

DOI 10.35775/PSI.2024.113.1.018

УДК 32

Э.А. СУЛЕЙМАНОВ

аспирант факультета журналистики

ИГСУ РАНХиГС при Президенте РФ,

Россия, г. Москва

E-mail: edward_suleimanov@mail.ru

СОВРЕМЕННЫЕ РЕАЛИИ ПРОЦЕССА МЕДИАТИЗАЦИИ ПОЛИТИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА

Статья посвящена процессу медиатизации политического пространства. Исследована дефиниция «медиатизация» в общем смысле и конкретно «медиатизация политики» с позиции коммуникативного, критического и информационного подхода.

Автор отмечает, что важнейшей характеристикой современных процессов глобального характера представляются процессы информатизации во всех сферах социально-политических и экономических отношений. Которые пронизывают и изменяют их содержание, принципы, способны менять основы существования человечества. Происходят динамичные трансформации, затрагивающие политическую реальность, благодаря невиданным масштабам развития информационных технологий расширяются границы коммуникаций, вовлекаются в общение и взаимодействие широчайшие социальные группы. Медиапространство наполняется гигантскими объемами данных, которые предаются через образы, смыслы, формируемыми в средствах массовой информации, блогерами, практически любым участником коммуникаций.

Ключевые слова: информационное пространство, медиатизация, средства массовой информации, новые медиа, цифровые технологии, медиатизация политики.

Развитие коммуникаций в современных условиях оказывает влияние на все процессы развития общества. Тотальное информационное влияние и его последствия позволяют говорить о феномене медиатизации в политической сфере взаимодействия собственно политики как сферы борьбы за завоевание и удержание, либо влияние на власть и принимаемые в ее недрах решения.

Традиционное сообщество приобретает новое – информационное содержание. С нашей точки зрения, политическая составляющая информационного виртуального пространства наиболее значима в медиасреде по следующим основаниям:

- в политической среде происходят процессы и события, принимаемые решения которых оказывают непосредственное влияние на перспективы формирования нового мирового порядка;
- масштабы охвата информационного пространства позволяют включать в политические процессы громадные по численности социальные группы;

- динамика вовлечения в политические процессы социальных групп позволяет использовать их потенциал в самых различных событиях, порой радикального характера, способных оказывать влияние на социально-политическую ситуацию;

- возможности влияния на подготовку социальных групп и слоев к накоплению радикализма в реальных действиях средствами медиа остаются наиболее действенными.

Динамика процессов медиатизации неуклонно возрастает в силу своего влияния и охвата аудитории, нуждается в постоянном изучении и анализе. Поскольку происходящие процессы носят фундаментальный характер по своим последствиям, меняют современную картину мира, закладывают тренды будущих изменений.

Следует подчеркнуть, что в работах российских авторов, опубликованных в последние годы, освещается широкий спектр вопросов близких к данной предметной области и различным аспектам этой проблемы [1; 3; 4; 6; 7; 8; 10; 11; 14; 18; 19; 21; 22; 23].

Однако проблему медиатизации политического процесса нельзя назвать однозначно исчерпанной. В силу многих объективных обстоятельств изучение обозначенной темы продолжает сохранять высокий уровень актуальности.

Интернет является коммуникативным средством между субъектом и объектом воздействия, то есть между отправителем сообщения и целевой аудиторией. Отправитель, с целью воздействия на аудиторию, передают сообщения в сеть, а получатели (аудитория) так или иначе, обращаются к интерактивной среде в поиске интересующей информации. Следовательно, интересы обеих сторон коммуникативного процесса встречаются в глобальной сети. Таким образом, интернет действует как наиболее эффективный коммуникативный канал для осуществления политического дискурса [20. С. 786].

Собственное представление о происходящих событиях, различные интерпретации, трактовки и описания, эмоции и аналитические выводы субъектов коммуникаций создают в медиапространстве виртуальную реальность, имеющую отношение к действительности, но в тоже время, содержит множество индивидуальных оценок, смысловых оттенков.

Свидетельством трансформации информационной среды является возрастающий интерес массовой аудитории к новостным ресурсам. Понимание реалий и трендов в информационной среде становится основанием для продвижения контента из традиционных средств массовой информации в новые медиа. Складывающаяся новая реальность интернет потребления и рост популярности новостного контента обостряет и усиливает заинтересованность в глобальном контроле информационных каналов. Новые медиа становятся мощным драйвером формирования массового настроения, новых ценностей, трансформации моделей поведения и, в целом, массового сознания и мировоззрения.

