

Практика использования коммуникационных технологий в российской региональной политике

The practice of using communication technologies in the Russian regional policy

УДК 323

Байков С.А.

аспирант кафедры политологии и права Московского государственного областного университета, г. Москва
e-mail: baykov94@ya.ru

Baykov S.A.

Postgraduate Student, Department of Political Science and Law, Moscow Region State University, Moscow
e-mail: baykov94@ya.ru

Аннотация

Целью настоящей работы является определение роли коммуникационных технологий в региональной политике современной России. С 2016 г. федеральный центр начал осуществлять новую кадровую политику по отношению к губернаторам, предъявил требования к необходимым компетенциям. Тем не менее, в перечне компетенций, отраженных в докладе Экспертного института социальных исследований «Обновление. Два года новой кадровой политики», требования к стратегии коммуникации между властью и обществом отсутствуют. Для исследования особенностей и специфики обратной связи в Калининградской, Нижегородской и Тюменской областях использовались методы SWOT-анализа, сравнительного анализа, контент-анализа и event-анализа. Применение данных методов позволило проанализировать и объективно выявить характерные для каждого региона модели коммуникации. Автор выдвинул гипотезу, в соответствии с которой в России отсутствует единая стратегия коммуникации между властью и обществом. По итогам исследования удалось сделать вывод о том, что единая стратегия коммуникации между властью и обществом действительно отсутствует на региональном уровне. В данном вопросе губернаторы имеют свободу выбора и используют различные методы взаимодействия с обществом. Также выявлена тенденция, в соответствии с которой губернаторы, делающие ставку на социальные сети как ключевой инструмент коммуникации с обществом, неизбежно конфликтуют с региональными СМИ.

Ключевые слова: коммуникационные технологии, социальные сети, Калининградская область, Нижегородская область, Тюменская область.

Abstract

The purpose of this work is to determine the role of communication technologies in the regional policy of modern Russia. From 2016, the federal center began to implement a new personnel policy in relation to the governors, presented the requirements for the necessary competencies. However, in the list of competencies reflected in the report of the Expert Institute of Social Research "Update. Two years of new personnel policy ", there are no requirements for a communication strategy between the government and society. To study the characteristics and specifics of feedback in the Kaliningrad, Nizhny Novgorod and Tyumen regions, the methods of

SWOT analysis, comparative analysis, content analysis and event analysis were used. The use of these methods made it possible to analyze and objectively identify the communication patterns typical for each region. The author put forward a hypothesis, according to which in Russia there is no single communication strategy between the government and society. According to the results of the study, it was possible to conclude that a single communication strategy between the government and society is really absent at the regional level. In this issue, the governors have the freedom of choice and use various methods of interaction with society. The tendency is also revealed, according to which the governors, who make a bet on social networks as the key tool of communication with the society, inevitably conflict with the regional media.

Keywords: communication technologies, social networks, Kaliningrad region, Nizhny Novgorod region, Tyumen region.

После событий на Болотной площади в мае 2012 г. стал очевидным факт, что социальные сети в России перестали быть лишь средством общения и источником альтернативной информации. Активное использование Twitter оппозицией и проправительственными силами продемонстрировали, что социальные сети стали инструментом влияния на общество, способом его консолидации для определенных целей. Со стороны оппозиции социальные сети использовались для сбора и координации действий митингующих, в то время как проправительственный лагерь использовал контрмеры, нацеленные на снижение радикальной активности граждан. В результате социальные сети продемонстрировали свою многофункциональность. Власть приняла к сведению тот факт, что через коммуникационные приемы возможно формировать идентичность, при этом политическая элита прочно увязывала себя с населением в этом процессе [11; 14; 15].

После окончания протестов ажиотаж вокруг социальных сетей спал. Однако в российском обществе все больше людей, особенно среди молодежи, становились активными пользователями Twitter, Facebook, Instagram, ВКонтакте. Возможность коммуникации с гражданами через социальные сети была положительно оценена властью, однако внедрение новых технологий проходило постепенно. Это было обусловлено двумя факторами:

1) недостаточный уровень кадрового потенциала. Большинство федеральных чиновников, представителей региональной власти привыкли использовать прежние, устаревшие методы коммуникации и зачастую не понимали эффективность перехода к активному использованию интернет-технологий. Безусловно, начал открыто возникать вопрос смены (омоложения) кадров на разных уровнях власти, который требовал времени;

2) отсутствие гибкости в государственном управлении. Поскольку быстро осуществить столь масштабные изменения в рамках огромной страны, такой как Россия, невозможно, то требуется далеко не один год для успешной разработки стратегии, ее апробации и внедрения в тот или иной субъект РФ. При этом стоит обратить внимание, что каждый субъект имеет свои особенности, например, разный процент пользователей Интернета, его доступность и др., т.е. необходим глубокий анализ сетевого развития региона.

