

М.Е. РОДИОНОВА

кандидат социологических наук, доцент, Ph.D.
доцент Департамента политологии
Факультета социальных наук и массовых коммуникаций
Финансового университета при Правительстве РФ,
Россия, г. Москва

И.В. ЕРЕМЕНКО

кандидат философских наук
старший преподаватель Департамента массовых
коммуникаций и медиабизнеса Факультета социальных
наук и массовых коммуникаций Финансового университета
при Правительстве РФ, Россия, г. Москва

РЕАЛИЗАЦИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ СТРАТЕГИИ ПОЛИТИЧЕСКИХ АКТОРОВ ЗА РУБЕЖОМ НА ПРИМЕРЕ СРАВНИТЕЛЬНОГО АНАЛИЗА ВЕБ-САЙТОВ И СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ СКАНДИНАВСКИХ СТРАН

Материал представляет сопоставительный анализ практик реализации коммуникативной стратегии партиями правого, левого и центристского толка стран скандинавского блока. В ходе работы анализируются веб-сайты партий, их страницы в социальных сетях, а также библиографический материал по теме, привлекается статистический материал. Посредством изучения особенностей конструирования и ведения веб-сайтов и страниц в социальных сетях зарубежными политическими партиями выделены общие и специфические черты. Особый интерес представляет выполнение подобного анализа на материале нескольких партий, придерживающихся схожих политических позиций, но представленных в разных странах одного региона, в частности на примере Финляндии, Швеции и Норвегии.

Ключевые слова: PR-технологии, коммуникативная стратегия, избирательные технологии, Финляндия, Швеция, Норвегия.

В настоящее время партии разных стран самым тесным образом взаимодействуют со своими избирателями, делают они это во многом благодаря

широкому распространению сети интернет. Возможность создания веб-сайта, а также страницы в той или иной социальной сети обеспечила партийных деятелей полем для реализации коммуникативной стратегии. Посредством изучения особенностей конструирования и ведения веб-сайтов и страниц в социальных сетях зарубежными политическими партиями, можно выделить общее и специфическое. Особый интерес представляет выполнение подобного анализа на материале нескольких партий, придерживающихся схожих политических позиций, но представленных в разных странах одного региона, в частности на примере Финляндии, Швеции и Норвегии – трех стран Северной Европы. Рассмотрение реализации коммуникативной стратегии при этом следует осуществлять с отслеживанием динамики показателей коммуникативной активности в зависимости от фазы избирательного цикла, интенсивности взаимодействия с лидерами и центрами общественного мнения, а также с описанием цифровой инфраструктуры и социальной базы информационных потоков (их половозрастных и геолокационных характеристик).

Реализация коммуникативной стратегии партиями Финляндии. Политическая история Финляндии насчитывает более двухсот лет. За это время политический ландшафт не раз претерпевал изменения. В настоящий момент в Финляндии существуют семнадцать основных политических партий, из которых восемь представлены в парламенте – Эдускунте. Также в стране существует целый ряд политических ассоциаций. Кроме того, особый статус региона Аландских островов предопределил появление локальных политических партий. В рамках данной работы рассмотрим три крупнейшие партии Финляндии, традиционно представленные в парламенте: Финляндский центр (центристы), Национальная коалиционная партия (правые) и Левый союз (левые).

Финляндский центр. Центристская партия Финляндии в русскоязычных СМИ носит название Финляндский центр (фин. Suomen keskusta – KESK). Председателем партии является Юха Сипиля. Партия умеренно реформистская и поддерживает социальные идеалы и ценности, иными словами, поддерживает социальный либерализм. Центристская партия защищает интересы финского сельского хозяйства и считает важным, чтобы как услуги, так и рабочие места оставались безопасными и доступными по всей Финляндии. Партия проводит экологическую политику по защите природных ресурсов. Стремится к миру и сотрудничеству. Равенство также является важной ценностью партии. Центристы стремятся продвигать гуманность и свободу с ответственностью через образование и культуру. Согласно им, общество должно быть инклюзивным и поддерживать предпринимательство. Партия хочет помочь облегчить компаниям трудоустройство людей. Около половины членов выступают против членства Финляндии в ЕС [5].

