

Привалова Евгения Владимировна,

бакалавр 4-го курса

Уральского гуманитарного института

Уральского федерального университета

ВЛИЯНИЕ РОССИЙСКИХ ИНТЕРНЕТ-СМИ НА ПОЛИТИЧЕСКУЮ АКТИВНОСТЬ МОЛОДЕЖИ

Аннотация. Данная статья посвящена изучению новостных интернет-изданий, их роли в формировании общественного мнения и возможности влияния на политические процессы в современной России. Работа включает в себя практическое исследование новостных агрегаторов, направленное на выявление наиболее популярных из них среди молодой аудитории, и последующий анализ критериев, выделяющих данные медиаресурсы.

Ключевые слова: Интернет, СМИ (средства массовой информации), мем, новости, молодежь.

Privalova Evgeniia,

Undergraduate Student of the 4th year

Ural Institute for Humanities

Ural Federal University

THE INFLUENCE OF RUSSIAN ONLINE-MEDIA ON POLITICAL ACTIVISM OF YOUTH

Abstract. The article is devoted to the study of online-only newspapers, their place in shaping public opinion and their potential of influencing political processes in modern Russia. The work includes a practical study of online-media aimed at identifying the most popular ones among the younger audience as well as subsequent analysis of the criteria that distinguish these media resources.

Keywords: Internet, mass media, meme, news, youth.

Переход СМИ в Интернет позволяет издательствам значительно расширять свою аудиторию, а благодаря возможности комментирования пользователи могут оперативно обсуждать новости и выражать свое мнение. В результате журнал «Time» сократил тираж на 0,8 млн экземпляров, «The Independent» отказывается от печатного формата. «Тираж российских печатных СМИ в 2018 году уменьшился на 8–10 %», — передает «Интерфакс» слова заместитель главы Минкомсвязи Алексея Волина [1]. Плюсы перехода на цифровой формат очевидны — это удобно для читателя, требует меньше ресурсов и позволяет публиковать актуальные новости сразу же, не дожидаясь верстки и печати следующего выпуска. Тем не менее не все интернет-СМИ одинаково популярны.

Цель данной статьи — проанализировать онлайн-сегмент современных российских СМИ и возможности их влияния на молодую аудиторию. Мы попытаемся ответить на следующие вопросы: «Какие издательства являются наиболее популярными и почему? Как они формируют общественное мнение и влияют на политические процессы в России?»

В рамках исследования мы задали вопрос пользователям в сети Instagram: «Какие новостные интернет-издания Вы читаете?» Респондентам было предложено самостоятельно вписать один или несколько предпочитаемых новостных ресурсов в поле для ответа. Поскольку исследование проводилось посредством функции Stories в Instagram (данная функция позволяет опубликовать фото, видео или текстовый материал, который будет доступен для просмотра другими пользователями в течение 24 часов с момента публикации), участие в опросе было добровольным — ответить на вопрос могли подписанные на аккаунт исследования пользователи, те, с кем опросом поделились друзья, и пользователи, перешедшие на страницу опроса из раздела «Рекомендуемое». В результате в опросе поучаствовало 65 человек в возрасте от 18 до 30 лет, все они либо являются студентами университета, либо уже имеют окончательное высшее образование. Такая фокус-группа была выбрана из всего количества респондентов осознанно, поскольку именно миллениалы (люди, рожденные в 1980–1999 гг.) и «зумеры» (поколение Z, рожденное в 2000 г. и позже) являются основной аудиторией в Интернете.

Следующим этапом исследования был подсчет количества упоминаний одного новостного источника в ответах нескольких респондентов. Результаты подсчета следующие.

Наиболее популярным интернет-СМИ оказалась «Медуза» — это издательство читают 57 % опрошенных. Вторым по популярности стал новостной паблик «Лентач», он фигурирует в ответах 27 % респондентов. The Village — городская интернет-газета — занимает третье место с 17 % голосов. Далее в рейтинге следуют BBC News (9 %), Lenta.ru (9 %) и РБК (8 %). Всего в ответах было перечислено 61 интернет-издание.

Интересно, что такие крупные и проверенные временем издательства, как «Ведомости» и «Российская газета», в рейтинге располагаются на одной строчке с локальными сообществами Znak, «Сталингулаг» или КБ, пользуясь доверием менее 2 % опрошенных. Этот факт демонстрирует важную особенность восприятия средств массовой информации молодой аудиторией — респектабельность больше не является ключевым фактором при выборе издательства. Молодое поколение опирается на другие критерии, анализ которых будет приведен ниже.

В масштабе данной работы, учитывая, что интернет-газета «The Village» фокусируется преимущественно на городских новостях из области искусства, моды и развлечений, для дальнейшего исследования бóльшую ценность представляют лидеры списка — «Медуза» и «Лентач», регулярно публикующие новости из сферы внутренней и внешней политики и международных отношений.

Ключевое преимущество интернет-изданий заключается в их адаптированности к различным устройствам и социальным сетям. Так, помимо основного сайта, «Медуза» имеет аккаунты в семи социальных сетях («ВКонтакте», «Одноклассники», Facebook, Instagram, Twitter, YouTube и Medium), а «Лентач» — в восьми («ВКонтакте», «Одноклассники», «Мой мир», Instagram, Telegram, Facebook, Viber, ICQ). Контент на различных площадках также варьируется в зависимости от аудитории, что позволяет добиться максимальной отдачи от социальной сети. И. В. Топчий пишет на эту тему: «Важно не только “развести” веб-сайт и социальные сети, важно также переупаковывать контент под каждую сетевую площадку просто потому,

что там обитает разная аудитория (например, в Instagram — более женская и визуально ориентированная, во «ВКонтакте» — более молодая, позитивно настроенная и энергичная, в Facebook — более взрослая, деловая и критически мыслящая и т. д.)» [2].