Тем не менее, в Москве уже в 2014 г. начал свою работу портал «Активный гражданин», нацеленный на взаимодействие с жителями города. В 2016 г. уже в Московской области начал функционировать аналогичный портал «Добродел». Данные порталы также представлены в самых популярных социальных сетях.

Однако, вышеперечисленные факторы, не позволяющие провести быстрое внедрение социальных сетей в органах региональных властей, по-прежнему находятся в стадии решения.

Новая кадровая политика и роль коммуникационных технологий на региональном уровне

Проблемой внедрения социальных сетей является электоральный абсентеизм. Это связано с тем, что политики пытаются обратить внимание потенциальных избирателей не свою активность посредством интернет-коммуникаций, даже если нет самих выборов [3; 4].

Ключевой проблемой внедрения социальных сетей в работу региональной власти субъектов РФ являлась прежняя кадровая политика, которая была нацелена на сохранение стабильности и положительного отношения населения к власти. Однако рост вовлеченности населения в интернет-пространство не позволял достигнуть поставленных целей из-за неэффективности прежних методов. Стало очевидным, что кадровая политика должна быть изменена.

С 2016 г. куратором внутривластного блока стал С. Кириенко, сменивший В. Володина. Основные изменения кадровой политики были отражены в докладе Экспертного института социальных исследований (ЭИСИ) «Обновление. Два года новой кадровой политики». К основным характеристикам новой кадровой политики авторы доклада отнесли:

1) снижение среднего возраста глав регионов (тренд на омоложение). Губернаторы, занявшие свои посты после 2016 г., в среднем на 12–13 лет моложе своих предшественников;

2) наличие опыта работы на муниципальном, региональном, федеральном или корпоративном уровне. В результате, новый губернатор, обладая необходимыми компетенциями, способен сразу включиться в работу, без выделения времени на «раскачку»;

3) кадры, обладающие федеральным и региональным опытом управления, способны эффективнее привлекать инвестиции в регион и находить новые пути решения проблем;

4) новые губернаторы до избрания имели связь с регионом. Как правило, данная характеристика проявляется в двух случаях: губернатор родом из субъекта, что в свою очередь не гарантирует наличие прочной связи, либо работал там некоторое время и знает его особенности;

5) новые губернаторы – лидеры, способные стать драйверами развития. Данная характеристика основана на том, что молодое поколение имеет профильное образование и стремление внедрить современные и эффективные методы управления;

6) главы регионов реализуют принципы ротации и стремятся привлечь кадры из корпоративного сектора [22].

Примечательным является тот факт, что в докладе ЭИСИ никак не отражены требования федерального центра к взаимодействию региональной элиты с гражданами. В целом, данная ситуация позволяет выдвинуть гипотезу, в соответствии с которой на федеральном уровне по-прежнему отсутствует единая политика в сфере коммуникаций с населением. Однако подтвердить подобное предположение возможно только проведя анализ специфики обратной связи между властью и обществом в нескольких регионах.

Для исследования были выбраны три региона: Калининградская область, Нижегородская область и Тюменская область. Главными критериями для определения субъектов являются:

1) вступление губернатора в должность произошло после 2016 г. (начало новой кадровой политики);

2) регионы имеют экономический и промышленный потенциал;

3) выбранные субъекты относятся к категории так называемых «русских» регионов, большинство населения которых состоит из этнических русских (более 80%).

В данном случае все главы вышеперечисленных регионов были назначены после 2016 г.: глава Калининградской области А. Алиханов занял свой пост в октябре 2016 г.,

глава Нижегородской области Г. Никитин в сентябре 2018 г., глава Тюменской области А. Моор в сентябре 2018 г.

По данным Риа Рейтинга (рейтинговое агентство медиагруппы МИА «Россия сегодня»), в 2017 г. по показателю объем производства товаров и услуг в млрд руб. в субъектах РФ Тюменская область заняла 7-е место, Нижегородская область расположилась на 18 позиции, Калининградская область заняла лишь 44 строчку. Стоит отметить, что самый западный российский регион обладает промышленным и экономическим потенциалом, а столь невысокую позицию можно объяснить незначительной территорией и меньшим количеством работающих граждан [13].

Практика использования коммуникационных технологий в Калининградской области

Антон Алиханов вступил в должность и.о. губернатора Калининградской области в октябре 2016 г., 29 сентября 2017 г. одержал победу на выборах, параллельно став членом партии «Единая Россия».