Веб-сайт Финляндского центра выполнен в зеленых и белых цветах, традиционных для партий, поддерживающих аграрную повестку. На сайте представлены разделы: О нас, Наша политика, Примите участие, Новости, Выборы, Участки, Медиа, Организационные материалы, Контакты. Пользователям дают возможность подписаться на новостную рассылку, задать партийным представителям вопрос в специальной форме. На сайте присутствуют фото простых людей – избирателей, инфографические элементы, рисунки. Есть возможность менять размер шрифта на сайте, также доступны версии на трех, наиболее распространенных в стране языках: финском, шведском и английском [10].

Финляндский центр представлен в целом ряде соцсетей, включая Фейсбук, Инстаграм (здесь и далее в работе упоминаются информационные продукты компании Мета, которая признана в России экстремистской организацией и запрещена), Твиттер, Ютуб, Спотифай. Странички во всех социальных сетях, заявленных, также как и сайт изобилуют публикациями в зеленом цвете. На платформе Ютуб представлены видеоролики встреч с избирателями, выступлений членов партии, агитационные ролики. На платформе Спотифай публикуются подкасты на социально-политическую тематику. Ведущие соцсети по количеству публикаций и подписчиков – Твиттер, Фейсбук и Инстаграм. В этих трех соцсетях представлена одна тематика, это публикации о мероприятиях прошедших и планирующихся, беседы с членами партии, новости партии и страны.

Национальная коалиционная партия. Политические взгляды правой политической направленности в Финляндии представляет Национальная коалиционная партия (фин. Kokoontumus – КОК). Председателем партии является Юрки Катайнен. Партия умеренно либеральная и реформистская, поддерживает либеральный консерватизм. Ее основополагающими ценностями являются: свобода, ответственность, демократия, равные возможности, образование, поощрение, уважение к другим и забота. Поощряются индивидуализм и предпринимательство. Партия пропагандирует бережное отношение к национальному наследию, языку и культуре Финляндии. Она работает на образование и культурное развитие людей. В частности, партия стремится поощрять предпринимательство и улучшать условия ведения бизнеса. В программе партии подчеркивается социальная ответственность людей и компаний. Согласно ей, следует уважать природу, окружающую среду и других людей.

Сайт партии представлен в синем и белом цветах, которые, помимо прочего, являются цветами финского флага. Есть возможность выбора финского или шведского языка, кнопка для людей с ограниченными возможностями, которая облегчит им пользование сайтом исходя из типа ограниченной возможности. На сайте есть множество фотоматериалов. Основные разделы:

Партия, Выборы, Участие, Организации-партнеры, Активности, Контакты. Есть активная кнопка для того, чтобы стать членом партии [6; 5].

Соцсети Национальной коалиционной партии – это Фейсбук, Твиттер, Инстаграм, Ютуб. На Ютуб представлены интервью с членами партии, агитационные ролики, вопросы-ответы, есть формат коротких вертикальных видео. По количеству подписчиков и публикаций среди соцсетей данной партии лидируют Твиттер, Фейсбук и Инстаграм. В них представлена сходная информация о встречах с избирателями, планирующихся и прошедших мероприятиях партии и т.п. Активно используется формат «сторис». По всех соцсетях присутствует синий цвет, но менее броского, кричаще яркого оттенка, чем тот, который использован на сайте.

