

Госдума усиливает медиаресурс

Государственная дума намерена объединить свои информационные ресурсы в мультимедийную структуру. В нее войдут обновленный официальный сайт нижней палаты, аккаунты в популярных соцсетях и передача «Парламентский час». При этом «Парламентская газета», скорее всего, останется самостоятельным СМИ, поскольку освещает деятельность не только Госдумы, но и Совета Федерации.



Фото: ИЗВЕСТИЯ/Павел Бедняков

Реализовывать идею будет новый отдел современных информационных технологий и новых коммуникаций, созданный в структуре управления по связям с общественностью и взаимодействию со СМИ. Комитет Госдумы по регламенту уже согласовал соответствующие изменения в штатном расписании аппарата.

Отдел информационных технологий

20 апреля комитет по регламенту Госдумы одобрил создание

нового отдела по информационным технологиям в структуре управления по связям с общественностью и взаимодействию со СМИ Госдумы. Теперь соответствующий документ должен поддержать Совет нижней палаты.

Как сообщил «Известиям» заместитель председателя комитета по регламенту Михаил Романов, новый отдел создается за счет вакантных ставок из других структур аппарата, то есть за счет перераспределения имеющейся штатной численности. Таким образом, увеличения фонда оплаты труда не потребуется.

На новую структуру будет выделено 20 ставок, среди которых – начальник отдела, два его заместителя, а также советники, консультанты и специалисты. Кроме того, предусмотрено введение одной дополнительной должности заместителя начальника управления по связям с общественностью и взаимодействию со СМИ, который будет курировать работу.

Собеседники «Известий» в аппарате Госдумы заявили, что фактически речь идет о создании так называемого медиахолдинга, в который войдут думские информационные активы.

Сайт и соцсети

Собеседники «Известий» в ГД рассказали, что в обязанности отдела будет входить трансляция думского контента в социальные сети и работа с интернет-сообществом.

– По данным проведенного соцопроса, более 55% наших избирателей всю информацию берут из интернета, а не из официальных СМИ. Поэтому решено создать новую структуру, которая будет заниматься взаимодействием с интернет-сообществом. Ее задача – доводить до избирателей наши законопроекты, всю нашу работу, – пояснил собеседник издания, близкий к организационному процессу.

Другой собеседник рассказал, что одна из первых задач отдела – адаптация думского сайта для гаджетов, создание мобильных версий и приложений. Официальный сайт Госдумы планируется серьезно модернизировать. Так, будет полностью изменен интерфейс, лента новостей должна стать более удобной, также будет создано несколько новых разделов. В частности, раздел с

официальными аккаунтами депутатов в соцсетях и раздел для обращений граждан. При разработке концепции сайта был учтен зарубежный опыт: из сайтов парламентов других стран самым приемлемым по дизайну и удобству был признан сайт бундестага Германии, сказал источник «Известий» в аппарате Госдумы.

Рабочая группа по модернизации сайта ГД была создана в феврале по поручению спикера нижней палаты Вячеслава Володина, ее возглавляет глава комитета ГД по СМИ Леонид Левин («Справедливая Россия»). Источники «Известий» говорят о том, что сайт в новом формате удастся запустить только к концу года. Это связано с большим объемом работ – в частности, необходимо «отрисовать» заново персональные страницы всех депутатов.

Мультимедиа

Запуск трансляции думского контента в социальные сети начнется раньше и будет на первом этапе независим от сайта, однако в будущем это будет объединенная редакция, как в крупных СМИ, работающих на нескольких мультимедийных площадках, рассказал источник «Известий», добавив, что фактически речь идет о своего рода медиахолдинге.

– Один и тот же журналист – мы считаем, что это должны быть не СММ-менеджеры, а именно журналисты, – может писать посты как для Facebook, так и для сети «ВКонтакте», не должно быть жесткого разделения, – сообщил собеседник «Известий», добавив, что наполнением сайта также займутся профессиональные журналисты.

Он уточнил, что в перспективе в формируемую структуру может быть «втянута» передача «Парламентский час», поскольку ее сотрудники и являются штатными сотрудниками думского аппарата. А вот «Парламентскую газету» изменения не затронут – она юридически является самостоятельным АНО (автономной некоммерческой организацией) и в ее задачи входит освещение деятельности не только Госдумы, но и Совета Федерации.

В результате полной модернизации сайта Госдумы и запуска аккаунтов в соцсетях нижняя палата планирует производить контент не только для политиков, юристов и журналистов, но и для рядовых избирателей. Медиахолдинг будет работать на повышение медийности всей нижней палаты, всех фракций, но в фокусе внимания окажется Совет Думы как главный «коллективный ньюсмейкер», сообщил собеседник «Известий», близкий к процессу формирования новой структуры.

Работа на имидж


Директор по исследованиям фонда ИСЭПИ **Александр Пожалов** полагает, что появление официального аккаунта Госдумы подстегнет интерес политизированной части пользователей соцсетей к работе парламента.

– Мы сейчас наблюдаем, что интерес к депутатским аккаунтам достаточно высок. За последние два месяца большое число депутатов создали собственные новые страницы в соцсетях, и руководство «Единой России» активно ориентирует партийцев на работу в соцмедиа, трансляцию политической позиции. Это привлекает внимание. Наверное, в аккаунте Думы будет официальная информация по резонансным и социально значимым законопроектам, консолидированные политические заявления парламента, раскрытие каких-то нюансов парламентской жизни – может быть, до сих пор скрытых от глаз телекамер. Речь идет о продвижении имиджа парламента в целом, – пояснил он.

По мнению Александра Пожалова, пользователи, скорее всего, постараются превратить аккаунт в некую электронную приемную. Поэтому можно прогнозировать определенную степень интерактивности. Например, логично использовать такую площадку для сбора мнений и предложений пользователей по разным вопросам. Через официальный аккаунт можно запускать интерактивные голосования в соцсетях. Опрос в интернете хоть и не является репрезентативным, но даст срез настроений политизированной части пользователей соцсетей и тоже способен повысить интерес к работе Госдумы, подчеркнул эксперт.

Доцент Института общественных наук РАНХиГС **Екатерина Шульман** отметила, что в большинстве стран мира под медийной открытостью парламента понимают в первую очередь политику открытых данных.

– Этот аспект работы в Госдуме поставлен очень хорошо – есть система публикации законопроектов АСОЗД (автоматизированная система обеспечения законодательной деятельности), где отображается процесс прохождения законопроекта, сроки основных действий, принятые и отклоненные поправки, на сайте ГД есть стенограммы заседаний, данные о поименном голосовании, – сказала Екатерина Шульман «Известиям». – Как специалист я жалею только, что не «оцифрован» первый созыв, всё остальное работает. Возможно, есть спрос на объяснение, популяризацию этой информации. Если это не произойдет в ущерб политике открытых данных и специфическая информация, востребованная специалистами, будет так же доступна, то в популярном интерфейсе нет вреда.

При этом Екатерина Шульман отметила, что Думе будет непросто выступать в качестве цельного ньюсмейкера, поскольку она состоит из фракций, которые могут иметь разные точки зрения на ряд вопросов. Нормальной является ситуация, когда каждая фракция и даже каждый депутат «пиарят» сами себя,  выступая в роли самостоятельного спикера, подчеркнула она.

*По тексту **Нatalьи Рожковой** и **Марины Юршиной**
25 апреля 2017 г.*