



**АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ
СОЦИАЛЬНЫХ
КОММУНИКАЦИЙ
ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ**
Сборник научных статей

Current Trends of Social
Communications:
History and Contemporaneity
Collected articles

**Ижевск
2017**

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФГБОУ ВО «УДМУРТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

The Russian Federation Ministry of Education and Science
Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education
“Udmurt State University”
Institute of Social Communications

**АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ
СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ:
ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ**

Сборник научных статей

Current Trends of Social Communications:
History and Contemporaneity
Collected articles



ИЖЕВСК
Izhevsk
2017

УДК 3:001.12
ББК 60я43
А 437

Журнал включен
в реферативную базу РИНЦ

Научный редактор:
доктор исторических наук, профессор Г.В. Мерзлякова.

Редакционная коллегия: к. и. н., доцент Л. В. Баталова,
к. и. н., доцент С. А. Даньшина,
зам. дир. по международным связям Н. А. Кононова,
к.п.н., доцент Е. И. Михалёва (ответственный редактор).

А 437 Актуальные тенденции социальных коммуникаций: история и современность. Сборник научных статей. (Материалы Международной научно-практической конференции «Актуальные тенденции социальных коммуникаций: история и современность», 30 октября 2017 г., Ижевск) / Под. ред. Г. В. Мерзляковой, Л. В. Баталовой, С. А. Даньшиной, Н. А. Кононовой, Е. И. Михалёвой – Ижевск: Издательский центр «Удмуртский университет», 2017. – 320 с.

ISBN 978-5-4312-0535-4

В сборнике представлены статьи посвященные исследованиям социально-коммуникативных процессов, развитию медиакоммуникаций, изучению инновационных возможностей регионального туризма.

Данный сборник предназначен для исследователей в области гуманитарных наук, а также для специалистов, интересующихся различными аспектами практической деятельности и современными технологиями в области интернет-пространства, организации деятельности в области рекламы, связей с общественностью, туризма и молодежной политики. Материалы сборника могут быть использованы студентами, магистрантами и преподавателями в учебном процессе.

В сборнике представлены статьи ученых и преподавателей из г. Кирова, Москвы, Нью - Йорка, Парижа, Томска, Ярославля и др.

УДК 3:001.12
ББК 60я43
А 437

ISBN 978-5-4312-0535-4

© Удмуртский государственный университет, 2017
© Авторы статей, 2017
6© Г. В. Мерзлякова, Л. В. Баталова, С. А. Даньшина,
Н. А. Кононова, Т. В. Овсянникова состав, 2017

УДК 32:316.325:004

Ерохина Людмила Николаевна
кандидат исторических наук,
доцент кафедры истории,
теории и практики социальных коммуникаций
Удмуртский государственный университет
Россия, г. Ижевск
erochin@yandex.ru

Erokhina Liudmila N.
Udmurt State University
Russia, Izhevsk

Ерохин Александр Владимирович
доктор филологических наук,
зав. кафедрой издательского дела и книговеде-
ния
Удмуртский государственный университет
Россия, г. Ижевск
erochin@yandex.ru

Erokhin Aleksandr V.
Udmurt State University
Russia, Izhevsk

СПОСОБЫ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ДЕПУТАТОВ ВЫСШЕЙ ЗАКОНОДАТЕЛЬНОЙ ВЛАСТИ РОССИИ В ГЕРМАНИИ В ИНТЕРНЕТЕ

THE WAYS OF REPRESENTING RUSSIAN AND GERMAN PARLIAMENTARIANS IN THE INTERNET

Аннотация

В работе проводится сравнение моделей политической коммуникации, используемых в рамках федеральных политических систем – Федеративной Республики Германии и Российской Федерации. За основу для анализа взяты формы электронной репрезентации членов Госдумы РФ и Бундестага от Удмуртии и земли Саар. Были рассмотрены официальные сайты Госдумы РФ и Бундестага ФРГ, а также персональные сайты и страницы депутатов в Фейсбуке. Была выявлена общая структура онлайн-репрезентации двух национальных парламентов. Показано, что имидж германского Бундестага в большей мере конструируется посредством индивидуальных историй и образов парламентариев, чем за счет создания коллективной партийной идентичности в Госдуме РФ. Сделан общий вывод о том, что российский тип электронной политической коммуникации тяготеет к корпоративному представительскому типу. Бундестаг воплощает иной, коммунальный, территориальный тип информационной культуры, в котором региональные связи и интересы выражены гораздо интенсивнее. Таким образом, политическая и информационная культура федерализма в значительной мере зависит от национальных культурных особенностей, которые, несмотря на динамику истории, проявляют себя в базовых условиях демократической политической коммуникации.

Ключевые слова: политическая коммуникация, федерализм, парламент, законодательная власть, электронное представительство в сети.