Левый союз. Политические силы левого толка в Финляндии представлены Левым союзом (фин. Vasemmistoliitto – VAS). Председателем партии является Пааво Архинмяки. Идеологией партии является левый зеленый социализм. Она поддерживает исключительно основополагающие социальные ценности, включая равенство, демократию, свободу и устойчивое развитие. Партия стремится сочетать либерализм с социализмом. Феминистская повестка и экологическая осведомленность очень важны. Партия работает на благо справедливой мировой экономики и демократии. Левый союз считает, что финское государство всеобщего благосостояния должно быть развито, а капитализм должен находиться под контролем. Условия найма не могут быть ухудшены. Необходимо предотвращать спекуляции с краткосрочными трудовыми контрактами. Профсоюзы должны иметь сильную позицию. Каждый должен иметь право на труд и доход. Люди не могут подвергаться дискриминации по признаку пола, сексуальной ориентации или религии. Иммигрантов следует поощрять, и они должны пользоваться теми же правами, что и другие люди в Финляндии. Партия не поддерживает социалистический тоталитаризм. Его сторонники довольно критически относятся к ЕС. По их мнению, в процессе европейской интеграции следует уделять больше внимания социальным вопросам. Экономика не должна диктовать все события.

Сайт выполнен в розовом и белом цветах, которые иногда оттеняются ультрамариновым. Есть возможность просматривать сайт на финском, шведском и английском. Есть кнопка для пожертвований, а также кнопка для вступления в партию и для подписки на новостную рассылку. На сайте присутствует множество фотографий, на которых доминируют женщины. Фотографии в начале главной страницы не статичны, а находятся в режиме непрерывного слайд-шоу. Основные разделы: Выборы, Темы и ценности, Новости, Интернет-магазин, Контакты [13].

Данная партия имеет профиль в таких соцсетях, как Фейсбук, Твиттер и Инстаграм. В социальных сетях доминирует та же цветовая гамма, что и на сайте. Все из названных соцсетей достаточно популярны и имеют

большое количество подписчиков. В тематическом наполнении соцсетей представлена актуальная политическая повестка, мероприятия партии, интервью и цитаты членов партии. Фотоматериалы в ряде случаев отличает неформальный подход, призванный сократить дистанцию власти между депутатами и избирателями.

Реализация коммуникативной стратегии партиями Швеции. В Швеции, как и в подавляющем большинстве стран мира, политическая система многопартийна. В стране насчитывается несколько сотен политических партий и объединений. При этом не все из них имеют большое влияние на политический курс государства, не все представлены в Риксдаге – парламенте Швеции. В данный момент в парламент входят восемь из существующих в стране крупнейших партий. Помимо этого, большое количество малых партий представляет крайне разнородные интересы малых социальных групп (например, профессиональных сообществ). Ряд партий, к примеру, Феминистская инициатива, представляют Швецию в Европейском парламенте. В данной работе в фокусе нашего внимания следующие крупнейшие партии, входящие в парламент: Партия центра (центристы), Умеренная коалиционная партия (правые) и Левая партия (левые).

Партия центра. Основанная в 1910 году как Аграрная партия, Центристская партия получила свое нынешнее название «Партия центра» (швед. Centerpartiet – С) в 1958 году. Лидер партии – Анни Лёф. Партия представляет интересы сельских жителей и пытается перестроиться в альтернативную центристскую партию, выступающую за экологические проблемы и поддерживающую тесные связи с сельской Швецией, с социально-либеральным профилем, ориентированным на экологическое, социальное и прогрессивное развитие и децентрализацию [12].

Сайт изобилует темно-зеленым и белым цветами. Возможность просматривать сайт на других языках осуществляется только посредством сайта Google Translate. Есть кнопка для озвучивания сайта, что может послужить подспорьем для людей с нарушением зрения. Кроме того, на сайте есть кнопка для того, чтобы вступить в партию и подписаться на новостную рассылку. Основные разделы: Наша политика, Наша партия, Лидер, Пресса, Участие, День партии, Организации-партнеры, Контакты. На сайте много фотографий, в особенности на которых изображена лидер партии [2].

У шведской Партии центра большое представительство в соцсетях. Они имеют страницы в Фейсбук, Твиттер, Ютуб, Инстаграм, Flickr, LinkedIn. На Ютуб много записей интервью и выступлений лидера партии, используется формат коротких видео. На Flickr представлены фотографии членов партии. LinkedIn партия использует для поиска и установления деловых контактов. Страницы в Твиттер, Фейсбук и Инстаграм являются наиболее популярными у данной партии, они выполнены в темно-зеленом цвете.

