

Секция «Публичная дипломатия и стратегические коммуникации в современном мире»

Проблемы влияния социальных сетей на функционирование политических институтов в условиях информационных противостояний

Научный руководитель – Богданов Сергей Викторович

Кучеровская Татьяна Юрьевна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет государственного управления, Кафедра стратегических коммуникаций, Москва, Россия
E-mail: kutyur95@gmail.com

Информационные войны, являющиеся ключевым элементом достижения информационного влияния, выбирают себе в объекты собственного воздействия сознание: массовое и индивидуальное для определенного человека. Эффективность данного воздействия зависит от того, насколько восприимчиво общество со своей стороны к восприятию информации, доносимой в масс-медиа. Несомненно, средствами ведения информационных войн могут выступать все имеющиеся в наличии средства передачи информации, но наиболее эффективными в настоящее время становятся социальные сети, которые обладают многофункциональностью, совмещая в себе и средства массовой информации, и почту, и даже сарафанное радио, распространяющее непроверенные сведения. В чем же преимущества социальных сетей перед другими масс-медиа, делающие сети наиболее эффективным механизмом политической мобилизации и пропаганды?

В первую очередь, интерактивностью, ведь если газеты, журналы, радио, телевидение, по преимуществу монологическое действие, где зритель или слушатель не становится участником, то Интернет — пространство превращает человека в соучастника событий; сети изначально требуют выразить отношение человека к происходящему, и, главное, предоставляют для этого выражения различные необременительные возможности. Лайки, репосты, клики не требуют от личности большого труда, но включают ее в данное событие, создают иллюзию соучастия и сопричастности. Потенциал информационно-пропагандистского воздействия социальных сетей не в пример другим СМИ чрезвычайно высок, ведь в интернете можно перепроверить информацию, ознакомиться с другими позициями, найти первоначальный источник новостей.

Человек, использующий социальные сети, становится главной мишенью пропаганды, преподносимой ему в виде громких фактов, шокирующих заголовков, способствующая взвинчивать психику, принуждать к активной реакции на эту пропаганду, выставлять лайки, строчить комментарии, делать репосты, ретвиты- т.е. реагировать, а тем самым проявлять обратную связь.

Отсутствие эффективного контроля над социальными сетями становится их несомненным преимуществом при организации несанкционированных выступлений и протестных движений. Государство относительно недавно оценило роль соцсетей в организации людей. Ведь активистами и вербовщиками различных движений могут быть люди ничем не примечательные и не проявляющие агрессии в повседневной жизни. Появилось понятие «слактивист» [#_ftn1](#) (от англ. «slacker» (бездельник) и «activism» (активизм), означающее людей, не принимающих участия в реальных выступлениях, но активно распространяющих сведения о различных выступлениях в соцсетях.

В силу своего охвата, социальные сети постепенно вытесняют классические СМИ как инструмент информационных войн. Примерная цена одной кампании в популярном сообществе рунета "MDK" [#_ftn2](#) - от 10 млн рублей как сказал по своим данным Роберто Панчвидзе (основателя сообщества) [#_ftn3](#).

Инструмент- социальную сеть активно использовал Дональд Трамп в своей предвыборной кампании. Зачастую он говорил откровенную чушь, которую быстро подхватывали в интернете и тиражировали в шутках и мемах#_ftn4. Кандидат в президенты был настолько эмоционален, что люди стали его слушать; сначала просто ради интереса, а потом действительно стали проникаться его идеями.

В то же время его главный конкурент Хиллари Клинтон пошла классическим путем - сделала много эфиров и привлекла самых известных мировых звезд. Над низкой эффективностью этого устаревшего подхода Трамп прямо смеялся, заявив, что он не потратил ни цента на свой PR. Ему все удалось на большой волне популярности его персоны.

Победа Дональда Трампа над Хиллари Клинтон на выборах президента США продемонстрировала неэффективность телевидения в изменившейся медиасреде, в которой интернет стал занимать доминирующие позиции.

В американской истории всегда находился тот или иной политик, которому удавалось воспользоваться новыми средствами донесения своей точки зрения до избирателей.

Для Франклина Рузвельта таким медиа стало радио, по которому транслировались ставшие знаменитыми «беседы у камина». Президент успокаивал своих сограждан в годы Великой депрессии, пояснял суть действий своей администрации в годы Второй мировой войны. Судя по тому, что Рузвельту удалось переизбраться на четвертый срок, радиобращения оказались эффективной медиастратегией для того времени.

Позднее настала эпоха телевидения. Первыми теледебатами оказалась дуэль между Джоном Кеннеди и Ричардом Никсоном в 1960 году. Молодой демократ выглядел гораздо выигрышнее, чем потевший республиканец, и считается, что именно те дебаты в немалой степени и способствовали тому, что Кеннеди стал первым (и единственным) в истории США президентом-католиком.

В послужном списке Трампа, который стал 45-м президентом США, нет не то что двух лет работы в сенате, но и вообще какой-либо выборной должности. Тем не менее умелое использование интернета и социальных сетей сделало его, как это принято говорить в Америке, лидером свободного мира.

На фоне Джебба Буша, еще до начала праймериз собравшего на свою кампанию \120, , , , , , , .

Источники и литература

- 1) Могилевская Г. И. Мобилизационный потенциал социальных сетей в современных информационных войнах // Молодой ученый. — 2016. — №6. — С. 871-873 (дата обращения: 01.03.2018).
- 2) Также МДК — самое популярное сообщество «ВКонтакте» с числом подписчиков более 8,5 млн человек (на август 2017 года)// URL: <https://vk.com/mudakoff> (дата обращения 01.03.2018).
- 3) Роберто Панчвидзе// URL: <https://rb.ru/author/panchvidze/> (дата обращения 01.03.2018).
- 4) «Мем — это не требующий разъяснений символ, который может принимать форму слов, действий, звуков, рисунков, передающих определенную идею»// URL: <http://www.cossa.ru/234/2414/> (дата обращения 01.03.2018).