

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

На правах рукописи

ЧЭНЬ ДИ

**СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА В РЕШЕНИИ АКТУАЛЬНЫХ
ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ**

Специальность 10.01.10 — Журналистика

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени

кандидата политических наук

Санкт-Петербург

2015

Работа выполнена в Санкт-Петербургском государственном университете.

Научный руководитель: кандидат политических наук, доцент Руслан Викторович Бекуров, доцент кафедры международной журналистики СПбГУ.

Официальные оппоненты:

Койбаев Борис Георгиевич, доктор политических наук, профессор, заведующий кафедрой новой, новейшей истории и исторической политологии исторического факультета ФГБОУ ВПО «Северо-Осетинский государственный университет им. К.Л. Хетагурова»,

Скоробогатько Александр Владимирович, доктор философских наук, доцент, профессор кафедры политологии факультета социальных наук ФГБОУ ВПО «Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена».

Ведущая организация – ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет».

Защита состоится 1 октября 2015 года в 18.00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.232.17 по защите докторских и кандидатских диссертаций при Санкт-Петербургском государственном университете по адресу: 199004, Санкт-Петербург, В.О., 1-я линия, дом 26, Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» СПбГУ, ауд. 304.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке им. М. Горького Санкт-Петербургского государственного университета (Санкт-Петербург, Университетская наб., д. 7/9).

Материалы по диссертации Чэнь Ди размещены на сайте СПбГУ (<http://jf.spbu.ru/about/4321/5628.html>).

Автореферат разослан: « ____ » _____ 2015 года.

Учёный секретарь диссертационного совета
кандидат филологических наук, доцент

Л. Г. Фещенко

Общая характеристика работы

Актуальность темы исследования. В настоящее время ведутся многочисленные дискуссии как в научной среде, так и в среде политиков, дипломатов и журналистов по вопросу роли социальных медиа и журналистики web 2.0. в трансформации не только мировой медиасреды, но и общественно-политических процессов.

В этой связи следует отметить, что в своём исследовании мы сфокусировали внимание на социальных медиа, так как считаем, что именно они являются определяющим (характерным) сегментом новых медиа.

Эволюция социальных медиа и их включение в общественно-политические процессы явились одним из наиболее прогрессивных и одновременно с тем неоднозначных феноменов современного мира. Их потенциал как уникальных гиперлокальных источников информации огромен и чрезвычайно интересен для профессиональной медиасреды.

В то же время социальные медиа, реализовывая такие ключевые функции, как рекреация и активное вовлечение пользователей, часто являются инструментом для различных форм политической мобилизации.

Социальные медиа в современном политическом пространстве используются как государственными институтами, так и структурами системной и несистемной оппозиции, структурами гражданского общества, группами давления, агентами иностранного влияния как с целью стабилизации, так и дестабилизации социальной и политической ситуации.

Кульминацией реализации «манипулятивного» потенциала социальных медиа явился политический кризис в государствах Ближнего Востока и Северной Африки. Анализ потенциала социальных медиа в динамике деструктивных политических процессов, связанных с изменением властного, политико-элитарного, конституционального «ландшафта» регионов и государств, также подтверждает актуальность данного исследования.

Степень научной разработанности темы. Феномены, порожденные совокупностью технологий web 2.0., завоевывают не только цифровое, но и

академическое пространство. На сегодняшний день огромное число научных исследований, связанных с различными типами сообщения между людьми, сосредоточиваются на социальных сетях и особенностях коммуникации, порожденных их возрастающей популярностью среди самых разных слоев как российского, так и мирового сообщества.

Начиная со второй половины 1990-х годов новые информационные и коммуникационные технологии и Интернет активно внедряются в различные сферы жизнедеятельности общества. Их возможности в процессе культурных, социально-экономических и политических преобразований являются предметом интереса социологов, политологов, философов, юристов, экономистов. Надежную методологическую основу для организации дальнейших исследований в таком аспекте дают основные теоретические положения, излагаемые Д. Беллом, Э. Тоффлером, М. Маклюэном, М. Кастельсом и другими¹.

Невозможно исследовать феномен социальных медиа, не рассмотрев основные положения теории коммуникации, заявленные в трудах Д. П. Гавры, Г. Г. Почепцова, В. Б. Кашкина, Е. А. Нахимовой, А. П. Чудинова, С. А. Лоури, Ц. Гул и других².

Значительный вклад в разработку вопросов использования возможностей новых информационных и коммуникационных технологий внесли такие исследователи, как И. П. Яковлев, Л. М. Землянова, Д. К. Дэвис, А. Э. Грант,

¹Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. - М.: ГУ ВШЭ, 2000. - 606 с.; Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. - М.: «Канон-Пресс», 2003. - 464 с.; Тоффлер Э. Третья волна. - М.: АСТ, 2004. - 784 с.; Белл Д., Иноземцев В. Эпоха разобщенности.- М.: Центр исследований постиндустриального общества, 2007 - 339 с.

²Гавра Д. П. Основы теории коммуникаций. - СПб.: Питер, 2011. - 285 с.; Почепцов Г. Г. Медиа: теория массовых коммуникаций. - М.: Наука, 2008. - 320 с.; Кашкин В. П. Введение в теорию коммуникации. - М.: АСТ, 2013. - 256 с.; Нахимова Е. А., Чудинов А. П. Основы теории коммуникации. - М.: АСТ, 2013. - 283 с.; Lowery S. A., DeFleur M. L. Milestones in Mass Communication Research. - Pearson, 1995. - 337 p.; Гуо Ц. Теория коммуникации. - Пекин, 1999. - 783 с. (на кит. яз.).

Дж. Х. Меадос, П. Пакссон, Р. Д. Уиммер, Ч. Тянь и другие³.

Тема медиатизации политических процессов представлена трудами С. Г. Корконосенко, А. С. Пую, Н. С. Лабуша, С. С. Бодруновой, М. С. Вершинина, И. М. Дзялошинского, Б. Д. Ладера, Д. Меркеа, Х. Табина, Р. А. Дэвиса, Дж. Х. Пармеле, С. Л. Бичхарда, К. Харви и других⁴.