Содержательное наполнение соцсетей представляют актуальные новости, мероприятия и выступления с участием лидера партии.

Умеренная коалиционная партия. Основанная в 1904 году как Консервативная партия, а в 1969 году переименованная в Умеренную коалиционную партию (швед. Moderata Samlingspartiet или Moderaterna – М). Выступает за рыночную экономику, снижение налогов и уменьшение роли правительства в экономике. С 1980-х годов, когда экономика Швеции пострадала, данная партия последовательно набирала силу, выступая за налоговую реформу и сокращение государства всеобщего благосостояния [12].

Сайт в цветовом отношении представляет собой сочетание белого, синего и голубого, с вкраплениями розового и фиолетового. Сайт моноязычен. Он лаконичен и не изобилует большим количеством фотографий. Для людей с нарушением зрения есть специальная кнопка для озвучивания содержания сайта. Здесь есть интерактивный опрос о том, что пользователи сети знают о партии. Кроме того, есть кнопка для подписки на рассылку и для того, чтобы стать членом партии. Основные разделы: Участие, Лидер, Наша политика, Наши политики, Новости, Пресса, О партии, Контакты [7].

У данной партии есть страницы в следующих социальных сетях: Фейсбук, Твиттер, Инстаграм, Ютуб, LinkedIn. На Ютуб представлены постановочные ролики с участием политиков, выполненные в рамках агитационной кампании, видео выступлений, интервью и т.д. Короткие видео вертикального формата представлены в меньшей степени. LinkedIn используется как платформа для формирования рабочих отношений, но там также формируется аудитория. Фейсбук, Твиттер и Инстаграм-аккаунты у данной партии крайне популярны. На этих площадках в цветовом оформлении обязательно присутствует синий цвет. Примечательно, что даже на изображениях в соцсетях зачастую превалирует текстовая информация.

Левая партия. Основанная в 1917 году как Шведская левая социал-демократическая партия после раскола среди социал-демократов, в течение многих лет она была известна как Шведская коммунистическая партия. Сейчас носит название Левая партия (швед. Vänsterpartiet – V). Нынешний лидер партии – Нуши Дадгостар. Несмотря на отход от коммунистической идеологии, политика левых по-прежнему сосредоточена вокруг трех основных столпов: социализма, феминизма и окружающей среды. Данная партия также отстаивает позиции, касающиеся гендерного равенства [12].

Сайт Левой партии Швеции характеризуется классическими цветами, а именно черным и белым, небольшими акцентами выделяются красные элементы. Фотографий на сайте не так много, но они разнообразны по своему содержанию. Нет возможности просматривать сайт на других языках, кроме шведского. Есть кнопка для подписки на новостную рассылку, вступления в ряды партии и для пожертвований. На главной странице сайта есть

алфавитный указатель. Основные разделы: Наша политика, Лидер, Участие, Контакты [3].

Заявлены страницы партии в следующих соцсетях: Твиттер, Инстаграм, Фейсбук, Ютуб. На Ютуб-канале партии можно найти видео выступлений членов партии, интервью, видео формата вопрос-ответ, образовательные постановочные видео. Фейсбук, Твиттер, Инстаграм – наиболее популярные соцсети у данной партии. В этих соцсетях много контента самого разного плана: объявление, цитаты, выступления политиков, интервью и т.д. При этом в оформлении соцсетей не доминирует какой-то единый стиль или цветовое решение.

Реализация коммуникативной стратегии партиями Норвегии. Для Норвегии в течение длительного времени была характерна политическая система, где доминировала одна партия. Однако в настоящее время в данной стране нет подобного перекаса. Политическая система многопартийна, по итогам последней избирательной компании в парламент, который носит название Стортинг, входят девять крупных партий, представляющие весь спектр политических позиций и идеологий. Подобно другим странам региона Северной Европы и Скандинавским странам как таковым, в Норвегии имеется большое количество не крупных неправительственных партий, какие-то являются недействующими и получившими статус «исторических». В рамках данного исследования целью нашего рассмотрения являются Партия Центра (центристы), Партия прогресса (правые) и Социалистическая левая партия (левые).

