

Секция «Политическая коммуникация в современном мире»

**Новые медиа как средство политической коммуникации (на примере
российского дискурса)**

Нижитенко Вероника Александровна

Студент (бакалавр)

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, Нижний

Новгород, Россия

E-mail: n-nika-a@mail.ru

Появление и стремительное развитие Интернета привели к тому, что традиционные виды политической коммуникации дополняются новыми, более совершенными формами. Одним из важнейших последствий развития информационных технологий стали принципиально новые явления, такие как блоггинг и социальные сети, во многом превосходящие своими возможностями традиционные СМИ и серьезно влияющие на траекторию их развития. Специалист по изучению информационно-коммуникационных технологий в политике, доцент СПбГУ И.А. Быков отмечает, что сетевые коммуникации являются одними из самых перспективных направлений развития политической коммуникации в современном обществе [n1].

Новые медиа являются носителями наиболее актуальной политической информации. Для этой сферы очень характерно распространение информации через «лидеров мнения». Сегодня тысячу самых популярных русскоязычных блогов читает более 200 тысяч других блоггеров [n2]. Таким образом, тема, о которой напишут в первой тысяче блогов, имеет шанс быть растиражированной их читателями, и, следовательно, достичь максимальной аудитории.

Несмотря на непродолжительную историю существования социальных сетей и блогов, наметились определенные правила, принципы, законы публикации постов. В этой связи представляется важным изучение закономерностей развития Новых медиа в политической сфере. С момента появления сетевых коммуникаций, наиболее популярным интернет-жанром политического дискурса становится жанр блога [n3]. Именно он становится передовой формой политической коммуникацией в Интернете. Одной из составляющих современных политических блогов является прямое общение политических лидеров и высших государственных чиновников с гражданами, являющимися интернет-пользователями, а точнее посетителями их блогов. Сегодня в России в ряде министерств и других структур уже созданы блоги руководителей и сотрудников пресс-служб для организации непосредственной обратной связи с населением, обсуждения насущных проблем.

Изучение истоков, видов и принципов работы Новых медиа, а также изучение существующих уже «площадок» для блоггеров показывает, что блоггинг как форма политической коммуникации в России развивается с огромной скоростью. Многообразие социальных сетей и видеохостингов позволяют политикам выбрать наиболее интересную для них форму и тематику публикации записей. Существующие негласные правила, принципы и законодательные акты так же распространяются и на политических деятелей, которые активно пользуются социальными сетями и блогами, публикуют различную информацию на всеобщее обозрение.

В работе были исследованы особенности развития и ведения блогов политиков, публикации постов, их популярность, жанровые характеристики электронной политической коммуникации.

Материалом для исследования послужили источники, которые можно разделить на две группы: записи в блогах и социальных сетях Рамзана Кадырова, Алексея Навально-

го, Сергея Миронова и др. известных политиков, законодательная база РФ.

Методологию данной работы составили работы отечественных авторов, раскрывающие сущность и развитие Новых медиа как формы коммуникации, а также их трансформации в современных условиях.

Источники и литература

- 1) 1. Быков И.А. Сетевая политическая коммуникация: теория, практика и методы исследования – СПб.: ФГБОУ ВПО СПГУТД, 2013.
- 2) 2. Фокина М.А. Жанровые и языковые особенности блогов политиков // Политическая лингвистика. Политическая коммуникация. 2014. №4. С. 187-192.
- 3) 3. Павлютенкова М.Ю. Блоггинг как форма связей с общественностью // электронная библиотека биографических данных. – Режим доступа: <http://viperson.ru/wind.php?ID=659124> (дата обращения: 7.11.2015).