В поле зрения информационных платформ – наиболее актуальные вопросы социальной жизни, в том числе, политические темы, проблемы политических отношений как внутри государства, территории, так и на международном уровне. Полемика, задаваемые акценты, содержание и тональность материалов задают вектор общественного внимания и программируют формируемое мнение аудитории. Таким образом, информационная среда становится мощным инструментом формирования заранее заданных политических установок, превращаясь во все более значимый инструмент политической деятельности [17. С. 21-26].

Благодаря взрывному развитию цифровых технологий, зарождаются новые форматы средств массовой информации, основой которых становится формируемая среда информационного интернет-пространства. Новые медиа, предоставляя массовой аудитории новые возможности не только потребления, но и активного участия в коммуникациях и далее – в самостоятельном формировании новостного контента, активно встраиваются в социальную среду, становятся обязательным атрибутом. Продвижение технологических возможностей цифровизации в сферах экономических отношений, образования, культуры, научных исследованиях, спорта, здравоохранения и так далее качественно может оказывать влияние на содержание коммуникаций, трансформируя социальные отношения.

Социум становится средой для проведения социальных экспериментов манипулирования общественным сознанием, площадкой формирования общественного мнения.

Основные характеристики и содержание нового феномена в социальной структуре государства, которым становились средства массовой информации в их влиянии на политические процессы, сформулированы в концепции медиатизации Дж. Томпсоном [24. С. 256], который подчеркивал потенциал институтов медиа в транслировании культурных образцов, структурирующих общество. Изучая данное явление, он сформулировал ряд особенностей и дал определение термина «медиатизация» и обозначал данное явление, как наделение базовых элементов социальной и культурной реальности медиалогикой или медиаформой.

Медиатизация решает задачу всеобщего углубления восприятия политической информации, что радикально меняет важнейшую сферу социальных отношений в борьбе за влияние и власть, которыми является политика. Политическая реальность, транслируемая посредством ресурсов медиа, становится доступна широкой аудитории. Но мы в этих тезисах подчеркнем значимую для нашего исследования часть, в которой речь идет о культурных образцах, нормах социальных отношений и коммуникаций, представляющих духовное основание общества. Их потенциал структурирования общества, его систематизацию и институционализацию.

Содержательно эти нормы и образы формируются исторически, несут в себе традиции и ценности этноса, социальных групп, эпох и транслируют их

будущим поколениям. В конструировании социума контентом на основе культурных образцов посредством медиа следует зафиксировать их возрастающую роль в будущих глобальных переменах, в трансформации мировоззрения всего человечества.

С другой стороны, политическая реальность в конкретных действиях и решениях, отражаемая в медиа конкретным контентом становится более близкой и понятной по смыслу массовой аудитории. Упрощая смыслы, примитивизируя и подстраиваясь под требования массового потребителя, смещая акценты и тональность, новые медиа приближают и приглашают к коммуникациям и дискуссиям своего читателя. Учитывая его возрастные, психологические и многие другие особенности, целенаправленно формирует коммуникационные каналы для конкретных категорий населения.

Информация политического содержания становится все более доступна широкой аудитории, а предлагаемый контент должен быть понятен и близок потребителю по стилю изложения, его языку и терминологии. Что отражается и на политическом дискурсе, его глубине, содержательности.

Контент наполняется эмоциональными характеристиками, повышенной динамикой, его содержание упрощается, события и процессы политической жизни подаются без детализации. Подчеркивая несущественное и не упоминая значимое, новые медиа способны формировать у аудитории заранее заданные оценки, мнения. Глубокое исследование в области влияния массовых коммуникаций, пропаганды и манипулирования общественным сознанием проводят целый ряд исследователей, среди которых наиболее значимые идею выдвигают Г. Ласуэл, У. Липман, П. Лазарфельд [26. С. 941]. С точки зрения коммуникативного подхода социальная среда подвержена внедрению политического видения для широкой аудитории через каналы массовой коммуникации.

В данной связи отметим, что новые медиа, базирующиеся на технологиях интернета и технологиях Web 2.0. становятся основой для формирования нескольких форматов коммуникационного взаимодействия:

1. **Одностороннее взаимодействие.** Вещает один источник, который направлен на всю возможную аудиторию. Содержание вещания строго определено по теме. Обратная связь отсутствует или возможна в минимальном виде. Как правило подобного вида коммуникации характерны для тоталитарных режимов и отражают полное доминирование в информационной среде [2. С. 322].