Важную роль в формировании системного понимания теории медиаэкономики и современной медиасистемы сыграли работы Е. Л. Варгановой и Р. Пикарда⁵.

Описание новых медиа, их свойств и особенностей сетевой коммуникации содержится в исследованиях И. А. Быкова, А. И. Акопова, Е. И. Горошко и других⁶.

³ Яковлев И. П. Стратегическое управление медиасферой. - СПб.: СПбГУ, 2014. - 176 с.; Землянова Л. М. Журналистика и коммуникативистика. Концептуализация медийных процессов в современной зарубежной науке. - М.: АСТ, 2012. - 197 с.; Baran S. J., Davis D. K. Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future (Wadsworth Series in Mass Communication and Journalism). - Cengage Learning, 2011. - 432 p.; Grant A. E., Meadows J. H. Communication Technology Update and Fundamentals. - Focal Press, 2012. - 653 p.; P. Paxson. Mass Communications and Media Studies: An Introduction. - Bloomsbury Academic, 2010. - 234 p.; Wimmer R. D., Dominick J. R. Mass Media Research (Wadsworth Series in Mass Communication and Journalism). - Cengage Learning, 2013. - 311 p.; Тянь Ч. Международная коммуникация и социальные медиа. - Пекин, 2010. - 400 с. (на кит. яз.).

⁴ Корконосенко С. Г. Журналистика в мире политики. - СПб.: Михайлов, 2004. - 448 с.; Пую А. С., Садыкова А. А. Арабские СМИ в европейском медиа-пространстве: приглашение к диалогу культур. - СПб.: СПбГУ, 2012. - 150 с.; Лабуш Н. С. Двойные стандарты: теоретические основы и массмедийная практика: социально-политический анализ. - СПб.: Роза мира, 2011. - 117 с.; Бодрунова С. С. Современные стратегии британской политической коммуникации. - М.: Товарищество научных изданий КМК, 2010. - 425 с.; Вершинин М. С. Политическая коммуникация в информационном обществе. - СПб.: СПбГУ, 2001. - 321 с.; Дзялошинский И. М. Методы деятельности СМИ в условиях становления гражданского общества. - М.: АСТ, 2001. - 284 с.; Loader B. D., Mercea D. Social Media and Democracy: Innovations in Participatory Politics (Routledge Research in Political Communication). - Routledge, 2012. - 567 p.; Agranoff C., Tabin H. Socially Elected: How To Win Elections Using Social Media. - Pendant Publishing, 2011. - 321 p.; Davis R. A., The Web of Politics: The Internet's Impact on the American Political System. - New York: Oxford University Press, 1999. - 217 p.; Parmelee J. H., Bichard S. L. Politics and the Twitter Revolution: How Tweets Influence the Relationship between Political Leaders and the Public (Lexington Studies in Political Communication). - Lanham, 2013. - 722 p.

⁵ Варганова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран. - М.: Аспект Пресс, 2003. - 336 с.; Picard R. The Economics and Financing of Media Companies. - New York: Fordham University Press, 2002. - 690 p.

⁶ Быков И. А. Сетевая политическая коммуникация: теория, практика и методы исследования.

С точки зрения анализа концепции, характеристик и мультимедийной составляющей социальных медиа первостепенное значение имеют труды современных зарубежных экспертов, включая Г. Дженкинса, Л. Мановича, Н. Чепмена и других⁷.

Современное исследование социальных медиа связано с рассмотрением специфики их функционирования и их информационной направленностью. Особое внимание в этом контексте уделяется исследованиям Д. А. Губанова, Д. А. Новикова, А. Г. Чхартишвили, Г. В. Градосельской, В. М. Сазонова, А. Белла, С. Прелла, Д. Мурти, Г. Соломона, Л. Шрума, Дж. Эрла, К. Кимпорта, Л. Сафко, Н. Гейна, Д. Беера, Ч. Гон и других⁸.

В области правового регулирования деятельности социальных медиа основополагающими являются исследования А. Г. Рихтера, С. А. Михайлова, С. Б. Никонова, Дж. Гланвилла, Х. Хуана, В. Вэйгуана и других⁹.

- СПб.: ФГБОУ ВПО «СПГУТД», 2013. - 200 с.; Акопов А. И. «Веб 2.0.» как явление и как проблема // Акценты. Новое в массовой коммуникации. - Воронеж, 2007. - С. 8-13; Горошко Е. И. Современная интернет-коммуникация: структура и основные параметры // Интернет-коммуникация как новая речевая формация: коллективная монография. - М.: ФЛИНТА, Наука, 2012. - С. 9-53.

⁷Jenkins H. Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring Participatory Culture. - New York: NY University Press, 2012. - 308 p.; Manovich L. The Language of New Media. - New York: The MIT Press, 2002. - 378 p.; Чепмен Н., Чепмен Дж. Цифровые технологии мультимедиа. - М.: АСТ, 2013. - 288 с.

⁸ Губанов Д. А., Новиков Д. А., Чхартишвили А. Г. Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства. - М.: Наука, 2010. - 211 с.; Градосельская Г. В. Сетевые измерения в социологии. - М.: ФЛИНТА, 2004. - 167 с.; Сазанов В. М. Социальные сети и технологии. - М.: Наука, 2010. - 222 с.; Bell A. Exploring Web 2.0: Second Generation Interactive Tools - Blogs, Podcasts, Wikis, Networking, Virtual Words, And More. - New York: CreateSpace, 2009. - 364 p.; Prell C. Social Network Analysis: History, Theory and Methodology. - SAGE Publications, 2011. - 476 p.; Murthy D. Twitter: Social Communication in the Twitter Age (DMS - Digital Media and Society). - Polity, 2013. - 213 p.; Solomon G., Schrum L. Web 2.0: New Tools, New Schools. International Society for Technology in Education. - Washington: DMS, 2007. - 554 p.; Earl J., Kimport K. Digitally Enabled Social Change: Activism in the Internet Age (Acting with Technology). - The MIT Press, 2013. - 786 p.; Safko L., Brake D. K. The Social Media Bible: Tactics, Tools, and Strategies for Business Success. - Wiley, 2009. - 534 p.; Gane N., Beer D. New Media: The Key Concepts. - Bloomsbury Academic, 2008. - 222 p.; Гон Ч. Введение новых медиа. - Пекин, 2012. - 221 с. (на кит. яз.).

