают информацию таким образом, так и для политических партий, объединений, лидеров общественных мнений. Например, для органов местного самоуправления он выступает как канал сбора обратной связи и обслуживания своих граждан (онлайн-опросы и т.д.). Следует подчеркнуть, что политическая коммуникация с использованием социальных сетей позволяет донести сообщение до большого количества граждан вне зависимости от времени и пространства, а также позволяет им незамедлительно отреагировать в ответ.

Интернет-пользователи охотно используют сайты социальных сетей, и ожидается, что их число будет расти с ростом популярности мобильных устройств и самих средств массовой информации. Ведущие сайты социальных сетей доступны почти на всех языках мира и позволяют их аудитории

общаться с друзьями и людьми из разных географических, политических и экономических регионов.

В российском сегменте лидерство занимает социальная сеть VK. В настоящее время ее пользователями являются более 70 миллионов человек. [4].

Следует подчеркнуть, что сайт постоянно собирает растущее сообщество, в том числе институциональный сектор, включая политические образования. Потенциал VK как канала политической коммуникации также был замечен органами власти, которые ведут свои сообщества в нем. Страница VK (группа) — это базовый инструмент, который является отличной коммуникационной платформой для политической организации (например, органа местного самоуправления). Через портал он может делиться новостями, собирать сообщества и визуализировать их свои результаты работы. Как и профиль пользователя, сообщество можно постоянно обновлять, публикуя контент, организуя мероприятия и добавляя приложения. Пользователь, который поставил лайк или подписался на конкретную страницу, может видеть новые события со страницы в ленте новостей, и его друзья увидят уведомления об активности на веб-сайте (например, о лайках, комментариях и т.д.). Эта особенность может быть использована, например, политиками в период избирательных кампаний, поскольку для завоевания голосов избирателей необходимо создавать и поддерживать имидж политика это также способствует расширению социальных связей.

Основными элементами страницы VK являются:

- картинка профиля — это графический файл размером не менее 180×180 пикселей (или больше), масштабированный до размера сели 120×120 пикселей. Из-за квадратного соотношения сторон файл, отображаемый в профиле, может быть обрезан пользователем;

- фоновая фотография — графический файл размером не менее 851×315 пикселей (или больше, масштабированный до указанного размера). Фоновое фото отображается в верхней части сообщества, добавлять его необязательно;

- блок «Предстоящие события» расположено в правой части сообщества и представляет собой список страниц событий, администрируемых или совместно администрируемых с уровня страницы организации;

- раздел отзывов — это место, где собраны мнения и отзывы пользователей об отдельных компаниях, организациях, брендах, продуктах, событиях, встречах, кампаниях. Блок с отзывами чаще всего расположен перед публикациями в группе. Однако, он является опциональным, и эту ветку обсуждения модераторы сообщества могут не включать в содержание группы;

- посты на странице являются ее основным элементом. Это вертикальная коллекция публикаций, добавленных администраторами сайта. Они представляют текущие и выделенные сообщения из прошлого

в хронологическом порядке. Как и в случае с публикациями пользователей, другие пользователи VK могут «лайкать», комментировать и делиться публикациями со страницы организации с другими пользователями;

- вкладки «Фото» и «Видео» – представляют мультимедийные материалы, опубликованные на странице.

Результаты исследования, проведенного в социальных сетях, показывают, что независимо от различной специфики субъектов и организаций, использующих в своей деятельности коммуникационный потенциал VK, можно попытаться сформулировать перечень «лучших практик» для субъектов политики, коммуницирующих с целевой аудиторией через эту платформу. К ним относятся, среди прочего:

- оптимизация частоты публикаций, типа публикуемого контента и их тематического охвата, а также оптимизация доли мультимедийных материалов по отношению к текстам. Эти действия обеспечивают увеличение вовлеченности сообщества или предотвращают снижение вовлеченности сообщества благодаря постоянно поддерживаемой коммуникации, обеспечивают органический рост и предотвращают ситуации, угрожающие имиджу политического бренда;

- мониторинг активности и постоянное взаимодействие с пользователями на странице, в том числе: активный диалог с сообществом, ответы на вопросы пользователей в комментариях и в личных сообщениях, обработка постов, мнений и отзывов, предложенных пользователями. Налаживая и поддерживая диалог с гражданами/избирателями, можно положительно повлиять на имидж политического субъекта, увеличить количество поклонников и дать возможность оперативно реагировать на записи и комментарии о возможном кризисном потенциале;

- разработка контента и оформления постов на странице в соответствии с современными тенденциями в графическом дизайне и, прежде всего, в визуальной идентификации политического субъекта, например, политической партии или страницы городской администрации. Это, несомненно, влияет на создание положительного имиджа политического субъекта, на вовлечение граждан и избирателей в свое инфополе и увеличение охвата;

- нестандартные дополнительные активности, такие как конкурсы, организованные через специальное приложение или опубликованные в сообществе, викторины, лотереи и другие варианты. Подобные активности поддерживают и разнообразят коммуникацию политического субъекта, тем самым дают возможность увеличить охват, количество поклонников и поддерживать их высокую активность на профиле.