2. **Взаимодействие один на один.** Другой формат коммуникационного взаимодействия – активное двусторонняя связь, открытое публичное пространство, диалог, дискуссия, выражение и обмен мнениями, общественное участие в экспертизе.

3. Следующий формат коммуникаций более широкого взаимодействия – **общение многих со многими**, в ходе которых ведется такой же обмен позициями, сообщениями, мнениями, взглядами, но уже другого, более широкого сетевого масштаба. Происходит общение массового характера – группы общаются с группами.

Таким образом информационная среда в коммуникационном взаимодействии реализует естественную потребность социальных субъектов в общении и в получении информации. Для сферы социального управления медиа становятся неперенным условием, посреднической площадкой, способной оказывать свое влияние на обе стороны коммуникации:

1 на аудиторию – предлагают выбранный по своему предпочтению и со своими собственными акцентами и тональностью контент. Тем самым, формируя у нее заданную направленность во мнениях, взглядах, оценках создавая свои стереотипы по актуальным вопросам политической и социальной сферы;

1 и на политическую элиту, органы власти и управления, влиятельные политические силы – транслируя для них в качестве обратной связи «мнение народа», тем самым оказывая влияние и принимаемые политические решения [5. С. 143].

Представленные форматы отражают многосложность и многоплановость информационного взаимодействия, изменяют содержание коммуникаций в обществе, создают условия и возможности для развития гражданского общества в его активности, влиянии на политические и социальные процессы.

Данные социологических исследований подтверждают представленные тезисы: до 90% активных пользователей интернета в социальных сетях проводят в среднем 73% своего времени [25] – около 8 часов в день. Интерес к происходящим политическим событиям и новостным выпускам находится на втором месте в приоритетах пользователей. Преимущественно общение с коллегами, друзьями, поиск информации по интересам, видеоконтент развлекательного характера, поиск решения повседневных задач – эти темы занимают первое место. Эти запросы позволяют удовлетворять широко распространенные медийные платформы, широкий спектр мобильных приложений, блоги, сайты. Возможности интерактивной коммуникации привлекают пользователя своим контентом, простотой и доступностью пользования.

Следует подчеркнуть возможность собственного участия своими комментариями в формировании информационного потока. Пользователь, высказывая собственную позицию, проявляет свою активность, заинтересованность в коммуникациях, в самовыражении. Оперативность коммуникации, доступность и удобство пользования медийными платформами в социальных сетях отличает новые медиа от традиционных средств массовой информации.

Мобильная телефонная связь обеспечена широким распространением зоны устойчивого покрытия и доступом во всемирную паутину. Каждый пользователь мобильной связи сегодня имеет два и более зарегистрированных устройства, независимо от места нахождения практически всегда присутствует в сети. А развивающиеся технологии передачи данных в формате 4G и 5G позволяют масштабно увеличивать объем и трафик.

Показательным следует полагать рост посещаемости пользователями сетевых средств массовой информации, мобильных мессенджеров и блогов в период пандемии, когда личные контакты населения административными решениями

были существенно ограничены [9]. В таких ситуациях необходимость получения информации возрастает, нарастающая тревожность, беспокойство выражаются в повышенном запросе о происходящих событиях, общение в сети становится крайне востребованным, помогая преодолевать сложности пандемии [16].

