

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ»**

На правах рукописи

СУЛЕЙМАНОВ ЭДВАРД АЛЕКСЕЕВИЧ

**МЕДИАТИЗАЦИИ ПОЛИТИКИ В НОВЫХ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ
РЕАЛИЯХ: СОВРЕМЕННОЕ ПРОЯВЛЕНИЕ В ЦИФРОВОМ
МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ**

Специальность 5.9.9 «Медиакоммуникации и журналистика»

Диссертация на соискание ученой степени кандидата политических наук

Научный руководитель:

Шарков Феликс Изосимович

доктор социолог. наук, профессор

Москва 2026 г.

Содержание

Введение	3
Глава I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МЕДИАТИЗАЦИИ ПОЛИТИКИ В СОВРЕМЕННЫХ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ РЕАЛИЯХ	20
1.1. Концептуализация феномена медиатизации политики: основные теоретические подходы	20
1.2. Генезис социокультурных реалий: сущность, принципы определения понятия	40
Глава II. ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ МЕДИАТИЗАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ И СОЦИОКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ	64
2.1. Тенденции развития современных социокультурных реалий в процессе медиатизации политики.....	64
2.2. Структурно-функциональные особенности медиатизации политики в политическом цифровом медиапространстве	80
Глава III. ПРОЯВЛЕНИЕ МЕДИАТИЗАЦИИ ПОЛИТИКИ В СОВРЕМЕННОМ ЦИФРОВОМ СОЦИОКУЛЬТУРНОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ	105
3.1. Репрезентация российской политики в медиатизирующемся цифровом медиапространстве.....	105
3.2. Социокультурные реалии в современной практике развития цифровой медиасреды	124
Заключение.....	144
Список использованной литературы и источников.....	151

Введение

Актуальность темы научного исследования обусловлена тем, что важнейшей характеристикой современных процессов представляется информатизация во всех сферах социально-политических и экономических отношений.

Проникновение медиа форматов и цифровизации в различные сферы общественной жизни особенно заметно в политической сфере. Традиционные инструменты власти – официальные средства массовой информации (СМИ) – сосуществуют и конкурируют с новыми, децентрализованными сетевыми ресурсами: блогами, форумами, социальными сетями. Эти платформы служат площадками для свободного обмена информацией, организации общественных движений и формирования общественного мнения, часто минуя традиционные медиаканалы и механизмы контроля.

Анализ происходящих процессов медиатизации и цифровизации и их влияние на социум позволяет выделить ряд положений, которые лежат в основании актуальности темы диссертационного исследования.

1. *Трансформация политического процесса под влиянием новых медиа.*

Использование больших данных и алгоритмов для анализа политических трендов, предпочтений избирателей и поведения аудитории открывает новые возможности для политических кампаний, подстраивая коммуникационную стратегию, меняя динамику коммуникации. Но также поднимает вопросы этики и конфиденциальности. Акцент на «новых социокультурных реалиях» позволяет углубить исследование, включив в сферу внимания влияние информационных вбросов и фейков.

2. *Повышение роли социальных сетей в политике.*

Социальные сети превратились в ключевой инструмент политической коммуникации, позволяя политическим лидерам напрямую взаимодействовать с гражданами. Однако, наряду с этим, возникают риски манипулирования общественным мнением, распространения заведомо ложной информации и

углубления социальной разобщённости. Технологические возможности позволяют вовлекать в информационную среду миллионы пользователей, но эта же возможность может быть использована для целенаправленной дезинформации и пропаганды. Восприятие обществом участия в общественно-политической жизни и решении социально значимых вопросов постепенно трансформируется.

3. Возникновение новых форм политической мобилизации.

Медиатизация политики создаёт новые возможности для политической мобилизации, делая её более быстрой, масштабной, персонализированной и доступной. Однако, она также несёт в себе риски, такие как поляризация, упрощение политического дискурса, поверхностность политического участия. Понимание этих процессов необходимо для более эффективного использования медиа и построения более справедливого демократичного общества.

В современных условиях медиатизацию политики ученые рассматривают с разных точек зрения: с одной стороны как влияние масс-медиа на политику, а с другой, наоборот, влияние политики на масс-медиа, что в принципе правильно и в той, и в другой интерпретации.

4. Проблема постправды и информационного противоборства.

В условиях постправды и информационного противоборства границы между фактами и мнениями размываются, что создаёт угрозу для политической стабильности, формирует условия для политической мобилизации и обуславливает необходимость их детального изучения. Значимость исследования медиатизации неуклонно возрастает в силу своего влияния, охвата аудитории и последствий. Расширение политической дискуссии в современных медиа, их влияние на социальные и политические процессы изучается в различных научных направлениях и отраслях. Однако их рассмотрение через призму социокультурных реалий, изучение содержания и особенностей на основе анализа современных проявлений медиатизации в цифровом пространстве требует более глубокого подхода, системного исследования, выявления особенностей развития.

5. *Медиатизация и цифровизация требуют новых навыков и компетенций от журналистов* – умение работать с социальными сетями, создавать мультимедийный контент, взаимодействовать с аудиторией и анализировать данные. Инновационные технологии как способ решения вопросов межличностных коммуникаций переходят из сферы межличностного общения в сферу политических коммуникаций, становятся инструментом для решения политических задач, оказывают влияние на формирование общественного мнения, мировоззрения аудитории.

6. *Влияние медиатизации на политическое поведение.*

Медиатизация, как процесс усиления роли медиа во всех сферах общественной жизни, оказывает существенное влияние на политическое поведение граждан, и российский контекст не является исключением. Медиа становятся не просто транслятором политической информации, но и активным участником политических процессов, формируя повестку дня, определяя образ политических акторов и влияя на электоральный выбор.

7. *Актуальность исследования обусловлена и многонациональным составом России с её историческим наследием.* Современные процессы отстаивания суверенитета и примеры бывших советских республик подчёркивают важность социокультурных реалий в медиатизации политики. Научное осмысление этих процессов необходимо для понимания сложившихся реалий.

Таким образом, актуальность темы диссертации определяется тем, что исследование медиатизации политики в новых социокультурных реалиях отвечает на важные вопросы современности, связанные с медиатизацией политического процесса, влиянием новых медиа на общество, а также необходимостью разработки эффективных стратегий противодействия угрозам, возникающим в цифровой среде.

Степень научной разработанности темы исследования. Исследованию заявленной темы посвящено достаточно много научных работ отечественных и

зарубежных авторов. Широко известны труды Т. А. Алексеевой, А. В. Загорского¹, С. А. Кравченко², М. М. Лебедева, Ю. А. Никитиной, Е. Г. Пономарева, А. В. Торкунова³, С. В. Чугрова⁴, М. В. Харкевич и других исследователей, которые изучают политические процессы и современные политические коммуникации.

Российские учёные, такие как А. Д. Богатуров, А. И. Неклесса и другие, внесли значительный вклад в изучение трансграничности, в том числе и в контексте политического анализа. Понимание роли социальных медиа в современной политической коммуникации невозможно без учёта концепций информационного общества, разрабатываемых как зарубежными (Д. Белл, М. Кастельс и др.), так и отечественными исследователями (Г. Л. Акопов, В. Л. Иноземцев и др.), которые изучали теоретические и методологические аспекты становления информационного общества, а также эволюцию коммуникационных моделей в нем.

