

ГОРИЗОНТАЛЬНЫЕ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ ДЕПУТАТОВ В ОЦЕНКАХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ INSTAGRAM

HORIZONTAL INTERNET COMMUNICATIONS OF PARLIAMENT MEMBERS AS ASSESSED BY INSTAGRAM USERS



A. В. Алагоз,

Кемеровский государственный университет, г. Кемерово
aliscristall@mail.ru

A. Alagoz,

Kemerovo State University, Kemerovo

Постоянно меняющийся окружающий мир побуждает человека искать новые формы коммуникации в политическом пространстве современной России. Данное обстоятельство делает заявленную в статье проблему крайне актуальной. *Объектом исследования* является модель горизонтальных интернет-коммуникаций в сфере политики, применяемая в социальных сетях. *Предмет исследования* заключался в выявлении особенностей контента и его влияния на пользователей социальной сети Instagram на примере депутатов Государственной Думы от Кузбасса. *Цель исследования* заключалась в анализе качественных параметров контента депутатов Государственной Думы от Кузбасса в социальной сети Instagram. *Методологическую базу исследования* составили сетевой подход М. Кастельса и концепция множественности истин Ж.-Ф. Лиотара. Применение этих подходов позволило рассмотреть интернет-коммуникации в социальных сетях как непредсказуемый источник информации с позиции оценки пользователей. Для систематизации данных и анализа информационных «всплесков» в социальной сети применялась специальная программа Feedspry. В последующем с помощью метода контент-анализа проанализированы посты и комментарии на примере наиболее активных в Instagram политиков-депутатов Государственной Думы от Кузбасса – А. Горелкина и В. Петрова. Хронологические рамки исследования охватывали избирательный период с апреля по сентябрь 2021 г. При рассмотрении термина *интернет-коммуникации* в работе обозначены две существующие модели коммуникаций – вертикальная и горизонтальная. Современной системе коммуникаций в социальных сетях соответствует горизонтальная модель коммуникаций, основанная на принципе отношений от субъекта к субъекту. В качестве определения интернет-коммуникации используется подход Дж. Арквиллы и Д. Ронефельдта, определяющих коммуникацию как структуру, которая способствует передаче информации и формированию ценностей. Выявлено, что наиболее популярными среди депутатов являются новостной, имиджевый и коммуникативный контент. Депутат А. Горелкин в социальной сети использует более разнообразные виды контента и активно выстраивает коммуникацию через комментарии. Совершенно иначе выстраивает коммуникацию депутат В. Петров. На фоне весьма «спокойной» предвыборной кампании, что показывает тематика постов и наличие комментариев с фейковых страниц, наблюдается весьма высокая доля положительных отзывов

Ключевые слова: политические интернет-коммуникации, горизонтальные и вертикальные коммуникации, политический процесс, социальная сеть Instagram политиков как канал коммуникации, контент-анализ постов и комментариев в социальной сети Instagram, избирательный процесс, избирательная кампания 2021 г., фейковые страницы депутатов, депутаты Государственной думы от Кузбасса – В. Петров и А. Горелкин, Кемеровская область-Кузбасс

The subject of the study is identification of the content peculiarities and its impact on users of the social network Instagram, based on the case the State Duma members from Kuzbass. *The purpose of the study* is to analyze the qualitative parameters of the content created in the Instagram social network by members of the State Duma from Kuzbass. *The methodological basis of the study* was formed with M. Castells' network society approach

and J.-F. Lyotard's concept of the pluralism of truths. The use of these approaches has made it possible to consider Internet communications in social networks as an unpredictable source of information from the standpoint of users' assessment. To systematize data and analyze information "bursts" in the social network, a specialized Feeds Spy software has been applied. Subsequently, using the method of content analysis, posts and comments have been analyzed focusing on the cases of Anton Gorelkin and Vyacheslav Petrov, politicians-members of the State Duma from Kuzbass, who are the most active on Instagram. The chronological framework of the study covered the electoral campaign period from April to September 2021. In considering the term Internet communications, the paper identifies two existing communication models – vertical and horizontal. The modern system of communications in social networks corresponds to a horizontal model of communications based on the principle of subject-to-subject relations. As a definition of Internet communication, the approach of J. Arquilla and D. Ronfeldt is used, who define communication as a structure that promotes the transfer of information and the formation of values. It has been found that news, image and communication content are the most popular content types among the parliament members. A. Gorelkin uses more diverse types of content in his social network and actively builds communication through comments, while parliament member V. Petrov builds communication in a completely different way. Against the background of a very "calm" election campaign, as evidenced by the subject matter of the posts and the presence of comments from fake pages, there is a very high proportion of positive comments