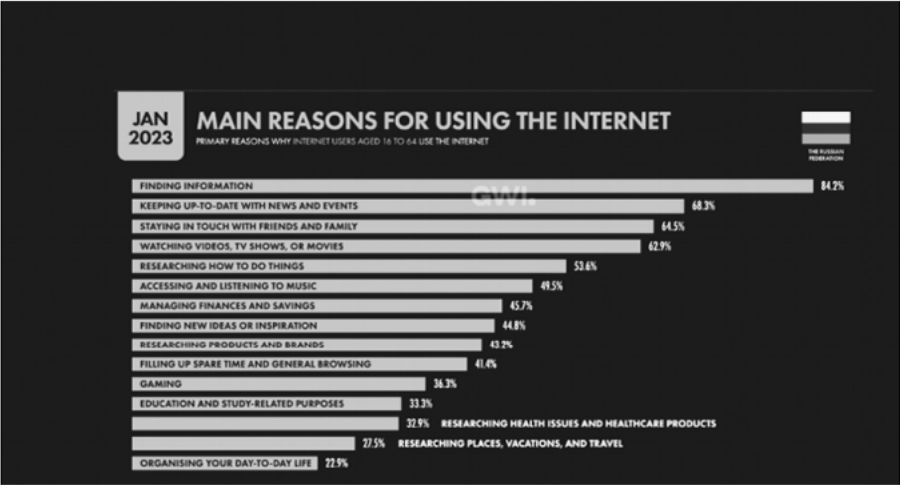


Рисунок 1 — Основные причины использования интернета

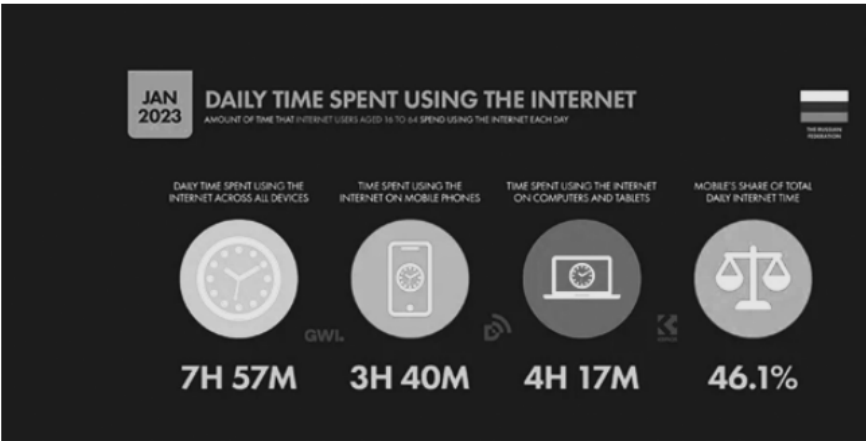


Рисунок 2 — Ежедневное время, проведенное в Интернете

Молодежная среда наиболее восприимчива к технологическим новациям, информационные технологии предлагают широкий выбор сетевых платформ [15]. («Телеграмм», «В контакте», «Вайбер») для коммуникаций, они становятся неременным атрибутом в общении, в дискуссиях, в обсуждении политических тем.

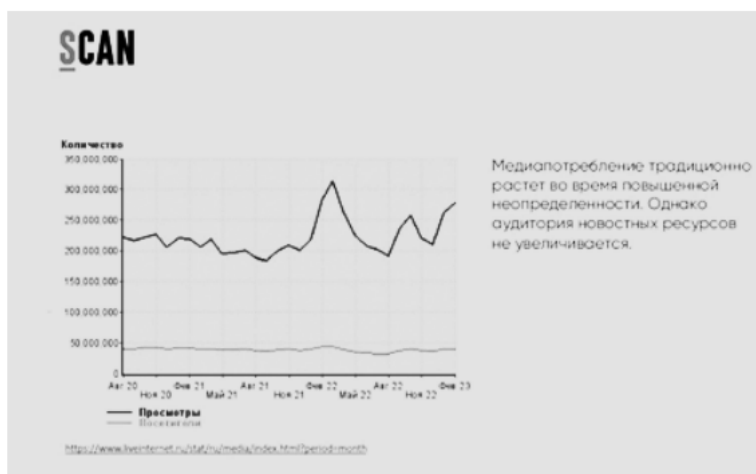


Рисунок 3 — Всплески активности в период медиапотребления

Figure 3 — Bursts of activity during the period of media consumption

Vestnik BIST (Bashkir Institute of Social Technologies). 2023; 4(61)

	Topor Live 3 728 534 подписчиков Новости и СМИ	3 728 534 подписчиков	965.3k охват 1 поста	5 072.3 индекс цитирования	#1
	РИА Новости 2 649 509 подписчиков Новости и СМИ	2 649 509 подписчиков	788.3k охват 1 поста	10 712.1 индекс цитирования	#2
	Mash 1 744 389 подписчиков Новости и СМИ	1 744 389 подписчиков	736k охват 1 поста	8 077.1 индекс цитирования	#3
	Readovka 1 684 689 подписчиков Новости и СМИ	1 684 689 подписчиков	703.5k охват 1 поста	7 008.3 индекс цитирования	#4
	Прямой Эфир 4 161 422 подписчиков Новости и СМИ	4 161 422 подписчиков	674k охват 1 поста	5 419.6 индекс цитирования	#5

Рисунок 4 — Самые популярные Telegram-каналы за январь 2023 г.