Проблематика, исследуемая в диссертации, опирается на широкий спектр концепций и теоретических подходов, разработанных как зарубежными, так и отечественными учёными. Зарубежные исследователи, такие как Р. Дэвис и Б. Барбер, акцентируют внимание на том, что интернет сформировал принципиально новую среду для создания виртуальных сообществ, существующих автономно от реальной социальной жизни. А. Этциони в своей концепции «теледемократии»

¹ Загорский А. СНГ: от дезинтеграции к реинтеграции? – М., 1994. – 35 с.

² Кравченко С. А. Переход к сложному, нелинейно развивающемуся социуму: вызовы для России / С. А. Кравченко // Вестник МГИМО Университета. – 2012. – № 1(22). – С. 211-220.

³ Современные международные отношения / под ред. А.В. Торкунова, А.В. Мальгина. М., – 2017. – 688 с.

⁴ Чугров С.В. Post-truth: трансформация политической реальности или саморазрушение либеральной демократии? // Полис. Политические исследования. – 2017. – № 2. – С. 42-59; Чугров С.В. и др. Quo vadis? Перспективы становления гражданского общества в России (Часть II). Круглый стол журнала «Полис» // Полис. Политические исследования. – 2012. – № 3. – С. 75-107; Чугров С.В. Российская политика сквозь призму социологических замеров // Полис. Политические исследования. – 2016. – № 5. – С. 183-191; Чугров С.В. Россия и Европа: диалог о ценностях в пространстве цивилизации // Полис. Политические исследования. – 2015. – №4. – С. 157-169; Чугров С.В. Трансформация общественного мнения в эпоху глобальной нестабильности. // Коммуникология. – 2017. – Т. 5, № 4. – С. 25-32.

рассматривает цифровые коммуникационные технологии в качестве инструмента достижения общественного консенсуса и коллективного блага.

В российской научной традиции влияние социальных медиа на политические процессы изучается в контексте электоральных кампаний и трансформации публичной сферы. Так, Д. Н. Баринов, В.В. Силкин, Ф.И. Шарков анализируют функции политической коммуникации в цифровой среде, уделяя особое внимание специфике интернет-пространства, а Д. Д. Ключников исследует тенденции использования социальных сетей в политической практике России.

Публичная политика изучается Ю. А. Красиным, О. Ю. Малиновой и другими. Работы Д. П. Гавры, С. Г. Давыдова и А. В. Чугунова посвящены влиянию социальных медиа на освещение протестов и изучению процесса формирования общественного мнения. В целом, социальные медиа рассматриваются в политической науке как инструмент политической мобилизации и влияния на демократические процессы.

Отдельное внимание в работе уделяется ресурсам и характеристикам социальных медиа как элемента публичной политики. Теоретической основой для данного аспекта послужили концепции Х. Арндт, рассматривавшей публичную сферу как пространство коммуникативного взаимодействия, и Ю. Хабермаса, подчёркивавшего ключевую роль оппозиционных структур и независимых медиа в её функционировании. Взаимосвязь публичной и политической сфер раскрывается в работах Д. Дьюи и Ч. Миллса, а концепция «публичной политики» как государственной деятельности разработана в исследованиях американских политологов Дж. Андерсона и Г. Алмонда.

Таким образом, анализ научной литературы демонстрирует многоаспектность изучаемой проблемы и необходимость её дальнейшего исследования с учётом современных цифровых реалий.

Объект исследования – медиатизация политики.

Предмет исследования – социокультурные реалии процесса медиатизации политики в современном цифровом медиапространстве.

Цель исследования – заключается в теоретико-методологическом обосновании процесса медиатизации политики и в определении его влияния на современные социокультурные трансформации.

В рамках поставленной цели достигаются следующие задачи научного исследования:

1. Концептуализировать основные теоретические подходы концептуализации феномена медиатизации политики.
2. Рассмотреть генезис социокультурных реалий, раскрыв сущность и принципы определения понятия.
3. Определить тенденции трансформации социокультурных реалий в процессе медиатизации политики.
4. Систематизировать структурно-функциональные особенности медиатизации политики в политическом цифровом медиапространстве.
5. Дать оценку репрезентации российской политики в медиатизирующемся цифровом медиапространстве.
6. Охарактеризовать социокультурные реалии в современной практике развития цифровой медиасреды.

Гипотеза научного исследования. Предложенная авторская интерпретация феномена медиатизации политики, определяет процесс медиатизации политики как взаимную интеграцию политического пространства и медийной сферы, что создает условия для трансформации как политического, так и медиадискурса. Медиатизация политики в новых социокультурных реалиях может иметь как положительные, так и отрицательные последствия.

В рамках научного исследования используются теоретико-методологические подходы, отражающие широкий круг взглядов российских и зарубежных исследователей. Ключевыми элементами теоретической базы являются концепции: «медиатизации политики» Дж. Томпсона, теории массовых коммуникаций и пропаганды У. Липпмана, Г. Лассуэлла, П. Лазарсфельда, концепции «глубокой медиатизации» А. Хеппа, «медиатизированных миров» С.

Хьярварда, «транзакционной медиатизации» и «новых социокультурных реалий» Д. Гавра, подвергнутые детальному теоретико-методологическому изучению.

Междисциплинарный характер исследования обусловил необходимость применения комплексной методологии, сочетающей количественные и качественные методы из различных областей научного знания.

Для изучения содержания публикаций в научных изданиях и выявления динамики ключевых терминов, отражающих активность исследований в данной области, использовался метод контент-анализ. Дополнительно использованы метод анализа документов, сравнительный анализ оценки воздействия социальных медиа на политические процессы в интернете.

Эмпирическую основу научного исследования составляют аналитические, статистические и нормативно-правовые документы, а также электронные ресурсы органов государственной власти, международных организаций и мониторинговых центров. В работе также используются монографии, статьи из научных журналов и материалы, представленные на научных конференциях.

Эмпирическую основу научного исследования составили также результаты анализа различных информационных ресурсов «ВКонтакте», «Одноклассники» Telegram, «Яндекс.Дзен» и «Рутуб» «Яндекс», «Рамблер». При проведении исследования были проанализирован контент политических блогеров, инфлюенсеров, мультимедийный контент и стриминг.

Научно-исследовательская новизна состоит в следующем:

1. Разработана теоретическая основа процесса медиатизации политики в контексте современных социокультурных реалий.

В работе систематизированы и дополнены существующие теоретические подходы к изучению медиатизации политики, включая концепции «глубокой медиатизации» (А. Хепп), «медиатизированных миров» (С. Хьярвард) и «транзакционной медиатизации» (Д. Гавра). На основе интеграции классических и современных теоретических подходов, разработана авторская интерпретация феномена медиатизации политики, которая учитывает современную специфику

цифрового медиапространства и его влияние на политические процессы. Научная новизна заключается в систематизации этих подходов и их применении для определения специфики медиатизации в условиях цифрового медиапространства России, что позволяет выявить уникальные черты взаимодействия медиа и политики в национальном контексте. Дана авторская характеристика и выявлены механизмы понятий «медийная логика» и «цифровой традиционализм», которые расширяют концептуальный аппарат исследований в области развития медиапространства (п. 3 паспорта – Тематика и проблематика журналистики и СМИ. Репрезентация социальных, экономических медиакоммуникациях).