Abstract

The paper draws a comparison between two models of political communication within the framework of federalist political systems of the Federal Republic of Germany and the Russian Federation. The study is based upon the electronic representational means of the parliamentarians of the Udmurt Republic and the Saarland. The official sites of the State Duma and the Bundestag as well as websites and social media (Facebook) pages of deputies are taken into consideration. It is shown that the image of the German Bundestag is constructed more through personal stories and images of parliamentarians than through making a collective party identity in the State Duma of the

Russian Federation. It is concluded that the electronic political communication in Russia leans toward a corporate representative mode. On the contrary, the Bundestag embodies another – a communal and territorial – type of informational culture where regional ties and interests are displayed more intensively.

Keywords: political communication, federalism, parliament, legislative power, electronic network representation.

Широкое использование сети Интернет в политических целях началось во второй половине девяностых годов XX века, хотя проникновение электронных сетевых технологий в сферу партийной политики в США отмечается экспертами с середины восьмидесятых годов прошлого столетия [3, pp. 6–7]. Первым американским политиком, создавшим собственный сайт во время избирательной кампании 1994 г., считается представительница Демократической партии Дайэнн Файнстайн. В следующем году сенатор-демократ от штата Массачусетс Эдвард (Тед) Кеннеди стал первым действующим сенатором, установившим персональный официальный веб-сайт [3, pp. 10–13]. Но институционализация политического Интернета фактически произошла в США во время выборов президента в 1996 г. и выборов в Конгресс в 1998 г. [3, pp. 10–13]. В Российской Федерации Интернет-технологии стали активно применяться в избирательных кампаниях в 1999–2000 гг. Именно в это время, как пишут Ю. Н. Дорожкин и Н. В. Соленикова, «практически все крупные политические партии прибегли к созданию своих интернет-представительств, стали появляться сайты крупных политиков и существенно обновляться уже существующие информационные ресурсы» [2, с. 32].

За прошедшие с этого времени годы Интернет серьезно укрепился в политической структуре современных обществ, превратившись в один из важных факторов политической репрезентации и коммуникации. В России Интернет сегодня утвердился во всех областях поли-

тической жизни, став, в том числе, новым вектором коммуникативной активности российской власти. По мнению Ю. М. Алексеева, ссылающегося при этом на голландских исследователей Й. Бордвика и Б. ван Кама, в России в рамках государственной Интернет-коммуникации получили развитие, пусть и в разной мере, четыре модели движения информации: вещательная, консультативная, регистрационная и диалоговая [1, с. 51]. По мнению Алексеева, рассматривавшего модели государственной Интернет-коммуникации на примере Саратовской области, «региональными органами государственной власти используется главным образом вещательно-консультативная модель Интернет-коммуникации, обеспечивающая дополнительную информационную открытость их действий. При этом отсутствуют полноценные диалоговые формы коммуникации, делающие возможным взаимодействие власти и общества, вовлечение граждан в процесс принятия политических решений. На практике наблюдается только имитация двустороннего взаимодействия, подкрепляемая по сути псевдиалоговыми технологиями» [1, с. 54].

Несмотря на то, что со времени написания данной статьи Алексеева (2010) прошло довольно много времени, мы считаем, что ее выводы применимы и к сегодняшнему времени, и не только к региональным, но и к федеральным органам власти, в частности, к модели политической Интернет-коммуникации, используемой

одним из высших органов законодательной власти нашей страны, – Государственной Думой Российской Федерации. При этом специфику информационной работы Госдумы РФ мы рассматриваем, во-первых, на примере различных способов репрезентации ее депутатов в сети Интернет и, во-вторых, в сравнении с аналогичными структурами Бундестага Федеративной Республики Германии.

Сразу отметим, что подобный подход выявил многофункциональность и комплексность политической репрезентации в Интернете, и не только в силу наличия отмеченных выше четырех моделей распространения информации. Сложность политической коммуникации в Интернете обусловлена также спецификой избирательных циклов в различных странах и, в конечном итоге, фактором различных национальных политических традиций. В последнем случае, например, немаловажную роль играет баланс между партийной принадлежностью депутата, его региональным происхождением и личным гражданско-политическим профилем в сети Интернет. Этот баланс во многом определяется политической культурой той или другой страны. Не менее значимо соотношение между публичной, сетевой «прозрачностью» парламента и его авторитетностью как института государственной власти. Это соотношение также не в последнюю очередь зависит от национальных политических традиций, отдающих предпочтение активному публичному диалогу или же сохранению «лица» политического института.

Выбор Государственной Думы Российской Федерации и Бундестага Федеративной Республики Германии в качестве объекта для сравнительного анализа законодательных культур двух стран и представительства законодательной власти в сети Интернет продиктован, соответственно,

изложенными выше соображениями. С одной стороны, наш выбор основан на ряде очевидных историко-политических параллелей. С точки зрения политической системы оба государства основаны на демократических и федеративных принципах управления. В то же время, демократические традиции как в России, так и в Германии относительно молоды и прошли непростой, драматический путь становления, особенно в XX веке.

