О. Н. Морозова

Тверской государственный университет

МЕДИАЛЬНЫЕ ПРАКТИКИ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПАРТИЙ В ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ

Коммуникативное пространство политической дискурсии в электронных СМИ представлено различными медиальными практиками, среди которых выделяются официальные сайты партий, форумы, посвященные обсуждению различных вопросов деятельности партий, блоги, а такжесоциальные сети. Сравнительный анализ отечественного коммуникативного пространства политической дискурсии показал, что наиболее разветвленной сетью медиальных интернет-практик располагают основные политические партии, представленные в Государственной думе РФ: «Единая Россия», «КПРФ», «ЛДПР» и «Справедливая Россия». Анализ выявил, что представленные в Государственной думе политические партии по-разному проявляют свою коммуникативную активность и разнятся в предпочтении выбора тех или иных медиальных практик. Установлено, что все перечисленные партии имеют свой официальный сайт. Однако средние числовые показатели просмотров партийных сайтов за 24 часа разнятся: у партии «Единая Россия» – 61959 посещений, у партии «КПРФ» – 10134, у партии «ЛДПР» – 5368, а у партии «Справедливая Россия» данных о количестве посещений за день нет. К этому следует добавить, что у большинства партийных лидеров существуют свои официальные сайты. Исключение составляет лидер партии «ЛДПР», у которого нет своего официального сайта.

Очевидно, что: 1) у каждой политической партии есть свой официальный сайт. Наиболее востребованным среди них является сайт партии «Единая Россия», 2) в социальных сетях (Вконтакте) самая активная коммуникация осуществляется в группе партии «КПРФ», в то время как у партии «Справедливая Россия» отсутствует официальная группа Вконтакте, 3) в Твиттере наибольшей активностью пользуется официальный твиттер партии «Единая Россия», 4) в Фейсбуке самая активная партия – «Справедливая Россия», а у ЛДПР нет официальной группы в этой социальной сети, 5) все партии ведут свои блоги в ЖЖ, но активностью среди них выделяется партия «Единая Россия».