2. Представлен генезис социокультурных реалий и их влияния на медиатизацию политики.

Исследование раскрывает взаимообусловленность между медиатизацией политики и трансформацией социокультурных реалий в условиях цифровизации. На основе междисциплинарного подхода (политологического, социологического, культурологического) выявлены ключевые тенденции, такие как гибридизация медиапотребления, формирование цифровых идентичностей и влияние алгоритмов на процесс медиатизации политики. Показано, как медиа участвуют в конструировании политической реальности через символическую репрезентацию и культурные коды. Раскрывается динамика изменений социокультурных реалий в условиях цифровизации, включая формирование новых ценностных ориентаций, моделей поведения и идентичностей. Новизна работы заключается и в выявлении таких тенденций, как гибридизация медиапотребления в сочетании традиционных и цифровых практик, возникновение «цифрового патриотизма» и фрагментация публичной сферы. Эти процессы анализируются через призму российской специфики, что позволяет глубже понять механизмы адаптации традиционных социокультурных парадигм к вызовам цифровой эпохи (п. 4 паспорта – Творческий процесс в журналистике и медиакоммуникациях. Профессиональные методы и инструментарий журналистики и медиакоммуникаций. Формирование жанров

журналистики и их развитие. Языковые особенности и стиль медиакommunikаций).

3. Выявлены структурно-функциональные особенности медиатизации политики в цифровом медиапространстве.

В работе представлены структурные компоненты цифрового политического медиапространства (государственные СМИ, независимые платформы, социальные сети) и их функциональные роли (информационная, коммуникативная, мобилизационная, легитимационная). Выявлены механизмы медиатизации, включая алгоритмическую персонализацию содержания, распространение вирусного контента и манипулятивные технологии.

Научная новизна медиаграмотности также заключается в авторской интерпретации функциональных особенностей медиатизации, таких как алгоритмическая персонализация, распространяющийся с большой скоростью контент и манипулятивные технологии, а также их влияние на политическую коммуникацию. Отмечена децентрализация коммуникаций и роль алгоритмов в формировании «информационных пузырей», их влияние на публичную сферу (п. 5 паспорта – Конвергентно-интеграционные процессы в медиапространстве).

4. Определены факторы репрезентации российской политики в цифровом медиапространстве.

На примере российского контекста раскрыты особенности медиатизации политики, такие как сочетание государственного контроля с развитием альтернативных цифровых платформ; формирование «цифрового патриотизма» и использование медиа для обеспечения легитимации власти. Показано, как цифровые технологии трансформируют традиционные модели политической коммуникации, создавая новые формы участия и манипуляции. Новизной исследования является также выявление специфики российского медиадискурса, в котором сочетаются глобальные тренды (например, эмоционализация и персонализация) и национальные особенности (акцент на патриотизм и традиционные ценности). Это позволило автору раскрыть механизмы легитимации

власти и формирования политических нарративов в цифровой среде (п. 9 паспорта – Профессиональные стандарты и ценности в журналистике и медиакоммуникациях. Влияние технологического прогресса и цифровизации на профессиональный инструментарий журналистов, профессионалов в области медиакоммуникаций и непрофессиональных авторов).

5. Систематизированы методы и способы влияния на аудиторию

В диссертации представлен новый взгляд на трансформацию форм политического участия под влиянием цифровых медиа, включая переход от традиционной активности к клиповым формам коммуникации и онлайн-мобилизации. Выявлены противоречивые последствия медиатизации: с одной стороны, расширение возможностей гражданского участия, с другой – риски манипуляции и поляризации. Отмечено, что цифровые платформы становятся инструментом как государственной пропаганды, так и альтернативных политических инициатив (п. 9 паспорта – Профессиональные стандарты и ценности в журналистике и медиакоммуникациях. Влияние технологического прогресса и цифровизации на профессиональный инструментарий журналистов, профессионалов в области медиакоммуникаций и непрофессиональных авторов).

6. Разработаны практические рекомендации для оптимизации процесса медиатизации политики.

На основе анализа эмпирических данных предложены меры по повышению медиаграмотности аудитории при осмыслении ценностей, противодействию дезинформации и укреплению доверия к медиаинститутам. В работе сформулированы конкретные рекомендации по управлению цифровой медиасферой, развитию политических коммуникаций в условиях новых вызовов, противодействию дезинформации, расширению программ медиаграмотности. Новизна работы заключается и в конструктивном осмыслении ценности российского опыта, социокультурного контекста и особенностей развития отечественной медиасистемы. Это является основанием для разработки и принятия оптимальных управленческих решений, обеспечивающих укрепление доверия к

медиа и повышение качества политического дискурса (п. 13 паспорта – Профессиональное образование в журналистике и медиакоммуникациях. Теоретические основы медиаграмотности. Медиаобразование для широкой аудитории, целевых групп аудитории).

7. Предпринята попытка типологизации медиа в условиях цифровизации.

Работа расширяет понимание особенностей динамики медиасистемы в условиях глобализации и цифровизации, взаимодействие традиционных и новых медиа. Показано, как цифровые платформы трансформируют профессиональные стандарты журналистики и медиакоммуникаций, влияя на творческий процесс, жанровое разнообразие и языковые особенности медиатекстов. Научная новизна заключается в новом авторском подходе к систематизации и типологизации новых медиа в условиях медиатизации политики (п. 4 паспорта – Творческий процесс в журналистике и медиакоммуникациях. Профессиональные методы и инструментарий журналистики и медиакоммуникаций. Формирование жанров журналистики и их развитие. Языковые особенности и стиль медиакоммуникаций).

Таким образом, научная новизна исследования заключается в комплексном анализе медиатизации политики через призму социокультурных реалий, что способствует углублению теоретических основ медиакоммуникаций, представлений о взаимодействии медиа и политики в цифровую эпоху и предлагает практические инструменты для оптимизации этого процесса в российских условиях.

Положения, выносимые на защиту:

1. Феномен медиатизации политики проявился в связи с тем, что в современных условиях многие аспекты процесса выработки и реализации политических решений связаны с медиа, поскольку:

во-первых, медиа становятся пространством коммуникаций политиков, политические коммуникации охватывают сферу медиа и выходят далеко за рамки общепринятого профессионального общения;

во-вторых, пространство медиа становится площадкой демонстрации позиций различных партий, политических движений, общественных организаций, лидеров, где сосредотачиваются коммуникации и содержание дискурсов, что составляет сущность процесса медиатизации политики, происходит слияние политики и системы медиа.

2. Возрастает динамика процесса и становятся неопределенными векторы трансформации социокультурных реалий, они с одной стороны, меняются в условиях современных тенденций направленных на автономизацию ряда культур а с другой стороны, подвержены интеграции различных каналов, средств и способов коммуникаций, которые являются носителями социокультурных ценностей, различных социальных групп, этносов, народностей – данное утверждение требует дальнейшего исследования и уточнения.

