

Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

Интернет-элита как новое явление: формирование политической повестки дня в России и Бразилии

Филлипова Виктория Александровна

Аспирант

СПбГУ - Санкт-Петербургский государственный университет, Факультет

журналистики, Санкт-Петербург, Россия

E-mail: victoria_filippova@mail.ru

Традиционно, с фундаментальных работ МакКомба и Вивера, считалось, что новостные СМИ играли большую роль в обществе и имели возможность влиять на повестку дня.

Находятся ли СМИ под влиянием общественной повестки дня или сами СМИ осуществляют влияние?

Продолжая работать в этом направлении, МакКомб и Шау установили, что именно СМИ выступают так называемыми предсказателями общественной повестки дня.

В 1982 году, Айенгар получил более наглядные доказательства существующих связей в теории повестки дня. Его экспериментальная работа доказала, что выделяемые искусственно темы люди определяли более значимыми для них лично. Люди опрашивались непосредственно после подборки новостей и эффект был ярко выражен. Айенгар был убежден, что возможность СМИ влиять на внутренние, личные повестки дня для людей дают огромные возможности практикам по связям с общественностью.

Используя кольца лука как метафору, МакКомб описывает фундаментальные слои источников, которые формируют повестку дня.

Первый, самый внешний ключевой источник информации – это первые лица, крупные политические фигуры, например, Президент США, который предоставляет посредством пресс-отдела и собственных заявлений информацию для СМИ.

Следующий, более глубокий круг, это новостные СМИ, уровень, где работает внутримедийная повестка дня.

Третий и самый значимый, согласно МакКомбу, уровень при формировании повестки дня, это новостные нормы и традиции. Таким образом, общая журналистская практика по освещению информации играет большую роль в меняющихся условиях медиа-среды.

В новой медиа-среде, способ производства и распространения политической информации между политической элитой, медиа-элитой и обществом изменяется. С развитием мобильных технологий и активным распространением интернета, электронные СМИ становятся значимым элементом в процессе создания и распространения политической информации.

Аудитория получила возможность активно участвовать в политических процессах, выражать публично свое мнение и управлять этой информацией. Формируется новая интернет-элита, которая может влиять на повестку дня, при этом не относясь ни к политической элите общества, ни к традиционной медиа-элите.

Например, некоторые из успешных блоггеров в США становятся полупрофессионалами. Они выступают в качестве консультантов в рамках электоральных кампаний, представляют группы интересов, государственные агентства и традиционные СМИ.

Так, по результатам исследований американских и шведских твиттеров, большее влияние оказывают эксперты в своей области, профессионалы и давно существующие организации. А популярный блоггер, комментирующий (или провоцирующий) политическую повестку дня, все чаще воспринимается как эксперт в своей сфере, пользующийся, к тому же, авторитетом аудитории.

Изучая внутримедийную повестку дня между блогами и новостными СМИ, удалось выявить двусторонние отношения между блогами и СМИ методом временных пересечений. Тем не менее, влияние со стороны СМИ было гораздо сильнее.

Также блоги используются как возможный медиа-источник. Есть мнение, что репортеры и журналисты топовых медиа могут находиться под влиянием блогов, которые они читают. Блоги, как форма социальных медиа, может служить источником идей для нового материала и мнений. Чаще всего они обращаются к Твиттеру, наиболее популярной в мире платформе микроблоггинга.

Результаты исследования, проведенного в 2009 году Society for New Communications Research of journalism, показали, что 66% журналистов обращаются к блогам при написании материалов.

Согласно другому исследованию, 84% авторов журналистских материалов подтвердили, что они используют блоги как первичный или вторичный источник информации.

По результатам Brodeur Journalists New Media Survey в 2008 году этот процент составлял 75%. При этом 76,2% опрошенных указали на то, что блоги являются полезной и значимой дискуссионной площадкой.

Если в начале 2000-х годов исследователи процессов формирования повестки дня уделяли большое внимание блогам и видео-площадкам, то с появлением в 2006 году Твиттера и развитием социальных сетей, все больше говорится о влиянии Facebook и Твиттера.

