

С.В. РАСТОРГУЕВ

РОЛЬ НОВЫХ МЕДИА В ПОЛИТИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЯХ: ОПЫТ ЧЕХИИ

Alena Mackova. Nová média v politické komunikaci: politici, občané a online sociální síť. — Brno, Masarikova Univerzita, 2017. — 241 str.

Аннотация. Статья представляет собой рецензию на монографию А. Мацковой «Новые медиа в политической коммуникации: политики, граждане и социальные сети». **Ключевые слова:** политическая коммуникация, новые медиа, социальные сети, Интернет, политическая активность.

THE ROLE OF NEW MEDIA IN POLITICAL COMMUNICATIONS: EXPERIENCE OF THE CZECH REPUBLIC

[Review of the book: Alena Mackova. Nová média v politické komunikaci: politici, občané a online sociální síť. — Brno, Masarikova Univerzita, 2017. — 241 str.]

Abstract. The article is a review of the monograph by A. Mackova «New media in political communication. Politicians, citizens and social networking sites».

Keywords: political communication, new media, social networks, Internet, political activity.

В монографии доктора философии по политическим наукам Департамента изучения медиа и журналистики Университета Масарика (Брно) Алены Мацковой представлены результаты эмпирических исследований активности чешских политиков и граждан в Интернете в 2013–2016 годах. Данные хронологические рамки относятся автором к четвертой стадии политической коммуникации (классификация J.G. Blumler). Данная стадия характеризуется тем, что главным средством трансляции политического содержания выступают медийные технологии. Углубляются процессы медиатизации политики (выстраивание логики и формы политического с учетом средств трансляции), селебритизации политики (приобщение к политике медиа-звезд), персонализации политики (включение личной сферы в общественное пространство — «приватизация», позиционирование личности, а не организации — «индивидуализация»). Традиционные формы политической репрезентации, требующие значительных

РАСТОРГУЕВ Сергей Викторович — доктор политических наук, профессор Департамента политологии и массовых коммуникаций Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, г. Москва

финансовых, организационных и кадровых ресурсов, сменяются дешевыми и быстрыми онлайн технологиями, которые дают шанс нересурсным и маргинальным акторам побороться с мейджорами за внимание, голоса, пожертвования граждан. Пространство Интернета дает возможность гражданам проявлять политическую активность в формах подписания электронных петиций, обращений в органы власти, дискуссий с политиками и другими участниками сети. Одновременно автор указывает на исследование проблем цифрового неравенства (концепция цифрового разрыва P. Lupač), переизбытка информации (концепция демократии Facebook J. Marichal) и пересечение границ жанров и стилей (концепция инфотейтмента L. Feldman).

Автора особенно интересует проблема изменения характера потока информации: использование новых медиа (социальных сетей Facebook, Twitter) в качестве двустороннего канала коммуникации по сравнению с традиционными односторонними средствами информирования (сайты, телепрограммы, журналы, газеты). С этой целью дается обзор результатов исследований данной трансформации новых медиа в работах, посвященных страновой специфике: на примере австралийских кейсов (R.K. Gibson, S.J. Ward), кейсы Швеции и Норвегии (A.O. Larsson), кейс Словакии (J. Zagrapan) и др. Интересно, что несмотря на возможности двухсторонней коммуникации в новых медиа, политики зачастую используют социальные сети для односторонней агитации и мобилизации — исследования кейсов Новой Зеландии (K. Ross) и Австралии (J. Macnamara, G. Kenning). Автор монографии ставит перед собой цель сравнить опыт использования новых медиа в Чехии с мировым опытом.

Главный вопрос первой части исследования звучит так: как депутаты чешского парламента в 2013–2015 годах использовали социальную сеть Facebook для политической коммуникации и взаимодействия с гражданами. Для этого исследовались мотивация, типы сетевой активности, отклики на статьи, примеры приватизации и индивидуализации контента депутатов, избранных в 2010 году. В связи с досрочными выборами 2013 года автору пришлось вносить корректировку в методику исследования. Проводилось сплошное изучение пяти каналов коммуникации всех двухсот депутатов парламента: Facebook, Twitter, YouTube, блоги и личные веб-страницы. Исследовалось содержание статей и комментарии к ним с помощью программ SPSS (методом случайной выборки отобраны 77 образцовых статей, которые были закодированы для категоризации и дальнейшего анализа). Были выявлены политические и неполитические материалы. К политическим относятся комментарии, рекламные материалы, сообщения, приглашения и пропагандистские материалы, касающиеся как самого политика, так и его политической организации. К неполитическим материалам относятся культурные и общественные данные о семье, хобби политика. Статьи также анализировались на предмет наличия критики и агрессивности, остроумия, эмоциональности. Качественное исследование проводилось в форме 15 интервью с теми депутатами, которые были идентифицированы как активные пользователи социальных сетей (две трети участников выборки отказали в интервью).