3. Цифровизация формирует новые стандарты политического поведения в сложившихся социокультурных реалиях. Среди них – активное участие граждан в онлайн-дискуссиях, и формирование общественного мнения в сети, что в свою очередь влияет на имидж политических деятелей и их подходы к взаимодействию с электоратом. Современные медиа, включая социальные сети и мобильные приложения, обеспечивают платформы для мгновенного распространения собственных мнений, информации, что кардинально меняет динамику политической коммуникации и существенно расширяет доступ к политической информации для широких слоёв населения. Беспрецедентное развитие новых медиатехнологий оказывает глубокое влияние на модели политических коммуникаций, создавая новые вызовы для современного общества (информационная перегрузка, манипуляции общественным мнением, усиление политических конфликтов и т. д.)

4. Пространство политических коммуникаций современной общественной системе трансформируется в медиасреду, где формируются виртуальные представления о действительной реальности. Медиапространство развивается не только в цифровом формате в различных медиа – аудио, видео, интернет-

платформах.

В реальных массовых событиях и действиях, медиапространство отражает процессы и события политической коммуникации в большинстве своем – в цифровом медиапространстве, где вырабатываются собственные нормы и правила коммуникаций, которые предъявляются социуму. В свою очередь, медиапространство становится для понимания медиатизации субъектом, осуществляющим изменения в социокультурной среде.

5. Социальные сети играют ключевую роль позволяя заинтересованным субъектам быстро распространять информацию, организовывать протесты и в целом – активизировать гражданское общество. Социальные сети порождают уникальные способы вовлечения граждан в политические процессы, создают новые пространства для формирования и выражения политических идентичностей, порождают новые формы политического участия, которые отличаются от традиционных. Формы и их эффективность в политической мобилизации в социальных сетях могут существенно различаться в зависимости от социокультурного контекста, политической системы и уровня развития цифровых технологий.

6. Социокультурные реалии динамично меняются. Сложившиеся социокультурные особенности (среда, традиции, культура, язык, ценности, оценки и взгляды на различные аспекты взаимодействия личности, социальной группы, национальности) формируемые в ходе длительных периодов развития народов и этносов также испытывают влияние современных медиа. Названные особенности оказывают влияние на мировоззрение, модели поведения, этнокультурные и этноконфессиональные особенности. Взаимообусловленность социокультурных реалий и цифровых медиа происходит разнонаправленно. Малые этнические группы во взаимодействии стремятся в медиапространстве сохранить свою идентичность, оградить свою самобытность в меняющемся мире.

Однако нарастающие процессы глобализации коммуникаций постепенно вымывают этнонациональные и этноконфессиональные особенности, стирают их

границы. Более крупные этнические группы в отдельных случаях вбирают в себя малые, постепенно размывая их язык, традиции, культурные особенности. В то же время духовно-нравственные ценности этносов транслируются через конфессиональные системные представления, сохраняя свой характер и продолжая оказывать своё влияние на социум.

Теоретическая значимость диссертационного исследования определяется его вкладом в развитие современных научных представлений о взаимодействии медиа, политики и общества в условиях цифровой трансформации и уникальных социокультурных особенностей России. В последние годы медиатизация политики стала ключевым фактором формирования политического дискурса и общественного мнения, что требует переосмысления классических теорий политической коммуникации с учётом национальных особенностей.

Теоретическая значимость исследования заключается и в комплексном анализе медиатизации политики с учётом уникальных социокультурных условий России, что расширяет научное понимание механизмов политической коммуникации в цифровую эпоху. Выявлены специфика российского медиапространства, взаимодействие различных акторов и влияние культурных факторов на политический процесс, что способствует развитию отечественной политологической и медиа-теории и формирует основу для дальнейших исследований и практических рекомендаций.

Практическая значимость диссертационного исследования заключается в том, что полученные результаты и выводы могут быть использованы в различных сферах общественной и политической жизни, а также в деятельности государственных и негосударственных институтов, связанных с медиа и коммуникациями в России. В условиях динамичных изменений цифрового медиапространства и усложнения социокультурного контекста страны исследование предлагает конкретные рекомендации и инструменты для повышения эффективности взаимодействия между политическими акторами, медиа и гражданским обществом.

Практическая значимость исследования выражается и в систематизации рекомендаций и инструментов, направленных на улучшение функционирования медиасреды, повышение качества политической коммуникации и укрепление гражданского общества в новых социокультурных реалиях России.

Апробация результатов исследования

Основные тезисы, идеи и выводы исследования были апробированы в ходе выступления автора на научно-практических конференциях в том числе и с международным участием:

- II Международная научно-практическая конференция «Новые тренды журналистики и медиакоммуникац» по теме «Роль социальных медиа в системе средств массовой информации», РГГУ г. Москва, 14 апреля 2023 г.

- Международная конференц-сессия «Государственное управление и развитие России: цивилизационные вызовы и национальные интересы». Медиакоммуникации и журналистика по теме «Особенности медиатизации политики в цифровом медиaprостранстве». ИГСУ РАНХиГС г. Москва, 16-20 мая 2023 г.

- III Международная научно-практическая конференция «Новые тренды журналистики и медиакоммуникаций» по теме «Проблемы медиатизации политики в современных условиях». РГГУ г. Москва, 19 апреля 2024 г.

- IV Международная научно-практическая конференция «Новые тренды журналистики и медиакоммуникаций» по теме «Проявления современных социокультурных реалий в процессе медиатизации политики». РГГУ г. Москва, 18 апреля 2025 г.

- Конференц-сессия ИГСУ РАНХиГС «Государственное управление и развитие России: вызовы, стратегии и перспективы». Секция Факультета журналистики ИГСУ РАНХиГС Медиакоммуникации и журналистика по теме «Особенности медиатизации в политическом цифровом медиaprостранстве». ИГСУ РАНХиГС г. Москва, 21 мая 2025 г.

Публикации в журналах из перечня ВАК РФ

1. Сулейманов Э. А. Блогосфера как новая среда коммуникации. [Электронный ресурс] / Э. А. Сулейманов // Коммуникология. – М. – 2022. – № 10(3). – С. 22-32. – Режим доступа: <https://doi.org/10.21453/2311-3065-2022-10-3-22-32> URL: [Блогосфера как новая среда коммуникации | Сулейманов | Коммуникология](#)
2. Сулейманов Э. А. Влияние информационно-коммуникационных технологий на реализацию информационной политики государства. [Электронный ресурс] / Э. А. Сулейманов // Вопросы политологии. – М. – 2023. – № 1(89). – Том 13. – С. 139-148. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?edn=csssdx&ysclid=lto8ofemvz969726678>
3. Сулейманов Э. А. Реализация информационной политики государства в современных условиях. [Электронный ресурс] / Э. А. Сулейманов // Евразийский союз: вопросы международных отношений. – М. – 2024. – Том 13. – №2 (55). – С. 284-295. URL: <https://evrazsouz.ru/index.php/ru/soderzhanie-vypuskov/2-55-2024>
4. Сулейманов Э.А. Современные реалии процесса медиатизации политического пространства. [Электронный ресурс] / Э. А. Сулейманов // Вопросы политологии. – М. – 2025 – Выпуск 1(113). – Том 15. С. 142-152. URL: <https://voprosplitolog.ru/index.php/ru/soderzhanie-vypuskov/1-113-2025>
5. Гавра Д.П., Сулейманов Э.А. Медиатизация политической сферы в датифицированном социуме: процессы и эффекты. // Российская школа связей с общественностью. – М. – 2025 Выпуск 37. С. 141-159. URL: <https://ruscoms.ru/index.php/arkhiv-nomerov/92-vypusk-no-37>
6. Сулейманов Э.А. Трансформация социокультурных реалий в процессе медиатизации политики // Коммуникология. 2025. Том 13. № 2. С. 38-47. URL: <https://www.communicology.ru/jour/issue/viewIssue/34/27>