С другой стороны, параллели сопровождаются расхождениями. Так, избирательные процессы в России и Германии протекают несинхронно. Если в Российской Федерации Госдума избирается на пять лет, то Бундестаг в Германии – на четыре года. Последние выборы в ГД РФ проводились в сентябре 2016 г., тогда как новые выборы в Бундестаг проведены в сентябре 2017 г. В этой связи в информационном поле Госдумы наблюдается определенное «затишье», в отличие от Германии, где в сентябре 2017 г. отзвучала новая избирательная кампания. Немаловажно также, что Интернет-ресурсы, находящиеся в распоряжении законодательных органов двух стран, отличаются не только по стадиям их работы, но и в плане общей парламентской политической культуры.

Для дальнейшего уточнения наших предположений относительно культурных различий в структуре онлайн-представительства Госдумы и Бундестага мы обратились к анализу официальных сайтов Госдумы РФ (<http://www.duma.gov.ru/>) и Бундестага ФРГ (<http://www.bundestag.de/>), а также к персональным депутатским сайтам и страницам в Фейсбуке. В силу большого количества представленных на сайтах информационных материалов и персоналий мы ограничи-

лись рассмотрением страничек депутатов ГД РФ от Удмуртской Республики (7 человек) и депутатов Бундестага от федеральной земли Саар (10 человек в новом, расширенном до 709 человек составе немецкого парламента). Как Удмуртская Республика, так и Саар являются территориями с развитым промышленным комплексом с относительно небольшим количеством представителей в органах законодательной власти.

Предварительно кратко охарактеризуем общую структуру онлайн-репрезентации двух национальных парламентов.

Если посетить официальный сайт Госдумы РФ (<http://www.duma.gov.ru/>), то можно констатировать, что народные избранники в данном случае весьма неэффективно используют возможности рунета. Несмотря на то, что у каждого депутата есть своя персональная страница, дизайн ее выполнен в подчеркнуто формальной, бюрократической манере. Фото всех депутатов без исключения отличаются минимальным форматом, напоминающим своим официальным ракурсом фотографии на паспорт. По своей структуре страница депутата выглядит как визитная карточка с минимумом информации. Эта информация содержит сведения о партийной, региональной принадлежности и высшем образовании думцев. Обязательно приводятся номера избирательного округа, дата начала депутатских полномочий и сведения о доходах и имуществе депутата. Обеспечен переход на страницы фракций, а также на страницы комитетов Госдумы, в которых работает депутат. Страница также содержит формальное указание на связь с региональными избирателями. Наконец, официальная «визитная карточка» думца включает ссылки на его выступле-

ния, законопроекты и голосования. Но опций общения с избирателями на странице нет.

Из нашего описания можно заметить, что дизайн депутатских страниц Государственной Думы не отличается дружелюбностью по отношению к пользователям, в том числе молодым. Сведения даны предельно сжато и в однообразном формате, к тому же часть информации – например, о региональной принадлежности – неоправданно дублируется, причем реальная обратная связь здесь полностью отсутствует.

Кроме официального сайта с индивидуальными страницами, встречаются индивидуальные сайты депутатов. Но доступа к ним через сайт Госдумы нет. Госдума и ее депутаты также представлены в соцсетях («ВКонтакте»; «Одноклассники»; «Твиттер»; «Фейсбук»; «Инстаграм»). При этом найти выход на эти аккаунты с официального сайта Госдумы достаточно сложно: ссылка находится в нижнем колонтитуле, в разделе контактной информации о Госдуме, среди сведений о сайте, то есть там, куда простой пользователь обычно не заглядывает. Указанные аккаунты выполнены в свободном и демократичном стиле, присущем социальным сетям в целом. Они, в частности, содержат более подробную биографическую информацию о депутатах. Так, страница Госдумы в Фейсбуке (<https://www.facebook.com/dumagov/>) регулярно публикует поздравления с днем рождения депутатов, а также фото- и видеоотчеты об их поездках по стране. Помимо этого, на странице в Фейсбуке можно познакомиться с профилями депутатов из различных избирательных округов (группа «Депутаты на связи»). Первым округом, представляющим бо-

лее индивидуализированные портреты депутатов, стал Дальневосточный избирательный округ. За ним последовали Сибирский федеральный округ с 11 парламентариями и Уральский федеральный округ с восемью депутатами, имеющими страницы в Фейсбуке. При этом необходимо отметить, что соответствующий поиск депутатов по региональной принадлежности на официальном сайте Госдумы также несколько затруднен: народных избранников значительно легче искать по партийным фракциям, чем по региону выборов. К тому же состав депутатов упомянутых избирательных округов на сайте Госдумы и в Фейсбуке различается: не все думцы, представляющие названные регионы, вошли в группу «Депутаты на связи» в Фейсбуке.