⁹Рихтер А. Г. Правовые основы журналистики. - М.: АСТ, 2012. - 210 с.; Михайлов С. А., Никонов С. Б. Международное право и законодательство иностранных государств о СМИ. - СПб.: СПбГУ 2012. - 150 с.; Никонов С. Б. Правовые и геополитические проблемы функционирования СМИ. - СПб.: СПбГУ, 2010. - 210 с.; Glanville J. The Net Effect: The Limits

Вместе с тем, за пределами научного осмысления остается исследование участия социальных медиа в общественно-политической жизни, их трансформация в эффективное средство самовыражения и платформу политической активности. Особенный научный интерес представляет процесс «активизации» политического участия граждан и общественных организаций посредством ресурсов web 2.0.

В связи с этим, **гипотеза исследования** базируется на представлении о том, что социальные медиа на современном этапе развития — это не только способ мгновенного общения между людьми, но и современный, эффективный инструмент в руках активной части общества и государства, который все чаще используется в политических интересах.

Вышесказанное определяет выбор предмета, объекта, постановку цели и задач настоящего исследования.

Объектом диссертационного исследования являются социальные медиа.

Предмет — специфика влияния социальных медиа на проблемы общественно-политического характера как отдельно взятых государств (США, КНР, страны Ближнего Востока и Северной Африки), так и мира в целом.

Цель диссертационного исследования определена как анализ функционирования социальных медиа в решении актуальных общественно-политических проблем. Исходя из цели, автор ставит перед собой решение следующих конкретных научно-практических задач:

1. Дать комплексное определение понятию «социальные медиа», выявить их основные характеристики, описать ключевые подходы к изучению инфраструктуры социальных медиа;
2. Отразить актуальное состояние научного дискурса по проблематике исследования;

of Digital Freedom (Index on Censorship). - London, 2011. - 389 p.; Хуан Х. Государство и коммуникация социальных медиа - новые задачи и возможности. - Шанхай, 2012. - 312 с. (на кит. яз.); Ву В. Информационная политика новых медиа — свобода и регулирование. - Пекин, 2013. - 675 с. (на кит. яз.).

3. Исследовать роль социальных медиа в условиях политического кризиса (на примере протестных движений 2010—2014 гг. в странах Северной Африки и Ближнего Востока);

4. Проанализировать механизмы воздействия социальных медиа на аудиторию в условиях развития гражданского общества (на примере беспорядков в Великобритании в 2011 г. и общественного движения Оссиру Wall Street).

Методологическая база диссертации обусловлена целью и темой исследования. В частности, использовался сравнительно-исторический метод для анализа развития и функционирования социальных медиа. Данный метод позволил последовательно рассмотреть этапы формирования социальных медиа.

Кроме того, в диссертации применялись общенаучные методы исследования: системный анализ, сравнительный и графический методы, нормативный метод, а также метод типологии и классификации.

Контент-анализ использовался при исследовании основных свойств социальных сетей и их функционирования в современности.

При анализе понятийно терминологического аппарата применялся междисциплинарный подход, основанный на использовании теоретических достижений социологии, философии, политологии и коммуникативистики.

В качестве **эмпирической базы** использовался анализ содержания и мультимедийного функционала социальных медиа («В Контакте», Facebook, Twitter, Live Journal и другие).

Одновременно с этим в основу эмпирической составляющей настоящего исследования легли материалы традиционных изданий (The Guardian, The Daily Mail, «Ведомости», «Компьютерра» и другие за период истекшего двадцатилетия, выборочно) — в частности, интервью с экспертами в области информационно-коммуникационных технологий, медиаэкономики и новых медиа, а также аналитические статьи в сетевых ресурсах (Slon.ru, Lenta.ru, Huffington-post.com и другие), посвященные роли социальных медиа в

общественно-политической жизни в различных государствах и мире в целом.

Хронологические рамки исследования охватывают период пика развития социальных медиа (1990—2013 гг.), который также характеризуется повышенным уровнем влияния ресурсов web 2.0. на внутригосударственные общественно-политические события, а также на решения глобальных проблем человечества.

Основные положения, выносимые на защиту:

1. Ключевым трендом развития сети Интернет как средства коммуникации (в том числе и политической) является формирование и рост роли социальных медиа, характеризующихся низким уровнем подконтрольности, значительным мобилизационным потенциалом, что способствует социальной самоорганизации граждан. Динамичный рост числа пользователей данных каналов коммуникации и увеличение количества подобных веб-платформ, мобильность и скорость распространения информации, а также практическая невозможность полного блокирования подобных ресурсов, создают необходимые условия для трансформации общественно-политической среды.

2. Социальные медиа активно участвуют в общественно-политической жизни как внутри государств, так и на международной арене. Однако кроме положительного влияния, данные тенденции имеют и негативный характер — достаточно часто социальные медиа являются инструментом определенных манипуляций и отрицательно влияют на внутри- и внешнеполитический климат.

3. Социальные медиа, являясь современным феноменом общественно-политической жизни, представляют собой процесс информационного воздействия, как внутри самой политической системы, так и вовне, где с одной стороны появляется возможность управления и манипулирования общественными отношениями, а с другой — выдвижение и лоббирование интересов гражданского общества и контроль за их исполнением.