Сопоставление компетенций нового главы Калининградской области с требованиями федерального центра (выявленных в докладе ЭИСИ) продемонстрировало полное соответствие. А. Алиханову в 2016 г. было лишь 30 лет, в то время как его предшественнику на момент отставки Е. Зиничеву 50. Разница в возрасте нового губернатора и уже бывшего главы региона составляет 20 лет, тенденция на омоложение губернаторского корпуса, по крайней мере, в самом западном субъекте РФ, очевидна.

Несмотря на то, что А. Алиханов родился в Абхазии, он имеет прямое отношение к региону и удовлетворяет еще двум важным требованиям центра: связь с субъектом и наличие опыта работы на муниципальном, региональном, федеральном или корпоративном уровне. С одной стороны, А. Алиханов успел получить компетенции федерального чиновника, работая в Министерстве юстиции, Министерстве промышленности и торговли. С другой стороны, молодой губернатор положительно отметился, работая уже на региональном уровне в Калининградской области на должности заместителя председателя Правительства. Здесь он курировал вопросы развития сельского хозяйства и промышленности, что, несомненно, позволяет утверждать, что компетенции работы с бизнесом у А. Алиханова имеются, так же, как и знание особенностей региона. Как отметил В. Путин, А. Алиханов является одним из создателей плана стратегического развития Калининградской области, а его новое назначение благоприятно поспособствует реализации намеченных задач [2].

Согласно информации Центра политической конъюнктуры, нового губернатора характеризуют как управленца, внедряющего новые практики, основанные на упрощении процессов с помощью новых технологий, в том числе электронных. Помимо этого, А. Алиханов призывает своих коллег чаще использовать социальные сети для решения проблем жителей региона [19].

За время нахождения на должности губернатора, А. Алиханов использовал разные подходы с целью улучшить качество обратной связи между властью и обществом региона. Одним из его первых действий была попытка расположить к себе жителей, используя довольно старый, в некотором смысле архаичный прием: публичное давление на чиновников, в том числе резкие высказывания. Например, на одном из совещаний губернатор заявил: «хватит уже, как Эдуард Викторович у нас говорил, булки мять», – обратился Алиханов к главе Минэкологии Олегу Ступину [7]. Вероятно, намекая на то, что времени на «раскачку» нет. Подобное действие сложно отнести к сфере коммуникаций с гражданами, однако оно было нацелено именно на них, хоть они и не являлись в данном случае участниками процесса. Этот метод позволил А. Алиханову, с одной стороны, дать чиновникам понять, что предстоит сложная и кропотливая работа, с другой стороны, получить одобрение со стороны граждан, многие из которых по-прежнему рассматривают политические процессы, опираясь на формулировку «царь

хороший, бояре плохие». Подобная мера позволила губернатору не только укрепить авторитет, но и в некотором смысле воздействовать на общественное мнение в личных интересах.

Стоит отметить тот факт, что техники укрепления авторитета довольно активно используются В. Путиным, в частности в вопросах, касающихся борьбы с терроризмом.

Для поддержания обратной связи между властью и обществом региона А. Алиханов использует социальные сети, через которые любой житель может поделиться своей проблемой и быть уверенным, что она будет решена, без лишних бюрократических проволочек. Тем не менее, некоторые отечественные исследователи отмечают, что горизонтальные принципы современных интернет-коммуникаций во многом воплотили анархистские утопические проекты [10]. Другая точка зрения состоит в том, что тесное пересечение виртуальных и реальных политических процессов способствует возрождению идеи античного демократического полиса, но уже в сетевом формате [17].

Активная работа губернатора Калининградской области в социальных сетях подтверждается количеством его подписчиков, например, в сети Instagram на его аккаунт подписано около 70 тыс. пользователей. Данный показатель один из самых высоких среди глав российских регионов. При этом в рейтинге компании «Медиалогия» по состоянию на 2018 г. А. Алиханов занял 16 место среди самых цитируемых губернаторов, ведущих собственные блоги [12].

Эффективность использования А. Алихановым социальных сетей для коммуникации с гражданами подтверждается его рейтингом доверия. По данным ЭИСИ, Калининградская область заняла восьмое место среди субъектов РФ по показателю уровня доверия к главе региона [22]. Алиханов стремится распространить столь перспективную практику коммуникации с гражданами на других чиновников региона. В ходе своего первого губернаторского обращения он отметил важность социальных сетей, их преимущества, в частности, возможность оперативно получать информацию напрямую от граждан, что позволяет сразу приступить к поиску решений, не ожидая каких-либо совещаний.