Автором были получены следующие результаты. По частоте использования каналы коммуникации представлены в такой последовательности: Facebook, личные веб-страницы, YouTube, блоги, Twitter. Три четверти депутатов 2013–2014 годов имели аккаунты на Facebook, менее всего социальной сетью пользовались коммунисты (Komunistická strana Čech a Moravy) по причине доминирования возрастного электората и популистское движение «Да 2011» (ANO 2011), где главную роль играл лидер движения олигарх Андрей Бабиш. Как правило, Facebook активнее использовали те депутаты, которые также были активны в других каналах коммуникации. Мотивация для ведения аккаунта в сети Facebook основывается на ее возможности информировать о политических взглядах депутата, а также на представлении о необходимости быть в пространстве медиа, так как там должны находиться все политики. В предвыборный год активность в Facebook в 4 раза выше, чем после выборов. За исключением лидеров партий и нескольких супермедийных политиков аккаунты депутатов не пользовались значительной популярностью. В поствыборный год две трети материалов носили информативный характер, а в предвыборный год две трети материалов идентифицированы как пропаганда. Неполитические материалы (прежде всего, культура и хобби) в предвыборный год уменьшаются с 30 до 15 процентов. При этом в интервью депутаты указывали, что неохотно раскрывают информацию о семье и делают это в связи с появившейся тенденцией «приватизации», которой надо соответствовать. Также зафиксировано настороженное отношение к юмору (4% статей) и эмоциям (9%), поскольку они могут идти в разрез с идеальным представлением о депутате. Депутаты предпочитали обращаться к непосредственным избирателям округа, используя местную повестку. Хотя половина депутатов участвовала в онлайн-дискуссиях, в интервью отмечалось, что соотношение «затраты времени — эффекта от дискуссий» чаще отрицательное, поскольку в дебаты втягиваются неисправимые спорщики, не готовые изменить точку зрения. А репутационные риски подобных дискуссий в Интернете значительны.

Автор книги обращается к классификации R. Gunther, J.R. Montero, M. Torcal и L. Linek типов позиций граждан к политической системе: политическая поддержка (принятие ценностей демократии), политическое недовольство (система функционирует благодаря непрерывной деятельности государственных институтов и лидеров), институциональное отчуждение, индивидуальное отчуждение (абсентеизм и неверие в возможность повлиять на политические институты). Авторы данной классификации выделяют пять типов политического участия: голосование на выборах, партийная активность, протест, политический консьюмеризм и направленная коммуникация. Чем большим социальным капиталом обладает индивид и чем в большем количестве добровольных организаций он состоит, тем выше уровень его политического участия.

А. Мацкова указывает на неопределенность и широту концепта «политическое участие», например, распространяется ли оно на политиков или только отдельных граждан, включает ли оно чистую коммуникацию и по-

лучение информации или только целенаправленную борьбу групп за свои интересы. Также нет четкой границы концепта «онлайн участия», поскольку трудно отделить собственно участие от потребления и обработки политической информации (N. Carpentier). Социальные сети позволяют укреплять слабые социальные связи и способствовать мобилизации пользователей сети (G. Tang, F.L.F. Lee), способствуют перетоку информации от более информированных граждан к менее информированным, что сглаживает неравенство (S. Boulianne), дискуссии в сетях поддерживают демократические ценности и положительно коррелируют с оффлайн участием (D.V. Shah). Изучается роль лидеров общественного мнения сети, которые формируют повестку дня и определяют контекст и коннотацию новостей (P. Dahlgren), выявлена положительная корреляция между использованием новых медиа молодежью и их последующей оффлайн-активностью (M.A. Xenos).