Иные публикации по теме исследования:

- Сулейманов Э.А. Отражение политической реальности в СМИ. [Электронный ресурс] / Э. А. Сулейманов // Коммуникология: электронный

научный журнал. – М. – 2017. – 2 т. – №3. – С. 51-59. URL: [Отражение политической реальности в СМИ](#)

Материалы конференций:

- Сулейманов Э.А. Роль социальных медиа в системе средств массовой информации. [Электронный ресурс] / Э. А. Сулейманов // Сборник научных статей II Международной научно-практической конференции. Издательство: Российский государственный гуманитарный университет. – М. – 2023. – С. 76-80. URL: [Роль социальных медиа в системе средств массовой информации](#).

- Сулейманов Э.А. Проявления современных социокультурных реалий в процессе медиатизации политики. Новые тренды журналистики и массовых коммуникаций – 2025: Сборник научных трудов IV Международной научно-практической конференции. Москва, 18 апреля 2025 г. / Отв. ред. Д.В. Неренц. – М.: РГГУ, – 2025. 1 файл Pdf: 331 с. – С. 200-205. Текст: электронный. URL: [Новые тренды_сборник.pdf](#)

Структура диссертации: Диссертация состоит из введения, трех глав (по два параграфа каждая), заключения, списка литературы и приложения.

Глава I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МЕДИАТИЗАЦИИ ПОЛИТИКИ В СОВРЕМЕННЫХ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ РЕАЛИЯХ

1.1. Концептуализация феномена медиатизации политики: основные теоретические подходы

Категория медиатизации, как и сопряженная, но не эквивалентная ей категория медиации, возникла в медиаисследованиях и в смежных с ними социологическом и политологическом полях в последние десятилетия XX века⁵.

В условиях динамично меняющегося медиаландшафта, характеризующегося цифровизацией и интерактивностью, концептуализация медиатизации приобретает ключевое значение для понимания современных политических процессов. Традиционные подходы к анализу политической коммуникации оказываются недостаточными для объяснения сложных взаимосвязей между медиа, политическими акторами и общественным мнением. Прежние форматы обращения политиков к гражданам через традиционные СМИ (газеты, радио, телевидение) коренным образом отличаются от современного взаимодействия посредством социальных сетей. В социальных сетях коммуникация более неформальная, интерактивная и ориентирована на создание эмоциональной связи с аудиторией.

Быстрое развитие медиасистем, в частности интернета, повлияло на трансформацию традиционных форм политической коммуникации, вследствие чего формируется совершенно новое политическое пространство для самоорганизации индивидов через социальные медиа⁶.

Медиатизация сегодня – это мощный механизм конструирования политической реальности. Средства массовой информации не просто освещают события, а активно определяют, о чём мы говорим и как об этом думаем. Они

⁵ Медиатизация социальности в платформенном обществе: процессы и эффекты: монография / Д. П. Гавра [и др.] / под общ. ред. проф. Д. П. Гавры. – СПб.: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2025. – С. 11.

⁶ Грибовод, Е. Г. Медиатизация политики как институционально-коммуникативный процесс и информационно-стратегический ресурс: автореф. дис. кан. полит. наук: 23.00.02 – Екатеринбург, 2017. – 21 с.

формируют повестку, превращая одни темы в центральные, а другие оставляя за рамками общественного внимания. Это хорошо видно на примере избирательных кампаний, где медиафокус на личности кандидата зачастую затмевает дискуссию о его программе.

Этот процесс коренным образом меняет работу политических институтов. Парламентские слушания или правительственные решения теперь в первую очередь оцениваются через призму их потенциального медийного резонанса. С одной стороны, цифровая среда открыла новые каналы для вовлечения граждан – например, через онлайн-петиции или публичный мониторинг госзакупок. В социальных сетях за считанные часы могут мобилизоваться тысячи человек. С другой стороны, эта же среда стала благодатной почвой для распространения дезинформации и целенаправленных манипуляций, что мы наблюдали, например, в контексте некоторых международных конфликтов, где narratives сторон формировались параллельно и противоречиво.

Концепция медиатизации позволяет глубже понять эти противоречия. Она показывает, как изменилась сама ткань политической коммуникации: от монолога властных структур к постоянному диалогу и шуму множества голосов в социальных сетях и мессенджерах. Медиа превратились в самостоятельных игроков, которые не просто передают информацию, но и создают устойчивые образы – будь то «народный лидер», «коррупцированный чиновник» или «внешняя угроза». Эти образы затем живут своей жизнью, влияя на доверие к институтам и определяя политический выбор людей.

Таким образом, медиатизация создаёт поле одновременно для демократического контроля и новых уязвимостей. Задача исследователя – анализировать эту двойственность, не сводя всё к простым схемам, а рассматривая, как абстрактные «риски и возможности» проявляются в конкретных кейсах – от трансляции парламентских дебатов до координации протестов в Telegram.

В исследовательских работах единого подхода к определению медиатизации не сформировано, что свидетельствует о многогранности данного понятия, быстром развитии его содержания и выявления новых элементов и форм его

проявления. Тем не менее представим некоторое рабочее определение, которое будем использовать в работе:

Медиатизация политики – это процесс возрастающего влияния медиа, включая цифровые платформы, на политическую коммуникацию, участие и мобилизацию, приводящий к изменению политических институтов, практик и идентичностей в соответствии с медиалогикой. Ключевые элементы, выделяемые в данном определении следующие: медиа, цифровые платформы, взаимное влияние медиа и политики, коммуникация, участие, мобилизация, изменение институтов, адаптация политики к медиалогике, трансформация политических практик.

Термин «медиалогика» представляет собой концептуальную рамку для анализа сложной системы взаимосвязей, формирующих современное медийное пространство. Данное понятие требует специального теоретического осмысления, поскольку отражает принципиально новый уровень понимания медийных процессов в их системной целостности.

Сущность медиатизации. Среди современных технологий, меняющих нашу действительность, одной из наиболее значимых представляются технологии информационные и цифровые. Охват и проникновение информационных технологий определили появление термина «медиатизация». Данный термин близок и созвучен с другими понятиями – «медиации», «медиа», «медиатизации», есть некоторые сущностные сходства, однако по своему смыслу их не следует смешивать.