Примечателен случай, произошедший на одном из заседаний регионального правительства. На нем А. Алиханов зачитал письмо жительницы Калининграда, которая написала ему письмо. Женщина жаловалась на невыплату заработной платы ее мужу, работающему на стройке онкологического центра, но официально там не оформленному. Губернатор обещал разобраться с проблемой и направил проверку [19]. При этом данное письмо стало предпосылкой для решения таких важных вопросов как защита прав работающих граждан, борьба с коррупцией на крупных строительных объектах. Однако у столь прямого подхода могут быть негативные последствия, в частности начало резкой борьбы с нарушениями прав работающих граждан вынудит многие компании сократить расходы, а, следовательно, и количество сотрудников.

В целом, к положительным аспектам подобной модели коммуникации с гражданами с помощью социальных сетей можно отнести:

- 1) возможность быстрого обмена информацией;
- 2) простой способ коммуникации, позволяющий привлечь внимание чиновников к проблемам жителей региона, без обращений в ответственные органы, которые могут искусственно затягивать процесс принятия решений;
- 3) скорость обмена информацией в социальных сетях позволяет чиновникам гораздо эффективнее использовать время, поскольку данный вид обращений предполагает свободную форму, удаленность, отсутствие очереди и т.д.

Однако существуют и потенциальные риски:

- 1) высокий уровень нагрузки, который не позволит быстро и качественно рассматривать обращения граждан;
- 2) риск дезинформации, троллинга и прочих негативных явлений Интернета, способных дестабилизировать работу;

3) низкий уровень вовлеченности старшего поколения в социальные сети, что не позволит охватить максимально широкий круг граждан.

Тенденция использования современных коммуникационных технологий в Калининградской области является положительным моментом, однако столь резкое изменение стратегии взаимодействия с населением вызвало неоднозначную реакцию не только со стороны некоторых региональных чиновников, неспособных быстро перестроиться. Использование социальных сетей, как инструмента, позволяющего исключать из процесса обратной связи любых посредников, напрямую задевает интересы региональных СМИ.

А. Алиханов не раз подчеркивал своё отношение к СМИ, как к ненужному посреднику между властью и обществом. Несколько раз на пресс-конференциях вступал в словесные перепалки с журналистами [19].

Подводя итоги анализа использования коммуникационных технологий в Калининградской области, стоит отметить:

1) А. Алиханов активно пользуется соцсетями и внедряет их в рабочие процессы региональных чиновников с целью повысить прозрачность, открытость и эффективность обратной связи между властью и обществом в области, что, безусловно, является положительным сигналом для развития региона;

2) анализ имеющейся информации показал, что прямое вмешательство в стратегию использования коммуникационных технологий со стороны федерального центра отсутствует. Тем самым глава Калининградской области имеет определенную свободу действий в данной сфере;

3) ставка на социальные сети как единственный инструмент коммуникации не совсем верна, поскольку обратная связь должна быть установлена со всеми возрастными группами жителей. Социальные сети обеспечивают взаимодействие с наиболее молодой аудиторией, а старшее поколение предпочитает более привычный способ обмена информацией, например, телевидение, СМИ. Следовательно, конфликт с региональными СМИ способен негативно отразиться на коммуникации власти и общества в Калининградской области.

Практика использования коммуникационных технологий в Нижегородской области

Глеб Никитин вступил в должность и.о. губернатора Нижегородской области в сентябре 2017 г., в сентябре 2018 г. одержал победу на выборах. На момент назначения на должность и.о. губернатора Г. Никитину было 40 лет, в то время как его предшественнику В. Шанцеву – 70. Таким образом, тенденция на омоложение губернаторского корпуса подтверждается и в Нижегородской области, однако разница возраста между новым главой и его предшественником составила 30 лет, в то время как в Калининградской области – 20. Столь резкие изменения, как правило, сопровождаются резкой трансформацией управленческой системы, что может негативно сказаться на положении дел внутри субъекта, но возможен и положительный исход.

Г. Никитин родился в Санкт-Петербурге (Ленинграде), имеет опыт работы на федеральном уровне: и.о. руководителя Росимущества, заместитель министра Министерства промышленности и торговли Российской Федерации (позже первый заместитель министра). Тем не менее, какая-либо связь с Нижегородским регионом у Г. Никитина отсутствует. В данном случае, можно констатировать факт, что федеральный центр по-прежнему использует политику «варягов», хоть возможно менее часто, чем прежде.

В своей практике на посту губернатора Г. Никитин использует несколько видов коммуникаций с жителями региона. Чаще всего он предпочитает формат прямого и личного общения, через организацию встреч, выездов в те или иные районы Нижегородской области. Как отмечает Центр политической конъюнктуры, губернатор придерживается открытого общения, готов признавать проблемы, но крайне аккуратен в

формулировках и общениях (не обещает то, что не может выполнить). Встречи, как правило, довольно долгие, от двух и более часов, что позволяет извлечь из них необходимую информацию для дальнейшей плодотворной работы. При этом, подобные встречи проводятся не только в кризисной ситуации, например, в период предвыборной кампании, а на регулярной основе [20].