Key words: *political Internet communications, horizontal and vertical communications, political process, social network Instagram of politicians as a communication channel, content analysis of posts and comments on the social network Instagram, electoral process, election campaign 2021, fake pages of deputies, deputies of the State Duma from Kuzbass – V. Petrov and A. Gorelkin, Kemerovo region-Kuzbass*

Введение. Повсеместное распространение информационно-коммуникационных технологий оказывает существенное влияние на жизнь современного человека, побуждая его искать новые пути адаптации к постоянно изменяющемуся окружающему миру, и в сфере политики быть мобилизованным в происходящих политических процессах, использовать современные каналы коммуникаций в социальных сетях. Одним из способов адаптации к политической реальности является «погружение» в виртуальную реальность, в которой человек может избежать информационного давления окружающих, уйти от «серой» действительности, высказать свою точку зрения на происходящие в стране и мире события. Возрастание значимости участия человека в мире политики в рамках политических интернет-коммуникаций обуславливает необходимость научного осмысления данного феномена. В нашей стране практически нет исследований, затрагивающих вопросы интернет-коммуникаций не только политиков регионального уровня, но и федерального масштаба. Научный интерес ограничен чаще всего анализом социальных сетей глав государств, что берет начало с западной традиции изучения социальных сетей в динамике как самостоятельного явления, воздействующего на политику, так и социальных сетей политиков мирового уровня.

Наряду с недостаточной проработкой теоретических концепций интернет-коммуникаций применительно к российским реалиям, практически не подвергаются научному анализу социальные сети глав регионов, депутатов региональных парламентов, депутатов, представляющих интересы регионов в Государственной Думе Совета Федерации Российской Федерации.

Объектом исследования является модель горизонтальных интернет-коммуникаций в сфере политики, применяемая в социальных сетях.

Предмет исследования заключается в выявлении особенностей контента и его влияния на пользователей социальной сети Instagram на примере депутатов Государственной Думы от Кузбасса.

Цель исследования: научно обосновать качественные параметры контента депутатов Государственной Думы от Кузбасса в социальной сети Instagram.

Основные исследовательские задачи:

- рассмотреть особенности существующих моделей интернет-коммуникаций;
- провести обзор научных исследований по теме политических интернет-коммуникаций в отечественных и зарубежных исследованиях;
- выработать критерии и провести контент-анализ постов и комментариев депутатов

тов Государственной Думы, представляющих Кузбасс, как способ осуществления горизонтальной интернет-коммуникации между властью и обществом.

Методология и методы исследования. Основным методологическим подходом выступил сетевой подход М. Кастельса, согласно которому взаимодействие между индивидами основано на сетевом принципе, т. е. сетевом индивидуализме, что позволяет в рамках нашего исследования применить данный подход для изучения горизонтальных интернет-коммуникаций социальной сети Instagram на примере избирательной компании 2021 г. кандидатов в депутаты Государственной Думы от партии «Единая Россия» В. Петрова и А. Горелкина. Сетевой подход М. Кастельса в работе дополнен концепцией множественности истин Ж.-Ф. Лиотара. Последняя из названных теорий позволила посмотреть на рассматриваемую проблему через призму многообразия и в определенной степени непредсказуемости интернет-коммуникаций в социальных сетях, т. е. источник информации (в данном случае публикуемый пост) может оцениваться по-разному пользователями и вызывать положительную, отрицательную или нейтральную обратную реакцию.

При проведении эмпирической части исследования автор применяет специальную программу для анализа социальных сетей Feedspry, которая позволила получить систематизированные данные по хронологическому принципу, отражающие периоды «всплесков» активности пользователей на представленный контент и вычленив из перечня информационно-постов наиболее интересные события с позиции подписчиков. На основе собранных статистических данных проведен контент-анализ постов и комментариев на примере наиболее активных в социальной сети Instagram кандидатов в депутаты Государственной Думы от Кузбасса – А. Горелкина и В. Петрова (избраны в действующий состав Государственной Думы VIII созыва).

Разработанность темы. При работе над обозначенной проблемой выявлено противоречие – при весьма активно развивающейся системе политических интернет-коммуникаций в Российской Федерации наблюдается нехватка теоретических и прикладных исследований, направленных на рассмотрение данного явления.

К числу отечественных исследований политических интернет-коммуникаций современной России, как части глобального пространства и системы политического управления, следует отнести работы Г. Л. Аكوпова [1], И. А. Быкова [4], С. В. Володенкова [5; 6].