Figure 4 — The most popular Telegram channels for January 2023

Более возрастные категории интернет-пользователей в силу своего жизненного опыта уже имеют устоявшиеся предпочтения и сформировавшееся мировоззрение, традиционно более привязаны к контенту традиционных средств

массовой информации (телевидение, радио и печать), но также уделяют внимание интернет-источникам. Многие сюжеты и темы дублируются и переносятся в сетевые каналы, что свидетельствует об устойчивости традиционных средств массовой информации, которые продолжают оставаться важным источником информации и коммуникационной площадкой. Состав зрительской аудитории подтвержден изменениям, но в целом довольно стабилен.

Новостной контент политического содержания продвигается через интерактивные платформы, социальные медиа. Решения органов власти, политические дискуссии по внутренним и международным вопросам, формирование и продвижение политических партий и движений, имиджа конкретных политиков – все названные и многие другие темы политического характера, отражающие характер отношений к власти и влиянию на принимаемые решения и действия, становятся важной составной частью духовного мира все большего числа граждан. Вовлеченные в коммуникации и дискуссии, активно участвуют в политических процессах.

Наиболее ярко представленная ситуация медиатизации политического пространства проявляется в ходе электоральных процессов. В это время политическое противостояние между партиями и их представителями, политическими деятелями за внимание аудитории, за доминирование во властных эшелонах достигает своей кульминации. Информационная среда наполняется материалами о программах и целях, о собственных достижениях, промахах и ошибках оппонентов, продвигается имидж кандидатов, обсуждения и дискуссии становятся наиболее острыми и масштабными [13. С. 195]. Учитывая доступность и экономическую эффективность материалов в интернете в сравнении с традиционными средствами массовой информации, новые медиа представляются основной ареной политического дискурса, вовлечения пользователей в активные политические процессы [12. С. 361-362].

Таким образом, рассмотрев основные теоретические подходы концептуализации феномена медиатизации политики следует сформулировать вывод о сложности и разноплановости ее содержания. Взгляды исследователей на проблему основываются на социологических теориях, что подтверждает междисциплинарность феномена, его отличает масштабность влияния на социальные процессы на всех контекстуальных уровнях, роль территориального характера взаимодействия медиа и политики, доминирующей идеологической модели.

Медиатизация политики как феномен представляется глобальным процессом, в рамках которого формируется целый ряд концепций.

Медиатизация политического пространства становится многоплановым процессом, где важнейшую роль в формировании взглядов и убеждений выполняют платформы новых медиа, наряду с традиционными СМИ. Их потенциал в преобразовании реального мира основывается на мощном влиянии на восприятие аудитории контента.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. **Айрапетян Д.А.** Институциональные перспективы перехода к посткапитализму: трансформация государства как субъекта власти в эпоху цифро-сетевых технологий // Вопросы политологии. 2024. № 7.
2. **Быков И.А.** Сетевая политическая коммуникация в условиях трансформации общества: дис. ... д-ра полит. наук. Санкт-Петербург, 2016.
3. **Валюкас Н.Н.** Проблематика социальных сетей в политической коммуникации // Вопросы национальных и федеративных отношений. 2024. № 9.
4. **Валюкас Н.Н.** Социальные сети как новая форма коммуникации в политическом пространстве // Вопросы политологии. 2024. № 10.
5. **Вейлер К., Маурер Р.** Сетевые СМИ – другая журналистика? Москва: МГУ, 2010.
6. **Гудин А.Е.** Технологии позиционирования политических брендов в условиях электоральной конкуренции // Евразийский Союз: вопросы международных отношений. 2024. № 11.
7. **Дибров Е.А.** Специфика трансформации феномена русофобии в информационном пространстве Украины в условиях геополитического противостояния в Восточной Европе // Вопросы политологии. 2024. № 11.
8. **Иващенко З.С., Васильченко О.В., Григорян Д.К., Малявина А.Б.** Фейковые новости о ходе проведения Специальной военной операции как угроза национальной безопасности Российской Федерации // Евразийский Союз: вопросы международных отношений. 2024. № 9.
9. **Ирма Кумылганова Кэ Ма.** Особенности формирования повестки дня в социальных сетях России и Китая в период пандемии COVID-19 // file:///C:/Users/%D0%A8%D0%B5%D1%80/Downloads/osobennosti-formirovaniya-povestki-dnya-v-sotsialnyh-setyah-rossii-i-kitaya-v-period-pandemii-covid-19.pdf.
10. **Итиуридзе Л.А.** Технологии формирования гражданской и политической компетентности населения // Евразийский Союз: вопросы международных отношений. 2024. № 7.
11. **Каримов Э.Р.** Трансформация публичной политики в эпоху цифровизации: концептуальный анализ // Вопросы политологии. 2024. № 10.
12. **Козлова Ю.Б., Петрова М.В.** Детерминанты возрастания роли государственных связей с общественностью в современной России // Евразийский юридический журнал. 2019. № 4 (131).
13. **Квят А.Г.** Новые технологии работы в медиапространстве: медиамем и его функции в политическом PR // Коммуникативно-управленческие стратегии в развитии социальных систем: тенденции, ресурсы, технологии: материалы Международной научно-практической конференции (Екатеринбург, 15-16 ноября 2012 г.). Ч. 1. Интегрированные маркетинговые коммуникации как фактор динамики развития социальных систем. Екатеринбург, 2012.

