

Секция «Политическая коммуникация в цифровом обществе: новые тенденции и их осмысление»

Цифровые сети как ресурс политической коммуникации в условиях Covid-19

Научный руководитель – Макаркин Алексей

Волгина Екатерина Александровна

Студент (магистр)

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Факультет социальных наук, Москва, Россия

E-mail: eavolgina@edu.hse.ru

В настоящее время все больше усиливается значимость и влияние социальных сетей на современные общественные процессы. Ключевой причиной такого положения дел выступает факт интерактивности социальных сетей, благодаря которому любой пользователь может в режиме реального времени отслеживать актуальные новостные сводки и находиться в тесной взаимосвязи с социумом. В отношении политической сферы социальные сети сегодня выступают одним из базисных способов политической коммуникации представителей власти и граждан.

Благодаря социальным сетям становится возможным получение быстрой обратной связи от интернет-пользователей и ее эффективный анализ в части деятельности в области политики, общества и агитации. Интернет является не только площадкой для коммуникации политических деятелей с аудиторией, а также местом взаимодействия пользователей между собой посредством социальных сетей.

Политическая коммуникация — это целенаправленный процесс передачи политической информации, который тесно связан с политическими целями государства и их реализацией в реальной политике [1].

В современных условиях повсеместного присутствия социальных сетей пользователи невольно становятся субъектами политической коммуникации. Прогрессивное развитие социальных сетей способствовало формированию благоприятного фундамента для активного участия общества в политической деятельности. Оптимизация роли общества сменила ориентиры в политической жизни, теперь народная аудитория сама выполняет роль политического коммуникатора.

Результатом политической коммуникации является ее эффективность. Именно показатель эффективности позволяет отследить выполнение установленных политических задач и оценить уровень политического влияния на аудиторию.

Развитие новых медиаплатформ сделало социальные сети совершенно новым фактором, влияющим на мировую политическую коммуникацию. В сетевом обществе субъект информационной власти больше не контролирует идеологию и политическую власть, как в традиционном обществе, поскольку сетевое сообщество представляет собой огромное количество обычных членов общества, которые имеют абсолютное численное преимущество [2]. Кроме того, некоторые эксперты считают, что социальные сети становятся своего рода дипломатической силой вследствие их сильного распространения в их собственных и других странах. Страны, особенно крупные, постепенно начали использовать дипломатические ресурсы социальных сетей. В таких случаях говорят о новом «раунде» дипломатической работы [3]. Эта статья посвящена анализу применения социальных сетей, исследованию их функций и роли в сфере политической коммуникации.

В период пандемии COVID-19 известные социальные сети ВКонтакте, Одноклассники, Facebook, Telegram а также медиаплатформы YouTube, Instagram, TikTok для многих российских граждан стали основным источником получения новой информации в сфере

политики, экономики и общественного пространства. Это подтверждает тот факт, что новости о коронавирусной пандемии стали главным запросом интернет-пользователей, а хештеги #coronavirus, #covid19 и #карантин набрали максимальную популярность среди аудитории. В частности, за март 2021 года в социальных сетях было создано не менее 3,7 млн постов, посвященных теме пандемии, самоизоляции и карантинным мерам.

Помимо этого, в рунете были созданы всевозможные ресурсы, содержащие разного рода информацию о пандемии COVID-19. К ним можно отнести: информационные порталы coronavirus-monitor.ru, coronavirus-control.ru, московский сервис coronavirus-online.moscow, а также созданный на уровне Правительства РФ официальный сайт стопкоронавирус.рф и иные сервисы.

Информационное пространство в период коронавирусной пандемии стало неким механизмом проверки на прочность политических сообществ и представителей в части их способности своевременного реагирования на текущую действительность, грамотной координации общественных мнений и настроений, а также эффективного выполнения существующих управленческих целей и задач.

В текущее время в наиболее задействованных социальных сетях формируются так называемые covid-инфлюенсеры. Иными словами, новые лидеры мнения, в большинстве случаев продвигающие установленные интересы бизнеса. Примером может служить большое количество скрытых фармацевтических агентов, лоббирующих интересы рынка фармацевтики. Несмотря на отсутствие прямой связи между ними и субъектами политической власти, такие лидеры мнений косвенно формируют новые группы общественного влияния, а также обладают возможностью создания определенных социальных настроений. Следовательно, наблюдается положение дел, при котором, казалось бы, не связанные с политикой информационные участники непосредственно влияют на сценарий политического развития, политические действия и принятие определенных управленческих решений.

Важно отметить, что категории социума, не обладающие знаниями или возможностями повсеместного использования интернет-ресурсов, будут ощущать себя в более некомфортном, уязвимом положении. Такое положение дел является реальной современной проблемой цифрового неравенства в эпоху информационного развития.

Нововведением в период мировой пандемии выступило реальное цифровое управление поведением городских жителей, а также возможность корректировки социальной, политической позиции отдельных граждан.

В нынешнее время для политических структур социальные сети - ключевой элемент политического воздействия в части управления эпидемиологической ситуацией в стране. Они могут являться механизмом повышения грамотности среди населения или способом отслеживания общественных настроений в кризисных политических ситуациях.

С учетом этих целей, необходимо эффективно мониторить потребности аудитории, выбор ими определенных моделей коммуникации и доступность различных социальных категорий к вариативным медиа-каналам. Таким образом, социальное поведение в информационном пространстве может выступать фактором корректировки политических управленческих решений в области общемировых заболеваний.

Источники и литература

- 1) 1. Shao, Z. Analysis of the Propaganda Mode of "News Broadcast" from the Perspective of Political Communication / Z. Shao, X. Zhang. — Text : unmediated // Journal of Tsinghua University (Philosophy and Social Sciences Edition). — 2015. — Vol. 30. — No. 3. — P. 30–42.
- 2) 2. Liu, S. Changes in Power Structure in the Network Era / Liu S. — Text : unmediated // Jianghuai Tribune. — 2011. — No. 5. — P. 15–19.

- 3) 3.Wang, W. Social Media and World Politics in the Web 2.0 Era / W. Wang. — Text : unmediated // Foreign Affairs Review. — 2011. — No. 6. — P. 61—72.