Метод прямой коммуникации с населением определенного района имеет свои положительные и отрицательные стороны. К положительным моментам можно отнести:

1) возможность выработать решение с учетом особенностей и специфики конкретного района;

2) регулярный личный мониторинг ситуации в области, возможность получить информацию о проблемах и интересах жителей, на основе которой можно вести эффективную кадровую политику;

3) посетить мероприятие и высказать свою позицию может любой гражданин вне зависимости от возраста.

К отрицательным сторонам подобного формата обратной связи относятся:

1) огромные затраты времени, которые могут негативно сказаться на выполнении задач в других сферах. Если Нижний Новгород поделен на 8 районов, объехать которые не представляется проблемой, то Нижегородская область включает в себя 52 района и города областного значения;

2) не всегда представляется возможность проконтролировать исполнение принятых решений.

Помимо личных встреч и решения проблем отдельных районов Г. Никитин активно поддерживает коммуникацию с населением и на уровне всей области. В 2017 г. губернатор инициировал создание новой программы развития региона сроком на 17 лет. Примечательно, что в разработке документа помимо ответственных ведомств и экспертов участвовали жители Нижегородской области. По заявлению Е. Люлина (и.о. вице-губернатора) в подготовке стратегии развития области приняло участие 500 тыс. жителей, ими было внесено 5000 предложений и 3000 инициатив, около 1000 вошли в итоговый документ. После завершения разработки стратегии проект был вынесен на всеобщее голосование, по итогам которого был утвержден. Стратегию развития региона поддержали 94% участников выборов [8].

Столь широкое взаимодействие власти и общества является положительным аспектом. Безусловно, в подобном формате существуют определенные риски, например, существенная задержка сроков разработки стратегии и повышенные финансовые затраты. Однако, на примере Нижегородской области можно утверждать, что разработка и принятие документов подобного масштаба реализуема в течение года.

Если на уровне личных встреч и привлечения жителей к выработке ключевых решений для развития региона эффективность обратной связи между властью и обществом довольно высока, то в интернет-пространстве ситуация обстоит сложнее.

У Г. Никитина отсутствуют аккаунты в социальных сетях, они были удалены им после назначения. Глава Нижегородской области отметил, что в социальных сетях все больше сообщений и информации, обрабатывать которую становится сложнее. Для коммуникации с населением Г. Никитин предпочитает использовать электронную почту или телефонные звонки [20].

Отсутствие главы региона в социальных сетях представляет определенные риски, в частности сокращается его аудитория, поскольку молодежь предпочитает использовать для коммуникации именно социальные сети. Помимо этого, оппоненты губернатора будут стремиться использовать его бездействие в своих целях, тем самым возникают риски цифровой стигматизации со стороны оппозиционных сил [6].

Однако, если в сегменте социальных сетей Нижегородская область представлена слабо, то работа в интернет-пространстве ведется. В 2018 г. в рамках программы

«Команда правительства» был создан портал, нацеленный на отбор лучших кандидатов для занятия должностей в государственных и муниципальных органах власти [9].

На данном портале любой гражданин может предложить не только свои идеи, связанные с развитием региона, но и подать заявку на занятие должности в Правительстве. Через данный портал прошли конкурсы на должность министра культуры и министра экологии. Примечательно, что на освободившийся мандат в городскую думу претендовало несколько участников от экс-министра культуры С. Горина до сторожа детсада. Несмотря на то, что претендовать на должность и участвовать в конкурсе может фактически каждый, вне зависимости от опыта и влияния, то для занятия должности необходимо, как минимум пройти тестирование. Очевидно, что не подготовленные и не имеющие опыта кандидаты отсеиваются. Что же касается свободного мандата в городскую думу, на который претендовал сторож детсада, пользователи социальных сетей и некоторые блогеры отреагировали спокойно, оценив данную должность как незначительную и с заранее выбранным победителем, следовательно, и ажиотажа никакого не было [16].

Практика коммуникации элиты и общества в Нижегородской области оценивается жителями неоднозначно. По данным фонда «Общественное мнение», в марте 2019 г. деятельность главы региона положительно оценили 37%, негативно относятся к работе Г. Никитина лишь 7% [20]. Несмотря на низкий процент отрицательных оценок, 37% положительных отзывов также является невысоким показателем. Подобный результат позволяет сделать вывод, что качество обратной связи в регионе не на самом высоком уровне либо принятые решения исполняются ненадлежащим образом.