Мы видим, что на сайте Государственной Думы Российской Федерации представлен минимум личной и деловой, профессиональной информации о депутатах. На первый план выдвинуты законодательные и представительские функции думцев, причем в отрыве от интерактивной обратной связи с избирателями. Преимущество отдано партийной принадлежности парламентариев в ущерб их региональной аффилиации. Проведена разграничительная линия между депутатом как политической, публичной фигурой и его частной (личной и деловой) жизнью. Ощутимы также попытки сделать фигуру депутата Госдумы «прозрачной» с точки зрения административно-юридической. Отсюда – специфическая информация об имущественных делах думца, призванная подчеркнуть легальный характер его профессиональной деятельности. На деле же подобные старания, на наш взгляд, лишь усиливают отчуждение высшей законо-

дательной власти от избирателей, превращая ее представителей в партийных функционеров и бюрократов. Нередко информация об имущественном положении парламентария содержит сведения об их сверхдоходах, что представляется не совсем уместным на фоне скромной средней зарплаты в российских регионах.

Описанные нами «визитные карточки» думцев не работают в режиме актуального времени и актуальных событий. Поэтому возникает насущная необходимость в социальных сетях, которые берут на себя функцию дневников и журналов, профилирующих приватные акции депутатов, их реальную, конкретную работу с людьми. В случае Государственной Думы Российской Федерации можно говорить о своеобразном комплексном информационном явлении, сочетающем общие законодательные и представительские функции (официальный сайт Госдумы) с практическими приложениями (индивидуальные сайты депутатов, страницы и блоги в соцсетях). Проблема, на наш взгляд, заключается в том, что эта связь между функциями репрезентации и «реальной политики» выстроена очень слабо и пользователи не замечают ее в информационном пространстве Интернета.

Что касается Бундестага Федеративной Республики Германии, то его сайт рассчитан на пользователей как Интернета, так и мобильных телефонов: содержательный блок построен из нескольких крупных элементов, в которых преобладает визуальная информация. От иллюстраций и кратких комментариев к ним по интерактивной ссылке можно перейти к более развернутому аналитическому материалу.

В целом сайт Бундестага значительно более персонифицирован, чем соответствующий сайт Госдумы. Так, од-

ним из первых обновлений сайта после сентябрьских выборов 2017 года стали биографии новых членов Бундестага. В большинстве случаев эти биографии сопровождаются крупноформатными фотопортретами политиков. Кроме того, другие материалы сайта Бундестага также предоставляют подробную информацию об отдельных парламентариях. Особенно много индивидуальных (и при этом обязательно позитивных) характеристик содержал раздел «Прощание с Бундестагом», посвященный депутатам, покинувшему немецкий парламент в 2017 году.

Посещение страницы немецкого Бундестага в сети также оставляет ощущение исторической преемственности, «вписанности» парламента в историю своей страны. Это достигается за счет постоянно обновляемой вкладки «История», в которой, в частности, в формате календаря рассказывается о различных днях в истории Германии и Бундестага. В целом можно констатировать, что имидж германского Бундестага в большей мере конструируется посредством индивидуальных историй и образов парламентариев, чем за счет создания коллективной партийной идентичности, как в случае с Госдумой РФ. В результате подобной комбинации индивидуальных образов, партийных и региональных групповых идентичностей и исторической перспективы создается имидж национально-государственного единства Германии: избранный ракурс построения позволяет видеть в парламентариях прежде всего представителей всей страны, а не ее отдельных регионов или партийных фракций. На этот имидж частично работают и ссылки на профили немецких депутатов в Интернете (страницы в социальных сетях, персональные сайты), к которым

достаточно легко перейти с официальной страницы Бундестага.

Обращает на себя внимание слабая активность Бундестага как единой политической структуры в социальных сетях (в частности, в Фейсбуке). Страница Бундестага в Фейсбуке существует, но на сегодняшний день фактически не поддерживается. Это составляет разительный контраст не только с соответствующим аккаунтом Госдумы в Фейсбуке, но и с регулярно обновляющимися личными страницами немецких парламентариев в том же Фейсбуке.

Обратимся к региональной составляющей онлайн-представительства Госдумы и Бундестага. Как уже говорилось, мы остановили выбор на сравнении депутатских групп от Удмуртской Республики (7 человек) и федеральной земли Саар (10 человек в новом составе немецкого парламента).

Напомним, что депутатские странички на официальном сайте ГД РФ выполнены в едином, типовом, бюрократическом стиле. То же самое можно сказать и об индивидуальных страницах немецких парламентариев на сайте Бундестага. Наряду с фотографией (более крупного формата, чем в Госдуме), эта страница включает указание на партийную принадлежность депутата, его парламентские функции, биографию (гораздо более подробную, чем у депутатов Госдумы), речи и голосования в Бундестаге, информацию о его доходе и имуществе. Все эти сведения мы можем найти и на официальных страницах российских депутатов. В то же время, страница немецкого парламентария содержит дополнительные опции – карту избирательного округа, от которого был избран депутат, и ссылки на профили в Интернете. «Визитная

карточка» немецкого парламентария не содержит опции «Законопроекты депутата», имеющейся на сайте Госдумы. Также не ведется количественный подсчет речей депутатов Бундестага.

