
ВОПРОСЫ ВЫПУСК 10(86), 2022 ПОЛИТОЛОГИИ

Научный журнал

Журнал «Вопросы политологии» включен
в Перечень рецензируемых научных изданий
ВАК при Министерстве науки и высшего образования РФ
по политическим наукам, в которых должны быть опубликованы
основные научные результаты на соискание ученой степени
кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук

Журнал включен в Перечень научных изданий
рекомендованных ВАК Республики Узбекистан
для публикации основных научных результатов диссертаций
по политическим и философским наукам

МОСКВА, 2022

ВОПРОСЫ ПОЛИТОЛОГИИ

Научный журнал

ISSN 2225–8922

Журнал включен
в Перечень ВАК РФ

Учрежден

ООО «Издательство
«Наука сегодня»

Журнал зарегистрирован
Федеральной службой
по надзору в сфере массовых
коммуникаций, связи и охраны
культурного наследия

Рег. № ПИ № ФС77–46176
от 12 августа 2011 г.

Журнал издается ежемесячно

Журнал включен в базу РИНЦ
(Российский индекс
научного цитирования)

Включен в каталог
Ulrich's Periodicals Directory
Пятилетний
импакт-фактор журнала: 0, 376

Адрес редакции:
115598, г. Москва, ул. Загорьевская,
д. 10, корп. 4, цокольный этаж,
помещение 1, комната 7-1, офис 4
Тел.: (910) 463-53-42

Интернет-ресурс:
www.voprospolitolog.ru
E-mail: voprospolitolog@yandex.ru

Мнение авторов может
не совпадать с мнением редакции.
При перепечатке ссылка
на журнал обязательна.

Научные статьи, публикуемые
в журнале подлежат обязательному
рецензированию.

Ответственный редактор
Шкурина С.С.

Перевод
Чернышова Е.В.
Компьютерная верстка
Загуменов А.П.

Подписано в печать 26.10.2022
Формат 60×84/8. Объем 50,5
Печать офсетная.
Тираж – 1000 экз.
(1-й завод – 500 экз.)
Заказ № 736

Отпечатано в типографии
ООО «Белый ветер»
115054, г. Москва, ул. Щипок, 28
Тел.: (495) 651-84-56

Председатель Редакционного Совета – ПЛАТОНОВ В.М.,
к.ю.н., заведующий кафедрой политического анализа и управления РУДН,
Председатель Московской городской Думы (1994–2014 гг.)

Редакционный Совет

АВАЗОВ Камиль Халиевич	д.ф. (PhD) по полит. наукам, Региональный центр переподготовки и повышения квалификации работников народного образования Сурхандарьинской области (Узбекистан, г. Ташкент)
АСТВАЦАТУРОВА Майя Арташесовна	д.п.н., профессор, Пятигорский государственный университет (Россия, г. Пятигорск)
БЛОХИН Владимир Владимирович	д.и.н., профессор, РУДН (Россия, г. Москва)
БОЖАНОВ Владимир Александрович	д.и.н., профессор, Белорусский Национальный технический университет (Белоруссия, г. Минск)
ВАНКОВСКА Билиана	профессор политологии и международных отношений факультета философии Университета Святых Кирилла и Мефодия (Македония, г. Скопье)
ВЕЛИКАЯ Наталья Михайловна	д.п.н., профессор, ИСПИ ФНИСЦ РАН, РГТУ (Россия, г. Москва)
ГОНЧАРОВ Пётр Константинович	д.с.н., профессор, Российский университет транспорта (МИИТ) (Россия, г. Москва)
ГРАЧЁВ Михаил Николаевич	д.п.н., профессор, РГТУ (Россия, г. Москва)
ДЭМБЭРЭЛ К.	доктор (PhD), Институт международных отношений АН Монголии (Монголия, г. Улан-Батор)
ЖИЛЫЦОВ Сергей Сергеевич	д.п.н., профессор, Дипломатическая академия МИД РФ (Россия, г. Москва)
КАРАДЖЕ Татьяна Васильевна	д.ф.н., профессор, МПГУ (Россия, г. Москва)
КАССАЕ НЫГУСИЕ В. МИКАЭЛЬ	д.и.н., профессор, РУДН (Россия, г. Москва)
КОВАЛЕНКО Валерий Иванович	д.ф.н., профессор, МГУ им. М.В. Ломоносова (Россия, г. Москва)
КОМЛЕВА Валентина Вячеславовна	д.с.н., профессор, РАНХиГС при Президенте РФ (Россия, г. Москва)
КРИБОКАПИЧ Борис	д.ю.н., Унион–Никола Тесла университет (Сербия, г. Белград)
МЕДВЕДЕВ Николай Павлович	д.п.н., профессор, главный редактор журнала (Россия, г. Москва)
МИХАЙЛОВ Вячеслав Александрович	д.и.н., профессор, РАНХиГС при Президенте РФ (Россия, г. Москва)
НАЗАРОВА Елена Александровна	д.с.н., профессор, МГИМО МИД России (Россия, г. Москва)
НАЗАРОВ Александр Данилович	д.и.н., профессор, МАИ (Россия, г. Москва)
НАСИМОВА Гульнара Орденбаевна	д.п.н., профессор, Казахский Национальный университет им. Аль-Фараби (Казахстан, г. Алматы)
НИСЕНВИЧ Юлий Анатольевич	д.п.н., профессор, НИУ «Высшая школа экономики» (Россия, г. Москва)
ОРЛОВ Игорь Борисович	д.и.н., профессор, НИУ «Высшая школа экономики» (Россия, г. Москва)
ПАХРУТДИНОВ Шукритдин Ильясович	д.п.н., профессор, Институт переподготовки и повышения квалификации руководителей и специалистов системы народного образования имени А. Авлонии (Узбекистан, г. Ташкент)
ПЛЯЙС Яков Андреевич	д.и.н., д.п.н., профессор, Финансовый университет при Правительстве РФ (Россия, г. Москва)
ПРЯХИН Владимир Федорович	д.п.н., профессор, РГТУ (Россия, г. Москва)
ПУСЬКО Виталий Станиславович	д.ф.н., профессор, ВА РВСН им. Петра Великого (Россия, г. Москва)
РУБАН Лариса Семёновна	д.с.н., профессор, отдел исследования проблем международного сотрудничества Института социально-политических исследований ФНИСЦ РАН (Россия, г. Москва)
СЛИЗОВСКИЙ Дмитрий Егорович	д.и.н., профессор, РУДН (Россия, г. Москва)
СЫЗДЫКОВА Жибек Сапарбековна	д.и.н., профессор, ИСАА МГУ им. М.В. Ломоносова (Россия, г. Москва)
ХОПЕРСКАЯ Лариса Львовна	д.п.н., профессор, Киргизско-Российский славянский университет (Киргизия, г. Бишкек)
ШАРКОВ Феликс Изосимович	д.с.н., профессор, РАНХиГС при Президенте РФ (Россия, г. Москва)
ЯН ФУЛИНЬ	проректор Хэйлунцзянского института иностранных языков (КНР, г. Харбин)