Другой отличительной чертой анализируемых интернет-изданий является качественный визуальный контент. В случае «Медузы» — это фотографии, видеоматериалы, инфографика, визуализированные цитаты, рисунки и т. д.; визуальный материал должен соответствовать инфоповоду, дополнять новость и не должен оскорблять чьи-либо чувства. Содержание новостной ленты «Лентача» менее рафинированное, более жесткое и юмористическое — характерным способом визуализации новостей выступают мемы. Так называемая «смеховая культура» позволяет привлечь новую аудиторию и наладить контакт с уже имеющейся [3].

Тем не менее смешной картинкой в адаптированном под iOS приложении недостаточно для того, чтобы интернет-медиа стали популярными, а главное — пользовались доверием столь широкой аудитории, как у «Лентача» (2 млн подписчиков в «ВКонтакте») и «Медузы» (9,3 млн уникальных посетителей сайта за год по данным 2017 г.). Как каждый мем несет в себе сообщение и влияет на восприятие новости читателем, так каждая новость преподносится с определенной эмоциональной окраской, хотя редакция «Медузы» и позиционирует себя как «издание, основанное на журналистике факта» [4].

Идеологическая привлекательность этих двух изданий выражается в том, что они традиционно не ассоциируются с официальной информационной политикой государства, в отличие от федеральных телеканалов и крупных изданий. Данные площадки освещают многие события, которые игнорируются официальными СМИ, к примеру протестные акции в Москве против снятия кандидатов в Мосгордуму, пикеты в поддержку фигурантов Московского дела и Ивана Голунова, новости ЛГБТ-сообщества и т. п.

Анализируя посты в новостном паблике «Лентач», Е. А. Третьякова и В. В. Антропова отмечают негативный характер мемов и их «ироничную оценку происходящего», с чем трудно поспорить [3]. Подобное восприятие ретранслируется и на читателей — молодая

аудитория «Лентача» с недоверием относится к действующей власти, склонна критиковать сложившийся порядок и политическую ситуацию в стране. Популярный комментарий, который сам по себе уже стал мемом: «Мем смешной, а ситуация страшная», — вполне мог бы стать девизом интернет-издания.

Анализируемые медиаресурсы обладают большим потенциалом влияния на настроения общественности, вплоть до мобилизации молодой и политизированной аудитории. Политические интернет-мемы эмоционально активизируют массы [5], публикация новостных сообщений об идущих или планируемых акциях протеста расширяет круг участников (к примеру, «Лентач» вел прямую трансляцию протестов против блокировки Telegram в России 26 марта 2017 г., а «Медуза» — текстовую трансляцию акции за свободные выборы в Москве 3 августа 2019 г.), попутно выстраивая у читателя ассоциацию с определенной политической силой и усиливая желание присоединиться.

Подводя итог, нужно отметить, что выделенные нами интернет-медиаресурсы привлекают внимание молодежи к происходящему в стране и в мире, освещая события в удобном и интересном формате. Столь популярными среди молодежи их делает простота доступа на различных платформах, разнообразный текстовый и визуальный контент, а также приверженность таким ценностям, как свобода выбора, равноправие, солидарность, защита окружающей среды и т. п. Как и любые СМИ, данные издания влияют на настроения общественности, однако и это отличает интерактивные интернет-СМИ от традиционных, это реверсивный процесс, и читатели в равной мере влияют на характер новостных агрегаторов посредством лайков и комментариев.

Литература

1. Тиражи российской печатной прессы в 2018 году просели на 10 % // INTERFAX.RU. — 2019. URL: <https://www.interfax.ru/russia/657749> (дата обращения: 12.02.2020).
2. *Топчий И. В.* Медийный SMM: соединение визуального и эмоционального // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2018. — № 3 (29).

URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediynny-smm-soedinenie-vizualno-go-i-emotsionalnogo> (дата обращения: 12.02.2020).

3. *Третьякова Е. А., Антропова В. В.* Феномен новостных текстов в социокультурной парадигме: доминанта «Смеховой» семантики // *Медиа-среда.* — 2019. — № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-novostnyh-tekstov-v-sotsiokulturnoy-paradigme-dominanta-smehovoy-semantiki> (дата обращения: 12.02.2020).

4. Кодекс редакции «Медузы». 2019. URL: <https://meduza.io/pages/codex> (дата обращения: 12.02.2020).

5. *Никулин Е. Р., Шубин А. Е.* Специфика перехода интернет-мема в пространство реального политического протеста (на примере протестных акций в России в 2017–2018 гг.) // *Скиф.* — 2019. № 5–1 (33). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-perehoda-internet-mema-v-prostranstvo-realnogo-politicheskogo-protesta-na-primere-protestnyh-aktiy-v-rossii-v-2017-2018-gg> (дата обращения: 12.02.2020).

УДК 346.9

Пугачева Зоя Александровна,

магистр 2-го курса

Института социологии и регионоведения

Южного федерального университета

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МЕДИАЦИИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Аннотация. Цель исследования — определить особенности взаимодействия и развития в системе современной медиации и регулировании споров. В статье рассматриваются вопросы реализации медиативного взаимодействия в системе современного права. Основное внимание уделяется выявлению общих и специфических элементов в структуре урегулирования споров с участием посредника. Научная новизна заключается в изучении правовых документов и процессов и их модернизации. В результате определено, что современная медиация