Партия Центра. Лидером данной партии является Трюгве Слагсвольд Ведум. Несмотря на название (норв. Senterpartiet – Sp), норвежскую центристскую партию трудно определить современными политическими терминами. За время своего существования они присоединялись как к левым, так и к правым лидирующим коалициям. Они начинали свой политический путь как фермерская партия и по сей день проводят кампанию в основном по вопросам протекционизма и децентрализации. По их словам, хорошие услуги, близкие к людям, обеспечивают безопасность и предсказуемость в повседневной жизни. Центристская партия считает, что их основная ценность близости – это решение, а не проблема, ведь Норвегия – это страна, где плотная социальная сеть сыграла важную роль. Это, в свою очередь, создало динамичные местные сообщества на севере, юге, востоке и западе и стало историей успеха для страны [8].

Сайт данной партии оформлен с использованием белого цвета и различных оттенков зеленого. Текстовый материал на сайте сопровождается незначительное количество фотографических изображений. Интерес представляет раздел с постерами, где находятся постеры партии с лозунгами и членами партии и избирателями. Люди с нарушением зрения могут озвучить сайт с помощью специальной кнопки. Основные разделы сайта: Наша

политика, Наши люди, О нас, Новости, Лидер, Локальные команды партии, Активности, Участие, Сотрудничество со школьниками. Версий сайта партии на других языках, кроме норвежского нет, но есть краткое изложение деятельности партии на английском [9].

Партия Центра Норвегии имеет аккаунты в Фейсбук, Твиттер, Инстаграм, Ютуб, Flickr. На Ютуб мы находим видео выступлений членов партии, интервью, постановочные видео, выполненные в рамках выборных кампаний. Аккаунт на Flickr полон фотографий членов партии, как сделанных во время специальных фотосессий, так и во время выступлений и пресс-конференций. Фейсбук, Твиттер и Инстаграм-аккаунты данной партии более популярны, чем аккаунты в других соцсетях. В Твиттере доминируют текстовые сообщения. Что касается содержания Фейсбук и Инстаграм, то оно крайне разнообразно и включает цитаты, выступления, отчеты и т.п. Цветовое оформление в зеленых оттенках сохраняется в соцсетях партии.

Партия прогресса (норв. Fremskrittspartiet – FrP) – самая правая партия Норвегии, набиравшая обороты на протяжении 2000-х и в начале 2010-х годов. В 2013 году данная партия впервые вошла в правительство в составе первой коалиции Эрны Сольберг. Лидером партии в настоящий момент выступает Сильви Листхёуг. Как заявляют представители данной партии, Партия прогресса – это либертарианская партия, которая верит в свободу личности, снижение налогов, процветание и ограниченное правительство, которое расширяет возможности людей [8].

Сайт Партии прогресса характеризуется преобладанием белого и разных оттенков синего. На общем фоне крупно выделяются лозунги партии, размещенные на сайте. Есть специальные кнопки для того, чтобы вступить в партию и пожертвовать деньги. На сайте много фотографий разного плана и содержания. Основные разделы сайта: Наши люди, Наша партия, О партии, Участие, Локальные представительства, Национальное собрание 2022, Основная брошюра, Программа партии на 2021-2025 годы, Устав ассоциации 2022, Этические и организационные принципы, Пресса, Контакты [4].

Основные соцсети данной партии: Фейсбук, Инстаграм, Ютуб, Snapchat. На Ютуб загружены как постановочные видео, так и записи выступлений политиков, представляющих данную партию. На Snapchat информация о партии скудна, ее мало. Страничка партии на Фейсбук крайне популярна, количество подписчиков насчитывает 155 тысяч человек. На Фейсбук и в Инстаграм представлена схожая информация: предвыборные обещания, встречи с избирателями, актуальные вопросы социальной и политической повестки. В оформлении в тех или иных проявлениях неизменно присутствует синий цвет.