Редакционная коллегия

Главный редактор – МЕДВЕДЕВ Н.П., д.п.н., профессор

Абрамова О.Д. (д.п.н.)

Кетягин Г.В. (к.п.н. – зам. гл. редактора)

Насимова Г.О. (д.п.н.)

Шкурина С.С. (к.п.н. – ответ. редактор)

ISSN 2225-8922 (print)

12 выпусков в год и

4 выпуска в год переводной (англ.) версии

Языки: русский, английский

<http://voprosplitolog>

Входит в перечень рецензируемых научных изданий ВАК РФ

Включен в каталог периодических изданий Ульрих (Ulrich's Periodicals Directory: <http://www.ulrichsweb.com>)

Материалы журнала размещаются на платформе РИНЦ Российской научной электронной библиотеки, Electronic Journals Library Cyberleninka

Подписной индекс издания в каталоге агентства Роспечать 70035

Цели и тематика

Журнал ВОПРОСЫ ПОЛИТОЛОГИИ – периодическое международное рецензируемое научное издание в области политических исследований. Журнал является международным как по составу редакционного совета и редколлегии, так и по авторам и тематике публикаций.

Научный журнал издается с 2011 года в издательстве «Наука сегодня». С 2016 года издается переводная (англ.) версия журнала. С момента своего создания, журнал ориентировался на высокие научные и этические стандарты и сегодня является одним из ведущих политологических журналов России.

Цель журнала – способствовать научному обмену и сотрудничеству между российскими и зарубежными политологами.

Журнал предназначен для публикации результатов фундаментальных и прикладных научных исследований. Тематическая направленность журнала отражается в следующих постоянных рубриках: «История и философия политики», «Политические институты, процессы и технологии», «Политическая регионалистика и этнополитика», «Политическая культура и идеологии», «Политические проблемы международных отношений и глобализации».

Формат публикаций: научные статьи, обзорные научные материалы, материалы круглых столов, научные рецензии, научные сообщения, посвященные исследовательским проблемам в сфере политики и политологии.

В своей деятельности редакционный совет и редколлегия журнала руководствуется принципами, определяемыми ВАК России для научных журналов, в том числе: наличие института рецензирования для экспертной оценки качества научных статей; информационная открытость издания; наличие и соблюдение правил и этических стандартов представления рукописей авторами.

Целевой аудиторией журнала являются российские и зарубежные специалисты-политологи, а также аспиранты и магистры, обучающиеся по направлениям политология, государственное и муниципальное управление и международные отношения.

