

Секция «Связи с общественностью в государственных и общественных структурах»

## СМИ в социальных сетях: информационные пузыри и гражданское общество.

Научный руководитель – Мартьянов Денис Сергеевич

*Валитова А.Т.<sup>1</sup>, Громов М.Е.<sup>2</sup>*

1 - Санкт-Петербургский государственный университет, Факультет политологии, Санкт-Петербург, Россия, *E-mail: azaliya\_w@list.ru*; 2 - Санкт-Петербургский государственный университет, Факультет политологии, Санкт-Петербург, Россия, *E-mail: azaliya\_w@list.ru*

По мере усложнения социальных и политических отношений в России ввиду всеохватного процесса глобализации, усиления интегрированности в единое коммуникационное пространство каждого гражданина благодаря сети Интернет, старения политической системы и низкого экономического роста, перед государством и группами гражданского общества встаёт проблема постоянного и адекватного реагирования на информационные поводы и поддержания легитимности традиционных институтов политического представительства, каналов артикуляции интересов граждан.

Разные СМИ ориентируются на разные аудитории, в то же время отдельные группы интересов имеют возможность влиять на формируемый дискурс с помощью специалистов по коммуникации. В связи с этим Мануэль Кастельс в его работе «Власть коммуникации» говорит об эффективности стратегии трат значительной части своих ресурсов консервативными центрами на связи с медиа и лоббирование в органах государственной власти. [5] Для профессиональной среды характерно восприятие такой формы лоббизма как западной практики, одной из характеристик демократии и формы коммуникации. Такое сообщество специалистов занимается не только этическим регулированием профессиональной деятельности, но и улучшением имиджа отрасли в целом. [4]

Для взаимодействия с каждой отдельной категорией пользователей требуется отдельный подход, что впрочем, может также ухудшать в дальнейшем коммуникацию между пользователями, находящимися в различных информационных пузырях. «Пузыри - фильтров», как правило, создается под каждого пользователя Интернета, и у каждого пользователя он свой, исходя из предыдущих поисковых запросов, предпочтений, политических взглядов. Причём «пузырь - фильтров» это результат автоматической работы алгоритмов поисковых систем и социальных сетей. [2]

**Цель «пузырей-фильтров»:** гарантия того, что из огромного количества доступного контента каждому отдельному пользователю будет представлена наиболее актуальная и ценная информация именно для него.

**Главная опасность:** Предвзятость подтверждения и «ловушка локального максимума» [1]. Тем самым, информация, многократно повторяясь, становится главным фактором возникновения «эхо-камер» [3].

Были проанализированы два сообщества в социальной сети ВКонтакте. Вконтакте - самая популярная социальная сеть в России. Были выбраны группы соразмерные друг с другом («Лентач» и «РИА Новости»).

«Лентач»

2 330 696

<https://vk.com/lentach>

«РИА Новости»

2 702 885

<https://vk.com/ria>

**Охват постов** - количество людей, которые хотя бы один раз увидели пост в сообществе. Охват измеряет уникальных пользователей. (За период от 05.02.2022 - 06.03.2022)

**Группы**

**Средний охват поста**

**Максимальный охват поста**

**Минимальный охват поста**

**Лентач**

205 673.3

722 561

4 623

**РИА Новости**

82 871.2

383 607

2 396

**Вовлеченность аудитории.** Показатель того, как аудитория реагирует на контент.  
(За период от 05.02.2022 - 06.03.2022)

**Группы**

**Лайки**

**Репосты**

**Комментарии**

**Лентач**

779 174

970 654

257 490

**РИА Новости**

634 042

213 580

414 200

### Источники и литература

- 1) Luzsa, R., & Mayr, S. (2021). False consensus in the echo chamber: Exposure to favorably biased social media news feeds leads to increased perception of public support for own opinions. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 15(1), article 3. <https://doi.org/10.5817/CP2021-1-3>
- 2) Pariser E. *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*, Penguin Press (New York, May 2011), pp. 294.
- 3) Sunstein C.R. *Republic.com 2*, Princeton - Oxford: Princeton University Press, 2007, pp. 251
- 4) Ачкасова В. А., Баширов М. Ф., Белоусов А. Б., Большаков С. Н., Быков И.А., Дашевская О.А., Дорский А.Ю., Есипова И.Ф., Киселев К.В., Кулахметова М.В., Минтусов И.Е., Побединский И.М., Румянцев О.Г., Самойленко С.А., Сопов И.А., Толстых П.А., Филатова О. Г. *GR и лоббизм: теория и технологии*. М., 2015. 315 с.
- 5) Кастельс М. *Власть коммуникации*. - М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. 564 с.