**Аннотация магистерской диссертации**

**Тереховой Лидии Андреевны**

**«ГРАЖДАНИН РОССИЙСКОГО МЕДИАПОЛИСА: ПРАВА, ОБЯЗАННОСТИ, ОБЩЕСТВЕННАЯ АКТИВНОСТЬ»**

**«CITIZEN OF RUSSIAN MEDIAPOLIS: RIGHTS, DUTIES, CIVIL ENGAGEMENT»**

**Н. рук. – Хубецова Залина Федоровна, канд. полит. наук, доцент**

**Направление подготовки – журналистика,**

**Профиль – политическая журналистика**

**Ключевые слова**: российский медиаполис, гражданин медиаполиса, гражданская активность, правовое регулирование сети Интернет, интернет-коммуникации, речевое поведение пользователей Сети.

**Key words:** Russian Mediapolis, Mediapolis citizen, civil activity, regulation of the Internet, online communication, verbal behavior of web users.

**Актуальность** данной магистерской диссертации определяется важностью изучения статуса гражданина медиаполиса, его прав, обязанностей, общественной активности и степени влияния феномена гражданской активности на процесс принятия управленческих решений.

**Научная новизна.** В магистерской диссертации предпринята одна из первых попыток комплексного изучения феномена гражданской активности в Интернете, правового статуса и коммуникативных практик гражданина медиаполиса. В научный оборот введен эмпирический материал из актуальной практики проявления общественной активности пользователей российского сегмента Сети, впервые составлен речевой портрет гражданина медиаполиса.

**Целью** данного исследования является изучение форм организации общественной активности гражданина современного российского медиаполиса и определение степени влияния гражданских инициатив в Интернете на процесс принятия управленческих решений.

Достижение поставленной цели предполагает решение ряда **научно-практических** **задач**:

* рассмотреть понятие «гражданин медиаполиса» и выявить основные теоретические подходы к изучению феномена гражданской активности в Сети,
* изучить особенности правового регулирования коммуникативной деятельности гражданина медиаполиса,
* исследовать понятие «речевой портрет гражданина медиаполиса» и разработать методологию его описания,
* проанализировать актуальную практику общественной активности рядового гражданина российского медиаполиса и известной личности,
* выявить особенности взаимодействия власти и общества в интернет-пространстве и определить степень влияния феномена гражданской активности на процесс принятия управленческих решений.

**Объектом исследования** в данной магистерской диссертации является коммуникативная деятельность гражданина медиаполиса как потребителя и производителя информации в насыщенном коммуникативными связями медиапространстве, а **предметом** – права и обязанности гражданина медиаполиса, его общественная активность и коммуникативные (речевые) практики.

**Теоретическую основу** магистерской диссертации составили труды И. Н. Блохина, Д. Вольтона, Д. П. Гавры, М. Н. Гордеевой, А. А. Горячева, В. И. Карасика, С. Г. Корконосенко, А. И. Соловьева, а также N. Stevenson, R. Silverstone и т. д.

**Эмпирическую базу** магистерской диссертации составили две группы источников. Во-первых, это нормативно-правовые документы, посвященные вопросам регулирования интернет-пространства России; во-вторых, материалы сайтов, которые стали площадкой для проявления активности граждан медиаполиса. Были изучены тексты, взятые с сайта *Комитета гражданских инициатив* (анализировался трехмесячный период – с сентября по ноябрь 2013 года), с сайта *Российская общественная инициатива* (период анализа: сентябрь – ноябрь 2013 года, сентябрь – ноябрь 2014 года), с сайта *«Демократор»* (период анализа: сентябрь – ноябрь 2013 года, сентябрь – ноябрь 2014 года).

**Методологическая база исследования.** При написании работы использовались общенаучные методы анализа, синтеза и сопоставления. В качестве ключевых методов сбора и обработки эмпирического материала были использованы контент-анализ и интент-анализ, а также лингвостилистический анализ.

**Структура работы.** Диссертация состоит из трех глав, шести параграфов, введения, заключения и списка источников и литературы. Первая глава посвящена определению понятий «медиаполис» и «гражданин медиаполиса», общественной активности гражданина, теоретическим аспектам взаимодействия власти и общества, нормативно-правовому регулированию гражданской активности в Интернете. Вторая глава основана на анализе конкретных примеров выступления граждан с инициативами и предложениями в адрес органов государственной власти, размещенными на двух площадках гражданской активности — на сайте Демократор и на сайте Российской общественной инициативы. В третьей главе рассматриваются речевые практики гражданина медиаполиса и определяются особенности коммуникативного поведения медийной личности как гражданского активиста. На основе анализа материалов с сайта Комитета гражданских инициатив воссоздается речевой портрет гражданина медиаполиса. Всего было проанализировано 50 текстов с сайта Комитета Гражданских инициатив, 33 текста с сайта Комитета гражданских инициатив, 227 текстов с сайта Российской общественной инициативы.

**Основные выводы.** Кардинальные преобразования информационной среды, технологический прорыв и интенсивное развитие Интернета обусловили качественно новый уровень взаимодействия между участниками медиасреды, властью и обществом. Получатели информации теперь становятся ее трансляторами и даже создателями. Меняется скорость распространения сведений по Сети; возникают новые способы передачи данных, а у аудитории появляется все больше возможностей быть не сторонними наблюдателями, а активными участниками процесса формирования информационных потоков. Более того, появляется техническая возможность напрямую влиять на власть и на процесс принятия политических решений. Гражданская инициатива как институт прямой демократии в информационную эпоху обретает новые формы и правовой статус.

Толчком к активизации граждан медиаполиса в сфере взаимодействия с властью через Интернет послужил ФЗ № 59 «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации». За последний год количество обращений гражданских активистов в органы власти через Сеть увеличилось. Большая часть обращений и инициатив поступает в органы власти из центральной части России. Инициативы отличаются тематическим разнообразием, однако подавляющее большинство предложений касается социальной тематики и государственного управления. На успешность кампании по сбору голосов влияет личность гражданина, выступившего с гражданской инициативой. Эффективная кампания включает в себя:

а) анонсирование инициативы,

б) регулярное информирование о самой инициативе и ходе сбора подписей (через социальные сети, блоги и другие ресурсы),

в) «вывод» инициативы за пределы интернет-пространства,

г) привлечение внимания традиционных СМИ,

д) оказание поддержки инициативы известными медийными личностями и т.д.

Речевое поведение граждан медиаполиса отличается эмоциональностью. Доминирующий тип построения обращений – простой.