Журнал строго придерживается международных стандартов публикационной этики, обозначенных в документе *COPE (Committee on Publication Ethics)* <http://publicationethics.org>

Полные сведения о журнале и его редакционной политике, требования о подготовке и публикации статей, архив (выпуски с 2011 года) и дополнительная информация размещена на сайте: <http://voprosplitolog.ru>

Электронный адрес: voprosplitolog@yandex.ru

ISSN 2225-8922 (print)

12 issues a year plus

4 issues a year of the translated (eng.) version

Languages: Russian and English

<http://voprosplitolog>

Included in the list of peer-reviewed scientific publications of the Higher Attestation Commission of the Russian Federation

Included in the Ulrich's Periodicals Directory

Materials of the journal are placed on the RSCI platform of the Russian scientific electronic library – Electronic Journals Library Cyberleninka

Subscription index of the journal in the Rospechat Agency catalogue is: 70035

Objectives and themes

Academic journal “Political Science Issues” is an international peer-reviewed scientific periodical in the field of political studies. The journal has an international character because of the composition of its Editorial Board, its editors, its contributing authors and topics of its publications.

The scientific journal is published since 2011 at the “Publishing House “Science Today”. Translated (eng.) version of the journal is published since 2016. Since its inception, the journal was guided by high scientific and ethical standards and today it is one of the leading political science journals in Russia.

The purpose of the journal is to promote scientific exchange and cooperation between Russian and foreign political scientists.

The journal is intended for the publication of the results of fundamental and applied scientific research. Thematic focus of the journal is reflected in the following permanent headings: “History and philosophy of politics,” “Political institutions, processes and technologies,” “Political regionalism and ethno-politics,” “Political culture and ideologies,” “Political problems of international relations and globalization.”

Format of publications: scientific articles, reviews, scientific materials, materials of round tables, scientific reviews, scientific reports devoted to research problems in the field of politics and political science.

The Editorial Board and the editors of the journal in their activities are guided by the principles defined by VAK of Russia for scientific journals, including: presence of the institute of peer review for the expert quality assessment of scientific articles; information openness of the publications; availability and compliance with the rules and ethical standards for the submission of manuscripts by the authors.

The target audience of the journal is Russian and foreign specialists-political scientists, as well as graduate students and masters in the fields of political science, state and municipal management and international relations.

The journal strictly adheres to the international publishing standards and publication ethics identified in the *COPE (Committee on Publication Ethics)* document. <http://publicationethics.org>.

Full details of the journal and its editorial policy, requirements to the preparation and publication of articles, archive (issues since 2011) and additional information are available on the website: <http://voprosplitolog.ru>

E-mail address: voprosplitolog@yandex.ru

СОДЕРЖАНИЕ

ИСТОРИЯ И ТЕОРИЯ ПОЛИТИКИ

Фурман Ф.П., Красильников С.В.

Глобализм и мультикультурность, их кризис 3208

Чемшиш Д.А. Политическая модернизация

как объект научного исследования 3220

ПОЛИТИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ

Рязанцев С.В., Брагин А.Д.

Трансформация мотивов и трендов эмиграции россиян 3238

Шакур Е.Н.

Зарубежные исследования молодежи и студенчества:

краткий обзор формата и содержания 3249

Мирошников В.С.

Экстремизм и терроризм в современном обществе 3260

Ахпателов Б.Р., Давыдов Д.Р.

Представительство интересов общественных групп

в Российской Федерации 3270

ПОЛИТИЧЕСКИЕ ИНСТИТУТЫ, ПРОЦЕССЫ И ТЕХНОЛОГИИ

Мадюкова С.А.

Региональные особенности института

национальной политики в Республике Тыва 3276

Галиева С.И., Галиева Г.М.

Место профилактики преступности

в российском политическом пространстве

через призму посланий Президента РФ 3287

Емельянов А.И., Белова Л.Г.

Участие высококвалифицированных специалистов

в политическом информировании через интернет-пространство

в условиях информационного противоборства 3294

Волков А.В.

Воин света: информационная война

против фигуристки Камилы Валиевой

как символа народного объединения: политический аспект 3305

ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ И ОТРАСЛЕВЫЕ ПОЛИТИКИ

Магадиев М.Ф.

Основные вопросы государственного управления в России
в области международного сотрудничества
в контексте проведения Специальной военной операции
на Украине 3323

Чепелюк С.Г.

Цифровое правительство как фактор развития
взаимодействия государства и бизнеса 3333

Самусева О.А.

Научно-технологическое направление
как приоритетное в развитии 3341

ТЕОРИЯ И ИСТОРИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ И ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКИ

Джуракулов Ф.Н.

Реформа на принципе разделения государственной власти
и равновесия в Республике Узбекистан 3349

Родионова М.Е., Гималиев В.Г., Назарова Н.А.

Электоральные предпочтения населения Италии
накануне парламентских выборов 2022 г. 3358

Невмержицкий А.Л., Новоселов С.В., Хачатрян Д.А.

Политические процессы: вектор
на международное сотрудничество или противостояние 3373

Гузаеров Р.И.

Дипломатические отношения Турции
и Саудовской Аравии в 2015-2022 гг. 3380

Нечай А.А.

Шанхайская организация сотрудничества:
внутренние и внешние вызовы 3392

Козырева М.С.

От НАФТА к ЮСМКА: выгоды и потери участников 3403

Капустин А.С.