4. Традиционные теоретические концепции политической коммуникации в различных аспектах нуждаются в переосмыслении. Социальные медиа открывают значительный потенциал для применения агитационных и

манипулятивных мероприятий в рамках тех или иных политических событий, динамика которых зависит от качества стратегии продвижения и позиционирования политических акторов. Освоение и апробация политических технологий в социальных медиа в настоящее время является приоритетом для конкурирующих за власть участников политической жизни.

Научная новизна исследования заключается в том, что основные особенности создания и распространения контента в ресурсах web 2.0. проанализированы комплексно с учетом ключевых тенденций развития социальных медиа и на базе сравнительной характеристики профессионального журналистского и пользовательского содержания в сети. Кроме того, проведен анализ влияния социальных медиа на динамику актуальных общественно-политических событий последнего десятилетия, результаты которого могут быть использованы в практической деятельности политиками, политологами, общественными деятелями и журналистами.

О новизне диссертации свидетельствует и тот факт, что обширный пласт зарубежной, в том числе китайской, литературы по теме изучения впервые вводится в российский научный оборот.

Выводы, положения и рекомендации, содержащиеся в диссертации, **имеют практическую значимость**, так как позволяют определить основные подходы к изучению роли социальных медиа в решении актуальных общественно-политических проблем. На основе проведенного анализа итогов, тенденций и прогнозов влияния социальных медиа на события политического, экономического и общественного характеров, происходящих в современном мире, возможна выработка рекомендаций по исследуемой проблематике для специалистов в сфере международных отношений, дипломатов, государственных чиновников, а также медиа- и SMM-специалистов.

Апробация результатов диссертационного исследования. Положения и выводы исследования были представлены на семинарах, конференциях и круглых столах, проводимых в Санкт-Петербургском государственном университете. Они также отражены в 3 статьях: «Социальные сетевые медиа и

социальные сети в концепциях американских и российских исследователей» (Вестник Санкт-Петербургского университета, Серия 9, 2012, выпуск 3.), «Социальные сети и их влияние на президентские выборы на Тайване в 2012 году» (Вестник Санкт-Петербургского университета, Серия 9, 2012, выпуск 4.), «Социальные сети и их влияние на события в арабских государствах (2010—2013 гг.)» (Вестник Санкт-Петербургского университета, Серия 9, 2013, выпуск 4.).

Структура работы. Диссертационное исследование состоит из введения, двух глав (по три параграфа в каждой), заключения, библиографического списка литературы и приложений.

Основное содержание работы

Во **введении** обосновывается актуальность темы, излагается авторская концепция исследования, определяется степень научной разработанности проблемы, определяются объект и предмет, формулируются цель и задачи исследования, а также раскрывается теоретическая и практическая значимость.

В первой главе - **«Web 2.0.: трансформация современной медиасреды»** - анализируются современные тенденции глобального информационного пространства, в частности, рассматриваются социальные медиа и их роль в трансформации медиасреды.

В первом параграфе **«Социальные медиа: понятие, типология и этапы развития»** автор фокусирует внимание на типологии, структуре и организации социальных медиа, раскрывает сущность и основные концепции функционирования данных ресурсов, а также представляет по возможности полную картину их развития в ретроспективе и перспективе.

На наш взгляд, в первую очередь следует определить два основных понятия социальных медиа — узкое и общее. В узком понимании разбираются формы и технические функции. Рассматривая общие категории, больший акцент делается на сущности и социальной функции. Такое значение приближает понятие «социальные медиа» к позиции СМИ, и, следует отметить,

что в российской науке именно оно занимает определяющее место.

Е. Л. Вартанова утверждает, что в основе понятия «социальные медиа» лежит принцип партиципаторности, когда процесс коммуникации осуществляется при равноправном участии пользователей и института медиа¹⁰. С. Бобровский представляет социальные медиа как «социальные структуры Интернет-среды, узлы которых составляют организации или отдельные люди, а связи между ними обозначают установленные взаимодействия¹¹».

Западное же понимание социальных медиа основано на классической теории, больше связанной с новыми технологиями. В частности, Ш. Картон считает, что социальные медиа — это лишь технологии, которые помогают людям общаться друг с другом¹². Немецкие исследователи А. Каплан и М. Хайнлайн определяют социальные медиа как «группу интернет-приложений на той или иной идеологической и технологической базе web 2.0., которые позволяют участникам социальных сетей создавать содержание (контент) и обмениваться им»¹³.

На взгляд петербургских исследователей И. А. Быкова и О. Г. Филатовой, «социальные медиа — это вид онлайн-СМИ, в котором каждый человек может выступать как в качестве аудитории, так и в качестве автора. Для этого используется программное обеспечение, которое позволяет любому без специальных знаний в области кодирования размещать, комментировать, перемещать, редактировать информацию и создавать сообщества»¹⁴. С нашей

¹⁰Вартанова Е. Л. Финская модель на рубеже столетий: информационное общество и СМИ Финляндии в европейской перспективе. - М.: МГУ, 1999. - С. 77.

¹¹Бобровский С. Эволюция и искусственная жизнь // PC Week Review. - М., 2005. - № 4. - С. 32-33.

¹²Nielsen J. Participation Inequality: Encouraging More Users to Contribute // Alertbox: Current Issues in Web Usability [Электронный ресурс]. URL: http://www.useit.com/alertbox/participation_inequality.html (дата обращения: 09.10.2013).

¹³Kaplan A., Haenlein M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media // Business Horizons. - 2010. - 53 (1). - P. 59-68.

¹⁴Быков И. А., Филатова О. Г. Технологии Веб 2.0 и связи с общественностью: смена парадигмы или дополнительные возможности? // Вестник Санкт-Петербургского университета. - 2011. - Сер. 9. - № 2. - С. 227.

точки зрения, именно этот вариант определения максимально точно и полно отражает суть данного явления.