В последние несколько лет в связи с развитием интернет-коммуникаций в России стали появляться исследования, уделяющие внимание отдельным политическим процессам и институтам в контексте воздействия на них социальных сетей и медиа в региональном пространстве, в частности исследования, отражающие деятельность политических партий, выборы и избирательный процесс в новых реалиях [2; 3; 15; 14].

При этом по-прежнему крайне мало исследований, направленных на изучение интернет-коммуникаций с помощью социальных сетей региональных политиков – глав региональной исполнительной и законодательной власти, депутатского корпуса от регионов, представленного в Государственной Думе РФ. В числе отдельных исследований, наиболее близко затрагивающих проблемы интернет-коммуникаций в вопросе изучения активности глав региональной исполнительной власти в социальных сетях, отметим работы О. Ю. Голуб [7], Л. А. Зайцевой, А. С. Ломакиной [8], Е. В. Матвеевой [12], А. Ю. Сизоненко [13] и др. Относительно степени изученности вопроса активности представителей депутатского корпуса на федеральном и региональном уровнях отметим исследование по политическим элитам в социальных сетях О. В. Крыштановской [11] и работы Н. Н. Козловой, С. В. Рассадина, Ю. А. Монаховой, А. Ю. Сизоненко, где уделяется внимание гендерной специфике активности в социальном пространстве [9; 10; 13].

Результаты исследования. В современных западных исследованиях получает развитие новый подход к рассмотрению коммуникации, где на смену традиционному пониманию коммуникации, как взаимодействия между субъектом и объектом, приходит подход, акцентирующий внимание на передаче информации от субъекта к субъекту. Так, в частности Дж. Арквилл и Д. Роннефельдт, определяют коммуникацию «как структуру, которая способствует передаче и формированию ценностей» [16]. Такая трактовка коммуникации выводит ее на новый уровень

взаимодействия, где сначала осуществляется передача информации, что приводит к формированию единого информационного пространства, а затем – к созданию общего круга ценностей и ориентиров. В подобной системе взаимодействие осуществляется от субъекта к субъекту, что позволяет создавать процесс равного и качественного изменения информации в реальном времени. Офлайновые модели подобное взаимодействие в полной мере отразить не могут. Данное определение коммуникации автор берет за основу при рассмотрении проблемы научной статьи.

Обращаясь к вопросу интернет-коммуникаций, в т. ч. в сфере политики, необходимо определить сущностные характеристики данного понятия, которые, по нашему мнению, следует связывать с получившими распространение моделями коммуникаций. К числу наиболее распространенных моделей коммуникаций относят две – вертикальную и горизонтальную, причем последняя получила развитие именно в интернет-пространстве.

Вертикальная политическая коммуникация предполагает наличие зависимых и неравноправных отношений между субъектами политики. В данной модели один является транслятором контента, другой – получателем, то есть реципиентом (рис. 1). Данное взаимодействие можно характеризовать как субъект-объектное взаимодействие, при котором информация передается сверху вниз.

Чтобы понять особенности горизонтальной политической интернет-коммуникации, необходимо рассмотреть классическую схему коммуникационного взаимодействия, где

целевые аудитории участвуют в асинхронной коммуникации, то есть не в режиме реального времени (офлайн). В подобной модели коммуникации реципиент получает только ту информацию, которую до него доводит субъект, обладающей данной информацией. Однако соотносить интернет-коммуникацию с классической офлайновой классификацией (линейные, интеракционные, трансакционные) невозможно.

В рамках интернет-пространства многие онлайн-ресурсы осуществляют свою деятельность в режиме инициативного горизонтального коммуницирования (рис. 2).

Все субъекты горизонтальной интернет-коммуникации равны между собой и независимы друг от друга. Горизонтальная интернет-коммуникация является важнейшей составляющей политической коммуникации. В современной политической системе, основанной на демократических принципах, коммуникация не может быть односторонней, как это осуществляется в вертикальной модели. В современном мире разнообразие форм взаимодействия между политическими субъектами не ограничивается объемом информации, «спускаемым сверху». Должна существовать «обратная связь» и многоканальная коммуникация. Л. Пай в своих работах говорил о том, что политическая коммуникация имеет «не одностороннюю направленность сигналов от элит к массе, а весь диапазон неформальных процессов обмена информацией в обществе, которые оказывают самое разное влияние на политику» [17. С. 570].