Следует подчеркнуть, что Интернет, как современное средство социальной коммуникации, в том числе политической коммуникации, в настоящее время играет все более важную роль. По оценкам, к 2025 году в мире будет

50 миллиардов устройств с доступом в Интернет. Специалисты по интернет-политическим коммуникациям могут выбирать платформы из ряда различных инструментов связи, например, VK, Telegram, Одноклассники и другие площадки. Благодаря им они могут создавать собственный положительный имидж, вызывать доверие жителей, туристов, потенциальных инвесторов, продвигать свою программу и устраивать краудфандинг.

Для многих граждан Интернет является одним из наиболее важных и широко доминирующих источников информации о политике, как внутренней, так и внешней. Однако это не означает, что эта информация существенно влияет на качество их политических знаний. Особое место здесь занимают социальные сети, явление почти экстраординарное. Исследования показывают, что даже всего за несколько месяцев внешний вид, характер и объем полезности отдельных услуг, предлагаемых в социальных сетях, могут существенно измениться.

Повсеместный доступ к Интернету делает связь и возможность взаимодействовать с людьми полностью независимыми от местоположения. Более того, смартфоны и планшеты постепенно становятся порталами, интегрированными в экосистему приложений, сервисов и устройств. Руководители коммуникационного процесса в компаниях и учреждениях должны учитывать тот факт, что возрастающее количество устройств, подключенных к сети, означает постоянные и динамичные изменения в сфере межличностных, рыночных, деловых, социальных и политических взаимодействий.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. *Башева О.А.* Цифровой активизм как новый метод гражданской мобилизации // Научный результат. Социология и управление. 2020. Т. 6. № 1.
2. *Брега А.В.* Политический риск в сетевом обществе: новая конфигурация // Социально-гуманитарные знания. 2018. № 3.
3. *Володенков С.В.* Трансформация современных политических процессов в условиях цифровизации общества: ключевые сценарии // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. 2020. Т. 13. № 2.
4. «ВКонтакте» подвела итоги 2021 года: 72,5 млн пользователей в России и 1,2 млрд просмотров видео в день // www.cnews.ru/news/line/2022-03-03_vkontakte_podvela_itogi.
5. *Головенкин Е.Н.* Системный подход Дэвида Истона: опыт создания политической теории // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. 2015. № 5.
6. *Гришин О.Е., Атаев Т.Б.* Политическая видеореклама в Интернете как инструмент выражения политической позиции молодежи // Youth World Politic. 2013. № 2.

7. Засурский И.И. Реконструкция России. Масс-медиа и политика в 90-е годы. М.: Изд-во МГУ, 2001.
8. Ковшов М.А. Системный анализ сетевой политической коммуникации // Общество: политика, экономика, право. 2021. № 6 (95). DOI: 10.24158/пер.2021.6.4.
9. Тимофеева Л.Н. Новая социальность в информационной повестке: роль старых и новых медиа // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: История. Политология. Социология. 2020. № 2.
10. Goban-Klas T. Media i komunikowanie masowe: teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu. Warszawa-Kraków, 2002.
11. Eilders Ch. Von Links bis Rechts – Interpretation und Meinung in Pressekommentaren. In: Ch. Eilders / F. Neidhardt und B. Pfetsch (Hrsg.): Die Stimme der Medien. Pressekommentare und politische Öffentlichkeit in der Bundesrepublik. Opladen: Westdeutscher Verlag, 2004.
12. Pfetsch B. Zur Beobachtung und Beeinflussung öffentlicher Meinung in der Medien demokratie. Bausteine einer politikwissenschaftlichen Kommunikationsforschung. In: K. Rohe (Hrsg.): Politik und Demokratie in der Informationsgesellschaft. Baden-Baden: Nomos, 1997.
13. Swanson D.L., Mancini P. Politics, Media, and Modern Democracy: Introduction. In: D. Swanson / P. Mancini (Hrsg.): Politics, Media, and Modern Democracy. An International Study of Innovations in Electoral Campaigning and Their Consequences. Westport: Praeger Publishers, 1996.

A.S. POROSHINA

*Master student of the Faculty of Political Studies
of the Institute of Social Sciences, Russian Academy
of National Economy and Public Administration
under the President of the Russian Federation;
expert of ANO Academic Alliance,"
Moscow, Russia*

M.A. BURDA

*Candidate of Political Sciences, Associate Professor
of the Department of Political Science and Political
Management, Russian Academy of National Economy and Public
Administration under the President of the Russian Federation;
Director of ANO Academic Alliance,"
Moscow, Russia*

D.V. RAZUMOV

*Postgraduate student of the Department
of Public Policy and History of State and Law, Peoples' Friendship
University of Russia (RUDN University),
Moscow, Russia*

V.O. GRISHIN

*Student of the Faculty of History, Political Science
and Law, Moscow State Regional Pedagogical University,
Moscow, Russia*

SOCIAL MEDIA AS INSTRUMENTS OF POLITICAL COMMUNICATION

In the article, the authors analyze the practice of using social media (social networks) as an independent tool of political communication. The processes of communication of political actors are considered, the goals of communication and possible actions within the framework of implemented strategies and tools are analyzed. As a practical case, the authors analyze the Russian social network VKontakte.

Key words: *political communication, information policy, social media, social networks, digitalization, internet.*