

А.В. Сыченкова

Казанский национальный исследовательский технический университет им. А.Н. Туполева – КАИ
asychenkova@yandex.ru

ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЖИЗНИ РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН)

Аннотация

Интернет как новый интерактивный канал играет существенную роль во всех секторах массовой коммуникации, не избежал этого и политический сектор. Использование социальных медиа является главенствующим направлением развития политических коммуникаций. Республика Татарстан - один из лидеров России по информатизации и вовлечению населения в политический процесс посредством интернет-технологий. При этом основными участниками регионального политического процесса Интернет воспринимается преимущественно как дополнительный информационный ресурс.

Ключевые слова: интернет-коммуникация, социальные медиа, сайт, «электронное правительство».

Информационно-коммуникационные технологии открывают сегодня новые эффективные возможности коммуникации между гражданами, политическими институтами и властью. В России первые попытки использовать интернет-технологии в политике датируются 1993-1994 годами появлением первых официальных государственных сайтов, а затем и персональных сайтов ведущих российских политиков [7]. В настоящий момент политические интернет-коммуникации не теряют своей значимости, а лишь наоборот, становятся все более серьезным игроком на политической сцене.

Под политическими интернет-коммуникациями мы понимаем следующее определение: «коммуникационные процессы с участием основных субъектов регионального политического процесса» [2]. Имеются в виду интернет-коммуникации региональных отделений политических партий, органов государственной власти субъекта федерации, различных организаций гражданского общества. Несмотря

на то, что данная проблематика уже становилась объектом исследований российских ученых, включая ее региональные аспекты [2; 4], можно сказать, что благодаря чрезвычайно быстрому росту использования и появления новых информационно-цифровых технологий (ИКТ), а также несомненной региональной специфике, пока не представленной научными исследованиями, особенности политической коммуникации в республике Татарстан по-прежнему остаются актуальными для исследователя.

«В региональном сегменте Интернет-коммуникаций сложилось собственное, виртуальное политическое пространство, где основными коммуникаторами выступили ведущие политические силы регионов - органы государственной власти, политические партии, крупные общественно-политические объединения, средства массовой информации, информационно-аналитические агентства, политические лидеры, — и возрастающая количественно и качественно аудитория интернета» [2]. Варианты присутствия политических связей с общественностью в интернете: сайты политической партии, блока, политиков; электронная рассылка; форумы, online-конференции; чаты, интернет-рейтинги, электронные голосования; блоги, социальные сети, видеохостинги (YouTube).

Отдельное место в политической коммуникации занимает реализация принятой в январе 2002 года Федеральной Целевой Программы (ФЦП) «Электронная Россия (2002-2010 гг.)». Главными задачами стали: ускорение принятия решений путем введения электронного документооборота; перевод в электронную форму взаимодействия граждан с властью; сделать государственное и муниципальное управление открытым. Республика Татарстан включилась в реализацию этого проекта в числе первых, когда Министерство связи было преобразовано в Министерство информатизации и связи, а также принята программа «Электронный Татарстан 2005-2010 гг.». «Министр информатизации и связи РТ с 2005 по 2010 гг. Ф.М. Фазылзянов так определил его стратегию: «Техническая стратегия проекта должна обеспечить возможность предоставления государственных услуг через Интернет, мобильную связь, кабельное и цифровое телевидение, call-центры. В то же время электронный сервис не предполагает исключение персональных контактов, потребность в которых значительно снизится, но не отпадет полностью» [3, с. 73]. Данный проект стал составной ча-

стью Программы социально-экономического развития Республики Татарстан того же периода, определив курс на информатизацию как на стратегическую линию развития региона.

В 2007 году к системе электронного документооборота были подключены 42 организации, включая все министерства, около 2000 пользователей. Около 70% документов на тот момент в аппарате Правительства РТ рассматривались с помощью мобильных офисов. По данным Центра прикладной экономики на 1 мая 2010 года, Татарстан стал лидером по уровню внедрения электронного правительства в России. По словам министра информатизации и связи РТ Романа Шайхутдинова, на сайте государственных услуг Татарстана зарегистрировалось 24 процента населения республики [3, с. 74].

Сегодня государственные услуги в электронном виде жители Республики Татарстан получают через такие системы, как:

- инфомат, представляющий собой электронный терминал самообслуживания граждан;
- портал государственных услуг, где можно оформить документы и получить справочную информацию о деятельности органов власти, погасить штрафы за нарушение правил дорожного движения, оплатить услуги ЖКХ, внести госпошлины за регистрацию в органах ЗАГС, оплатить услуги связи и т.д., а также через мобильный портал. Для граждан Татарстана портал госуслуг РТ – это «цифровой хаб», в котором собран большой перечень услуг, не только государственных или муниципальных, но и социально значимых. Сейчас в Татарстане в электронный вид переведено свыше 220 услуг [8].