14. **Лукина Ю.В.** Новый этап когнитивной войны на фоне обострившихся международных отношений между Россией и коллективным Западом // Вопросы национальных и федеративных отношений. 2024. № 9.
15. **Малькевич А.А.** Возможности использования интернет-технологий в системе молодежной политики России // file:///C:/Users/%D0%A8%D0%B5%D1%80/Downloads/vozmozhnosti-ispolzovaniya-internet-tehnologiy-v-sisteme-molodezhnoy-politiki-rossii.pdf.
16. Мониторинг и аналитика СМИ и соцмедиа // SCAN: система управления репутацией, мониторинга СМИ и соцмедиа // <https://scan-interfax.ru/media-monitoring>.
17. **Недельченко О.И., Козлова Ю.Б., Байкова И.В.** Медиатизация политики как актуальный коммуникационный тренд современного российского информационного поля // Вестник БИСТ (Башкирского института социальных технологий). 2023. № 4 (61) // <https://doi.org/10.47598/2078-9025-2023-4-61-21-26>.
18. **Серавин А.И.** О моделировании политических компаний в условиях цифровизации // Вопросы политологии. 2024. № 11.
19. **Славова Н.А., Новосельский С.О., Алеева С.С., Марухленко А.Л., Генералов Р.О.** Организационно-правовые аспекты политики цифровой трансформации государственного управления // Вопросы политологии. 2024. № 10.
20. **Сулейманова Ш.С.** Роль интернет-технологий в формировании политической среды // Вопросы национальных и федеративных отношений. 2020. Т. 10. Выпуск 4 (61).
21. **Сурма И.В.** Вызовы и угрозы технологий искусственного интеллекта как универсального инструмента социально-политической и экономической трансформации современного общества // Вопросы политологии. 2024. № 6.
22. **Форов И.Н.** Государственная политика в области развития информационных технологий в период санкций // Вопросы политологии. 2024. № 10.
23. **Чертороев Д.А.** Общественно значимое интернет-пространство как следующий этап цифровизации взаимодействия государства и общества // Евразийский Союз: вопросы международных отношений. 2024. № 5.
24. **Altheide D.L., Snow R.P.** Media Logic. Beverly Hills: Sage, 1979.
25. Digital 2023: The Russian Federation – DataReportal – Global Digital Insights // Datareportal // <https://datareportal.com/reports/digital-2023-russian-federation>.
26. **Rogers E.M.** A history of communication study: a biographical approach: in 2 vol. Original edition. Free Press, 1997.

E.A. SULEIMANOV

Graduate student of the faculty of journalism
IGSU RANEPa under the President of the Russian Federation,
Moscow, Russia

CONTEMPORARY REALITIES OF THE PROCESS OF MEDIATIZATION OF POLITICS

The article is devoted to the process of mediatization of political space. The definition of «mediatization» in the general sense and specifically «mediatization of politics» is studied from the standpoint of communicative, critical and informational approaches.

The author notes that the most important characteristic of modern processes of a global nature are the processes of informatization in all spheres of socio-political and economic relations. Which permeate and change their content, principles, are capable of changing the foundations of human existence. Dynamic transformations are taking place that affect political reality, thanks to the unprecedented scale of development of information technologies, the boundaries of communications are expanding, the broadest social groups are involved in communication and interaction. The media space is filled with gigantic volumes of data that are transmitted through images, meanings, formed in the media, bloggers, almost any participant in communications.

Key words: information space, mediatization, mass media, new media, digital technologies, mediatization of politics.