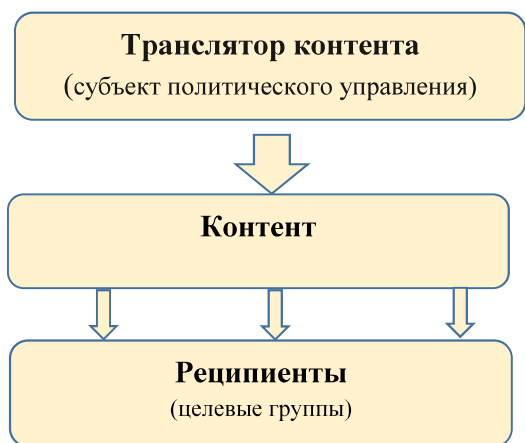


Рис. 1. Схема вертикальной политической коммуникации / Fig. 1. The scheme of vertical political communication

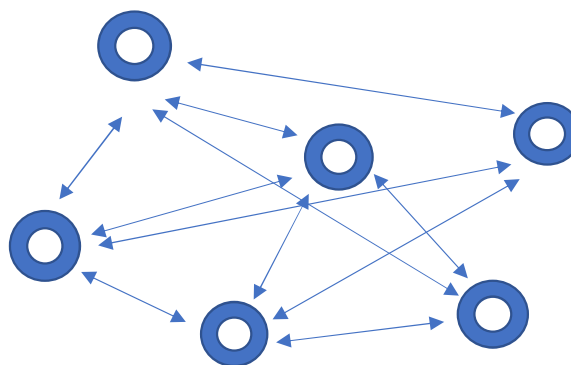


Рис. 2. Схема горизонтальной интернет-коммуникации (интернет-пользователи) / Fig. 2. The scheme of horizontal Internet communication (internet users)

Благодаря подобной схеме интернет-коммуникации (по мнению М. Кастельса), построенной на основе сетевой структуры, общество имеет возможность осуществлять новую модель коммуникационного взаимодействия, а именно массовые самокоммуникации, которые дают возможность с помощью новых технологий любому индивиду, который имеет доступ в интернет, построить свою информационную систему [18].

Горизонтальные политические интернет-коммуникации позволяют человеку выработать собственный информационный контент, а также сформировать свой взгляд на политиков и политическую систему, независимо от того, как преподносят ее субъекты политических компаний и структур. В результате коммуникационного взаимодействия определяется значение процесса, понятия или объекта не по его основным свойствам, а в ходе передачи информации от одного субъекта к другому и не задаются изначально. Социальную активность субъектов политики в интерактивном взаимодействии можно отнести к формам социальной активности, поскольку это позволяет формировать смысловую нагрузку реальных процессов и явлений, которые в корне отличаются от их объективного содержания.

Переходя к исследованию, отметим, что в качестве объекта исследования горизонтальных интернет-коммуникаций определена наиболее популярная среди пользователей социальная сеть Instagram, анализ данных которой проводился с использованием статистической программы Feedspry и метода контент-анализ. Рассматривались посты депутатов Государственной Думы РФ от Кузбасса и комментарии на них пользователей социальной сети Instagram как средство горизонтальной интернет-коммуникации (табл. 1). В качестве объекта исследования взяты не все семь депутатов, представляющих Кузбасс в Государственной Думе от партии «Единая Россия», а только те, которые являются активными пользователями социальной сети по количеству подписчиков и публикуемым постам – А. Горелкин (на момент избирательной кампании депутат Государственной Думы VII созыва) и В. Петров (председатель Законодательного собрания Кемеровской области-Кузбасса 2018-2021 гг.). Наибольший интерес в плане активности депутатов и получения «обратной связи» от пользователей представляет период избирательной кампании в Государственную Думу ФС РФ VIII созыва с апреля по сентябрь 2021 г.

Таблица 1/ Table 1

Количество подписчиков и постов депутатов Государственной Думы от Кузбасса в социальной сети Instagram / The number of subscribers and posts of State Duma members from Kuzbass on the social network Instagram

Депутат	Количество подписчиков		
	2020 г.	2021 г.	2021 г.
Власова Вероника	–	229	1 319
Горелкин Антон	–	341	10 859
Исламов Дмитрий	29	210	1 704
Максимов Александр	215	337	3 258
Матвейчев Олег	608	510	1 230
Петров Вячеслав	497	451	22 709
Федяев Павел	86	374	2 621

Результаты проведенного контент-анализа показывают (табл. 2; 3), что количество видов контента постов может варьироваться в большую или меньшую сторону в зависимости от профессионального опыта работы политика в органах законодательной власти (например, являлся ли политик до момента избрания депутатом какого-либо уровня власти), занимаемой должности, профессии, активности в социальной сети.

