

**Новые медиа: специфика формирования политической повестки в сети
Интернет**

Научный руководитель – Манойло Андрей Викторович

Мурашова Ольга Андреевна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет
политологии, Кафедра российской политики, Москва, Россия

E-mail: murashova-olga-163@mail.ru

Вовлечение в журналистику новых СМИ, под которыми понимаются социальные сети, блоги и новостные сайты, не только расширяет возможности получения информации, но и позволяет аудитории участвовать в её формировании, что подогревает интерес к политическим процессам. Современные медиа обладают высокой мобильностью и потенциалом самоорганизации, превращая журналистику из зрелища в социальное действие [2], по причине чего считаются свободными от пропагандистского воздействия, однако на деле чаще подвергаются информационным атакам и служат площадкой для политических манипуляций.

К факторам, влияющим на распространение радикальных идей в сети Интернет, можно отнести отсутствие фильтров, политическую безграмотность, отсутствие иных площадок для общественных дискуссий и недоверие к официальным источникам информации. Помимо них сетевыми лоббистами различных категорий намеренно используются такие механизмы корректировки мнений, как искажение информации путём мелких отклонений, изоляция адресата, шумовой эффект, внушение символов и дробление проблемы на фрагменты [6]; разыгрывается несколько сценариев виртуальной вербовки в трансформационные и революционные движения.

Сетевые структуры, создаваемые целенаправленно с конкретной целью, способны в дальнейшем воспроизводить самих себя за счёт вовлечения пользователей-энтузиастов, в результате чего создаваемый контент наслаивается и перемешивается, по принципу морской волны вынося на поверхность и случайные проблемы. К попыткам управлять информационной анархией относятся технологии остротурфинга, наклеивание хештегов, создающих определённую долю новостной повестки, прикрепление ярлыков и лозунгов, кризис-менеджмент, вирусный и медиа-маркетинг, способные воздействовать на политический имидж.

Указанные выше явления предполагают тиражирование информации, благодаря чему граждане получают возможность влиять на политическую ситуацию, начав интернет-диалог [1] как мирными способами - подачей петиций, участием в голосованиях и обсуждениях, так и организацией так называемых "твиттерных революций", проходящих несколько стадий развития [4]. У большого количества пользователей, вооружённых техническими средствами, имеются шансы наладить каналы общения с властью, но всегда существует опасность превращения толпы в пассивную массу, если участник политического диалога не осознаёт оказываемое на него воздействия [5].

Формулируемая пользователями повестка дня представляет собой перечень проблем, волнующих общество, и современные исследования Интернета позволили выяснить, что зарождаясь в сети как отдельное мнение, она постепенно завоёвывает позиции и наконец начинает транслироваться традиционными СМИ [7], однако не менее часто уникальная информация попросту теряется в сети из-за неограниченного числа центров обмена идеями [3]. Таким образом, сегодня новые медиа захватывают лишь часть внимания аудито-

рии, предпочитающей, по исследованиям, всё же сверяться с различными источниками, а информационно-психологические войны и вовсе способны свести на нет их достижения.

Теоретически новые СМИ обладают большим потенциалом для встраивания в систему официальной журналистики, более того, они способны в значительной степени консолидировать общество, однако для минимизации информационного ущерба и снижения негативного воздействия необходимы разработка и изучение стратегий взаимодействия новых медиа с государством, к которым можно отнести контроль, сотрудничество, использование, запрет или игнорирование происходящего в социальных сетях. Возросшая надёжность таких источников при комбинировании методов позволит воспринимать их как средство коммуникации и инструмент разрешения социальных конфликтов, в настоящее время отражающихся в повестке дня.

Источники и литература

- 1) Войнов Д. А. Становление Интернетдиалога как форма участия граждан в политической жизни России : автореф. дис. канд. соц. наук / Д. А. Войнов. М., 2001. 23 с.
- 2) Жежко И.В. Гражданская журналистика как социальное действие: о роли новых медиа в общественном дискурсе США. / Социологический журнал. 2013. № 4. Бостон, США.
- 3) Кац, Дж. Э. Перспективы коммуникации в социальных сетях и вызов гражданской журналистики традиционной прессе. / Информ. об-во. - 2012. - № 1, ч. 1.
- 4) Манойло А.В. Цветные революции и технологии демонтажа политических режимов. / Юнити-Дана Москва, 2015. — С. 111.
- 5) Рейнгольд Г. Умная толпа: новая социальная революция. / М.: ФАИР ПРЕСС, 2006
- 6) Шипова А.В. К вопросу об эффектах воздействия массовой коммуникации. / Наука и мир: матер. XXXIII науч.-техн. конф. / Ставрополь, 2004. -С. 139-140
- 7) Kim, S. T. Lee (2006). "New functions of Internet mediated agendasetting: Agenda-rippling and reversed agendasetting". Korean Journal of Journalism & Communication Studies 50(3): 175–205