

Убеждающая коммуникация как инструмент создания протестных движений

Научный руководитель – Бредихин Антон Викторович

Боровков Николай Андреевич

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Москва, Россия
E-mail: nik.borovkov@mail.ru

В современном обществе, характеризующемся высокой степенью медиатизации и информационной насыщенности, убеждающая коммуникация играет ключевую роль в формировании и мобилизации протестных движений. Убеждающая коммуникация, понимаемая как процесс целенаправленного воздействия на установки, ценности и поведение индивидов, становится важным инструментом в руках активистов, лидеров общественного мнения и политических сил, стремящихся к конструированию коллективных действий.

Рассматривая феномен с точки зрения социологии массовых коммуникаций, протестные движения возникают как реакция на социальные, экономические или политические проблемы, однако на практике их успешная консолидация невозможна без эффективной коммуникационной стратегии. Убеждающая коммуникация в контексте формирования протестного мнения выполняет несколько функций: во-первых, она способствует формированию коллективной идентичности, объединяя индивидов вокруг общих ценностей и целей; во-вторых, она легитимизирует протестные действия, аргументируя их необходимость и справедливость; в-третьих, она мобилизует участников, создавая эмоциональный отклик и стимулируя готовность к активным действиям [1].

Важным аспектом убеждающей коммуникации является использование символических ресурсов, таких как лозунги, визуальные образы и нарративы, которые упрощают сложные социальные проблемы и делают их доступными для широкой аудитории [2, с. 43]. Например, в рамках движения за климатическую справедливость убеждающая коммуникация часто апеллирует к образам будущих поколений, подчеркивая моральную ответственность за сохранение планеты.

Кроме того, современные технологии, включая социальные сети и мессенджеры, значительно усиливают потенциал убеждающей коммуникации, позволяя быстро распространять информацию, координировать действия и создавать виртуальные сообщества солидарности [3, с. 2]. Однако, как отмечают исследователи, чрезмерная зависимость от цифровых платформ может также приводить к фрагментации протестных движений и снижению их устойчивости в долгосрочной перспективе.

Исследование показало, что убеждающая коммуникация выступает не только как инструмент мобилизации, но и как важный фактор конструирования социальной реальности, формирующий представления о справедливости, власти и возможностях коллективного действия. Ее изучение в контексте протестных движений открывает новые перспективы для понимания механизмов социальных изменений в условиях информационного общества.

Источники и литература

- 1) Ильин Н. П. Убеждающая коммуникация // Известия СПбГАУ. 2017. №4 (49). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ubezhdayushaya-kommunikatsiya> (дата обращения: 20.02.2025).

- 2) Каминская Т. Л. Символический капитал в визуальных практиках агитационных кампаний // Власть. 2019. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/simvolicheskiy-kapital-v-vizualnyh-praktikah-agitatsionnyh-kampaniy> (дата обращения: 20.02.2025).
- 3) Матвеев А. С. Убеждающая коммуникация в современном обществе как предмет социально-философского анализа // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2013. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ubezhdayushchaya-kommunikatsiya-v-sovremennom-obschestve-kak-predmet-sotsialno-filosofskogo-analiza> (дата обращения: 20.02.2025).