На коллективной странице Госдумы депутаты от Удмуртии практически отсутствуют. Что касается индивидуальных аккаунтов в Фейсбуке, то активнее всего поддерживаются страницы депутатов, избранных непосредственно от Удмуртской Республики (В. В. Бузилова и А. Е. Загребина), а также парламентариев, избранных по партийным спискам и имеющих при этом солидный опыт публичной управленческой работы. Это, прежде всего, относится к И. В. Сапко («Единая Россия»), бывшему Главе города Перми. Также представлен в Фейсбуке юрист И. К. Сухарев (ЛДПР), но его страница не обновлялась с июня 2017 года. В то же время не имеет личного аккаунта челябинский предприниматель-миллионер В. В. Белоусов, представляющий в Госдуме в том числе и Удмуртскую Республику по партийному списку «Справедливой России». Непросто найти страницу в Фейсбуке депутата от «Единой России» А. Б. Василенко, связанного с нефтяным бизнесом и наукой: его аккаунт доступен опосредованно, через галерею фотопортретов друзей И. В. Сапко. Наконец, отсутствует своя страница в Фейсбуке у А. К. Исаева, также прошедшего по партийному списку «Единой России» от Удмуртской Республики. В то же время, в отличие от остальных депутатов от Удмуртии, у А. К. Исаева есть свой личный сайт – <http://www.isaev.info/>.

Как уже говорилось выше, коллективная идентичность Бундестага в Фейсбуке практически не поддерживается. Вместо этого работают прямые ссылки

с сайта Бундестага на индивидуальные сайты парламентариев или их страницы в соцсетях (как правило, Фейсбук или Твиттер). Среди десяти избранных в 2017 году в Бундестаг депутатов от земли Саар полное представительство в сети (сайт плюс две страницы с соцсетях) имеют только четверо. Это Глава канцелярии федерального канцлера Германии Петер Альтмайер (альянс ХДС/ХСС), два парламентария от СДПГ и один член партии «Зеленых». Сайт и страницу в Фейсбуке имеет одна представительница СДПГ. Два депутата от ХДС/ХСС имеют только собственные сайты. Наконец, три парламентария от Свободной демократической партии, партии «Левых» и «Альтернативы для Германии» никак не заявлены в Интернете. Можно отметить, что по активности присутствия в Интернете лидируют две главные политические силы Германии – ХДС/ХСС и СДПГ, причем в данном случае первенство на стороне оппозиционной Социал-демократической партии Германии. Из четырех наиболее онлайн-активных парламентариев трое были переизбраны и, соответственно, «унаследовали» свое представительство в Интернете от предыдущего созыва Бундестага. Интересно, что депутат от «Левых», не представленный в Интернете и в предыдущем созыве, также сохранил свое место в Бундестаге нового созыва. Примечательно также, что все десять депутатов так или иначе напрямую связаны с Сааром: большинство родились, живут и работают в этой земле и лишь двое начинали свою карьеру за пределами Саара.

В целом нелегко обнаружить зависимость между наличием/отсутствием профиля в Интернете и спецификой избирательной системы Германии, по ко-

торой часть парламентариев проходит по партийным спискам, а часть – по одномандатным округам (прямые выборы). Можно только заметить, что депутаты от относительно небольших партий (СвДП, «Зеленые», «Левые», «Альтернатива для Германии») больше ориентируются на партийные списки, чем на индивидуальное веб-профилирование. Соответственно, парламентарии от более крупных партий, ХДС/ХСС и СДПГ, чаще стремятся к локализации собственных профилей в сети. Здесь налицо известный контраст с Госдумой РФ, где депутаты, избираемые по федеральным спискам крупных партий, далеко не всегда заинтересованы в налаживании связей с регионами через веб-аккаунты.

Существенное значение для сравнения Интернет-культуры российских и немецких парламентариев имеет также анализ содержания их личных страниц в Фейсбуке. Что касается депутатов Госдумы от Удмуртской Республики, то думцы, избранные по федеральным спискам (Василенко, Сапко), в своей информационной деятельности опираются преимущественно на другие регионы (в основном это Пермь). Бузилов и Загребин, напротив, максимально локализуют свои информационные сообщения. Исаев, не имеющий (либо недостаточно поддерживающий) страницы в Фейсбуке, отводит региональной (удмуртской) проблематике рубрику «Регион» на своем сайте. Белоусов и Сухарев либо не имеют веб-аккаунтов, либо перестали их обновлять.