С 90-х годов в научной терминологии закрепляется понятие медиации, которая изучается как определяющий фактор формирования и развития современного общества⁷. Посредническая функция медиации выделяется во всех отраслях жизни и также отражает её коммуникативное содержание. То есть с первых теоретических исследований отмечается связь коммуникаций, медиа с возможностью регулирования взаимодействия, проблем, созидательных

⁷ Innis H. A. *Empire & Communications*. – Toronto: Dundurn Press, 2007. – P.35

возможностей медиа. Таким образом, рассмотрев некоторые аспекты сущности и содержания медиатизации сформулируем собственное определение.

Следует разграничить смысловое содержание процесса медиатизации и термина «медиация». Медиация – активное включение посреднического звена в конфликтную коммуникацию с целью взаимодействия, примирения сторон через поиск взаимно согласованных решений. В качестве медиатора, посредника в процессе медиации возможно рассматривать различные институты, субъекты, инструменты. Посредником – медиатором выступают персоны, средства массовой информации, язык как средство коммуникаций. В процессе медиации коммуникация реализуется через источник, где формируется сообщение, передаётся в канал коммуникаций, другая сторона воспринимает сообщение. СМИ способны выступать в качестве посредника, передавая контент от источника к адресату.

Медиатизация же выступает в качестве среды, где формируются определённые правила, нормы, способы передачи информации, собственное теоретическое и методологическое обоснование функционирования этой среды. Субъекты коммуникаций должны учитывать эти правила и нормы, подчиняться им. Формируясь из среды коммуникаций, средств массовой информации, развиваясь в цифровых форматах, медиа приобретают собственные качества. Наполненные контентом социального, политического, экономического содержания, медиа становятся средой влияния, которая предъявляет требования к субъектам социальных, политических, экономических процессов, подчиняя их своим нормам.

Медиатизация является всеобъемлющей системой взаимодействия через посреднические звенья, где вырабатываются нормы и правила взаимодействия участников коммуникаций.

Феномен медиатизации заключается в следующем:

- субъекты коммуникаций используют медиа для взаимодействия;
- правила и нормы медиапространства определяют, навязывают механизмы, формы и способы коммуникаций участникам взаимодействия;

– система медиа приобретает качества управляющего начала, подчиняя своим нормам субъекты социально-политических и экономических процессов, вынуждая их согласовывать собственную деятельность с нормами медиа;

– различные виды социальных взаимодействий формируются на институционализованных медиафеноменах, т. е. реальные и виртуальные коммуникации сближаются;

– медиатизация сопровождается трансформацией аналогового формата представления контента в цифровой.

Медиатизация в журналистике – черта современного медиапроцесса, который отражает трансформацию общества, характеризующуюся возрастающим влиянием медиа на все сферы общества с проникновением медиалогии в повседневную жизнь социума. В медиасреде слушатели и зрители получают не факты, а их интерпретацию, представления информационных субъектов о происходящих событиях. Таковы законы медиатизации.

Современные теоретические подходы к категории «медиатизация политики», представляют собой сложное и многогранное явление, претерпевающее существенные трансформации в условиях новых социокультурных реалий.

Эволюция исследований процесса медиатизации включает несколько этапов, первоначально сосредоточенных на анализе воздействия медиа на отдельные элементы политической сферы, включая избирательные процессы, формирование общественного мнения и коммуникацию между политическими акторами и представителями СМИ. В рамках данной парадигмы медиа трактовались в качестве внешнего фактора, оказывающего влияние на политические механизмы.

На последующих этапах научный дискурс сместился в сторону изучения системного влияния медиа на политические институты и процедуры, интерпретируя медиатизацию как процесс адаптации политики к медийной логике. В данном контексте особое внимание уделяется трансформации стратегий и практик политических субъектов, вынужденных учитывать требования медиапространства, в то время как сами медиа усиливают своё воздействие на формирование политической повестки. Наиболее современным и комплексным

подходом к медиатизации является концепция «медиатизированных миров»⁸, которая рассматривает медиа не просто как фактор влияния, а как всепроникающую силу, формирующую саму структуру социальных отношений, институтов и индивидуального опыта. В медиатизированных мирах медиа становятся неотъемлемой частью политической реальности, определяя её логику, правила и возможности.

В настоящее время можно выделить несколько основных направлений исследований медиатизации политики:

Медиатизация политических институтов: данное направление фокусируется на изучении того, как медиа влияют на функционирование политических институтов, таких как парламенты, правительства, политические партии и избирательные системы⁹. Исследования в этой области анализируют, как медиа трансформируют внутренние процессы политических институтов, их взаимодействие с обществом и их легитимность.

Медиатизация политической коммуникации. В данном направлении исследования посвящены анализу воздействия медиа на структурные и содержательные аспекты политической коммуникации. В фокусе изучения находятся такие ключевые элементы, как организация политических дебатов, стратегии избирательных кампаний, формы взаимодействия между политическими акторами и гражданами, а также механизмы формирования общественного мнения. Современные исследования в данной области исследуют роль медиа в конструировании политических дискурсов, формировании политических идентичностей и детерминации моделей политического поведения.

Медиатизация политической культуры. В рамках данного направления рассматривается влияние медиа на процессы становления и трансформации политической культуры, включая систему политических ценностей, норм, убеждений и массовых представлений о политике. Академический дискурс

⁸ Hjarvard S. The Mediatization of Culture and Society. – London: Routledge, 2013. – 198 P.

⁹ Стрёмбек Й. Четыре этапа медиатизации политики // Журнал коммуникаций. – 2008. – Т. 58, № 2. – С. 209-237.

сосредоточен на изучении роли медиа в процессах политической социализации, развитии политической грамотности населения и активизации гражданского участия.

Медиатизация политики в цифровой среде. Это направление рассматривает не просто влияние технологий на политику, а фундаментальную пересборку самой политической материи под воздействием цифровых медиа. Социальные сети, мессенджеры и онлайн-платформы перестали быть лишь каналами передачи информации. Они превратились в инфраструктурную среду, где теперь зарождаются, кристаллизуются и разрешаются политические процессы. В фокусе анализа – как эта среда переопределяет базовые категории: от механизмов коммуникации (сдвиг от вещания к алгоритмическому диалогу) и форм участия (от институционального членства к ad-hoc мобилизации через хештеги) до самих технологий формирования общественной воли.

Исследования в этой области фиксируют двойственный эффект. Цифровая среда действительно демократизирует доступ к публичной речи, порождая феномены «гражданского журналиста» или сетевой самоорганизации. Однако параллельно она создает и новые уязвимости: архитектура платформ поощряет распространение дезинформационных кампаний, алгоритмически усиливает общественную поляризацию и открывает пространство для высокотехнологичных форм гибридного воздействия, включая кибератаки на информационную инфраструктуру.

Deep Mediatization (Глубокая медиатизация). Концепция Андреаса Хеппа («глубокая медиатизация») предлагает ключ для осмысления этой трансформации. Она утверждает, что мы перешли к фазе, где медиа не просто окружают социальные практики извне, а вплетены в саму их ткань. Медиа – это не посредники между политикой и обществом; они стали неотъемлемым элементом, конституирующим политическую реальность. Политика теперь «делается» в цифровой среде: от согласования позиций в закрытых чатах до публичных перформансов в прямых эфирах и алгоритмического таргетинга избирателей. Таким образом, глубокая медиатизация означает, что социальный мир, включая политику, не существует до

и вне медиа, а конституируется через постоянное взаимодействие с их всепроникающей логикой.