Наиболее популярные виды контента В. Петрова связаны с новостным контентом (среднее значение – 26,8 %), имиджевым (10,5 %) и коммуникативным (11,8 %). Средний по популярности вид контента – отчетность по итогам парламентской деятельности в качестве депутата Парламента Кузбасса (5 %). Не пользуется популярностью в работе депутата поздравительный контент (0,6 %), совсем не используются такие виды контента как депутатские запросы и рубрика «итоги недели».

Таблица 2 / Table 2

*Виды контента постов депутата В. Петрова, % /
Types of content in the posts of State Duma member V. Petrov, %*

Вид контента	Месяц/процент					
	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь
Новостной	14 / 25	10 / 22	19 / 34	3 / 12	15 / 39	10 / 29
Имиджевый	9 / 17	4 / 9	10 / 18	1 / 4	-	5 / 15
Коммуникативный	6 / 11	11 / 25	5 / 9	2 / 8	6 / 15	1 / 3
Поздравительный	-	1 / 2	1 / 2	-	-	-
Просветительский	3 / 5	4 / 9	3 / 5	-	-	-
Законодательная деятельность	3 / 5	2 / 4	5 / 9	-	1 / 3	3 / 9
Депутатские запросы	-	-	-	-	-	-
Итоги недели	-	-	-	-	-	-
Photo	11 / 20	7 / 16	7 / 12	13 / 54	13 / 33	12 / 35
Video	9 / 17	6 / 13	6 / 11	5 / 22	4 / 10	3 / 9

В качестве новостного вида контента рассматривались новости о жизни региона, о реализуемых в регионе социально-экономических проектах, личном участии политика в международных и всероссийских мероприятиях. Имиджевый контент включал награждения за выдающиеся заслуги жителей Кузбасса региональными наградами, подписание соглашений о сотрудничестве с органами власти, рассказы о родственниках, внесших вклад в Победу в Великой Отечественной войне, возложение цветов в памятные даты,

участие в субботниках, вакцинация и др. В качестве коммуникативного контента учитывалось проведение личных приемов граждан, поездки в муниципалитеты на открытие значимых региональных социальных объектов.

В постах депутата В. Петрова выявлено полное отсутствие постов, отражающих участие кандидата в избирательной кампании, не проводилось встреч с избирателями и не решались «острые» социально-экономические проблемы в качестве кандидата в депутаты Государственной Думы.

Таблица 3 / Table 3

Виды контента постов депутата А. Горелкина, % / Types of content in the posts of State Duma member A. Gorelkin, %

Вид контента	Месяц/процент					
	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь
Новостной	2 / 7	3 / 7	2 / 4	2 / 4	3 / 6	3 / 7,5
Имиджевый	1 / 3,5	-	5 / 10	5 / 10	14 / 26	7 / 17
Коммуникативный	1 / 3,5	4 / 9	2 / 4	9 / 18	12 / 22	9 / 22
Поздравительный	-	-	-	1 / 2	3 / 6	1 / 2
Просветительский	3 / 10	-	3 / 6	4 / 8	3 / 6	3 / 7,5
Закон. Деятельность	2 / 7	1 / 2	-	-	-	-
Депутатские запросы	-	1 / 2	-	3 / 6	-	1 / 2
Итоги недели	3 / 10	2 / 4	4 / 8	-	-	-
Photo	7 / 24	14 / 31	14 / 29	13 / 26	10 / 19	8 / 20
Video	10 / 35	20 / 45	19 / 39	13 / 26	8 / 15	9 / 22

Контент депутата А. Горелкина несколько отличается от ранее рассмотренного контента депутата В. Петрова. А. Горелкин выдвигался как кандидат в депутаты Государственной Думы на второй срок, поэтому опыт проведения подобной кампании у него имелся. А. Горелкин журналист по образованию, ранее возглавлял главное управление по ра-

боте со СМИ Администрации Кемеровской области. Подобный опыт помогает ему в работе со своим контентом, наблюдается явное стремление не останавливаться на реализуемых формах информирования населения о своей депутатской деятельности, посты выглядят не так шаблонно и официально, как у В. Петрова, пишет сам и постоянно стимули-

рует активность населения через готовность решать проблемы «на местах», выезжая на социальные объекты в муниципалитеты.

По степени популярности видов контента депутата А. Горелкина с наибольшим «отрывом» представлены коммуникативный (13,1 %) и имиджевый (11,1 %) контент. Далее располагаются просветительский (6,3 %) и новостной контент (5,9 %). Менее практикуемые в информировании пользователей социальной сети рубрика «итоги недели» (3,6 %), депутатские запросы и поздравления (по 2 % каждый), законодательная деятельность (1,5 %).