Характер информации, размещаемой на страницах и сайтах, в целом однообразен. Это отчеты о разовых мероприятиях, поздравления, пресс-конференции, общественный прием граждан. Посты выдержаны в формальном, порой бюро-

кратическом стиле. Часто информация передается от третьего лица, профиль депутата при этом остается «закрытым» для выражения эмоций или для полемики с оппонентами. Общение с населением в основном ограничивается принятием и кратким обсуждением направляемых снизу прошений или жалоб от граждан; обратная связь и возможность для дискуссий, как правило, отсутствует.

С тематической и дискурсивной точки зрения личные страницы и сайты немецких парламентариев имеют как сходства, так и отличия в сравнении с соответствующими профилями российских депутатов. Прежде всего, обращает на себя внимание склонность немецких парламентариев пользоваться личными сайтами: семь из десяти депутатов Бундестага от Саара имеют собственные сайты, тогда как среди представителей Удмуртской Республики сайт только есть только у А. К. Исаева. Эта «привязанность» к персональным сайтам объясняется не столько консерватизмом немецких политиков, сколько информационной емкостью сайта, а также его высокой эргономичностью по сравнению с социальными сетями, сконструированными в виде «ленты» информационных сообщений. Иными словами: сайт в большей степени позволяет сконцентрировать необходимые сведения о его владельце и составить его отчетливый политический и идеологический профиль.

В этом смысле наличие собственного сайта дает различным депутатам Бундестага возможность использовать весь спектр политических тем, рассматриваемых как на федеральном, так и на земельном и локально-коммунальном уровнях. Помимо других источников, избиратели Саара могут познакомиться с мировой,

национальной и региональной повесткой дня и через указанные сайты парламентариев. Сами парламентарии, в свою очередь, адаптируют актуальную общественно-политическую проблематику согласно как своим личным предпочтениям, так и программным установкам партий, к которым они принадлежат. Так, для депутатов СДПГ очевидной будет тематика, связанная с социальной справедливостью. В то же время, все три депутата СДПГ от Саара по-разному интерпретируют этот принцип социальной политики, трансформируя его в соответствии со своим личным профилем. Йозефина Ортлеб, например, формулирует требование социальной справедливости, акцентируя свое внимание на балансе между семьей и работой, равноправии мужчин и женщин, солидарности на коммунальном уровне. В материалах Кристиана Петри заметен интерес к политическим, экономическим и финансовым проблемам Евросоюза. Похожая дифференциация обнаруживается и у парламентариев от других партий. Например, депутат от «Зеленых» Маркус Трессель предсказуемо акцентирует свое внимание на экологических и региональных аспектах политики и экономики: вопрос о банкротстве авиакомпании Air Berlin беспокоит его в контексте транспортного сообщения между Берлином и столицей Саара Саарбрюккеном. Представитель ХДС/ХСС Маркус Уль также в большой степени озабочен проблемой транспортного сообщения, но на этот раз в рамках автомобильной и железнодорожной связи с соседней Францией.

В целом с точки зрения композиции и рубрикации материала сайты немецких парламентариев имеют трехчастную структуру, выраженную более или менее

отчетливо: федеральный и (реже) общеевропейский компонент (Бундестаг и, как минимум, Евросоюз); регионально-коммунальный аспект (Саар); персонально-личностный раздел, обязательный для всех политиков. При этом стиль сообщений на сайтах некоторых парламентариев (например, Петера Альтмайера, политика с большим стажем работы) немногим отличается от формального стиля, принятого в публикациях российских парламентариев. В этом смысле сайты ряда представителей ХДС/ХСС и СДПГ ближе стоят к корпоративному типу политического сайта, воплощенному в сайте депутата российской Госдумы Исаева. Такие сайты отличаются нейтральным, официальным способом подачи информации, выраженным через краткие сообщения, пресс-релизы, рефераты газетных статей, использование цитат и т. д. Но, независимо от стиля, взятого за основу в политической коммуникации парламентариев России и Германии, центральным ее сегментом в случае немецких политиков остается локально-коммунальный. Проблемы Саара ставятся во главу угла представителями всех партий, имеющими собственные профили в Интернете. В этом смысле депутаты Бундестага от Саара, вне зависимости от их партийной принадлежности и способа избрания, едины как последовательные лоббисты интересов своей территории.

В заключение подчеркнем, что российский тип электронной политической коммуникации, по нашим данным, тяготеет к корпоративному представительскому типу. Госдума представлена как политическая корпорация высшего типа, тяготеющая к иерархизации и централизации. Бундестаг, на наш взгляд, вопло-

щает иной, коммунальный, территориальный тип информационной культуры, в котором региональные связи и интересы выражены гораздо интенсивнее. Таким образом, можно признать, что политическая и информационная культура федерализма в значительной мере зависят от сложившихся исторически национальных культурных особенностей, которые, несмотря на динамику истории, проявляют себя в базовых, «рамочных» условиях демократической политической коммуникации.