Что касается типологии социальных медиа, то среди профессиональных исследователей в настоящее время нет единого мнения, по какому критерию следует их классифицировать. Л. А. Бреславец предлагает использовать типологическую концепцию периодических изданий применительно к классификации социальных медиа¹⁵, выделяя следующие виды: универсальные социальные медиа (Facebook); социальные медиа дневникового типа (Live Journal) и социальные медиа, специализирующиеся на объективных межличностных связях (LinkedIn).

Л. Сафко и Д. Браке разделяют социальные медиа на¹⁶: «чистые» социальные сети, которые частично выполняют функции медиа; сетевые издания web 2.0., контент которых (частично или полностью) создается пользователями данных ресурсов; микроблогинг и макроблогинг; фотохостинг, аудио- и видеохостинг, а также лайфкасты. Д. К. Райт и М. Д. Хинсон делят социальные медиа на качественные (блоги), новостные (Twitter) и коммуникационные (Facebook)¹⁷.

Исследования же, проведенные И. А. Быковым и О. Г. Филатовой, позволяют составить следующую классификацию социальных медиа: блоги, социальные сети, службы обмена данными, социальные базы данных, рекомендательные сервисы и новостные социальные сайты¹⁸.

Второй параграф первой главы **«Социальные медиа в системе СМИ»** посвящен тому, как социальные медиа, совершенствуясь и видоизменяясь, влияют на современный медиа-ландшафт.

¹⁵ Бреславец Л. А. Интернет-сервисы социальных сетей в современной системе средств массовой информации: дис. канд. фил. наук / ВГУ. - Воронеж, 2010. - С. 76.

¹⁶ Игнаткина В. В. Социальные сети в современном рекрутинге // Медиаскоп. - 2012. - № 2. - С. 32.

¹⁷ Kaplan A., Haenlein M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media // Business Horizons. - 2010. - 53 (1). - P. 182.

¹⁸ Быков И. А., Филатова О. Г. - Указ. соч. - С. 232.

Социальные медиа дают своей аудитории, во многом разочарованной в традиционных СМИ, принципиально новые механизмы взаимодействия и интерактивного участия. В связи с этим, следует отметить, что в настоящее время в научной и журналистской среде часто поднимается вопрос о том, следует ли рассматривать социальные медиа как новый тип СМИ. На эту проблему существуют разные точки зрения.

Очень популярна концепция, согласно которой социальные медиа не могут считаться СМИ из-за низкого качества информации. Например, В. Варванин полагает, что такого явления, как журналистика социальных медиа, не существует. «Социальных медиа, претендующих на «журнализм», практически нет. А если и есть, то такие примеры ничем не отличаются от авторских колонок в обычных изданиях, где отзывы и комментарии не имеют самостоятельной ценности»¹⁹. С данным мнением соглашается Н. Карр: «Я целиком и полностью за социальные медиа. Но я не настолько слеп, чтобы не видеть их недостатков — поверхностности, упора на мнениях, а не фактах, тенденцию усиливать, а не ослаблять идеологический экстремизм и сегрегацию»²⁰.

Иначе смотрит на эту проблему российский исследователь А. Платов. В статье «Социальные сети: феномен коллективного разума» он называет социальные медиа средствами массовой информации нового поколения²¹. Другой российский ученый С. Кваша рассуждает о пользователях социальных медиа не как о журналистах, а скорее как об очевидцах, от которых аудитория получает информацию из первых рук, «не обращая внимания на потерявший остатки доверия телевизор, газеты и информационные агентства»²².

Непрофессионализм пользователей социальных медиа данные авторы

¹⁹Кваша С. Цивилизация очевидцев [Электронный ресурс]. URL: http://www.gazeta.ru/2005/09/05/oa_169667.html (дата обращения: 06.10.2011).

²⁰Карр Н. Бездушность Веб 2.0. // Компьютерра. - 2005. - 21 ноября. - С. 38.

²¹Платов А. Социальные сети: феномен коллективного разума // Компьютерная газета. - 2007. - № 10. - С. 12.

²²Протасов П. Игры репутаций // Компьютерра. - 2006. - № 14. - С. 7.

считают преимуществом по двум причинам. Во-первых, пользователи не ангажированы. А во-вторых, профессиональному журналисту требуется время для «вхождения» в тему, в то время как очевидец, освещающий события в социальных медиа, живёт в той ситуации, о которой пишет. Кроме того, в отличие от традиционных СМИ, социальные медиа за счёт сетевого характера распространения информации дают аудитории наиболее полную информационную картину²³.

Однако еще рано сравнивать профессиональные СМИ и социальные медиа по степени влияния на общественное мнение. Традиционные медиа продолжают играть определяющую роль в формировании информационной «повестки дня».

Тем не менее, социальные медиа, являясь инструментом гражданского общества, имеют очевидные перспективы как в глобальном информационном пространстве, так и в рамках тех или иных государств, в которых наблюдается низкий уровень доверия традиционной журналистике.

Достаточно любопытным в этой связи представляется тезис А. А. Калмыкова, который предполагает идентификацию социальных медиа как «транс-медиа» — ресурсов, относительно которых ещё не существует устойчивого мнения по поводу того, следует ли их считать СМИ. Он мотивирует это тем, что контент социальных сетей скорее характеризуется как коммуникативный, а затем уже информативный. «Именно транс-медиа выводят не только журналистику, но и медиа в целом, за свои профессиональные границы»²⁴.

В третьем параграфе **«Социальные медиа в реализации диалога общества и власти»** подробно анализируется взаимосвязь общественно-политических процессов и журналистики web 2.0.

²³Сергеев В. Доверие и пространственное взаимодействие социальных сетей / В. Сергеев, А. Кузьмин, В. Нечаев, Е. Алексеенкова // Политические исследования. - 2007. - № 2. - С. 44.

²⁴Калмыков А. А. Профессиональная универсализация и специализация конвергентных СМИ [Электронный ресурс]. URL: <http://www.jarki.ru/wpress/2010/09/06/122> (дата обращения: 20.04.2013).