По смысловому контексту виды контента в целом совпадают с контентом В. Петровым, за исключением имиджевого и познавательного контента. Имиджевый контент А. Горелкина связан, главным образом, с личным участием в осуществлении депутатских проверок и при необходимости – с написанием депутатских запросов, когда жители обращаются за решением текущих вопросов в своем городе или населенном пункте. По-

знавательный вид контента – это личные комментарии политика о происходящих событиях в регионе с акцентом на историческую память, достаточно много политик делится с подписчиками своими авторскими книгами по истории Кузбасса, проводит розыгрыши книг и подписок.

Отдельную группу постов составляют фото и видеоматериалы. Для депутатов В. Петрова и А. Горелкина – это самостоятельный вид контента, каждый из которых уделяет ему определенное внимание в освещении своей деятельности. В. Петров акцентирует большее внимание на фотоматериалах (28,3 %) при меньшем интересе к публикации видеоматериалов (13,6 %), в отличие от А. Горелкина (фотоматериалы – 24,8 %, видеоматериалы – 30,3 %).

Наряду с рассмотрением постов депутатов проанализированы комментарии наиболее популярных у подписчиков постов. В итоге у депутата В. Петрова проанализированы 20 постов, у А. Горелкина – 15 (табл. 4).

Таблица 4 / Table 4

Эмоциональная окраска комментариев на посты в Instagram /
Content types of comments on Instagram posts

Эмоциональная окраска комментариев	Антон Горелкин		Вячеслав Петров	
	количество	проценты	количество	проценты
Положительные	33	27	58	57
Отрицательные	20	17	10	10
Нейтральные	67	56	33	33

При анализе комментариев депутата В. Петрова выявлены несколько фейковых страниц, с которых с систематической регулярностью публиковались положительные комментарии как ресурс по созданию положительного имиджа политика (например, аккаунты @ashaiakhnurova, @aleksandrashaiakhnurova, @chebotarev_mers). При изучении комментариев депутата А. Горелкина фейковых страниц не выявлено. Политик активно отвечает на комментарии сам (при работе с комментариями В. Петрова такого не наблюдается), не боится получить отрицательные отклики на свою работу, постоянно призывает пользователей и подписчиков писать ему в случае возникновения каких-то проблем, требующих личного участия как депутата. В определенной степени отмеченные особенности объясняют активность пользователей комментировать посты поли-

тика А. Горелкина, в отличие от политика В. Петрова, демонстрирует разное соотношение в преобладании положительных комментариев (В. Петров – 57 %, А. Горелкин – 27 %) над отрицательными (В. Петров – 10 %, А. Горелкин – 17 %) комментариями.

Заключение. Подводя итоги, отметим, что современные интернет-коммуникации, получающие дальнейшее развитие в современном мире и в нашей стране, в частности, следует относить к горизонтальной модели коммуникации, что предполагает передачу информации от субъекта к субъекту с возможностью дальнейшего распространения. Применение контент-анализа позволило выявить как общее в видах контента постов депутатов, так и отличия. Так, к числу общих следует отнести значимость для депутатов в информировании пользователей социальной сети Instagram новостного, имиджевого

и коммуникативного контента. В качестве отличия отметим более разнообразный формат постов А. Горелкина через применяемые виды контента, а также использование личного опыта и впечатлений при освещении как происходящих событий в России и Кузбассе, так и в освещении своей работы как депутата в рамках депутатских встреч и практике депутатских запросов в решении текущих проблем в муниципалитетах Кузбасса. Относительно контента-анализа комментариев, то в этом случае у политиков имеются более ярко выраженные отличия в формате ком-

муникации с пользователями. Более «открыт» для пользователей социальной сети Instagram А. Горелкин, которому активно пишут пользователи и он активно комментирует и решает прямо в комментариях проблемы населения. Совершенно другую модель коммуникации представляет контент депутата В. Петрова. Комментарии недостаточно, что компенсируется за счет создания фейковых страниц и как результат – преобладание положительных оценок его депутатской деятельности над отрицательными в комментариях.