За пределами нашего внимания остался вопрос об «обратной связи» с широкими массами избирателей. Этот вопрос особенно актуален в свете кризиса представительской демократии как в России, так и во всем мире. Поэтому и для России и для Германии сохраняют

свое значение требования «прозрачности», а также многоканальности и вариативности политической коммуникации. Можно согласиться с мнением зарубежных исследователей Э. Уильямсона и Ф. Фэллона о том, что «политиков слишком часто воспринимают в модусе вещания, тогда как от них требуется диалог и заинтересованное участие. Членам парламента необходимо стать эффективными пользователями социальных медиа, но не для того только, чтобы использовать Интернет как инструмент для распространения пресс-релизов или уклонения от использования традиционных СМИ, но и для оценки уровня интереса и поддержки, а также для прямого общения со своими избирателями» [4, pp. 791–792].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алексеев Ю. М. Модели государственной Интернет-коммуникации: региональный уровень: на примере Саратовской области // Вестник Поволжской академии государственной службы имени П. А. Столыпина. – 2010. – № 3. – С. 49–54.
2. Дорожкин Ю. Н., Соленикова Н. В. Интернет в избирательных кампаниях: современные особенности и функции // Власть. – 2007. – № 6. – С. 31–34.
3. Howard Philip N. *New Media Campaigns and the Managed Citizen*. Cambridge: Cambridge University Press, 2006. – 288 pp.
4. Williamson A., Fallon F. *Transforming the Future Parliament Through the Effective Use of Digital Media* // *Parliamentary Affairs*. – 2011. – Vol. 64. – № 4. – Pp. 781–792.

СОДЕРЖАНИЕ

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ. 3

Журбина И. В.

Профессиональная рефлексия в поле PR: технологии, креатив, аналитика 4

Рогозина Э. Р.

Дар как коммуникация 12

Соловьев Г. Е.

Биографическая коммуникация в профессиональной деятельности
социального работника 17

Сунцова Я. С.

Особенности коммуникативных установок представителей этнических групп 22

Рохина К. С.

Особенности медиакоммуникаций некоммерческих организаций в России 31

Чернявская О. Ю., Окушова Г. А.

Комплексный подход в использовании PR-технологий
при продвижении имиджа территории. 37

Кузнецов К. С., Даньшина С. А.

Особенности PR-продвижения образовательной организации
высшего образования в интернете (на примере ФГБОУ ВО
«Удмуртский государственный университет» Институт социальных коммуникаций). 43

Фертиков Д. В., Никитина О. Н.

Использование информационно-коммуникационных
технологий в работе компаний туристской области 49

Оконникова Т. И., Поздеева А. В.

Перспективы использования трэвел-журналистики
в продвижении туристской дестинации 53

КУЛЬТУРА В ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ 59

Сердюкова Я. Е., Баталова О. Ю., Широков А. А.

Кибербуллинг. Участники, типы, профилактика 60

Морозов И. В., Невзорова А. В.

Общий взгляд на проблему музыкальных СМИ в России 63

Невзорова Е. Д., Невзорова А. В.

Краеведческое издание «Кацкая летопись»
в контексте этнографического туризма 67

<i>Баталова О. Ю., Сердюкова Я. Е., Широков А. А.</i>	
Информационная безопасность в социальных сетях	71
<i>Корзникова Н. В.</i>	
Использование информационно-коммуникационных технологий в национально-культурном воспитании детей и взрослых (из опыта работы виртуального музея МБОУ ДО центр творческого развития «Октябрьский»).	75
<i>Васюра С. А.</i>	
Коммуникативная активность студентов в игровом пространстве интернета: экспансия виртуальности	80
<i>Фефилов А. В.</i>	
Культура и безопасность в современном информационном пространстве и основные актуальные угрозы для них	88
<i>Меншатова О. В.</i>	
Районная пресса Удмуртии в условиях развития новых информационных технологий	97
<i>Ерохина Л. Н., Ерохин А. В.</i>	
Способы представления депутатов высшей законодательной власти России в Германии в интернете	102
<i>Старкова Г. И.</i>	
Культурное пространство современной молодёжи в отражении газеты «Удмуртский университет»	112
<i>Соколова О. П.</i>	
Феномен коммуникативной культуры как критерий культурности человека	118
<i>Рябов М. Ю, Ишмуратов А. В.</i>	
Крезь в информационном пространстве	122
<i>Хохрякова Т. А., Напольских В. В.</i>	
Сетевой фольклор как феномен современной культуры	128
<i>Романова Е. В., Ерохина Л. Н.</i>	
Особенности развития современной районной газеты (на примере газеты «Светлый путь» Игринского района)	134
<i>Савина В. В., Стерхова С. А.</i>	
Информационная грамотность молодёжи как способ защиты от манипулятивных воздействий.	138
<i>Савина В. В., Стерхова С. А.</i>	
Особенности современного медиатекста в интернет-пространстве для молодежной аудитории	143
<i>Шишюкина А. И., Субботина А. М.</i>	
Формирование межкультурной компетентности как способ достижения понимания своей и других культур	147