Социальные медиа дают людям уникальную платформу коммуникации. Право выражения смещается из элитарного меньшинства на широкую общественность, а распространение информации из сосредоточенного становится раздробленным. Это оказывает большое влияние на политическую ситуацию как внутри отдельно взятых государств, так и в мире в целом. Социальные медиа, формируя «эру электронной демократии», изменяют политический потенциал каждого пользователя.

Во многих государствах наиболее активные люди «уходят» в социальные медиа, где создают свои сообщества, инициируя обсуждение политических и социально-экономических проблем. Так, по сути, формируется новая среда для критического отношения к реальной действительности, что способствует более продуктивному взаимодействию органов власти и граждан, в том числе в условиях чрезвычайных ситуаций.

Таким образом, сетевая общественность получает возможность влиять на формирование и реализацию публичной политики.

Иными словами, политический Интернет-диалог — это «процесс симметричной или асимметричной коммуникации граждан с властью посредством использования коммуникационных возможностей, направленный на участие в выработке политических стратегий развития общества и влияния на принятие политических решений»²⁵.

Для общественности социальные медиа — иногда единственная возможность быть услышанной и влиять на общественно-политические процессы как внутри отдельно взятого государства, так и на глобальном уровне.

Журналистика web 2.0. несет с собой и определенные риски, так как в своей основе — это демократическое, но анархическое явление, которое нередко характеризуется большим объемом фальсификаций. Кроме того, зачастую социальные медиа являются платформой для организации

²⁵Браславец Л. А. - Указ. соч. - Там же.

противоправных, экстремистских действий и националистических акций.

В КНР, как известно, иностранные социальные медиа блокируются. Соответственно, большую популярность имеют китайские социальные сервисы, в частности, WeChat и Weibo. Именно они вызывают общественный резонанс, мобильно и разнообразно освещая те события, о которых практически не говорят в государственных СМИ. Более того, социальные медиа, являясь основным источником информации и платформой для дискуссий, постепенно смещают с рейтингов популярности другие новые медиа.

Во второй главе **«Специфика взаимоотношений государственных институтов и гражданского общества в условиях web 2.0.»** на конкретных примерах дается комплексный анализ особенностей использования социальных медиа в качестве инструмента участия гражданского общества в решении актуальных общественно-политических проблем.

В первом параграфе **«Политико-правовой аспект регулирования социальных медиа»** автор, фокусируя основное внимание на уличных беспорядках в Великобритании в 2011 году, рассматривает общественный дискурс в связи с попытками британского правительства ограничить доступ к ресурсам web 2.0.

Развитие социальных медиа значительно ослабляет способность государственного контроля и вмешательства в распространение информации. Соответственно, многие страны, исходя из своих внутривнутриполитических вызовов и внешнеполитических задач, стремятся регулировать Интернет и изменять среду пользования сети для своего населения.

Наглядным примером «деструктивности» распространения негативных эмоций в социальных медиа и попыток ограничения таких процессов государством является волна беспорядков в Великобритании в августе 2011 года.

Накануне беспорядков в Facebook была создана страница в поддержку Марка Даггана, убитого полицейскими в Лондоне. За очень короткий срок эта

страница привлекла к себе внимание десятков тысяч пользователей. Вскоре около 200 человек приняло участие в демонстрации, которая вызвала массовые беспорядки в Лондоне. Волнения быстро распространились и на другие британские города.

В общественном дискурсе о причинах возникновения беспорядков основное внимание акцентировалось на роли социальных медиа в провоцировании и дестабилизации ситуации. В частности, обсуждался и вопрос о необходимости контроля над распространением информации в социальных медиа и реформировании государственной информационной политики. Так, Дэвид Кэмерон признал, что социальные медиа сыграли негативную роль, и предложил взять под более строгий контроль функционирование подобных платформ²⁶.

Между тем, оппозиционные партии отстаивали точку зрения, при которой социальные медиа не несут никакой ответственности, так как они являются исключительно инструментом коммуникации.

Безусловно, что в процессе беспорядков социальные медиа создавали определенные проблемы для правоохранительных органов. Однако впоследствии полицейские убедились в том, что такие ресурсы также приносят и пользу. Так, благодаря отслеживанию информации в Facebook и Twitter были успешно предотвращены потенциальные преступления. Одного из основных организаторов и зачинщиков беспорядков Блэка Шала полиция также нашла через Facebook²⁷. Кроме того, распространение информации в социальных медиа позволяло мобильно оповещать и предостерегать мирное население. Соответственно, отношение полицейских к социальным медиа постепенно менялось — от резко негативного на начальном этапе к объективному на финальной стадии.

²⁶Allen N. Occupy Wall Street: Riot police dismantle Occupy LA protests // The Telegraph [Электронный ресурс]. URL: <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/northamerica/usa/8925092/Occupy-Wall.html> (дата обращения: 07.06.2013).

²⁷Patrick G. Facebook status: Banged up Gang pair get 4 years for riot «invite» // The Sun. - 2011. - 17 Aug.

Согласно опросу The Guardian, более 90% британцев не были согласны с предложением правительства ограничить использование социальных медиа в режиме чрезвычайной ситуации, мотивируя это тем, что такая инициатива в перспективе оказала бы негативное влияние на общественно-политическую жизнь страны²⁸.

К тому же, основной причиной беспорядков являлись не сетевые ресурсы, а прежде всего проблемы социального характера: финансово-экономический кризис, безработица, низкий уровень социальных услуг, плохие взаимоотношения между полицией и обществом.

В итоге после продолжительных дискуссий британское правительство отменило распоряжение на ограничения функционирования социальных медиа и анонсировало, что не будет назначать дополнительных полномочий для блокировки или удаления тех или иных сетевых ресурсов. Однако операторам социальных медиа был предъявлен ряд требований, касающихся необходимости саморегулирования и сотрудничества с правоохранительными органами²⁹.