Список литературы

1. Акопов Г. Л. Интернет и политика. Модернизация политической системы на основе инновационных политических интернет-коммуникаций. М.: КноРус, 2017. 237 с.
2. Антонов Д. Е. Использование интернет-технологий для мобилизации электората: особенности, субъекты и перспективы // Вестник Российского университета дружбы народов. Политология. 2019. Т. 21, № 3. С. 538–548.
3. Бродовская Е. В., Ежов Д. А., Огнев А. С. Интернет-коммуникации российских политических партий в текущем избирательном цикле: результаты окулуметрического анализа сетевого контента // Политическая наука. 2021. № 3. С. 112–141.
4. Быков И. А. Сетевая политическая коммуникация: Теория, практика и методы исследования. СПб.: Санкт-Петербург. гос. ун-т промышл. технол. и дизайна, 2013. 200 с.
5. Володенков С. В. Интернет-коммуникации в глобальном пространстве современного политического управления: навстречу цифровому обществу. М.: Проспект, 2021. 416 с.
6. Володенков С. В. Социальные медиа как инструмент современной публичной политики: особенности и перспективы применения // Политическая наука. 2017. Спец. вып. С. 290–305.
7. Голуб О. Ю. Изучение практик использования потенциала социальных сетей для организации коммуникации властных структур и населения // Стратегические коммуникации в современном мире: сб. материалов по результатам науч.-практ. конф. Саратов: Саратов. гос. ун-т, 2020. С. 49–55.
8. Зайцева Л. А., Ломакина А. С., Напалкова И. Г. Имидж глав регионов России: особенности информационного продвижения // Контентус. 2019. № 6. С. 99–116.
9. Козлова Н. Н., Монахова Ю. А., Рассадин С. В. Гендерная культура молодых депутатов региональных парламентов РФ (на материалах сетевых онлайн-ресурсов) // Социально-политические процессы в меняющемся мире. Тверь: Тверск. гос. ун-т, 2021. С. 4–12.
10. Козлова Н. Н., Рассадин С. В., Монахова Ю. А. Политические экспансии, установки и ценностные ориентации молодых депутатов региональных легислатур (мужской сегмент): анализ сетевых онлайн-ресурсов // Вестник Тверского государственного технического университета. Серия «Науки об обществе и гуманитарные науки». 2021. № 4. С. 14–19.
11. Крыштановская О. В. Элита в сетях: новые формы обратной связи в цифровую эпоху // Цифровая социология. 2019. Т. 2. № 2. С. 4–11.
12. Матвеева Е. В., Гефсиманская Л. М. Аккаунты губернаторов Сибирского федерального округа как канал «обратной связи» власти и населения // Социальные коммуникации: философские, политические, культурно-исторические измерения: сб. статей II Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. Кемерово: Кемеров. гос. ун-т, 2021. С. 96–103.
13. Сизоненко А. Ю. Имидж депутатов региональных парламентов в популярных социальных сетях: равновесие в эру цифровизации // Наука. Культура. Общество. 2021. Т. 27, № 3. С. 56–68.
14. Сотников С. А., Сотников А. А., Камнева Г. П. Особенности применения технологий интернет-коммуникаций в политических кампаниях России // Вестник Забайкальского государственного университета. 2019. Т. 25, № 2. С. 96–104.
15. Труханов В. А., Васильченко А. В. Социальные сети в политическом процессе: электоральная функция // Электоральный цикл в современной России: итоги и перспективы: сб. науч. статей по материалам V Междунар. науч.-практ. конф.; отв. ред. А. А. Вилков. Саратов: Саратов. национ. исслед. гос. ун-т, 2018. С. 131–136.

16. Arquilla J., Ronfeldt D. *Networks and Netwars*. Santa Monica, 2001.
17. Castells M. *The Informational City: Economic Restructuring and Urban Development*. The Wiley-Blackwell, 1992. 372 p.
18. Pye L. *Political Communication* // *The Blackwell Encyclopedia of Political Institutions*. Oxford; New York, 1987. 570 p.