Социалистическая левая партия. Нынешний лидер Социалистической левой партии (норв. Sosialistisk Vensterparti – SV) – Аудун Лисбаккен. Сформированная из коалиции небольших социалистических и ряда

независимых партий, данная партия является основной демократической социалистической партией, которая позиционирует себя слева от лейбористов. Их кампании, как правило, вращаются вокруг сильного государственного сектора, более сильных программ социального обеспечения и все чаще в их рядах звучат призывы к защите окружающей среды. По их словам, различия между финансово привилегированными и большинством обычных людей продолжают увеличиваться в наше время. В то время как те, кто обнищал или заболел, страдают от сокращения социального обеспечения, а доступная помощь сокращается, правые политики постоянно сокращают налоги, которые платит элита. Если этим несправедливым различиям будет позволено продолжаться, общество завтрашнего дня станет более «холодным», безразличным местом. Своей задачей партия ставит борьбу против социальной несправедливости.

Цветовое оформление сайта данной партии – комбинация белого, насыщенного зеленого, красного и бордового. На главной странице мало текста, он лаконичен, но для большей наглядности презентуется в крупном шрифте. Другие языки и специальные возможности отсутствуют (есть лишь краткое описание деятельности партии на английском). Представлены немногочисленные фотографии и инфографика. Есть кнопка для онлайн-вступления в партию и для поиска локальных представительств партии. Возможность пожертвовать деньги и подписаться на рассылку новостей также есть, но она не выделена в архитектуре сайта. Основные разделы: Политика, Партия, Партия и я, Банк ресурсов, Новости, Другое, Контакты, Раздел для школьников [11].

Из социальных сетей партия представлена в следующих: Фейсбук, Твиттер, Ютуб, Инстаграм. На Ютуб можно обнаружить записи выступлений, интервью, просветительские видео, в том числе на языке жестов, есть немногочисленные вертикальные короткие видео. В Инстаграме, помимо фотографий с подписями, много графических материалов. Фейсбук, Твиттер и Инстаграм в содержательном наполнении зачастую дублируют друг друга. В оформлении соцсетей присутствуют цвета, отмеченные ранее на сайте партии.

Сопоставление реализаций коммуникативной стратегии. Проведя описание веб-сайтов и страниц в социальных сетях каждой из партий в Финляндии, Швеции и Норвегии, избранной нами для анализа, мы можем перейти к сопоставлению практики реализации коммуникативной стратегии данными партиями, объединив их при этом по политической направленности.

Критериями для сопоставления на основе описанных выше параметров будут являться следующие:

- 1) полезность: наличие на сайте / в социальной сети информации, полезной для посетителей;
- 2) взаимодействие: наличие сервисов взаимодействия с пользователями;

3) софт: корректность работы сайта / страницы в социальной сети и удобство его использования;

4) широта охвата: численность аудитории сайта / соцсети.

Оценку реализации партиями коммуникативной стратегии в интернете будем осуществлять бинарным способом с наделением их от 0,00 до 1,00 баллов. Максимальное количество баллов, которое может набрать партия, будет составлять 4,00. Показатель больше 2,00 будем оценивать, как эффективное присутствие партии в сети интернет.

При сведении описанных выше параметров в критерии оценки мы получим следующие результаты: центристские партии всех рассматриваемых стран получают 3,00 баллов, так как одинаково демонстрируют недостаток широты охвата аудитории (наиболее низкие количественные показатели среди рассматриваемых партий одной страны). Правые партии Финляндии и Швеции получают 4,00 балла, в то время как Норвегия в данной категории получает 3,00 балла из-за недостатка в качественно содержательном наполнении интернет-ресурсов. Левые партии Финляндии и Швеции получают 4,00 балла, в то время как норвежские левые получают 3,00 в силу отсутствия языкового разнообразия и специальных возможностей на интернет-ресурсах партии.