Одним из важных механизмов по взаимодействию государства и общества в Татарстане стала система «Народный контроль», запущенная в 2012 году. С ее помощью жители республики озвучивают социально значимые вопросы, которые требуют внимания властей. В 2013 году в «Народный контроль» поступило 19,7 тыс. уведомлений и 140,4 тыс. комментариев к ним, при этом также зафиксировано 70,2 тыс. оценок работы министерств, ведомств и муниципальных образований. В рамках проекта «Открытый Татарстан» созданы две новые площадки общественного обсуждения – «Народная экспертиза» и «Открытая информация». Доступ к ним открыт с Портала государственных услуг РТ. При помощи этих сервисов проводятся общественные обсуждения законопроектов и экспертное сопровождение планов закупок государ-

ственных структур и т.п. Площадка «Открытая информация» является местом для публикации открытых данных и отчетов для населения о деятельности министерств, ведомств и муниципальных образований РТ [3, с. 76]. Косвенным подтверждением успехов республики на поприще информатизации стало назначение Н. Никифорова (министр информатизации и связи Республики Татарстан в 2010 – 2012 гг., курировавший проект электронного правительства с 2005 года) министром связи и массовых коммуникаций РФ. По данным на 2012 год, степень проникновения интернета в республике была уже сравнима с московской: 62 процента домохозяйств имели доступ во всемирную сеть⁵.

Одной из главных сфер применения интернет-коммуникаций является электоральный процесс. Преимуществом их использования является обратная связь, ставшая столь редким явлением в политических связях с общественностью. Практически абсолютными лидерами по присутствию в «традиционном» медиапространстве, в первую очередь, телевизионном, являются представители партии власти. Тогда как интернет-пространство способно предоставить площадку и для размещения информации, и для осуществления коммуникации, вне зависимости от бюджета политической организации, ее ориентации, присутствия в органах власти. Согласно исследованиям, в России сеть интернет уже составляет серьезную конкуренцию традиционным средствам массовой информации. Телевидение — наиболее востребованный источник новостей, прежде всего для селян (67%), респондентов старше 45 лет (72-76%), а также россиян с начальным уровнем образования (74%). Если говорить о россиянах, активно пользующихся интернетом, то среди них получать информацию о ситуации в стране предпочитают 48%, а телевидение занимает второе место (40%). По уровню доверия в качестве источника информации интернет также занимает второе место (22%) после телевидения (60%) [6]. Традиционные печатные СМИ продолжают утрачивать свое влияние на аудиторию в качестве оперативного источника информации. Очевидно, что будущее остается за современными информационно-коммуникационными технологиями, т.к. молодежь, активно интересующаяся политикой, предпочитает интернет-коммуникацию.

⁵ URL: <https://lenta.ru/lib/14217798/#21>

Традиционными средствами продвижения политических партий, политических объединений, лидеров, деятелей являются сайты. Основная цель присутствия политической партии в сети заключается в позиционировании политической партии в информационном пространстве, поэтому структура и смысловые блоки сайтов понятны и просты, как правило, сходны. Любой партийный сайт содержит: основные партийные документы (устав, программу и пр.), перечень региональных отделений, правила вступления в партии, интерактивные сервисы для общения с избирателями. Региональные вкладки для Республики Татарстан имеются на сайте каждой зарегистрированной партии. По открытым счетчикам посещений в Республике лидируют региональное отделение партии «Единая Россия» <http://tatarstan.er.ru/> (на 1 месте за месяц с количеством посещений 2833 (51% из данного региона), Набережночелнинское местное отделение Партии «Единая Россия» <http://www.chelnyedinros.ru/> — 906 (34% из РТ), и Набережночелнинское отделение Партии «Коммунисты России» <http://kp4.su/> — 171 посещение за месяц, 22% из РТ.⁶

Можно отметить новшество избирательной кампании 2016 года — предварительное голосование по вопросу кандидатур возможных кандидатов на выборы в Госдуму от партии «Единая Россия». Сайт предоставляет информационную поддержку, начиная от процедуры регистрации потенциального кандидата, сведений о нем, его предложений и проектов, заканчивая расписанием планируемых встреч с населением⁷. Участник предварительного голосования Ирек Зиннуров: «Во время предварительного голосования кандидаты в депутаты Госдумы имеют хорошую возможность завоевать доверие своего избирателя. Эта площадка важна и для самой партии, поскольку позволяет увидеть своих потенциально новых лидеров, которых, может быть, до того не было заметно в ее рядах. Помимо этого, предварительное голосование дает хорошую площадку для независимых кандидатов, которые могут попробовать свои силы и узнать об избирательном округе и его проблемах».⁸ Возможно, ближе к единому дню предварительного

⁶ URL:

<http://www.liveinternet.ru/rating/ru/parties/#period=month;geo=ru/843;group=parties>

⁷ URL: <http://pg.er.ru/index/main/region/58/>

⁸ URL: <http://pg.er.ru/news/item/id/6613/>

го голосования 22 мая 2016 количество посещений сайта возрастет, но это пока только предположение. Организация и проведение предварительного голосования — это, несомненно, шаг в сторону расширения форм политического участия граждан, демократизации общественно-политической системы.