Уличные беспорядки в Великобритании в 2011 году показали дестабилизирующий характер влияния социальных медиа на динамику общественных волнений. Попытки британских властей контролировать информационные потоки принесли эффект лишь тогда, когда политика строгих ограничений под давлением общественности трансформировалась в стратегию «косвенного контроля», что одновременно снизило потенциальную опасность социальных медиа и гарантировало пользователям сохранение права на выражение своего мнения.

Второй параграф второй главы **«Роль социальных медиа в организации государственных переворотов в странах Северной Африки и Ближнего Востока»** посвящен тому, как социальные медиа влияли и влияют на развитие

²⁸ Romney L. Occupy Oakland arrests reach 400; City Hall vandalized // The Guardian [Электронный ресурс]. URL: <http://articles.theguardian.com/2012/jan/30/local/1a-me-occupy-oakland-20120130> (дата обращения: 07.06.2013).

²⁹ Ambrogi S. UK government not seeking to close social media in riots // Reuters. - 2011. - 25 Aug.

антиправительственных движений в период так называемой «арабской весны».

Одна из основных функций социальных медиа — возможность выражать свое мнение, стала особенно привлекательной для пользователей из стран арабского мира в период так называемой «арабской весны». Для закрытого гражданского общества арабских стран, особенно для молодой аудитории, социальные медиа являлись механизмом «прорыва» в попытке изменить политическую среду.

Безусловно, политический кризис в арабских государствах перевернул сознание не только гражданского населения этих стран, но и мирового сообщества. В условиях возможности трансграничного охвата аудитории социальные медиа использовались не только для свободного виртуального общения, но также являлись механизмом организации переворотов.

Масштабная протестная волна была неожиданной как раз потому, что власти арабских государств недооценили возможности ресурсов web 2.0. Особенно это было характерно для Египта, где такие ресурсы мгновенно вывели на улицы миллионы демонстрантов.

Но, несмотря на популярную позицию о спланированных переворотах, большинство исследователей придерживаются мнения, что причины революций носили вполне реальный экономический характер. Безработица, стремительно растущие цены, низкие заработные платы, многолетнее руководство бессменных правителей вызывали возмущение среди гражданского населения. Если представители более зрелого поколения пытались оправдывать политику руководства, новое поколение уже не понимало логику властей.

В целом, рассматривая роль журналистики web 2.0. в арабских революциях, большинство исследователей отмечает, что Facebook и Twitter не существовали сами по себе и не играли самостоятельной роли³⁰. Facebook использовался для организации встреч и демонстраций, Twitter — для

³⁰ Gladwell M. Does Egypt need Twitter? The New Yorker [Электронный ресурс]. URL: <http://www.newyorker.com/online/blogs/newsdesk/2011/02/does-egypt-need> (дата обращения: 05.10.2012).

тактического реагирования на ситуацию, YouTube — для информирования общественности. Однако, «это были лишь отведенные им роли инструментов в том комплексе революционных мероприятий, сценарий которых разрабатывался стратегами из США»³¹. Наиболее подходящим подтверждением этого тезиса «американского влияния» является, пожалуй, ливийский конфликт.

Спорным представляется и тезис о том, что именно социальные медиа активизировали эти общественно-политические процессы. Наоборот, попытки властей ограничить доступ в Интернет приводили к еще более разрушительным последствиям.

Для более детального анализа роли социальных медиа в организации государственных переворотов в странах Северной Африки и Ближнего Востока мы сфокусировали внимание на Египте, где по мере смены локальных социальных кризисов на политические активное использование Facebook и Twitter в ходе протестов стремительно перешло в политическую плоскость.

В конце концов, в результате многочисленных демонстраций протестующие захватили площадь Тахрир и устроили там постоянный лагерь, вокруг которого и разворачивались дальнейшие события. В этот период фиксировалось в среднем 3 «твита» в секунду, причем большинство из них (для привлечения внимания мировых СМИ) публиковались на английском языке, что вполне очевидно — основным назначением социальных медиа в это время была поставка видео- и фото- информации для мировых СМИ.

Египетская революция показала, что использование платформ web 2.0 позволяло частично «масштабировать» не только сами события, но и роль блоггеров (пользователей). Это происходило в процессе реализации концепции «информационного бумеранга»³², когда спутниковое телевидение (CNN, Al-Jazeera и другие) ретранслировало материалы блоггеров и пользователей, тем

³¹Прохватиллов В. В., Беляков Н. В. New media и «арабская весна» [Электронный ресурс]. URL: <http://33pifagor.livejournal.com/27881.html> (дата обращения: 16.01.2013).

³²Joyce M. Digital activism decoded: The new mechanics of change. International Debate Education Association. - New York: Public Affairs, 2011. - P. 32.

самым повышая уровень их значимости.

Однако в ходе анализа влияния социальных медиа на динамику протестного движения в Египте, мы пришли к заключению, что, в целом, роль ресурсов web 2.0. в этих событиях преувеличена. В арабском мире более эффективным механизмом мобилизации и активизации протестных движений являлись традиционные коммуникации.

К тому же, дискурс о влиянии социальных медиа во многом обусловлен не активностью египетской молодежи в виртуальном пространстве, а, скорее, благодаря пользователям из других регионов.

Иными словами, социальные медиа участвовали в формировании политических взглядов и предлагали доступную информацию для широкой аудитории, но основным их назначением была поставка информации для европейских, американских и арабских СМИ, благодаря которым, собственно, и формировалось «внешнее» общественное мнение.

Одной из причин решающей роли Facebook в сравнении с Twitter стал доступный на тот момент языковой арабский интерфейс, в то время как распространение англоязычного Twitter редко выходило за пределы Каира и Александрии.

Однако, преувеличивать роль Facebook в организации протестных акции и внушительной политической мобилизации также не следует — многие исследователи полагают, что без налаженных горизонтальных «традиционных» (не виртуальных) сетевых структур, виртуальное чувство солидарности не нашло бы применения в политической практике. Именно благодаря подобным сетям, количество пользователей социальных медиа, степень их мобилизации и политизации заметно возросли.