References

1. Akopov G. L. *Internet i politika. Modernizatsiya politicheskoy sistemy na osnove innovatsionnykh politicheskikh internet-kommunikatsiy* (Internet and politics. Modernization of the political system based on innovative political Internet communications). Moscow: KnoRus, 2017, 237 p.
2. Antonov D. Ye. *Vestnik Rossiyskogo universiteta druzhby narodov. Politologiya* (Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia. Political Science), 2019, vol. 21, no. 3, pp. 538–548.
3. Brodovskaya Ye. V., Yezhov D. A., Ognev A. S. *Politicheskaya nauka* (Political science), 2021, no. 3, pp. 112–141.
4. Bykov I. A. *Setevaya politicheskaya kommunikatsiya: Teoriya, praktika i metody issledovaniya* (Network political communication: Theory, practice and research methods). SPb.: St. Petersburg. State University of Industrial Technol. and Design, 2013. 200 p.
5. Volodenkov S. V. *Internet-kommunikatsii v globalnom prostranstve sovremennogo politicheskogo upravleniya: navstrechu tsifrovomu obshchestvu* (Internet communications in the global space of modern political management: towards the digital society). Moscow: Prospekt, 2021. 416 p.
6. Volodenkov S. V. *Politicheskaya nauka* (Political science), 2017, Special issue, pp. 290–305.
7. Golub O. Yu. *Strategicheskiye kommunikatsii v sovremennom mire: sb. materialov po rezultatam nauch.-prakt. konf.* (Strategic communications in the modern world: Collected materials based on the results of scientific and practical. conf.). Saratov: Saratov. State Un-ty, 2020, pp. 49–55.
8. Zaytseva L. A., Lomakina A. S., Napalkova I. G. *Kontentus* (Content), 2019, no. 6, pp. 99–116.
9. Kozlova N. N., Monakhova Yu. A., Rassadin S. V. *Sotsialno-politicheskiye protsessy v menyayuschemysya mire* (Socio-political processes in a changing world). Tver: Tver State Un-ty, 2021, pp. 4–12.
10. Kozlova N. N., Rassadin S. V., Monakhova Yu. A. *Vestnik Tverskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta. Nauki ob obshchestve i gumanitarnyye nauki* (Bulletin of the Tver State Technical University. Social Sciences and Humanities), 2021, no. 4, pp. 14–19.
11. Kryshtanovskaya O. V. *Tsifrovaya sotsiologiya* (Digital sociology), 2019, vol. 2, no. 2, pp. 4–11.
12. Matveyeva Ye. V., Gefsimanskaya L. M. *Sotsialnye kommunikatsii: filosofskiyе, politicheskiyе, kulturno-istoricheskiye izmereniya: sb. statey II Vseros. nauch.-prakt. konf. s mezhdunar. uchastiyem* (Social communications: philosophical, political, cultural and historical dimensions: Collected Articles II All-Russian scientific-practical. conf. with international participation). Kemerovo: Kemerovo. State Un-ty, 2021, pp. 96–103.
13. Sizonenko A. Yu. *Nauka. Kultura. Obshchestvo* (Science. Culture. Society), 2021, vol. 27, no. 3, pp. 56–68.
14. Sotnikov S. A., Sotnikov A. A., Kamneva G. P. *Vestnik Zabaykalskogo gosudarstvennogo universiteta* (Transbaikal State University Journal), 2019, vol. 25, no. 2, pp. 96–104.
15. Trukhanov V. A., Vasilchenko A. V. *Elektoralny tsikl v sovremennoy Rossii: itogi i perspektivy: sb. nauch. statey po materialam V Mezhdunar. nauch.-prakt. konf.; otv. red. A. A. Vilkov* (Electoral cycle in modern Russia: results and prospects: Collected scientific articles based on materials of the V Intern. scientific-practical. conf.; resp. ed. A. A. Vilkov). Saratov: Saratov National Research State Un-ty, 2018, pp. 131–136.
16. Arquilla J., Ronfeldt D. *Networks and Netwars* (Networks and Netwars). Santa Monica, 2001.
17. Castells M. *The Informational City: Economic Restructuring and Urban Development* (The Informational City: Economic Restructuring and Urban Development). The Wiley-Blackwell, 1992. 372 p.
18. Pye L. *The Blackwell Encyclopedia of Political Institutions* (The Blackwell Encyclopedia of Political Institutions). Oxford; New York, 1987. 570 p.

Информация об авторе**Information about the author**

Алагоз Алиса Владимировна, аспирант, кафедра философии и общественных наук, Институт истории и международных отношений, Кемеровский государственный университет, г. Кемерово, Россия. Область научных интересов: власть, региональные институты и процессы, информационная политика, политические интернет-коммуникации
aliscristall@mail.ru

Alisa Alagoz, postgraduate, Philosophy and Social Sciences department, Institute of history and international relations, Kemerovo State University, Kemerovo, Russia. Scientific interests: government, regional institutions and processes, information policy, political Internet communications

Для цитирования

Алагоз А. В. Горизонтальные интернет-коммуникации депутатов в оценках пользователей социальной сети Instagram // Вестник Забайкальского государственного университета. 2022. Т. 28, № 1. С. 58–67. DOI: 10.21209/2227-9245-2022-28-1-58-67.

Alagoz A. Horizontal internet communications of parliament members as assessed by Instagram users // Transbaikal State University Journal, 2022, vol. 28, no. 1, pp. 58–67. DOI: 10.21209/2227-9245-2022-28-1-58-67.

Статья поступила в редакцию: 21.01.2022 г.

Статья принята к публикации: 27.01.2022 г.