

ОСНОВНЫЕ ПЛАТФОРМЫ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ В ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ

Лубянкина Е.С.

ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
lubyankina1997@gmail.com

Информационные технологии проникают во все сферы общественной жизни человека. Политика не стала исключением. Например, за последние годы в политической коммуникации появился целый ряд новых терминов, таких как «политический интернет», «сетевая политика», «электронное правительство» и др.

На сегодняшний день существует целый ряд определений понятия «политическая коммуникация». Чаще всего используется определение Р.Ж. Шварценберга. Он считал, что политическая коммуникация – это процессы передачи политической информации как внутри политической системы, так и за ее пределами, то есть между социальными и политическими системами.

В свою очередь Л. Пай отмечал, что политическая коммуникация – это не только одностороннее прямое информационное воздействие элит в массы, а очень разнообразный диапазон неформальных процессов передачи информации. Исследователь хотел подчеркнуть важность неформальных источников передачи информации в политической коммуникации.

А Л. Посикер считал, что вся политическая коммуникация сводится к вербальной коммуникации, понимая под термином процесс циркуляции политических текстов внутри политической системы [2; 176].

Интернет-пространство занимает особое место в общей совокупности политической коммуникации. Это связано с вопросами идеологии, начиная с политической идеологии и заканчивая идеологией международных отношений. Основная задача интернет-пространства и его ресурсов в системе политической коммуникации информировать, разъяснять, оценивать, а также способствовать формированию мировоззрения, взглядов и убеждений [4; 158].

Процесс политической коммуникации соответствует классической парадигме Лассуэлла 5W, включающей пять элементов: 1) коммуникатора (автора сообщения), 2) сообщение (информацию), 3) каналы коммуникации (средства передачи сообщения), 4) реципиента (адресата сообщения) и 5) достигнутое воздействие (эффективность коммуникации).

Все развитие информационного пространства привело к тому, что Интернет и социальные сети стали одним из основных каналов коммуникации в политической сфере. Современная аудитория не только получает политическую информацию, но и может стать ее субъектом. Развитие социальных сетей позволяет каждому принять участие в политической жизни в роли коммуникатора. А эффективность коммуникации становится одним из самых важных показателей при изучении политической коммуникации, так как основная цель политической коммуникации – это достижение определенных показателей и формирование политического влияния.

Развитие различных медиаплатформ привело к тому, что социальные сети стали новым и важным фактором, который влияет на политическую коммуникацию всего мира. В сетевом обществе субъект информационной власти никак не может контролировать политическую власть, как, например, в традиционном обществе. Потому что в сетевом обществе слишком велико число обычных членов общества, которых численно в разы больше.

С каждым годом количество информационных ресурсов увеличивается. Начиная от сайтов любого уровня власти, заканчивая всевозможными блогами и страничками в социальных сетях. Существует различные подходы к классификации данных

информационных ресурсов. Например, Н. В. Соленкова разделяет все информационные ресурсы в интернет-пространстве на следующие типы:

- По типу контента сайтов (аналитические, смешанные, агитационные, новостные);
- По целям создания (аналитические, предвыборные, имиджевые);
- По аудитории, на которую ориентированы (общероссийские, региональные, муниципальные, зарубежные);
- По принадлежности (принадлежащие политическим группам, государству, медийным группам, независимые) [4; 160].

Все формы политической интернет-коммуникации можно поделить на информационные и интерактивные. Но это не значит, что у информационных нет признаков интерактивных и наоборот. Такая классификация помогает разделить две формы и подчеркнуть их особенность. Особенность информационных платформ заключается в передаче и хранении информации, а суть интерактивных – получить обратную связь от адресата.

К информационным платформам можно отнести информационно-аналитические порталы, законодательные сайты, новостные ленты, бюллетени и другие. К интерактивным формам можно отнести интернет-опросы, чаты, форумы и другие.