Заключительный параграф второй главы **«Сетевая самоорганизация движения Occupy Wall Street»** посвящен вопросу развития общественных движений и гражданского общества в целом в условиях актуализации глобальной проблемы социального и экономического неравенства.

Так, на примере феноменальной популярности протестного движения

Occupy Wall Street дается комплексный анализ эффективного использования социальных медиа (в особенности, Twitter) для максимально широкого резонансного и мобильного распространения информации, консолидирующей общемировые настроения.

В случае с Occupy Wall Street, пожалуй, впервые была обозначена тенденция полного интегрирования социальных медиа в общественную жизнь.

Активисты движения, не имея традиционных ресурсов для привлечения внимания, сформировали альтернативное информационное пространство, характерными особенностями которого являлись «децентрализация» и «фрагментация» информации.

Протестанты публиковали «твиты», добавляя хэштеги к своим записям. Эти ключевые слова четко демонстрировали точку зрения пользователя. Через поиск таких хэштегов пользователи моментально находили единомышленников. Очевидно, что рост числа пользователей вызывал определенный резонанс, который являлся базовой эмоцией для поддержания социальной коммуникации. И чем больше был резонанс, тем больше была аудитория.

Протестное движение Occupy Wall Street быстро вышло за пределы своей изначально маленькой аудитории. При этом, динамика развития движения наблюдалась практически в реальном времени. Традиционные СМИ на несколько дней запоздали с каким-либо освещением происходящего, и лишь после того, как общественность продемонстрировала масштабный и растущий интерес, акции Occupy Wall Street оказались в фокусе внимания медиа.

Следует отметить, что коммуникация в сообществах OWS являлась довольно плотной, и насыщение этих виртуальных платформ новой информацией происходило постоянно и непрерывно.

С одной стороны, активность стимулировали модераторы и «лидеры мнений», которые постоянно представляли новые информационные поводы, с другой — сами пользователи, которые испытывали потребность в самостоятельном обсуждении.

Тем не менее превалирующей формой участия осталась пассивная форма

виртуального одобрения и распространение информации.

Основной целью сообществ Оссуру в социальных медиа являлось распространение информации о протестных действиях и, соответственно, обеспечение максимальной мобилизации различными способами.

При этом в сообществах, безусловно, поддерживался определенный имидж движения: несмотря на радикальность требований, протест описывался как мирное общегражданское движение, которое объединено по принципу солидарности против существующей власти и законов.

Иными словами, массовость и популярность общественного движения Оссуру Wall Street являлись следствием эффективного использования социальных платформ Twitter и Facebook, которые, собственно, и формировали информационный «фон» протестов и демонстраций.

В заключении диссертации подводятся итоги проведенного исследования.

Формирование и рост роли социальных медиа характеризуется низким уровнем подконтрольности и значительным мобилизационным потенциалом, что способствует социальной самоорганизации граждан и создает необходимые условия для трансформации общественно-политической среды.

Очевидно, что web 2.0. принципиально меняет природу взаимодействия государств и СМИ. С одной стороны, координируя общественно-политические движения по всему миру, социальные медиа становятся политическим инструментом. С другой стороны, существуют режимы, которые предпринимают попытки ограничения доступа к ресурсам web 2.0. с целью снижения влияния других государств.

При этом нельзя и переоценивать общественно-политическую роль социальных медиа. Очевидно, что, при отсутствии сформировавшихся потребностей общества в политических изменениях, журналистика web 2.0. пока является малоэффективным инструментом.

Более того, последние события, связанные с протестной активностью населения в арабских государствах, показывают, что социальные медиа выполняют скорее функции эффективного инструмента координации, не

являясь при этом определяющим фактором «арабской весны». Иными словами, использование подобных ресурсов не заменяет реальных действий.

В целом, следует отметить, что большинство исследований, рассматривающих общественно-политическую роль журналистики web 2.0., в основном акцентируют внимание на социальных медиа как инструментах политической мобилизации и протестных движений, а также аспектах влияния таких ресурсов на демократические режимы.

Состоявшийся анализ особенностей функционирования социальных медиа и их назначения в различных общественно-политических процессах позволяет сформулировать ряд принципиальных выводов:

1. Журналистика web 2.0. является полноценным социальным институтом, который обладает следующими характеристиками: непосредственное участие пользователей в генерации и ретрансляции медийного контента, доступные интерактивные коммуникации, универсальность и мобильность.

2. Социальные медиа изменяют форму и каналы получения гражданами политической информации. Принцип распространения сообщений в таких ресурсах строится на социальных связях, что позволяет пользователям мобильно реагировать на актуальные политические события, формировать и наращивать социальный капитал, превращаясь в лидеров общественного мнения в виртуальном пространстве.

При этом политическим акторам, использующим социальные медиа, необходимо учитывать, что они обращаются к потенциально более широкой аудитории, нежели в случае с традиционными СМИ.

3. Социальные медиа обладают собственными альтернативными механизмами формирования информационной повестки дня и, будучи платформами гражданской журналистики, по определению принимают активное участие в медиатизации общественно-политических процессов как на внутригосударственном уровне, так и в решении проблем глобального характера. Причем такое участие имеет как позитивные, так и негативные оттенки. Так, во многих странах социальные медиа позволяют генерировать

определенную гражданскую активность, но не входят в продуктивный диалог с властью.

По теме исследования имеются следующие **публикации**:

1. Чэнь Ди. Социальные сетевые медиа и социальные сети в концепциях американских и российских исследователей // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9, выпуск 3. СПб., 2012.

2. Чэнь Ди. Социальные сети и их влияние на президентские выборы на Тайване в 2012 году // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9, выпуск 4. СПб., 2012.

3. Чэнь Ди. Социальные сети и их влияние на события в арабских государствах (2010—2013 гг.) // Вестник Санкт-Петербургского университета, Серия 9, выпуск 4. СПб., 2013.