Таким образом, как видно, все из рассмотренных нами партий Финляндии, Швеции и Норвегии имеют показатель выше 2,00, что позволяет говорить об их достаточно эффективном присутствии в сети интернет. Примечательно, что партии Норвегии показали наименьших средний показатель среди партий рассмотренных стран. Безусловно, показатели, примененные в данной работе, являются усредненными и в недостаточной степени детализированными, однако данное обстоятельство определяет актуальность и необходимость проведения дальнейших исследований в данной тематической области.

Подводя итог, можно сказать, что партии, рассмотренные в данной работе, демонстрируют эффективность присутствия в сети интернет. Нельзя отрицать, что описание сайтов и страниц в социальных сетях избранных партий и анализ, проведенный нами, является далеко не исчерпывающим. Однако он дает представление о том, что реализация коммуникативной стратегии осуществляется партиями успешно, функциональный аспект используемых партиями интернет-ресурсов находит свое подтверждение.

Проведение подобных исследований позволит избирателям получить более четкое представление о политическом ландшафте собственной или зарубежной страны, а партии, в свою очередь, смогут найти почву для усовершенствования своих интернет-ресурсов.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Электоральные процессы в современном мире: монография / кол. авторов; под общ ред. М.Е. Родионовой, С.Ю. Белоконева, П.С. Селезнев, Д.А. Ежов. Москва: КНОРУС, 2020.
2. Centerpartiet // <https://www.centerpartiet.se/>.
3. Ett Sverige för alla – inte bara för de rikaste // <https://www.vansterpartiet.se/>.
4. Fremskrittspartiet – FrP // <https://www.frp.no/>.
5. Information campaign of the European Parliament in Finland. Mosaiikki (ry) // <https://europarlamentti.info/en/>.
6. Me olemme Kokoomus / Kokoomus.fi // <https://www.kokoomus.fi/>.
7. Moderaterna – Nu får vi ordning på Sverige // Moderaterna // <https://moderaterna.se/>.
8. Political Parties in Norway. Life in Norway // <https://www.lifeinnorway.net/political-parties/>.
9. Senterpartiet – Nær folk i hele Norge! // <https://www.senterpartiet.no/>.
10. Suomen Keskusta – In the middle of life // <https://keskusta.fi/en/>.
11. SV – Sosialistisk Venstreparti // <https://www.sv.no/>.
12. Swedish Political Parties. Nordstjernen // <http://www.nordstjernen.com/news/sweden/6824/>.
13. Vasemmistoliitto // <https://vasemmisto.fi/>.

M.E. RODIONOVA

*Candidate of Science in Sociology, Associate Professor, Ph.D.,
Associate Professor of the Department of Political Sciences,
Faculty of Social Science and Mass Communication
Financial University under the Government
of the Russian Federation,
Moscow, Russia*

I.V. EREMENKO

*PhD in Philosophy, Senior Lecturer, Department
of Mass Communications and Media Business, Faculty of Social
Sciences and Mass Communications, Financial University
under the Government of the Russian Federation,
Moscow, Russia*

IMPLEMENTATION OF THE COMMUNICATIVE STRATEGY OF POLITICAL ACTORS ABROAD ON THE EXAMPLE OF COMPARATIVE ANALYSIS OF WEBSITES AND SOCIAL NETWORKS OF SCANDINAVIAN COUNTRIES

The material presents a comparative analysis of the practices of implementing the communicative strategy by the parties of the right, left and centrist persuasion of the countries of the Scandinavian bloc. In the course of the work, the websites of the parties, their pages on social networks, as well as bibliographic material on the topic are analyzed, and statistical material is involved. By studying the features of designing and maintaining websites and pages in social networks by foreign political parties, general and specific features are highlighted. Of particular interest is the implementation of such an analysis on the material of several parties that adhere to similar political positions, but are represented in different countries of the same region, in particular, on the example of Finland, Sweden and Norway.

Key words: *PR-technologies, communication strategy, electoral technologies, Finland, Sweden, Norway.*