На сегодняшний день можно констатировать, российское телевидение – и прежде всего три государственных канала – обладает на сегодняшний день практически безраздельной монополией на формирование общественно-политической повестки внутри страны. Любые другие источники информации, в том числе в интернете, имеют несоизмеримо меньшие аудитории.⁹ Таким образом ситуация с политическими коммуникациями в интернете дублирует общую картину, в частности несомненное лидерство по количеству и качеству присутствия в сети политических деятелей от «Единой России».

Главенствующим направлением развития политических коммуникаций является использование социальных медиа. В современных реалиях ни один уважающий себя политический кандидат не может игнорировать социальные сети. Блогер-аналитик Клей Шоссоу (Clay Schossow) считает, что политику абсолютно необходимо присутствовать в сетях «большой четверки»: Facebook, Twitter, YouTube, Flickr. Являясь самыми популярными и быстрорастущими в мире сетями, они представляют четыре различных пути публикации информации и соединения с избирателями:

- Facebook носит комплексный характер и позволяет размещать фотографии, добавлять видео, отправлять подробные массовые сообщения, публично взаимодействовать на стенах, и многое другое. Площадки «Facebook», «Живой Журнал», «ВКонтакте» играют роль своего рода «дискуссионного клуба».

- Twitter превосходит в обновлении событий, размещении новостей.

- YouTube является видеоканалом.

- Flickr следует использовать для публикации агитационных фотографий. С более чем 4 миллиардами изображений и более 30 миллионов посетителей в месяц, это важный коммуникационный инстру-

⁹ URL: <http://www.levada.ru/2014/07/08/rossijskij-media-landshaft-televidenie-pressa-internet-3/>

мент для использования в политической кампании [7, с. 340]. Правда, американский политолог исходит из привязанностей своей аудитории.

В России в апреле 2015 года по активности пользователей на первом месте оказались соцсети, затем идут Twitter, видеосервисы, блоги, форумы, сайты с отзывами, новости и комментарии к новостям. Согласно исследованию, «ВКонтакте» остается самым популярным соцмедиа с аудиторией в 53,6 млн. человек (от 12 до 64 лет) в марте 2015 года. Следом идут «Одноклассники» – 38,75 млн. человек, Facebook – 24,5 млн. человек, «Мой мир» – 23,7 млн. пользователей, LiveJournal – 16,4 млн. человек. Instagram насчитывает 10,7 млн. активных пользователей, а Twitter – 7,4 млн. человек [1].

Среди аудитории социальной сети больше женщин – 58,1%. Большинству пользователей «ВКонтакте» от 18 до 24 лет – 35,3% всей аудитории. Отметим, что из представленных социальных сетей самая популярная в Республике Татарстан — «ВКонтакте» (3 место по России, 20,21 % от населения региона [1]), по остальным соц. сетям республика не вошла в Топ-10 по регионам России.

Движение в сторону активного использования социальных медиа республиканскими политиками началось с подключения президента РТ Р.Н. Минниханова к Twitter (<https://twitter.com/RusMinnikhanov>), причем это сделала Т.Канделаки во время своего визита в РТ в феврале 2011 года. Ранее руководитель пресс-службы Андрей Кузьмин говорил, что «президенту некогда этим заниматься»¹⁰. Поэтому личные аккаунты у республиканского истеблишмента практически отсутствовали, за исключением Н. Никифорова, который активно занимался пропагандой информатизации республики. Однако озвученный тренд телеведущей Тиной Канделаки, что «тот, кто не пользуется твиттером, просто отстает», в итоге привел к пересмотру существующего отношения. Рустам Минниханов зарегистрировался в Instagram 15 марта 2013 ([rusminnikhanov](https://www.instagram.com/rusminnikhanov)), а в преддверии осенних выборов президента 2015 года зарегистрировался в самой популярной в РТ соцсети «ВКонтакте». Ранее в этой соцсети зарегистрировались чиновники Набережных Челнов, включая мэра Наиля Магдеева¹¹. Президент Татарстана отметил, что присутствие чиновников в социальных сетях не