По данным «Медиалогии», политик занял 11 место среди губернаторов по показателю «упоминаемость в СМИ», а также вошел в медиарейтинг, заняв седьмое место, несмотря на отсутствие аккаунтов в социальных сетях [12].

Подводя итог анализа коммуникаций между властью и обществом в Нижегородской области, можно отметить как положительные, так и отрицательные стороны. Особого внимания заслуживает стратегия обратной связи, использование которой четко прослеживается в деятельности главы региона. Стратегия предполагает охват и вовлечение в процесс принятия решений всех жителей области, в том числе из отдаленных районов. С этой целью Г. Никитин организует личные встречи, помогая решать проблемы отдельных населенных пунктов и создавая условия для участия их жителей в решении задач областного уровня. Этому свидетельствует активное участие граждан в разработке Стратегии развития области, возможность участия в конкурсах на занятие должностей в региональных органах власти. Таким образом, можно подчеркнуть отличие коммуникации с населением в Калининградской и Нижегородской областях: Калининградская область, несмотря на активное внедрение социальных сетей в работу чиновников, не имеет четкой стратегии. Коммуникация и обратная связь здесь происходят отчасти хаотично, в то время как в Нижегородской области видна четкая и поэтапная стратегия вовлечения граждан в принятия политических решений, при этом мероприятия по поддержке и развитию обратной связи здесь проводятся регулярно, несмотря на отсутствие Г. Никитина в социальных сетях.

Тем не менее, именно отсутствие активной работы в социальных сетях может негативно сказаться на коммуникации власти и общества в Нижегородской области, поскольку молодое поколение фактически никак не участвует в жизни региона, а исправить положение возможно лишь через использование современных коммуникационных технологий.

Практика использования коммуникационных технологий в Тюменской области

Александр Моор занял должность и.о. губернатора в мае 2018 г., уже в сентябре одержал победу на выборах. На момент назначения А. Моору было 44 года, а его предшественнику С. Сарычеву в ходе отставки было 59 лет, однако на должности губернатора он проработал лишь 11 дней. До этого главой Тюменской области был В.

Якушев, он занимал этот пост с 2005 по 2018 г., уйдя в отставку в возрасте 50 лет. Тенденция на омоложение губернаторского корпуса затронула и Тюменскую область, несмотря на то, что разница в возрасте между действующим губернатором и его предшественником незначительна по сравнению с ситуацией в Калининградской и Нижегородской областях.

А. Моор удовлетворяет многим критериям, необходимым для занятия должности главы региона. Он родился в Тюмени, что автоматически снимает проблему «варягов». При этом, политическую карьеру он делал именно здесь, а не в федеральном центре, что позволяет ему пользоваться поддержкой населения, а также знать особенности и специфику региона. Моор имеет опыт работы на должности заместителя директора Департамента экономики администрации Тюменской области, позже являлся главой администрации г. Тюмени.

Несмотря на то, что в должности губернатора А. Моор проработал на данный момент лишь один год, он имеет положительные характеристики. Агентство политических и экономических коммуникаций оценивает главу Тюменской области как руководителя с высокой публичной активностью, в некотором роде экспериментатора. Здесь имеется в виду использование различных подходов для коммуникации власти и общества [1].

Действительно, если в Калининградской области А. Алиханов делает ставку на социальные сети (горизонтальный вид коммуникационных технологий, позволяющий обойти иерархию органов власти и связаться напрямую с главой региона), в Нижегородской области Г. Никитин использует традиционные методы коммуникации (личные встречи), то А. Моор предпочитает комбинировать эти подходы.

К коммуникациям традиционного формата можно отнести телепередачу «Час с губернатором». Её А. Моор позаимствовал у своего предшественника. Повестка, как правило, состоит из подведения итогов уходящего года. Данный формат предполагает одностороннюю коммуникацию, тем не менее, передача остается востребованной у жителей области.

Глава Тюменской области активно использует социальные сети для коммуникации с жителями региона. А. Моор имеет аккаунты в «ВКонтакте», «Одноклассниках» и Instagram. В 2018 г. глава региона провел прямую трансляцию в «Одноклассниках», в ходе которой отвечал на вопросы жителей. Выбор именно этой социальной сети А. Моор обосновал тем, что целевая аудитория (люди старше 30 лет, проживающие в сельской местности) по большей части зарегистрирована здесь, к тому же заинтересованных пользователей в социальных сетях гораздо больше, чем у любого Тюменского СМИ. Однако, директор коммуникационного агентства Magic Inc Платон Маматов отметил, что выбор социальной сети «Одноклассники» связан с тем, что здесь зарегистрирована большая часть лояльной губернатору аудитории [1].

