Ольга Игоревна Трохинова

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

olgatrox@gmail.com

**Особенности отражения современных политических конфликтов в новых медиа**

Повестка дня становится результатом борьбы смыслов и интерпретаций, авторами которых являются, в том числе и пользователи Сети. В статье рассматриваются акции протеста и их отражение в СМИ и социальных сетях. Новые медиа изменяют способы выражения недовольства: сообщение становится важнее реального события.

Ключевые слова: протест, социальные сети, медиапространство.

Современное медиапространство представляет собой не только площадку для формирования и распространения информации. Это пространство взаимодействия, определенное исследователями как «глобальный электронный конференц-зал» [3]. Сеть становится платформой для самореализации пользователей, трансляции всей полифонии мнений и ценностей. Современное медиапространство – площадка борьбы смыслов и интерпретаций.

В начале 2010-х годов, в период активного роста социальных сетей как новых медиа, внимание исследователей, представителей гражданского общества, политической элиты и специалистов в области коммуникаций было сфокусировано на феномене так называемых «Twitter-революций». Идея об огромном мобилизационном потенциале социальных сетей, о возможности координации протестов и митингов через новые медиа получила широкое распространение. Это, с одной стороны, спровоцировало появление различных ограничительных мер на уровне национальных законодательств, а с другой − породило сомнения внутри научного сообщества, часть которого считает феномен «Twitter-революций» переоцененным. Современные исследования подтверждают: большинство призывов и месседжей, распространяемых в онлайн-среде, не находят отражения в реальных действиях участников протестных акций. [2].

В этой связи особый интерес вызывает поведение российских пользователей социальных сетей в период 2018–2019 гг, который характеризуется резким скачком уровня протестных настроений [4], рекордным снижением уровня доверия к власти, отсутствием общественного консенсуса по ключевым социальным вопросам, радикальными реформами, резонансными судебными процессами. Десятки протестов прокатились по стране, наиболее массовые из них прошли в Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Архангельской области.

Большинство митингов в столичном регионе не являлись стихийными, а были согласованы с городскими властями. Так, в июле и августе прошла целая серия митингов за свободные выборы в Мосгордуму. Акции протеста сопровождались участием силовых структур и многотысячными задержаниями. Участвовать в митингах призывали известные деятели искусства, политики, журналисты, блоггеры, распространяя свои обращения через социальные сети. Показательно, что после акции 27 июля 2019 года, на которой было произведено более 1300 задержаний, была запущена интернет-кампания по опознанию силовиков в социальных сетях.

Особый интерес представляет отражение подобных митингов как открытой формы политического конфликта в СМИ и социальных сетях. «В ожидании бойни», «зачистка», «протестная буря», «начало конца», «настоящий переполох в Кремле, в МВД и в мэрии» − это лишь часть номинаций и характеристик, которые были использованы в СМИ. Пользователи Twitter называют силовиков «защитники лжи», жалуются на то, что «глушат связь», призывают выйти на митинг «за честные выборы».

Тем не менее, анализ сообщений в Twitter показал, что лишь около 10 % пользователей, размещающих материалы о митинге, позиционируют себя как его участники, протестующие. Около 25 % пользователей добавляют материалы, связанные с акцией протеста и являются его свидетелями. Большинство – около 45 % − размещают материалы СМИ о протестах, 20 % − высказывают свое мнение и анализируют ситуацию.

Анализ фото- и видеоматериалов, размещенных в СМИ и социальных сетях, выявил большое количество повторяющихся сюжетов, а также преобладание крупных планов.

Новые медиа изменяют способы выражения недовольства: «митинг-сообщение» становится важнее «митинга-события» [1]. Высокий уровень эмоциональной окраски создаваемого контента, участие лидеров мнений в освещении акции протеста, активная работа СМИ, с одной стороны, мобилизует общественность, влияет на уровень протестного потенциала, стимулирует процесс консолидации общества, а с другой − вызывает соблазн привлечь внимание, воспользовавшись «горячей» темой; желание солидаризация с митингующими выражается в пассивной форме. Это дает возможность активным участникам Сети и реальных событий формировать эффективные медиадрайверы.

Литература

1. Архипова А.С., Радченко Д.А., Титков А.С. и др. «Пересборка митинга»: интернет в протесте и протест в интернете // Мониторинг. 2018. №1 (143).URL:https://www.monitoringjournal.ru/index.php/monitoring/article/view/246.

2. Ачкасова В.А., Трохинова О.И. Сетевые средства этнической мобилизации: исследование роли призывов в межэтнических конфликтах // Вестник Томского государственного университета. 2018. №431. С. 5–11.

3. Монастырева О. В. Медиапространство: обзор представлений и подходов к пониманию // Вестник АмГУ. 2010. Вып. 50. С. 56–62.

4. Протестный потенциал // ВЦИОМ. URL: https://wciom.ru/news/ratings/protestnyj\_potencial/.