Сравнительный анализ медиа центров международной
террористической организации ДАИШ (запрещена в РФ) 3413

Ван Цунюэ

Влияние четвертой промышленной революции
на конфигурацию международной системы 3422

Гао Дай

Анализ основных проблем древней
китайской антикоррупционной системы 3431

Герлиц Г.

Система экономических связей России и Германии
в контексте их политического обеспечения..... 3444

Гу Сяоянь

Исследование китайской помощи в вопросах развития
в Юго-Восточной Азии 3453

Лиджиева К.Н.

Стратегия «глобальной Кореи» как фундамент политики
«средней державы» 3461

Лукин А.Д.

Арктическая дипломатия как разновидность
региональной дипломатии и особый вид
государственной политики в Арктике..... 3467

Лю Цзя, Ван Чжаосюй, Юэ Сыци

Влияние СМИ на формирование имиджа государства
(сравнительный анализ Китая и России) 3482

Матяшова Д.О., Михалевич Е.А.

Внутри- и межгосударственные конфликты и агрессивные
негосударственные акторы в Северо-Восточной Азии 3493

Телегин Д.С.

Роль арктического региона
в формировании проекта «Большая Евразия»..... 3503

Хорбаладзе Э.К.

US Indo-Pacific Strategy: Main Dimesnsions and Implications
for Russia/Индо-Тихоокеанская стратегия США:
основные положения и последствия для России 3509

Чу Чэнчэн

Гуманитарная политика КНР и США
в Центральной Азии в сфере образования 3519

Тимахов К.В.

NEOM: Transformation Project of Kingdom of Saudi Arabia/NEOM:
проект преобразования Королевства Саудовская Аравия 3530

Омонов Р.Р.

Опыт применения информационных технологий
в государственном управлении США и стран Западной Европы
и их влияние на модернизацию системы власти..... 3536

Аман С.

Современные вызовы и угрозы безопасности
для стран Центральной Азии 3544

СТУДЕНЧЕСКАЯ НАУКА

Мясников Д.С., Манапов С.Ш., Симакова В.К.

Сущность либеральной олигархии как проекта
эффективного политического устройства государства..... 3554

Костина А.Д., Ильинская К.Р., Пахмутов Н.Д.

Благоприятные прогнозы и «проблемные»
аспекты инициативы КНР «Один пояс – один путь» 3561

Баканина Д.А., Баранова Ю.В., Леонова А.А.

Экологическая повестка как средство реализации
научной дипломатии стран Запада и Российской Федерации
в арктическом регионе..... 3568

Никитина А.А.

Роль массовой коммуникации
в динамике взаимоотношений США и России 3577

НАШИ АВТОРЫ 3584

ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ РУКОПИСЕЙ 3593

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ 3595

А.И. ЕМЕЛЬЯНОВ

*кандидат политических наук, доцент,
заведующий кафедрой зарубежного регионоведения
Института международных отношений и социально-политических
наук Московского государственного лингвистического
университета,
Россия, г. Москва*

Л.Г. БЕЛОВА

*кандидат экономических наук, доцент кафедры
зарубежного регионоведения Института международных
отношений и социально-политических наук Московского
государственного лингвистического университета,
Россия, г. Москва*

УЧАСТИЕ ВЫСОКОКВАЛИФИЦИРОВАННЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ИНФОРМИРОВАНИИ ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ- ПРОСТРАНСТВО В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОТИВОБОРСТВА

В XXI веке интернет-пространство как инструмент политического информирования граждан приобретает все большее значение. В связи с этим, целью статьи является исследование особенностей, основных направлений и перспектив развития интернет-пространства в XXI веке в условиях нарастания противоборства между ключевыми акторами мировой политики с участием высококвалифицированных специалистов. Задачами работы является рассмотрение тенденций становления современной медиасферы, а также анализ геополитических детерминант, формируемых под воздействием общественного мнения. Методами исследования выступили теоретический анализ, контент-анализ, ивент-анализ. На основе проведенного авторами исследования подтверждается, что интернет-пространство становится ключевым фактором влияния на процесс формирования политической правящей элиты за счет создания определенного имиджа кандидатов перед выборами.

Ключевые слова: *актор, Интернет, информационное противоборство, инфотэйммент, медиа, мировая политика, общественное мнение, политика.*

В условиях складывающейся международной обстановки и внутривнутриполитической ситуации в ведущих странах мира в условиях продолжающегося развития информационно-телекоммуникационных технологий роль высококвалифицированных специалистов в части грамотного политического информирования населения страны существенно возрастает.

Современное общество существует в то время, когда не только любая проблема может стать глобальной при правильной подаче материала и его распространении, но и сведения о малейших изменениях в международной повестке дня становятся всеобъемлющими и общедоступными. Причиной тому являются глобализационные и глокализационные процессы, беспрецедентные темпы развития высоких технологий и многие другие факторы. Если еще совсем недавно «теория рукопожатий» Стэнли Милгрэма требовала пяти-шести посредников для передачи информации до любого существующего человека на Земле, то в настоящее время эта цепочка связей может быть сокращена до одного-двух шагов за счет использования универсального интернет-пространства и социальных сетей World Wide Web (сокр. «www»).