Также за последнее время появились информационно-интерактивные формы политической интернет-коммуникации. Они не только информируют, но и дают возможность обратной связи (выразить свое мнение, поддержать или же наоборот). Особое место здесь занимают социальные сети.

Впервые применять социальные сети в политической коммуникации стали в США. Это было связано с выборами президента страны. Для чего стали использоваться социальные сети? Чтобы изменить сам способ участия кандидатов в выборах, помочь избирателям понять политические взгляды кандидата и простимулировать избирателей участвовать в политической жизни страны.

Также все социальные сети тесно взаимосвязаны с возникновением и развитием общественных движений. Например, такие события, как «Россия за честные выборы» и «Арабская весна» сами спровоцировали участие людей в политической жизни. Что способствовало включению людей в состав этих движений с помощью социальных сетей.

Большое количество социальных сетей привело к тому, что ими стали активно пользоваться политические партии и правительственные организации. А бывший президент США Дональд Трамп использовал социальную сеть Twitter для «управления страной». Очень часто политик делился своими мыслями и выражал свою позицию через социальные сети. А официальный представитель пресс-службы МИД Китая Хуа Чуньин в Twitter делится позицией, связанной с внешней политикой Китая за границей.

Во всем интернет-пространстве начинает происходить сложный коммуникационный процесс. Его следствием становится то, что формируется единое социокультурное пространство, или же концентрация внимания на одном объекте и его обсуждение. Это создает некоторое чувство общности и создает глобальную информационную среду сетевого сообщества.

В этих формах коммуникации заложены базовые потребности человека, которые связаны с социальными потребностями. Это общение и самовыражение. Аудитория социальных сетей может исчисляться тысячами и миллионами посетителей. Что формирует свое комьюнити-сообщество единомышленников. Они поддерживают политического деятеля, разделяют его взгляды и делятся своей точкой зрения. Все это помогает своевременно и оперативно делиться информацией, обеспечивая бесплатный пиар и рекламу. Таким образом, охват избирателей становится еще больше.

В 2022 году социальные сети приобрели еще большее значение из-за внешнеполитических событий, о которых политические деятели, партии, общественные организации и просто обычные пользователи стали делиться своими взглядами, мнениями,

позицией. Правдивость информации, которой делятся те или иные политические структуры или отдельные люди, не всегда подтверждается, а проверить ее также бывает трудно. Это вызывает еще больше волнений, столкновение различных позиций и мнений. Одни получают поддержку, с другими начинают спорить. Появляется огромное количество фейковой и недостоверной информации. Всю эту информацию потребляет огромная аудитория, которая влияет на них, заставляет поддерживать ту или иную сторону, что приводит к столкновению мнений и конфликтам в интернет-пространстве. Данная ситуация еще раз подтверждает тот факт, что социальные сети оказывают все большее влияние на жизнь общества, порой становясь одним из главных способов передачи информации.

Таким образом, социальные сети и интернет-пространство в целом влияют на весь характер политического общения, меняя сам язык политической речи и стилистику всей политической коммуникации, что создает необходимость еще более детального и всестороннего исследования этого понятия.

Список используемых источников

1. Бурдые П. Социология политики. М.: Socio-Logos, 1993. с. – 333
2. Зазаева Н.Б. Политическая коммуникация: лекция // Философия и общество – 2007. – №4. – С. 175 – 187
3. Колпаков В.В. Социальные сети как средство политической культуры // Развитие общественных наук российскими студентами – 2017. – №1. – С. 21 – 25
4. Морозова О.Н. Политическая интернет-коммуникация: ее роль, функции и формы // Политическая лингвистика – 2011. – №1. – С. 156 – 161
5. Соколова Л.Ю. Политическая коммуникация в социальных сетях // Научный результат. Социология и управления – 2021. – №2. – С. 132 – 143
6. Сяо Юй Использование социальных сетей в политической коммуникации // Политическая лингвистика – 2019. – №1. – С. 149 – 158