Тема медиатизации политики занимает важное место в современных исследованиях российских учёных, отражая растущую роль медиа в формировании политического ландшафта и поведения граждан в России. Существуют разнообразные подходы, разработана методология, изучены специфические аспекты взаимодействия медиа и политики в российском контексте.

Основные направления исследований российских учёных сосредоточены на следующих направлениях:

1. Теоретическое осмысление медиатизации политики. Российские учёные активно разрабатывают теоретические рамки анализа медиатизации, опираясь на работы зарубежных исследователей¹⁰, но адаптируя их к российским социокультурным и политическим условиям. Особое внимание уделяется анализу специфики российской модели медиатизации, учитывающей особенности политической системы, структуру медиаландшафта и уровень медиаграмотности населения. Среди отечественных исследователей в данном направлении следует отметить работы Е.Л. Вартановой¹¹, И.М. Дзялошинского¹², П.Н. Киричек¹³.

2. Влияние медиа на политическое участие и электоральное поведение. Исследования электоральной активности в России анализируют роль медиа в формировании политических предпочтений, мобилизации избирателей и влиянии на результаты выборов. Рассматривается влияние традиционных СМИ (телевидение, радио, газет) и новых медиа (социальные сети, блоги) на

¹⁰ Couldry N. A. Hepp A. The Mediated Construction of Reality. – Cambridge: Polity Press, 2018. – 256 P., Hepp A. Deep Mediatization – New York: Routledge, 2020. – 237 P., Hjarvard S. Mediatization and cultural and social Change: an institutional perspective. // Mediatization of Communication. / K. Lundby. – Berlin: De Gruyter Mouton, 2014. – P. 199–226.

¹¹ Вартанова Е. Медиатизация политики. // Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова. – URL: http://www.journ.msu.ru/blog/blog_vartanovoy/20.php. (дата обращения: 04.05.2025).

¹² Дзялошинский И. Дугин М. Медиапространство России: коммуникативные стратегии социальных институтов – Москва: АПК и ППРО. – 2013. – 479 с.

¹³ Киселев А. Г., Киричек П. Н. Тренды политической коммуникации в контексте социальной модернизации. // Вестник РУДН. – Сер.: Социология. – 2019. – Т. 19, № 2. – С. 322-336.

электоральный выбор различных групп населения. Работы Г.Г. Богомоловой, Л.Н. Тимофеевой, С.В. Володенкова¹⁴.

3. Медиатизация политических кампаний и имиджа политиков. Анализируется роль медиа в создании и продвижении имиджа политических лидеров и партий. В работах О.В. Гаврилова, А.А. Дегтярева, М.Ю. Павлютенковой исследуются стратегии медиакommunikации, используемые политическими акторами для достижения своих целей.

4. Распространение дезинформации и манипулирование общественным мнением. Российские учёные изучают механизмы распространения фейковых новостей, пропаганды и других форм дезинформации в российских СМИ и социальных сетях. Анализируется влияние дезинформации на политическое поведение и общественное сознание. Среди трудов исследователей данного направления работы И.М. Дзялошинского, А.А. Шарикова, Л.В. Матвеевой.

5. Медиа и политические протесты. Исследуется роль сетей и других цифровых платформ в организации и координации политических протестов. Анализируется влияние медиа на освещение протестных акций и формирование общественного мнения о них, следует выделить труды А.В. Чугунова, Д.П. Гавры¹⁵, С.Г. Давыдова.

6. Региональные аспекты медиатизации политики. Исследуется специфика медиатизации политики в различных регионах России, учитывая особенности местной медиасистемы, политической культуры и социально-экономического развития, посвящённые анализу региональных СМИ и их роли в политической жизни регионов, проблематика отражается в работах С. В. Володенкова, Е. Л. Вартановой, Е. А. Тороповой.

¹⁴ Володенков С. В. Влияние технологий интернет-коммуникаций на современные общественно-политические процессы: сценарии, вызовы и акторы. // Мониторинг. – 2019. – № 5 (153). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-tehnologiy-internet-kommunikatsiy-na-sovremennye-obshchestvennopoliticheskie-protsessy-stsenarii-vyzovy-i-aktory> (дата обращения: 28.09.2025).

¹⁵ Гавра Д. П., Топилин Д. М. Институциональные факторы развития современных политических коммуникаций в России. // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 6. Политология. Международные отношения. – 2017. – Т. 10, № 4. – С. 379-392.

Одной из основных проблем является ограниченность доступа к информации и сложность проведения независимых исследований в условиях политического давления. Перспективы дальнейших исследований связаны с развитием новых методологий анализа больших данных, использованием искусственного интеллекта для выявления дезинформации и изучением влияния цифровых технологий на политическое поведение граждан.

В целом, тема медиатизации политики активно разрабатывается российскими учёными, однако, необходимо дальнейшее развитие теоретических подходов, методологий и расширение эмпирической базы исследований для получения более глубокого и всестороннего понимания сущности этого сложного и многогранного процесса.

Современные подходы к исследованию проблем медиатизации политики, несмотря на их значимость в понимании сложных взаимосвязей между медиа и политикой, не лишены определённых ограничений. Критики выделяют следующие проблемы, нуждающиеся в более глубоком изучении:

- технологический детерминизм: некоторые подходы к медиатизации, особенно те, которые фокусируются на влиянии новых медиа, могут быть подвержены критике за технологический детерминизм, переоценивая роль технологий и недооценивая влияние социальных, экономических и политических факторов;

- европоцентризм в исследованиях медиатизации создает серьезные ограничения, поскольку большинство работ ориентированы на западные страны, а их выводы не всегда применимы к другим социокультурным контекстам, включая российский. Это связано с тем, что медиасистемы, политические культуры и социальные структуры в разных регионах мира могут принципиально отличаться. Например, в России медиа часто функционируют в условиях высокой государственной вовлеченности, а политическая коммуникация строится иначе, чем в либеральных демократиях Запада;

- недостаток внимания к микроуровню: некоторые подходы к медиатизации фокусируются преимущественно на макроуровне, анализируя

влияние медиа на политические институты и процессы в целом, и уделяют недостаточно внимания микроуровню, изучая, как медиа влияют на индивидуальное политическое поведение и формирование политических идентичностей.

В условиях новых социокультурных реалий, характеризующихся глобализацией, цифровизацией, поляризацией и ростом популизма, исследования медиатизации политики приобретают особую актуальность. Перспективными направлениями исследований в этой области являются:

- изучение влияния социальных сетей на политическую мобилизацию и протест: Анализ того, как социальные сети используются для организации и координации политических протестов, формирования новых политических движений и мобилизации граждан на участие в политической жизни;

- исследование роли дезинформации и фейковых новостей в медиатизированной политической среде: изучение механизмов и способов продвижения недостоверной информации в сети, их роль в изменении общественного мнения, влиянии на происходящие политические события, предложения стратегий противостояния дезинформации;

- анализ роли алгоритмов в динамике политической коммуникации, формировании и развитии политических идентичностей: исследования процесса влияния алгоритмов социальных сетей и поисковых систем на формирование политических «пузырей фильтров», усиление поляризации общества, изменение политического поведения;

- сравнительный анализ медиатизации политики в различных социокультурных контекстах: изучение специфики медиатизации политики в странах с разными политическими системами, медиасистемами и культурными традициями;

- разработка новых теоретических подходов к медиатизации, учитывающих особенности новых социокультурных реалий: потребность в разработке новых теоретических подходов, учитывающих взаимосвязь

технологических, социальных и политических факторов в новых условиях медиатизированной политической среды.