Помимо удовлетворения социальной потребности человека в общении, использование социальных сетей становится все более частым и необходимым явлением в политической сфере. Это создает взаимосвязь между институтами государства и рядовыми гражданами (избирателями). В этой проекции справедливо выделить субъекты и объекты интернет-пространства, которые формируют особую политическую медиа среду:

1. Медиа акторы. Они имеют возможность пользоваться медиа сетями и стараются оказывать постоянное влияние на пользователей интернет-ресурсов (Медиа холдинги, лидеры мнений, политические лидеры, политологи, аналитики, эксперты и др.).

2. Медиа субъекты. Они имеют возможность пользоваться медиа сетями, распространять информацию медиа-акторов, но не всегда имеют возможность донести информацию до широкой публики (Рядовые пользователи соцсетей, не ярко выраженные политики, малоизвестные в Интернете эксперты).

3. Медиа объекты. Они не имеют регулярной возможности и не имеют надобности на постоянной основе пользоваться медиа сетями, вследствие чего, не могут оказать влияние на других. Тем не менее, они могут быть охвачены остаточными шумами от распространяемой медиа-информации.

4. Медиа изгои. Они не имеют возможности пользоваться социальными сетями или их работа подразумевает высокую степень секретности.

Справедливо утверждение, что увеличение числа пользователей Интернета изменяет численную пропорцию в обозначенных категориях. Кроме того, нельзя исключать появление новых ролей в интернет-среде, которые возьмут на себя прежде еще неизученные и неохваченные роли, что инициирует появление новых профессий наподобие SMM-специалистов, которые занимаются продвижением информации в социальных сетях, увеличивая количество реципиентов производимой или ретранслируемой информации. В свою очередь, дифференцирование специалистов является логичным явлением, так как не бывает следствия без причины.

В условиях информатизации социально-политической среды выделяются «онлайн» и «оффлайн» пространства. Если первое охватывает электронную среду, то вторая – привычную социально-политическую среду. В настоящее время, достигнут баланс в охвате аудитории обоих пространств, который можно определить за счет средств, выделяемых кандидатами для избрания на определенную должность. Так, на выборах различных уровней значительное число депутатских мандатов получают именно лица, использовавшие в своей предвыборной агитации электронные ресурсы. Это позволяет говорить о высокой степени охвата избирателей Интернетом, о расширении возрастных рамок среднестатистического потенциального избирателя, проводящего большое количество времени в социальных сетях.

Если ранее некоторые социальные философы наделяли Интернет бессознательным разумом, то сейчас – это не субъект сам по себе, а лишь средство передачи медиа-информации, инструмент формирования определенного мнения среди избирателей. Так, интернет-агитация ведется по новым правилам, которые подразумевают использование последних достижений дизайнерской мысли и языков программирования. Это играет значительную роль в создании привлекательного продукта для пользователя Интернета. На фоне бесчисленного количества инфо-поводов потенциальный избиратель должен заметить определенную политическую рекламу. Таким образом, формируется задача по созданию привлекательного продукта, невысокого по затратам на его создание, способного уместить призыв прийти на выборы и проголосовать за определенную кандидатуру, что создает конфликт интересов между продвижением «онлайн» и «оффлайн» агитации.

Данный конфликт особенно обострился вследствие пандемии новой коронавирусной инфекции COVID-19, которая создала необходимость формирования электоральной избирательной среды в Интернете. В дальнейшем это предполагает проведение голосований с применением.

Сегодня в России предпринимается немало усилий и мер по повышению эффективности подготовки специалистов высокой квалификации для работы в качестве политтехнологов, то есть профессионалов, занимающихся политикой, делающих политику «руками», но при этом остающихся не публичными личностями, а также подготовкой будущих чиновников.

Следует отметить, что число политтехнологов, идеологов в России ограничено и при всем сложении – не больше ста человек по всей стране. Этого крайне недостаточно. Нужны «новые люди» [5].

Среди основных проблем использования политической рекламы и ее распространения в медиа-пространстве – отсутствие четкого механизма по хранению агитационной информации, а также – затрудненный анализ политических кампаний оппонентов. Как и вся информация в Интернете, политические статьи и посты могут фальсифицироваться с парадоксальной скоростью в связи с новыми инфоповодами, ходами оппонентов. Периодически происходит коммуникационное искажение, подмена понятий и чрезмерная гиперболизация тех или иных событий, ведь в Интернете неприменимо использование водяных знаков. Естественное желание кандидата привлечь к себе внимание может привести к дезинформации, которая со временем может стать «новой истиной».

В этой связи любой чиновник, работающий на службе у народа и государства, обязан уметь формировать свою личную точку зрения на все процессы и явления, происходящие в общественной жизни, в системе государственного, муниципального управления. Он должен быть наделен определенными знаниями и компетенциями, позволяющие, ему уметь анализировать и понимать потребности как граждан, так и власти, и выстраивать эффективную коммуникацию между ними.