Ярким примером обращения новостных СМИ к Твиттеру можно назвать информационную войну во время оппозиционных протестов в Иране в 2009 году. В ситуации, когда иранское правительство силой заставило основные новостные СМИ покинуть страну, иранская оппозиция обратилась к социальным платформам, таким, как Твиттер и YouTube, для усиления своих позиций и информационного сопровождения своих мероприятий.

В 2011 Ву отметил такое интересное наблюдение, что топ-10 самых читаемых твиттер-аккаунтов принадлежат не медиа-корпорациям или СМИ, но обычным пользователям, которые взаимодействуют со своими пользователями посредством сообщений, написанными ими самими или цитирующих журналистские материалы.

Для России этот вывод не в полной мере можно считать верным.

По данным toptwit.ru, в реальном времени отслеживающего рейтинг самых популярных твиттер-пользователей, 3-е место (с незначительным отрывом от 2-го) в российском топе Твиттер-аккаунтов занимает журналист Владимир Соловьев.

Также интересно отметить тот факт, что большинство популярных аккаунтов позиционируются как аккаунты популярных лиц в шоу-бизнесе.

Наконец, в рамках теории формирования повестки дня интересен тот факт, что аккаунт Премьер-министра РФ Дмитрия Медведева также входит в топ-10. Соответственно, как первый круг формирования повестки дня – второе лицо в государстве после Президента РФ – Дмитрий Медведев имеет сильное влияние и в Твиттере.

Сравним с данными Бразилии. Мы обратились к топу-10 самых популярных пользователей Твиттер в Бразилии по количеству фолловеров.

Помимо популярных представителей шоу-бизнеса, стоит отметить популярность писателя Пауло Коэльо (4-е место) и отметить его влияние в повестке дня Твиттера, а также футболистов Кака (1-е место) и Рональдиньо Гаучо (6-е место).

Согласно исследованиям [Bastos 2013: 13], тема спорта и футбола в Бразилии является одной из ведущих. С помощью анализа хештегов, было обнаружено, что бразильцы уделяют большее внимание спорту и искусству, в то время как немцы - политическим событиям, испанцы – местным новостям и сюжетам национального уровня, а британцы и американцы – мнениям и мировым новостям. Это гипотеза подтверждается самим составом топа ведущих пользователей Твиттера, если мы говорим о Бразилии.

Литература

1. Bastos, Tweeting News Articles: Readership and News Sections in Europe and the Americas SAGE Open July-September 2013: 1–18
2. <http://top10mais.org/top-10-brasileiros-com-mais-seguidores-no-twitter/>
3. Behr, Roy L., Iyengar, Sh.. News, Real-World Cues, and Changes in the Public Agenda. *The Public Opinion Quarterly*, 49.1 (1985): 3857
4. Chadwick, A. *The Hybrid Media System: Politics and Power* Oxford 2013 54
5. Ruth, P. *The linguistics of self-branding and micro-celebrity in Twitter: The role of hashtags* 2012 pdf
6. Cohen, R. New tweets, old news. *The New York Times*. 2009
7. Fox S., Zickuhr K. and Smith A. *Twitter and Status Updating*, 2009
8. McCombs, M., & Weaver, D. Voters' need for orientation and use of mass communication. Paper presented at the Annual Meeting of the International Communication Association, Montreal, Canada. 1973
9. Sweetser, K. D., Golan, G. J., & Wanta, W. Intermedia Agenda Setting in Television, Advertising, and Blogs During the 2004 Election. *Mass Communication & Society*, 11(2), 2008 197-216
10. http://snrcr.org/sites/default/files/Middleberg_-_SNCR-Study-Exec-Summary_0.pdf
11. Arketi Group. *Survey of business journalists by Arketi Group finds blogs and other online sources growing in popularity*. 2007
12. Brodeur. *Brodeur New Media Journalist Survey*. 2008

Слова благодарности

С благодарностью родному Университету, всем тем, кто высказывает конструктивную критику и вносит ценные предложения, а также вдохновляет меня на дальнейшее изучение данной темы.