Илья Анатольевич Быков

Санкт-Петербургский государственный университет

[i.bykov@spbu.ru](mailto:i.bykov@spbu.ru)

**Медиатизация современного политического процесса и виртуальные сообщества в Рунете**

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и АНО ЭИСИ в рамках научного проекта № 19-011-31551 «Управляемость и дискурс виртуальных сообществ в условиях политики постправды»

Представлены результаты исследования политизированных виртуальных сообществ в социальной сети «Вконтакте», проведенного летом 2019 г. с помощью метода сетевого анализа. В результате проведенного исследования была сформирована выборка из 115 сообществ. Было обнаружено, что группы СМИ формируют ядро графа. При этом, ведущие политические партии России, формирующие фракции в Государственной Думе Российской Федерации, оказались на периферии или полупериферии сформированного графа.

Ключевые слова: виртуальные сообщества, сетевой анализ, медиатизация, политические партии, СМИ

В последние годы наблюдается значительный интерес к исследованиям медиатизации политики и политического процесса. Медиатизация политики является многомерным феноменом, в котором переплетаются различные тенденции развития медиапространства, эволюции политических идеологий и поведения политических акторов [1]. В результате влияния различных факторов формируется так называемая медиатизированная политика, «которая потеряла автономность, стала зависимой в своих центральных функциях от масс-медиа и создается в рамках взаимодействий с массмедиа» [4: 249]. В рамках этого подхода складываются новые эмпирические исследования, пытающиеся выявить влияние и значимость тех или иных тенденций на политический процесс. В частности, большое распространение получила идея о персонализации политики или доминировании политических лидеров над политическими партиями. В современных условиях СМИ и социальные медиа уделяют значительно больше внимания политическим лидерам и их деятельности нежели функционированию политических партий [5]. Политики уже давно перешли в статус знаменитостей, став элементами популярной культуры. Данная тенденция сложилась давно и интенсивно исследуется преимущественно с помощью метода контент-анализа [3].

К сожалению, оценка глубины и влиятельности процесса медиатизации политики вызывает значительные затруднения как по причине многомерности феномена, так и по причине сложности поиска адекватного исследовательского инструментария. В нашей работе используются данные сетевого анализа, полученные в ходе изучения политизированных виртуальных сообществ социальной сети «Вконтакте» летом 2019 г. Исследование было проведено с использованием оборудования Научного Парка СПбГУ и в частности «Центра социологических и интернет-исследований». Это позволило собрать большие данные о 115 политизированных виртуальных сообществах, которые насчитывали в своих рядах от нескольких тысяч до нескольких миллионов членов. К примеру, группа «РИА Новости» в «Вконтакте» насчитывала 2 млн. 407 тыс. 319 подписчиков, а группа «Лентач» - 2 млн. 125 тыс. 808 подписчиков. Методика формирования выборки полностью описана в коллективной монографии «Управляемость и дискурс виртуальных сообществ в условиях политики постправды» [2]. Визуализация отношений между виртуальными сообществами осуществлялось с помощью программы Gephi по алгоритму Expansion.

Наше исследование показало, что современная медиатизированная политика реализуется через политическую коммуникацию и с ее помощью, а дискурсивные практики характеризуют суть современных политических процессов. Сетевой анализ политизированных виртуальных сообществ России в социальной сети «Вконтакте» подтверждает эту тенденцию, так как в центре графа находятся виртуальные сообщества средств массовой информации, а связи между ними являются самыми сильными среди представленных в выборке. При этом ведущие политические партии России, формирующие фракции в Государственной Думе Российской Федерации, оказались на периферии или полупериферии карты политизированных виртуальных сообществ.

Литература

1. Быков И. А. Медиатизация политики в эпоху социальных медиа // Журнал политических исследований. 2017. Т. 1. № 4. С.15–38.

2. Управляемость и дискурс виртуальных сообществ в условиях политики постправды / Под ред. Д. С. Мартьянова. СПб.: ЭлекСис, 2019.

3. Karvonen L. The Personalisation of Politics: A Study of Parliamentary Democracies. Colchester: ECPR Press, 2010.

4. Mazzoleni G., Schulzc W. «Mediatization» of Politics: A Challenge for Democracy? // Political Communication. 1999. Vol. 16. № 3.

5. Media coverage of the 2017 General Election campaign // Centre for Research in Communication and Culture. Loughborough University. 2017. URL: <https://blog.lboro.ac.uk/crcc/general-election/media-coverage-of-the-2017-general-election-campaign-report-4/>