В результате, главной проблемой нашего века становится не дефицит информации, а ориентация в обилии информации. Проблема выбора становится главной проблемой на всех уровнях, от пользователя до политического аналитика. Даже новостной текст, скорее всего, не привлечет внимания аудитории, если в нем не будут содержаться собирательные хэштэги: «теракт», «погибшие», «аресты», «война» и т.п.

Важное влияние на модель политического участия оказывает политическая образованность самих граждан страны, так как политические знания позволяют им правильно анализировать поступающую информацию, принимать грамотные политические решения и максимально эффективно организовывать свои действия.

Современное интернет-пространство можно охарактеризовать следующим образом: «богатство информации и недостаток внимания». Особо привлекают внимание маркеры: «кризис», «боль», «сенсация», «успех», «знаменитость». В данной ситуации происходит сознательный выбор, то есть регулируемая потеря информации, которая исходит из многообразия и свободы выбора. В этой ситуации на помощь пользователям приходят дополнительные средства отбора информации, так называемые медиа-агрегаторы, использующие настраиваемые алгоритмы для подбора интересующей вас информации.

Выходит, что основная цель в XXI веке – не поиск информации, а ее отсеивание, проверка на достоверность и последующая защита, в рамках чего допустимо создавать гайд по верификации информации. Это подводит нас к выводу, что отличительными чертами Интернета сегодня стали: субъективность, полемичность, а самовыражение и потребность во внимании – новым наркотическим средством. У медиа-объектов, составляющих подавляющую часть Интернет-пространства, появляется две движущие силы.

Во-первых, уверенность в достоверности получаемой информации, компетенции человека, ее преподносящего. Во-вторых, самоуверенность в своей компетентности относительно обсуждаемого вопроса, желание распространить полученную информацию посредством «репостов», «рассылки». Большой интерес вызывает не столько анализ и обзор инфоповода, онлайн-трансляции с места событий, фото- и видеоотчеты с броскими заголовками и картинками, что подводит нас к заключению, что новости больше похожи на рекламу. Данное явление представляет собой смесь рекламы и информации и называется в медиа среде – «инфотэйнмент» (от англ. infotainment), т.е. слияние рекламы и информации в медиа среде.

Существует множество ходов для манипулирования общественным мнением аудитории, при правильном сочетании которых создается нужная заказчикам подача материала. При анализе данных подходов важно помнить известный фразеологизм «мало чего продается много, много чего продается мало». Среди наиболее используемых инструментов в медиа-сфере стоит выделить:

1. Предоставление информации от анонимного авторитетного источника. В данном случае существует иллюзия инклюзивности источника к событиям, что располагает общественное мнение к предоставляемой информации. Например, «ученые доказали...», «источник из окружения президента, который пожелал остаться неизвестным» и т.д.

2. Преувеличение масштабов происходящего путем размытия границ или наоборот преуменьшение масштабов того или иного события в сопоставлении с более глобальными новостями.

3. Создание контрастности. Происходит разделение новостей вокруг определенного инфоповода на черное и белое (плохое и хорошее), что позволяет создать нужное настроение у аудитории. Позиционирование недостаточно хорошего объекта на еще более негативном фоне, чтобы придать ему ореол возвышенности.

4. Создание иллюзии обыденности происходящего. В данной ситуации инфоповод подается в мейнстриме, масштабно освещается, но в дальнейшем вся информация подается со спокойным «успокаивающим» окружением, создавая ощущение, что все происходит далеко и не имеет реального значения.

5. Создание «эффекта присутствия», когда освещение новости происходит с небрежностью, наличествует обилие шумов, ошибки в тексте, чтобы показать эмоциональность, жизненность при передаче.

6. Дезорганизация общественного мнения путем направления мейнстрима в другое русло. Это встречается во время появления курьезной информации, которую не стараются опровергнуть, но продолжают повествование, открывая все новые неведомые и, возможно, не существовавшие ранее факты.

7. Рассмотрение составляющих частей инфоповода «под микроскопом» с приведением комментариев, аналитических материалов, которые могут быть подобраны с определенным оттенком, учетом имитированного придания слабости той или иной позиции.

8. Подстановка не имевших место обстоятельств, предположения, сослагательные оттенки при обзоре ситуации.

9. Недосказанность отдельных деталей, которые имели место быть.

Создание эмоционального резонанса, который активно используется при пропаганде. обращение идет не к разуму, а к чувствам аудитории. В данном случае рациональные контраргументы не срабатывают. В основе лежит социальная индукция (эмоциональное заражение). В данном случае общественное мнение начинает резонировать в единообразном стиле, происходит массово зарождение нового мейнстрима.

Сегодня политическое информирование дополняется другим существующим видом информирования – экономическим, которое не уступает по своей значимости. Поэтому от качества знаний чиновника и его умений связывать управленческую деятельность с экономической эффективностью предпринимаемых ими шагов и усилий зависит будущее не только отдельно взятой территории, но и всей страны. И в этом направлении есть, к чему стремиться и над чем работать.

