

Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

Феномен блогосферы и его влияние на общественное мнение

Хрусталева Александра Алексеевна

Аспирант

*Государственный университет - Высшая школа экономики, факультет прикладной
политологии, Москва, Россия*

E-mail: khrustaleva.a@gmail.com

В современном пространстве массовых коммуникаций наряду с традиционными средствами информирования населения появились и заняли определенное место новые формы взаимодействия, которые предоставляет сеть Интернет, – социальные сети, в том числе блогосфера. По скорости распространения в мире, а также по оказываемому влиянию на отношения между аудиторией и СМИ, блогосферу можно назвать значимым феноменом в сфере массовых коммуникаций.

Возникновение блогосферы как нового дискуссионного сегмента политического поля приводит к трансформации прежних механизмов формирования общественного мнения. Если раньше в качестве единственного источника знания о мнении общества выступали опросы общественного мнения, то сегодня возникает если не новая публичная сфера, которая не поддается контролю, так как в принципе затруднительно контролировать восприятие той или иной информации в сети Интернет, то, по крайней мере, весьма заметный и значимый ее сегмент. В формировании общественного мнения раньше решающей была роль традиционных средств массовой информации, сегодня сами пользователи сети Интернет при помощи блогов могут без посредников выражать определенное мнение.

Возрастание количества пользователей сети Интернет и, следовательно, рост числа блогов, значение которых усиливается в коммуникационном пространстве, делает крайне важным и актуальным изучение изменений в механизмах формирования общественного мнения для определения необходимости трансформаций в коммуникационных стратегиях, как отдельных компаний, так и властных структур.

Нормальное функционирование гражданского общества и представительной демократии предполагают объективное отражение средствами массовой информации реальных событий, что обеспечит информирование каждого гражданина и его возможность участвовать не только в обсуждении, но и в принятии решений. Однако средства массовой информации освещают далеко не все события, случившиеся в мире, а если и освещают, то делают это не всегда беспристрастно и объективно, поэтому зачастую на усмотрение журналиста остается определить, что достойно стать новостью. Средства массовой информации подвергаются воздействию феномена «спирали молчания», открытого Э. Ноэль-Нойман [2]. То есть на суд слушателей или зрителей выставляется лишь выгодная информация при одновременном подавлении невыгодной. Другими словами, журналисты сами решают, что достойно стать новостью и быть транслированным в массовое сознание, в результате чего формируется повестка дня.

Блогосфера же дает возможность стать источником новости, в случае, когда непосредственные участники происходящего первыми рассказывают о событиях в своих дневниках. То есть происходит не пассивное восприятие информации слушателями или

зрителями, а осмысление этой информации и ее дальнейшая переработка путем обсуждения в блогосфере. В эпоху Интернета пользователь сам выбирает, когда, каким образом и какую информацию ему получать, а также имеет возможность, интерпретируя ее в процессе общения с другими пользователями, вырабатывать новые мнения и позиции, то есть новые практики социального агента, если использовать термины П. Бурдые [1].

С появлением Интернета, особенно с развитием социальных сетей, характер взаимодействия между средствами массовой информации и аудиторией существенно меняется. Можно наблюдать некий сдвиг: инициатива в формировании повестки дня переходит от СМИ к самой аудитории. Начало XXI века дало людям возможность не только пассивно потреблять информацию, не только выбирать между массой предложений, но и создавать свое собственное содержание [3]. Традиционные законы массовых коммуникаций меняются: выразителем идей общественного мнения являются уже не журналисты, а само общество, которое обрело голос.

Феномен блогосферы, начавшийся как записи в личных дневниках в качестве хобби, превращается в новый вид медиа, который меняет пространство взаимодействий, как журналистов, так и лиц, принимающих политические решения в стране. Можно сказать, что несколько наиболее авторитетных блогов предстают агрегаторами информации и аналитики, что позволяет комментаторам от традиционных средств массовой информации извлекать значимую для них информацию и ссылаться на блоги, которые помогают им интерпретировать те или иные политические события.

Блоги начинают появляться в странах, где очень мало других способов выражения мнений на политические темы. Однако, даже в странах, где сектор независимых средств массовой информации весьма мал, блогосфера может оказывать влияние на политику. Блоги могут стать альтернативным источником новостей и комментариев в странах, где традиционные средства массовой информации находятся под контролем государства. Блогосферу намного труднее контролировать, чем телевидение или печатные издания. Северная Корея является самой недружелюбно настроенной в отношении блогосферы страной. Однако, даже в такой закрытой в информационном плане стране блогосфера может оказывать заметное влияние на политическую жизнь государства. Так, бывшая журналистка CNN Ребекка МакКинон настроила в Северной Корее «NKZone» – специальный блог, который быстро превратился в средоточие различного рода новостей и дискуссий в Северной Корее [4].

В современном мире средства массовой информации оказываются механизмом установления повестки дня, формируемой политической властью, а блогосфера при этом выступает как принципиально новое пространство, где активно артикулируется, обсуждается и отстаивается групповое мнение, имеющее тенденцию становиться общественным и зачастую отличное от создаваемого силами контролируемых государством средств массовой информации.

Блогосфера – это уникальное пространство, которое состоит из сознательных и склонных к проявлению активной жизненной позиции акторов, что делает эту сферу коммуникации не только площадкой для создания и выражения группового мнения, но и тем ресурсом, который можно эффективно использовать в политических, социальных и маркетинговых целях.

Литература

Конференция «Ломоносов 2011»

1. Бурдые П. Социология политики: Пер. с фр./Сост., общ. ред. и предисл. Н. А. Шматко./ — М.: Socio-Logos, 1993.
2. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания: Пер. с нем./Общ. ред. и предисл. Мансурова Н. С. — М.: Прогресс-Академия, Весь Мир, 1996.
3. Попов А. Блоги. Новая сфера влияния / Антон Попов — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008.
4. Drezner D. W., Farrell H. Web of influence // Foreign Policy, No. 145, November-December 2004.