Активное использование социальных сетей и негативные отношения к СМИ, как посреднику между властью и обществом, со стороны А. Моора породило конфликт, аналогичный ситуации в Калининградской области. Примечательно, что во время предвыборной кампании А. Моор не провел ни одной пресс-конференции, но активно встречался и взаимодействовал с блогерами [1]. При этом современной элите уже недостаточно проникать в социальные сети, важно их анализировать через методологию Big Data, чтобы вырабатывать адекватные модели коммуникаций с населением [5; 18].

Несмотря на активное использование социальных сетей А. Моор не попал в топ-20 рейтинга «Медиалогии» [12]. Вероятно, в первую очередь, это связано с недостаточной популярностью аккаунтов А. Моора (3.5 тыс. подписчиков в «ВКонтакте», 5 тыс. в «Одноклассниках» и 14 тыс. в Instagram). Однако, в Национальном рейтинге губернаторов, составленном Центром информационных коммуникаций «Рейтинг», А. Моор занял третье место, уступив лишь А. Дюмину и С. Собянину. Рейтинг был составлен на основе анкетирования экспертов и политологов [21].

Подводя итог анализа практики использования коммуникационных технологий в Тюменской области, можно отметить, что применение комбинирования методов обратной связи как традиционных, так и новых (через социальные сети) имеет определенный потенциал. Во-первых, данная практика позволяет охватить все категории жителей области. Во-вторых, минимизирует риски, связанные с потерей властью авторитета, поскольку оппозиция вынуждена конкурировать на любом направлении коммуникации, что проблематично, особенно с учетом того, что губернатор имеет почти неограниченный административный ресурс.

Выводы

Проведенное исследование позволяет сформулировать ряд выводов:

1) несмотря на новую кадровую политику федерального центра и выдвижение повышенных требований к компетенции губернаторов, единая стратегия коммуникации между властью и обществом по-прежнему отсутствует. Данный факт подтверждается анализом обратной связи в Калининградской, Нижегородской и Тюменской областях. Губернаторы в данных регионах используют абсолютно разные способы коммуникаций (А. Алиханов делает ставку на социальные сети, Г. Никитин на традиционные методы, А. Моор на комбинировании обоих подходов);

2) активное использование социальных сетей как средства коммуникации с населением, как правило, приводит к конфликту с региональными СМИ. Безусловно, важную роль в данном вопросе играет мнение губернатора о полезности «четвертой власти» для решения задач региона. Подобные примеры встречаются в Калининградской и Тюменской областях;

3) свобода выбора губернаторов стратегии коммуникации с населением, с одной стороны, открывает новые возможности (использование современных коммуникационных технологий, возможность эксперимента, способность внедрять и распространять современные методы управления), с другой стороны, повышает риск в случае неудачи, поскольку федеральный центр может в любой момент пресечь развитие той или иной сферы, в случае если посчитает, что она несет в себе новые вызовы;

4) получив свободу при выборе стратегии взаимодействия с жителями региона, губернаторы начали использовать различные подходы. Данное исследование позволило выявить три основных вида коммуникационных технологий, используемых в российской региональной политике:

– горизонтальный. Использование социальных сетей и прочих технологий, позволяющих преодолеть иерархию органов власти (осуществляется в формате удаленной коммуникации);

– традиционный. Основан на общеизвестных методах коммуникации, предполагающих преодоление иерархии органов власти, прямое общение между гражданином и главой региона. Осуществляется через организацию личных встреч, выступления на телевидении. При этом традиционный вид коммуникации может быть двух типов: односторонняя коммуникация (манипулятивный тип) и взаимная коммуникация (открытый тип). К манипулятивному типу коммуникаций относятся такие форматы, как телепередачи, т.е. субъект политики передает информацию в одностороннем формате, без возможности объекта (граждан) ему ответить. К открытому типу коммуникаций относят личные встречи, т.е. формат, который предполагает возможность граждан задать интересующие вопросы и получить на них ответ, при этом требуется присутствие субъекта и объекта политики на одной площадке;

– комбинированный. Данный вид коммуникационных технологий предполагает использование современных возможностей, удаленный формат взаимодействия, свойственные горизонтальному виду, а также формы обратной связи, характерные для традиционного вида. Как правило, комбинированный тип коммуникации применяется в

тех случаях, когда власть стремится достичь наиболее эффективного результата и привлечь все возрастные категории жителей региона.

Стоит отметить, что основным риском, объединяющим вышеперечисленные виды коммуникационных технологий, является манипуляция общественным мнением в интересах отдельного человека или группы лиц.

