

15. СОЦИОЛОГИЯ (ГЕНДЕРНАЯ СОЦИОЛОГИЯ, ЭКОСОЦИОЛОГИЯ И ДР.)

Москвитина Анжелика Васильевна

студентка 2 курса

ФГАОУ Северо-Восточный Федеральный Университет им. М.К. Аммосова

г. Якутск, Республика Саха (Якутия)

ИНТЕРНЕТ КАК СРЕДСТВО ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

Аннотация: в статье рассматриваются вопросы использования информационно-коммуникационных технологий в политической сфере. Автор статьи провел социологическое исследование посредством интервью. Сделана попытка анализа полученных результатов. Автор статьи отмечает возрастающий интерес к информационным площадкам в политической коммуникации.

Ключевые слова: информационно-коммуникационные технологии, Интернет, политическая сфера, политическая коммуникация.

Сегодня победить в борьбе за власть, не имея доступа к традиционным (электронным и печатным) СМИ, невозможно. Однако опыт избирательных кампаний на Западе и в России показал, что есть и новый способ оказывать влияние на умы электората – через сеть Интернет. Этот способ имеет ряд преимуществ, главными среди которых являются легкость и практическая мгновенность опубликования любой информации, отсутствие пространственно-временных границ взаимодействия, возможность формировать вокруг темы или проблемы группу единомышленников, и быструю связь для мониторинга ситуации. Удельный вес виртуальной информационной составляющей в политике сегодня имеет устойчивую тенденцию к возрастанию.

В данной работе рассматривается политическая коммуникация в Интернет-пространстве. Цель работы – выявить последствия проникновения Интернета в политическую коммуникацию.

В процессе достижения поставленной цели решается ряд задач:

- 1) рассмотреть основные этапы привлечения Интернета для достижения политических целей;
- 2) выявить преимущества использования сети в политической сфере общества;
- 3) рассмотреть формы политического участия горожан посредством Интернет-технологий;
- 4) проанализировать латентные функции политической Интернет-коммуникации.

Метод сбора данных – интервью. Было опрошено двое сотрудников, работающих по месту прохождения практики: Степанова Майя Ивановна – кандидат социологических наук; заместитель руководителя управления информационно-аналитического обеспечения деятельности органов государственной власти и Копылов Алексей Тимофеевич – руководитель отдела организации социологического мониторинга.

На первый вопрос «Здравствуйте, считаете ли вы себя активным пользователем интернета?» оба респондента ответили, что считают себя активными пользователями интернета.

На второй вопрос «Какими интернет ресурсами вы пользуетесь чаще всего?» респондент №1 ответил, что по работе ему приходится посещать все новостные республиканские интернет-порталы: ysia.ru, sakhalife.ru, sakhanews.ru, yakutia24.ru, news.ykt.ru и т.д. Для других целей наиболее востребованы для меня – google и mail.ru. Респондент №2 в основном использует google, yandex, то есть, поисковики.

На третий вопрос «Можно ли назвать онлайн газеты одним из способов взаимодействия политических партий с горожанами?» респондент №1 ответил, что онлайн газеты в нашей республике нельзя назвать одним из способов взаимодействия политических партий с горожанами в виду отсутствия партийных онлайн-газет. Есть порталы республиканских отделений партий (Единой России и КПРФ), но маловероятно, что они у них высокая посещаемость. Респондент №2

считает, что определенно да, правда, механизм подобного взаимодействия не полностью выработан.

На четвертый вопрос «Можно ли сказать, что внедрение интернета в инструментарий политиков является эффективным способом информирования и взаимодействия с гражданами?» респондент №1 ответил, что конечно, в современных условиях интернет является одним из эффективных способов коммуникации политических деятелей с населением. Тем более интернет добирается и до отдаленных уголков республики. Респондент №2 считает, что, традиционные печатные издания все еще пользуются большей популярностью и доверием среди всех категорий граждан кроме молодежи.

На пятый вопрос «Какова популярность местной прессы в сравнении с сетевыми ресурсами?» респондент №1 ответил, что если брать городское население, то, по его мнению, более популярны интернет-издания, чем периодическая печать. Преимущества – в первую очередь, оперативность информации, далее мобильность, удобство. Среди сельского населения лидирует больше местная пресса. Респондент №2 считает, политики и граждане до сих пор используют онлайн издания по старым технологиям наподобие печатных изданий, не обеспечивая диалога.

На шестой вопрос «Замечаете ли вы какую-нибудь тенденцию в коммуникации правительства или политических партий с гражданами посредством интернета?» респондент №1 ответил, что в качестве тенденций можно назвать персонификацию власти, то есть стало больше появляться личных блогов политиков, общественных деятелей, членов правительства. Они становятся более открытыми для населения. Респондент №2 ответил, конечно же, со временем все это для политиков может перейти из разряда монолога в диалог с гражданами.

На седьмой вопрос «Есть ли вероятность развития новых, более современных и эргономичных средств коммуникаций?» респондент №1 ответил, что на этот вопрос пока трудно дать комментарии. На его взгляд, сейчас будет бурно развиваться мобильный Интернет. А так, прогресс не стоит на месте. Респондент №2 считает, что, в общем, то пока нет.

На последний, восьмой вопрос «Что вы можете посоветовать для улучшения взаимодействия между политиками, представителями власти и обычными горожанами?» респондент №1 ответил, что совет один – «будьте более открытыми для диалога, блоги в форме монолога, статей неинтересны». Надо дискутировать, общаться, уметь выслушивать. Респондент №2 считает, разве что можно посоветовать воспользоваться возможностями печати комментариев и оценки статей в разговоре с населением, добавить немного интерактивности во все это.

Результаты социологического исследования на тему: «Интернет как средство политической коммуникации» дали возможность сформулировать следующие рекомендации:

1. Интернет как средство политической коммуникации приобретает все большее распространение в современном мире. Республиканским политическим деятелям необходимо понимать, что установление и поддержание постоянных связей с обществом наиболее доступно именно через Интернет-ресурсы. Сильные стороны – оперативность, возможность быстрого реагирования.

2. Политические коммуникации не должны носить только агитационный, односторонний характер, большую востребованность представляют интернет-площадки для дискутирования, общения, диалога с электоратом. В этом случае Интернет может стать эффективным инструментом решения проблем.

3. Наиболее удобный формат для коммуницирования – это интернет площадки по темам на местных сетевых ресурсах, странички в социальных сетях.

4. На данный момент нельзя сводить взаимодействие политиков и общества только к интернет-технологиям. В сельской местности, среди старшего поколения большее влияние сохраняет периодическая печать.