В глобальном масштабе становится все больше «медиа волн», то есть тренд тех или иных информационных поводов в информационном поле, которые несут цель не столько сформировать мнение, сколько распространить нужное заказчику настроение. Это активно используется организаторами государственных переворотов (в том числе различных «цветных революций»). Протестное настроение становится новым мейнстримом, который не представляет собой особых требований, но его игнорирование может привести вас в андерграунд. Кроме того, оно становится инструментом канализирования эмоциональных потоков субъектов, которые осуществляют медиа акторы. Подобное настроение можно разделить на: акцентированное и рассеянное. Акцентированное настроение способно привести к активизации эмоционального фона граждан и его превращения в инструмент влияния на власть. Рассеянная часть неотрывно наблюдает за происходящими событиями, «подсматривает» за развитием событий. В подобной

конфигурации происходит безостановочный трансферинг аудитории из категории медиа-акторов, в категорию медиа-объектов и обратно.

Интернет-медиа, по сути, выступает черным ящиком Д. Истона, который перерабатывает информацию входящих в нее информационных потоков и команд заказчиков, а на выходе, проходя через бессознательное человека и общественное сознание, формируются импульсы к исполнению или формированию определенного настроения в обществе, что несет информацию для размышления властям. При этом предугадать ожидаемый эффект бывает трудно в связи с большим объемом информации и непредсказуемости эффекта.

Это в достаточно полной мере раскрывает алгоритмы распространения информации в Интернете, наглядно демонстрируя, что весь контент представляет собой аналитическое преобразование причинно-следственной односторонней связи событий в прогностически реакционную связь противодействий. Таким образом, новость либо будет распространяться, не встречая противодействия, либо встретит волнорез в виде какого-либо ответа новостного объекта или иного субъекта интернет-пространства.

Для того, чтобы оценить каков будет идеальный хронологический интервал между началом распространения информации и реакцией на нее, можно выразить это в виде разнонаправленных переменных, идеальный временной промежуток между которыми имеет отрицательную величину, то есть реакция на новость предшествует самому распространению новости. Таким образом, ответная реакция сама по себе становится превентивным действием (вызывая реакцию), следовательно, время для контрагента не имеет значения – он только реагирует, а вот порядок времени для актора становится не порядком причинно-следственных связей, а порядком прогнозированного противодействия.

Еще одной проблемой для освещения является медиа-анонимность, которая позволяет человеку оставаться обезличенным, выражая свое мнение и проявляя свои истовые чувства. Интернет-медиа в большей части позволяют открыто и свободно выражать свой гнев, который может копиться от общей усталости или социальной неудовлетворенности. В результате, те или иные события, которые требуют от властей срочных мер, общество в медиа-пространстве будут подвергать критике, тем самым позволяя пользователям «разгрузиться» и выплеснуть свое социальное недовольство. Значительный поток критики можно смягчить или наоборот нарастить, что происходит при помощи использования медиа-ботов, которые задают определенный тон в беседе, который отслеживают модераторы. Таким образом, происходит социальная корректировка, которая может быть незаметна для обычного пользователя.

В этой связи можно говорить о том, что масс-медиа бессознательно упрощает картину мира, делит все происходящее на две противоположные

по своей характеристике группы реакций-оценок, что достаточно для большей части аудитории. В этой связи у современной политической элиты всегда должен быть план по решению актуальных проблем в соответствии с различными алгоритмами, что должно включать в себя средства по отвлечению внимания, вброс информации через малознакомые источники, которые воспринимаются общественным мнением как «неопороченные», что достаточно для создания образа достоверности воспринимаемой информации. В частности, наиболее острые вопросы требуют обязательного поиска виновников.

Если предположить, что все события, происходящие в политической жизни, по большей мере бесполезны для нашего ежедневного опыта и могут быть интересны только аналитикам и интеллектуалам, то формируется диссонанс с новостной повесткой дня. СМИ постоянно уделяют большую часть своего контента проблемам международных отношений и мирового политического процесса. В то же время, важен эмоциональный момент в освещении проблем, демонстрация жизни и угрозы здоровью, поддержание стресса, сопереживание происходящему. Цель: возбудить интерес у аудитории и тут же заставить ее забыть об этом. Следствие этого может стать формирование *медиа морали*, которая учит нас осуждать или одобрять те или иные события. В то же время исключительно наблюдение за событиями воспитывает в человеке чувство неполноценности и нежелания помогать людям, которые оказываются в беде. Видя проблемы других по телевизору, в нас воспитывается настрой пропускать беды других через себя, оставаясь безучастными, устанавливается нормой манера поведения, когда люди записывают чрезвычайные ситуации на средства фото, аудио и видео фиксации вместо непосредственной помощи, нуждающимся в ней [1. С. 91].

Хорошее развлечение – это золотая середина между стрессом и скукой. В результате, человек, с древности ожидающий опасности, целиком получает дозу адреналина, представленную ему в полном объеме через прямые трансляции и социальные сети. В результате, возникает аналогия с мифологизацией действительности, когда все происходящее сейчас воспринимается как сказки. Таким образом, общественная мораль под воздействием масс-медиа может пойти по пути упадка и регресса, все более упрочиваясь перед массовой культурой, убивая политес и светские правила поведения.