<i>Васильева Д.В., Гай И.А.</i>	
Перспективы развития волонтерского движения в музейной деятельности	152
<i>Рогозина Э. Р.</i>	
Туристский потенциал и туристская привлекательность Удмуртии	160
КОММУНИКАТИВНЫЕ АСПЕКТЫ РАБОТЫ С МОЛОДЕЖЬЮ	163
<i>Коняева И. П., Михалёва Е. И.</i>	
Зарубежный опыт реализации программ по получению образования молодёжи, попавшей в трудную жизненную ситуацию (на примере компании Проджект Формэйшн, Соединённые Штаты Америки)	164
<i>Волченкова Е. В., Бородатая М. Н.</i>	
Формирование коммуникативной компетентности в подростковом возрасте	169
<i>Пушкарева П. С., Невзорова А. В.</i>	
Педагогические условия формирования умения младших школьников работать в парах и группах	173
<i>Пичугина Т. А.</i>	
роль Октябрьской революции в истории России в представлениях молодёжи Удмуртской Республики: опыт социологического исследования	177
<i>Файзулина Ю. С., Соловьев Г. Е.</i>	
Специфика взаимодействия социального работника с детьми-сиротами по формированию готовности детей к самостоятельной семейной жизни	185
<i>Селезнёва М.В.</i>	
Подростки «группы риска» в аспекте психосоциальной работы	189
<i>Вишняков А. А., Андриевская Е. С., Курьлев В. Л.</i>	
Организация системы социальной поддержки молодых специалистов на предприятиях	194
<i>Даньшина С.А., Щелконогова Н. В.</i>	
Организация досуговой деятельности при промышленном предприятии: коммуникативный аспект	198
<i>Королев С. В., Костылева Е. В.</i>	
Проблемы становления республиканских структур по работе в семье в Удмуртии в 90-е годы XX века	204
<i>Боровикова С. Н.</i>	
Особенности организации учебной и внеучебной деятельности учащихся в учреждениях музыкальной направленности (на примере МБОУ СОШ №71 г. Ижевска)	212
<i>Варанкина К. Е., Михалёва Е. И.</i>	
Педагогические условия формирования воспитательной среды детского оздоровительного лагеря	216

<i>Котельникова А. А., Михалёва Е. И.</i>	
Социально-культурная самоорганизация учащейся молодёжи в контексте личностно-ориентированного подхода (на примере студенческого педагогического отряда «Орлята»)	220
<i>Русинова В. Г., Фирулева Л. Д.</i>	
Организация досуговой деятельности подростков как условие их успешной социализации в школе (на примере МБОУ СОШ № 71 г. Ижевска)	226
<i>Тычинина Ю. А., Фирулева Л. Д.</i>	
Формирование лидерских качеств молодёжи в студенческих отрядах (на примере УРО МООО «Российские студенческие отряды»)	229
<i>Абашева Е. Р., Чернышева И. В.</i>	
О роли социальной рекламы в формировании здорового образа жизни подростков	234
<i>Мамонтова В. Ю., Чернышева И. В.</i>	
Профилактическая работа с учащимися в школе	239
<i>Никитина К. М., Чернышева И. В.</i>	
Влияние моды на формирование здорового образа жизни подростков на примере БОУ УР «УГНГ им. Кузубая Герда»	244
ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЕ	249
<i>Русских С. Н., Чернышева И. В.</i>	
Организация учебного процесса в магистратуре университетов Парижа и Ижевска	250
<i>Гурьянчик В. Н., Макеева Т. В.</i>	
Социокультурная адаптация иностранных образовательных мигрантов: коммуникативные барьеры	254
<i>Кожевникова О. В.</i>	
Психосемантический анализ восприятия времени второкурсниками со склонностью к академической прокрастинации	260
<i>Вьюжанина С. А.</i>	
Взаимосвязь академической мотивации и самоотношения второкурсников Удмуртской этногруппы	269
<i>Фамутдинов Р. З., Солодянкина О. В.</i>	
Интерактивное занятие на тему «Профессия моей мечты, здоровье и курение» в сфере первичной профилактики табакокурения среди 3-6 классов	274
<i>Безносова Л. Н.</i>	
Разработка занятия в рамках элективного курса по профориентации для старшеклассников «Профессии будущего»	279

<i>Шквырина А. В.</i>	
Развитие электронного обучения в образовательной среде	286
<i>Баталова Л. В., Мерзлякова Г. В.</i>	
Туристская инфраструктура в Удмуртии во второй половине XIX – начале XX вв	293
<i>Баталова Л. В., Килина С. В.</i>	
Развитие гастрономического туризма в Удмуртии на примере фестиваля финно-угорской кухни «Быг-быг»	305
<i>Баталова Л. В., Килина С. В.</i>	
Фестиваль «Всемирный день пельменя» как составляющая развития событийного гастрономического туризма в Удмуртской Республике	310