¹⁰ URL: <http://info.tatcenter.ru/article/97372/>

¹¹URL: http://www.ng.ru/regions/2015-08-06/5_tatarstan.html

бывает комфортным. «Как бы вы себя чувствовали, если бы каждую минуту вас обвиняли, оскорбляли? Вот и нам не комфортно так работать», — заявил Минниханов. Всем недовольным он порекомендовал отправлять жалобы в «Народный контроль». Вместе с тем глава республики признался, что через социальные сети поступают и важные замечания.¹² Следует отметить, что в целом контент ресурсов политика не отличается от контента среднестатистического пользователя: фото природа, Казани, как правило, без подписи, совсем немного селфи с известными людьми, поэтому сказать, что эти аккаунты являются важнейшими средствами политической агитации, будет преувеличением.

Присутствие в социальных сетях официальных аккаунтов республиканских отделений политических партий весьма незначительно. Например, группа в «Одноклассниках» «Справедливый Татарстан» (дата создания: 16 июля 2015, 3068 участников), аккаунт в «Твиттере» регионального отделения партии «Яблоко» [@tat_yabloko](#) (дата регистрации: октябрь 2012, 262 читателя, 147 твитов). На наш взгляд, это и отражение общей тенденции превалирования телевизионной повестки дня, и того факта, что социальные сети в большей степени персонализированы, поэтому продвижение персоны, политического деятеля нам представляется более перспективным направлением развития политической интернет-коммуникации в соцсетях.

Таким образом, согласимся с выводами ряда политологов (Г.Л. Аكوпова, А.А. Чеснакова и др.) [5, с. 156-157], что интернет не изменил в корне политическую коммуникацию, как на это рассчитывали в середине 1990-х гг., а скорее привнес новые формы, жанры, условия и модели поведения участников политического процесса. Основными участниками регионального политического процесса интернет воспринимается преимущественно как дополнительный информационный ресурс. Вместе с тем, нельзя отрицать, что новые технологии приводят к постепенному формированию нового стиля общественных отношений, если и не основанному на подлинном диалоге гражданского общества и власти, то, по крайней мере, стремящегося к нему.

¹² URL:

http://echo.fm16.ru/left_section2/novosti/novosti/rustam_minnihanov_pozhalovalsya_na_nedobrozhelatelej_v_socialnyh_setyah

Литература

1. Brand Analytics: Российская аудитория социальных сетей весной 2015 года // adindex.ru [Электронный ресурс]. URL: <http://adindex.ru/news/researches/2015/05/25/123830.phtml> (дата обращения: 13.05.2016).
2. Алексеев Ю.М. Особенности политической Интернет-коммуникации: региональный аспект: автореф. дис. ...канд. полит. наук. Саратов, 2010. [Электронный ресурс]. URL: <http://cheloveknauka.com/osobennosti-politicheskoy-internet-kommunikatsii-regionalnyy-aspekt#ixzz476LGgj4r> (дата обращения: 10.09.2016).
3. Вагапова И.Д. Электронное правительство как эффективный инструмент взаимодействия государства и общества // ТРУДЫ SORUCOM-2014. Третья Международная конференция Развитие вычислительной техники и ее программного обеспечения в России и странах бывшего СССР: история и перспективы 2014.
4. Михайлова А.М. Политическая интернет-коммуникация в современном региональном пространстве (на материалах Республики Бурятия): дис. ... канд. полит. наук. Улан-Удэ, 2007.
5. Морозова О.Н. Политическая интернет-коммуникация: ее роль, функции и формы // Политическая лингвистика. 2011. №1(35).
6. Онлайн и офлайн: откуда получают информацию россияне // ВЦИОМ. [Электронный ресурс]. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=114345> (дата обращения: 15.04.2014).
7. Сыченкова А.В., Вахрушева Д.И. Интернет-технологии в политической жизни современной России // ТРУДЫ SORUCOM-2014. Третья Международная конференция Развитие вычислительной техники и ее программного обеспечения в России и странах бывшего СССР: история и перспективы 2014. С. 339-341.
8. Электронное правительство Республики Татарстан // Открытое правительство. [Электронный ресурс]. URL: <http://open.gov.ru/events/5514917/> (дата обращения: 15.04.2014).

Sychenkova Anna V.

Kazan National Research Technical University n. a. A. N. Tupolev -
KAI

**Internet-Based Technologies in the Political life of the Region
(on the Example of the Republic of Tatarstan)**

Abstract

Internet as a completely new interactive channel plays a significant role in the political sector of the mass media. Using social media is a dominant direction of political communication development. The Republic of Tatarstan is one of Russia's leaders in the process of informatization and public involvement in the political process by internet technologies. The major participants in the regional political process view the Internet only as a source of information.

Key words: Internet communication, social media, site, «e-government».