Литература

1. Агентство политических и экономических коммуникаций. Александр Моор: открытость как политический стиль [Электронный ресурс] URL: <http://regcomment.ru/analytics/aleksandr-moor-otkrytost-kak-politicheskij-stil/> (дата обращения 15.04.2019).
2. Администрация Президента России. Встреча с Антоном Алихановым [Электронный ресурс] URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/53047> (дата обращения 25.05.2019).
3. Алексеев П.А. Избирательные кампании парламентских выборов (1993-2016 гг.) и особенности электорального поведения // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: История и политические науки. – 2018. – № 3. – С. 195–206.
4. Алексеев Р., Абрамов А. Электоральный абсентеизм на президентских и парламентских выборах в России (избирательные кампании с 1993 по 2018 г.): причины, последствия, способы преодоления // Постсоветский материк. – 2018. – № 4 (18). – С. 43–57.
5. Байков С.А. Технология Big Data в российской политике: эволюция или угроза национальной безопасности? // Журнал политических исследований. – 2019. – Т. 3. – № 1. – С. 59–68.
6. Володенков С.В., Федорченко С.Н. Цифровые стигматы как инструмент манипуляции массовым сознанием в условиях современного государства и общества // Социологические исследования. – 2018. – № 11. – С. 117–123.
7. Газета.Ru. Эксперты оценили стиль работы калининградского губернатора Алиханова [Электронный ресурс] URL: https://www.gazeta.ru/politics/news/2019/04/11/n_12854503.shtml (дата обращения 29.05.2019).
8. Глеб Никитин: «Практика столь широкого общественного обсуждения значимых для региона проектов должна быть продолжена» [Электронный ресурс] URL: <https://government-nnov.ru/?id=219474> (дата обращения 27.05.2019).
9. Команда Правительства Нижегородской области. [Электронный ресурс] URL: <https://hr.government-nnov.ru/> (дата обращения 27.05.2019).
10. Матюхин А.В. Русская анархо-федералистская утопия: "Вольный город" А.А. Карелина // Журнал политических исследований. – 2018. – Т. 2. – № 4. – С. 41–47.
11. Мартынов М.Ю., Габеркорн А.И. Роль конструктивистской трактовки формирования гражданской идентичности и патриотизма в современной символической политике // Журнал политических исследований. – 2018. – Т. 2. – № 2. – С. 117–131.
12. Медиалогия. Рейтинги [Электронный ресурс] URL: <https://www.mlg.ru/ratings/> (дата обращения 15.04.2019).
13. РИА рейтинг. Рейтинг социально-экономического положения субъектов РФ по итогам 2017 года [Электронный ресурс] URL: <http://riarating.ru/infografika/20180523/630091878.html> (дата обращения 25.05.2019).
14. Сакулин С. В. Big Data или алгоритм победы на выборах // Журнал политических исследований. – 2019. – № 1. – С. 53–58.
15. Сельцер Д.Г., Жуков Д.С. Рекрутирование региональной административно-политической элиты России, 1990–2017 гг.: подходы к построению системно-динамической модели // Журнал политических исследований. – 2017. – Т. 1. – № 4. – С. 78–101.

16. Скобеева А. В Нижнем Новгороде «делят» мандаты, а Никитин зовёт горожан в министры [Электронный ресурс] URL: <https://regnum.ru/news/2415258.html> (дата обращения 29.05.2019).
17. Федорченко С.Н. Сетевой полис: гражданин на перекрестке реальной и виртуальной политики //Научно-аналитический журнал Обозреватель – Observer. – 2019. – № 4 (351). – С. 68–85.
18. Федорченко С.Н. О номере "Big Data в политическом универсуме" //Журнал политических исследований. – 2019. – Т. 3. – № 1. – С. 3–6.
19. Центр политической конъюнктуры. Антон Алиханов. Молодой западник. [Электронный ресурс] URL: <http://cpkr.ru/analytics/anton-alihanov> (дата обращения 15.04.2019).
20. Центр политической конъюнктуры. Глеб Никитин. Жесткий управленец [Электронный ресурс] URL: <http://cpkr.ru/analytics/gleb-nikitin> (дата обращения 15.04.2019).
21. Центр информационных коммуникаций. «Рейтинг». Национальный рейтинг губернаторов [Электронный ресурс] URL: <https://wek.ru/nacionalnyj-rejting-gubernatorov-mart-aprel-2019-chast-1> (дата обращения 30.05.2019).
22. Экспертный институт социальных исследований (ЭИСИ). «Обновление. Два года новой кадровой политики» [Электронный ресурс] URL: <http://eisr.ru/upload/iblock/a9b/a9bda44cea4dcac870a9c6d9e10af27c.pdf> (дата обращения 15.04.2019).