

Секция «Современная политическая коммуникация: новые модели и технологии»

Социальные сети и блоги как инструмент формирования публичного мнения

Научный руководитель – Зезюлин Валерий Иванович

Калажуцкая Анастасия Александровна

Студент (бакалавр)

Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия

E-mail: Anastasiakalakutskaya@gmail.com

В современном мире грамотная и эффективная работа с информацией является важным процессом для построения и функционирования гражданского общества. На формирование мнения человека по тем или иным аспектам жизнедеятельности влияет множество факторов, воздействий, установок, ценностных ориентаций и представлений, ведь картина мира возникает не на пустом месте. Далеко не последнюю роль в этом процессе играет влияние масс-медиа. Стало невозможно «отрицать повышение роли «медиазации», технологий коммуникации для политической системы. Информация является безусловной «материей», на базе которой формируется политическая реальность» [4]. Масс-медиа имеют широчайший арсенал приемов, которыми могут оказывать манипуляции и формировать определенное мнение. Примером могут послужить ложные сообщения, пробуждение негативных эмоций при помощи визуальных средств и образов, умышленное искажение действительного положения вещей посредством сокрытия определенных фактов и другие. Уже «нельзя отрицать очевидное: телеобразы, транслируемые на весь мир, мощно воздействуют на мировую аудиторию, включая её элитные слои. Под влиянием этих образов катализируются и корректируются решения мировой элиты» [3] и простых граждан общества. Сегодня получению информации, а также внедрению ее в массы для создания стабильного гражданского общества содействуют блогосфера и социальные сети. «Термин «блогосфера» (автор неологизма - Брэд Грэм) появился еще в 1989 г. и обозначал «совокупность всех блогов», которых на тот момент было несравнимо меньше, чем сейчас. Тогда их во всем мире насчитывалось всего несколько сотен, а сейчас, по некоторым экспертным оценкам, более ста миллионов» [2]. Их особенностью является возможность оставления комментариев. Именно посредством обратной связи выстраивается информационная политика сетевых СМИ политических акторов и блогеров. Популярность блогов в наше время связана с возможностью их использования, можно быстрее создавать новые социальные сети и поднимать социальные и политические темы, которые не ограничиваются государственными границами сообщества интересов и увлечений. В любом случае эти каналы манипулирования аудиторией используются не просто, так как они меньше всего контролируются сознанием людей. Подобным образом, в сознание людей внедряются социально- политические идеи, которые вносят конкретные ценности и нормы, воспринимаемые в большинстве случаев на веру, без какого-либо критического осознания. В таком контексте особенно важно развитие критического мышления индивида, высокая развитость которого позволит определять коммуникативную цель, заложенную в информационном послы как конкретного блогера, так и сетевых СМИ являющихся лидерами общественного мнения, коммуникативная цель которых может являться неочевидной. У каждого коммуникационного послы есть цель, которую преследует либо автор, либо издание, либо теневые силы. Позволит эти цели распознавать высоко натренированное критическое мышление, а идентификация этих скрытых целей и послы позволит в меньшей степени манипулировать гражданским обществом. Таким образом, критическое мышление является шагом к большей демократичности и независимости. Однако на сегодняшний день медиа-пространство способно скрытно формировать общественное мнение

и влиять на те или иные ситуации в конкретных направлениях. А это, как следствие, препятствует осуществлению демократии и формированию гражданского общества.

Источники и литература

- 1) Кастельс М. Власть коммуникации: учеб. пособие / пер. с англ. Н. М. Тылевич; под науч. ред. А.И. Черных; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: ИД ВШЭ, 2016. 564 с.
- 2) Крестинина Е.С., Чернышов Ю.Г. Использование интернет-блогов и «Социальных сетей» в российской публичной политике / Известия Алтайского государственного университета. 2008, № 4-3 (60). С. 288-296.
- 3) Орлова В.В. Глобальные телесети новостей на информационном рынке: дис. на соиск. учён. степ. кандидата филологических наук: 10.01.10 – журналистика / Орлова Виктория Викторовна; Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова. Москва, 2003. С. 155.
- 4) Рожкова З.И. Формирование общественного мнения в демократических режимах // Полилог/Polylogos. 2019. Т. 3. № 3 [Электронный ресурс]. DOI: 10.18254/S258770110007596-7.