В результате политических шоу и социальных конфликтов можно проследить формирование нового фактора в медиа-пространстве – «тирания общественного мнения». Данный феномен формируется под воздействием насущных вопросов. Лидеры общественного мнения и модераторы, после закрепления тренда определенной проблематики, формируют «волнорез», который канализирует информацию и осуществляет резекцию сугубо личностных суждений. В то же время, данный подход ведет не к плюрализму мнений, а к единому мнению. Так было во все времена, но если ранее

постулаты формировались церковью или монополией политической партии, то сейчас страхом перед самовыражением, угрозой всеобщего осуждения, «стиранием» человека из виртуальной социальной среды, что фактически может привести к его самой настоящей недееспособности в виртуальном пространстве. Еще епископ Беркли писал: «Существовать – значить быть воспринимаемым» (на лат. *Esse est percipi*) [2. С. 101].

Насущным примером подобного проявления является доминирующая в США позиция политических элит, в соответствии с которой демократии не воюют друг с другом, а та страна, что представляет теоретическую угрозу истинной демократии (США), не является демократической. Активная поддержка подобной идеи и ее тиражирование приводит к дестабилизации в мировом политическом процессе.

Другим примером является широкая пропаганда так называемой «русской угрозы» в Европе до начала Первой мировой войны. Так в Швеции в 1912 году вышла брошюра известного географа Свена Хедина, которая содержала в себе призывы о вступлении Швеции в войну на стороне Германии, а также поддерживала идеи национализма скандинавско-германских народов [4. С. 21]. Этот труд стал квинтэссенцией антироссийских взглядов европейских политических элит, объединил апологетов шведского политолога Рудольфа Челлена, которые были уверены в перманентности «русской угрозы».

Выводы. Таким образом, можно предположить, что воля народа – это не движущая сила политического процесса, а его продукт, стало быть, его субъектами являются политики и юридические лица, обладающие медиа-ресурсами. Поэтому стоит выделить политическую рекламу в медиа-сфере и медиа-пропаганду как особый вид гипноза, направленный на создание фактологического вакуума, который будет влиять на настроение граждан. Тем самым масс-медиа делает демократические институты своим заложником, так как ко власти приходят по сути лица, которые являются легитимными не с точки зрения поддержки, одобрения и оправдания их действий обществом, а банально популярные личности, находящиеся в центре внимания, имеющие при этом недостатки, скрываемых которыми занимаются политические консультанты и имиджмейкеры, что можно отследить по результатам последних политических кампаний, в результате которых к власти приходят комики, актеры и прочие популярные личности. Это подтверждает классический тезис о том, что в политике важно, чтобы общество думало, что оно и есть источник общественного мнения.

В результате следует отметить, что усиление значимости технологической составляющей в политических процессах и формировании политического сознания приводит к возвышению роли тех, кто эти технологии генерирует, т.е. самих политических консультантов, которые являются режиссерами сегодняшней политической жизни. Следуя общественному

мнению и исходя из доминирующих политических тенденций, консультанты, тем не менее владеют огромным технологическим арсеналом, способным влиять на массовое политическое сознание, в том числе менять, корректировать и перенаправлять его [3. С. 236].

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. *Больш Н.* Азбука медиа. М.: Издательство «Европа», 2011.
2. *Беркли Дж.* Трактат о принципах человеческого знания, в котором исследованы главные причины заблуждений и затруднений в науках, а также основания скептицизма, атеизма и безверия. СПб.: Библиотека Черчесова, 1905.
3. *Ветренко И.А.* Влияние политтехнологов на общественное мнение в период электоральных циклов // Политическая наука. 2017. № 1.
4. *Гедин С.* Брошюра «Слово предостережения и полемика, вызванная ею в Швеции». СПб.: Канцелярия Совета министров, 1912.
5. *Резчиков А.* Эксперт: В России число политтехнологов и идеологов очень ограничено // Взгляд. Деловая газета // <https://vz.ru/news/2021/1/12/1079722.html>.

A.I. EMEL'YANOV

*Candidate of Political Sciences, Associate Professor,
Head of the Department of Foreign Regional Studies
Institute of International Relations and Socio-Political Sciences, Moscow
State Linguistic University,
Moscow, Russia*

L.G. BELOVA

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department
foreign regional studies of the Institute of International Relations and
Socio-Political Sciences of the Moscow State Linguistic University,
Moscow, Russia*

FEATURES OF THE DISSEMINATION OF POLITICAL INFORMATION IN THE INTERNET SPACE IN THE CONDITIONS OF INFORMATION CONFRONTATION

The article examines the features, main directions and prospects for the development of the Internet space in the XXI century in the conditions of increasing confrontation between the key actors of world politics. The tendencies of the formation of the modern media sphere are considered; the geopolitical determinants formed under the influence of public opinion are analyzed. When writing the work, various state documents and the works of political scientists on this topic were used. The analysis of the material was carried out within the framework of theoretical analysis, content analysis and event analysis.

Key words: actor, Internet, information confrontation, infotainment, media, world politics, public opinion, politics.