Автор указывает на наличие исследований, которые не устанавливают причинно-следственных связей между использованием социальных медиа и интересом к политике, скорее, связь носит двусторонний характер (S. Boulianne), при разных обстоятельствах в разных группах каждая из переменных может стать независимой (K. Holt).

Вторая часть авторского эмпирического исследования, проведенная в 2014 году, должна ответить на вопрос: «Какую роль играли новые медиа в политической активности чешских граждан?». Данный вопрос был декомпозирован на следующие вопросы: какие формы взаимодействия предпочитали респонденты при поиске и обсуждении политической информации? Как отличаются медиальные практики политически активных и политически пассивных граждан?

Для получения информации автор использовала методы полуструктурированного качественного интервью (всего 22) и выборочного анкетного обследования чешского населения. На основе интервью были составлены переменные и их индикаторы, которые затем использовались в выборочном обследовании. Интервью брались у политически активных граждан, которые были отобраны как репрезентативный срез чешского общества по критериям: возраст, пол, место проживания. Примечательно, что большинство интервью проводилось в кафе, что отражает роль данной площадки как центра коммуникации. Интервью были записаны на аудио и впоследствии закодированы для получения аналитических категорий.

Компьютерное анкетирование охватило 1998 человек по критериям квотной выборки: область, масштаб населенного пункта, возраст, пол, образование. Зависимой переменной являлось политическое участие в форме индикаторов: участие в выборах (в 2014 г. в Европарламент и муниципалитеты), демонстрациях, подписание петиций, встречи с политиками, поддержка партий. Независимые переменные связаны с традиционными и новыми медиа и выражены такими индикаторами: частота использования ресурсов для получения информации (Интернет, телевидение, радио, газеты), использование социальных сетей в политических целях (изучение, дискуссии, комментирование и репосты), ис-

пользование Интернета для политических целей (посещение веб-страниц). Две последние переменные преобразованы в индекс для регрессионного анализа, который был проведен с помощью статистического пакета SPSS.

В итоге автор пришел к следующим выводам. В 2014 года телевидение оставалось наиболее популярным каналом получения информации вообще (90% респондентов) и политической в частности (треть респондентов). После телевидения по объему получения политической информации следовали Интернет, радио и газеты. У молодежи Интернет предсказуемо занял первое место в процессе получения политической информации, причем она попадала в поле зрения молодежи в форме репостов, рекомендаций лидеров общественного мнения, селебрити в сети Facebook. Политические дискуссии в основном проводились не онлайн, а оффлайн с друзьями и родственниками. Около 88 процентов респондентов никогда не участвовало в онлайн-политических дискуссиях. Результаты показали значительное недовольство граждан текущей политической ситуацией, высокий уровень отчужденности к институтам и политикам, которые характеризовались как коррумпированные и незаслуживающие доверия. Выборы рассматривались как единственный механизм влияния простого гражданина на национальную политику. В тоже время граждане активно участвуют в политическом процессе на муниципальном уровне, так как считают, что они могут не только влиять на местные институты, но и контролировать их работу. Интересно, что наибольшую политическую активность в 2014 году проявили граждане, которые в качестве источника политической информации использовали, прежде всего, радио и газеты (старшее поколение). Медиальные практики связаны не только с наличием интереса к политике, но и с возрастом (чем моложе, тем больше практик), образованием (чем выше уровень образования, тем больше практик), полом (женщины показали большую активность).

В завершении обзора идей монографии А. Мацковой следует добавить несколько комментариев, которые, наверняка, будут интересны отечественным исследователям. Во-первых, автор получила две магистерские степени — по социологии и политологии, что вооружило ее фундаментальным научным инструментарием. Во-вторых, автор четко структурирует текст по шаблону, принятому в изданиях Scopus, Web of Science: проблема, историография, гипотеза, методы исследования, результаты, дискуссия. В-третьих, автор активно использует работы 15–17-летней давности, считая их актуальными; наряду с англоязычными изданиями, дается анализ чешских авторов и подчеркивается их вклад в исследования на чешских кейсах. И, наконец, к этим достоинствам можно добавить финансирование работы фондом Конрада Аденауэра.

Список литературы

1. Mačkova A. Nová média v politické komunikaci: politici, občané a online sociální síť. Brno, Masarikova Univerzita, 2017. 241 s.