Современные исследования в области медиатизации политики открывают новые методологические перспективы для анализа сложной системы взаимодействий между медиасистемами, политическими акторами и обществом. Данный междисциплинарный подход позволяет выявить фундаментальные трансформации политической коммуникации в условиях цифровой эпохи, характеризующейся переходом от традиционных медиа к гибридной медиасреде. В то же время, дальнейшее развитие теории медиатизации требует критического осмысления ограничений существующих исследовательских парадигм, выработки комплексных аналитических моделей, адекватно отражающих современные социокультурные реалии.

Актуальность изучения процессов медиатизации политики в контексте современных социокультурных трансформаций определяется следующими ключевыми аспектами:

1. Современные социокультурные условия выступают значимым детерминирующим фактором, оказывающим существенное влияние на динамику политических и медийных процессов. Данный тезис требует эмпирической верификации через призму различных исследовательских парадигм.

2. Динамика развития и расширения влияния цифровизации, что проявляется в возрастании роли интернета и социальных сетей в политической коммуникации. Изменяются способы получения информации и формирования общественного мнения. Формируются новые формы политического участия и мобилизации.

3. В новых технологических и политических условиях содержательно изменяются процессы глобализации, что проявляется в следующих направлениях: возрастает взаимосвязанность политических процессов на международном уровне; усиливается влияние международных медиа на внутреннюю политику стран; распространяются глобальные политические тренды и идеологии через медиа.

4. Поляризация позиций политических акторов приобретает новые характеристики: усиливаются идеологические разногласия и возрастает политическая конфронтация; происходит широкое распространение дезинформации и фейковых новостей; формируются «пузыри фильтров» и эхо-камеры в социальных сетях.

5. Политические процессы наполняются популистским содержанием, приобретают поверхностный театральный характер, что проявляется в следующем: наблюдается рост популярности политических лидеров, апеллирующих к «простым людям»; медиа используются для прямой коммуникации с избирателями, минуя традиционные политические институты; политические сообщения упрощаются, акцент в сообщениях делается на эмоциональном восприятии.

Существующие концептуальные подходы содержательно отмечаются следующими особенностями (см. таблицы 1, 2, 3).

Существующие концепции медиатизации политики.

	Актуальность:	Современное применение:
Теория установления повестки дня		
	по-прежнему важна для понимания того, как медиа определяют, какие проблемы становятся приоритетными для общества	анализ того, как алгоритмы социальных сетей влияют на формирование новостной повестки дня
Теория культивирования		
	Помогает понять, как длительное воздействие медиа формирует у зрителей определенное восприятие политической реальности.	Исследование влияния онлайн-игр и социальных сетей на политические взгляды молодежи

Таблица 1. Ранние подходы (с акцентом на эффекты) в современных условиях.

	Актуальность:	Современное применение:
Медиадиалогика		
	Позволяет анализировать, как политические акторы адаптируются к	Исследование использования политиками деятелями социальных сетей для прямой коммуникации с

	требованиям медиа, чтобы привлечь внимание аудитории.	избирателями, минуя традиционные медиа.
Персонализация политики		
	Помогает понять, почему политические лидеры все чаще делают акцент на своих личностных качествах, а не на идеологиях	Анализ влияния медиаобразов политических лидеров на их популярность в социальных сетях.

Таблица 2. Подходы, фокусирующиеся на медиатизации (адаптация политики к медиа-логике).

	Актуальность	Современное применение:
Медиатизированные миры¹⁶		
	Позволяет понять, как медиа формируют саму структуру политических отношений и институтов.	Исследование влияния социальных сетей на организацию политических протестов и мобилизацию граждан.
Глубокая медиатизация¹⁷:		
	Помогает понять, как медиа проникают во все сферы жизни, формируя повседневные практики и политические идентичности	Анализ влияния цифровых технологий на политическую социализацию молодежи.
Сетевое сообщество:		
	Позволяет анализировать новые формы политической коммуникации, участия и мобилизации в цифровой среде.	Исследование влияния социальных сетей на формирование политических «пузырей фильтров» и эхо-камер

Таблица 3. Современные подходы (медиа как конституирующий элемент политики).

¹⁶ Hjarvard, S. The mediatization of religion: A theory of the media as agents of religious change. Northern Lights: Film & Media Studies Yearbook. – 2008 – № 6 (1). – P. 9-26.

¹⁷ Hepp A. Cultures of Mediatization. – Cambridge: Polity, 2013. – 180 pp.

Среди названных концептуальных теорий выделим несколько, наиболее обсуждаемые в научном дискурсе. Так широкую дискуссию вызвала концепция Deep Mediatization (Глубокая медиатизация) Андреаса Хеппа (Hepp)¹⁸.

Сущность концепции Андреаса Хеппа. В отличие от традиционных подходов к медиатизации, которые рассматривают медиа как внешний фактор, влияющий на социальные процессы, А. Хепп утверждает, что медиа стали неотъемлемой частью самой социальной ткани. Медиа не просто отражают мир, они активно участвуют в его создании, оказывая глубокое воздействие на наш опыт, самосознание и социальные связи. Это влияние многогранно и обусловлено следующими факторами:

1. Проникновение медиа: современная жизнь немыслима без медиа. Они пронизывают во все аспекты нашей деятельности – от личной сферы и семейных отношений до работы, образования и политики, став неотъемлемой частью повседневной рутины.

2. Трансформация социальных практик: медиа не просто дополняют существующие социальные практики, а кардинально их преобразуют. Меняются способы нашего общения, обучения, потребления информации и участия в политической жизни.

3. Современное общество существует в условиях комплексной медиа экосистемы, которая выполняет функцию ключевого агента социализации, формируя когнитивные схемы восприятия реальности, ценностные ориентации и поведенческие паттерны индивидов. Динамичность среды означает, что политическая грамотность сегодня – это в первую очередь медийная и алгоритмическая грамотность. Чтобы действовать эффективно, актору (будь то гражданин, движение или институт) необходимо постоянно адаптироваться не только к меняющейся повестке, но и к трансформациям самих платформ:

¹⁸ Hepp A. Deep Mediatization. – London: Routledge, 2019. – 260 P.; Couldry, N., Hepp, A. The Mediated Construction of Reality. Cambridge, 2017, – 290 P.; Malden, MA: Polity Press. – 2016. – № 41 (4) – P. 643-646

обновлениям интерфейсов, изменениям в алгоритмах ранжирования, миграции аудиторий между сервисами.

4. Конструирование идентичности в условиях алгоритмической оптимизации. Современные цифровые платформы стали ключевыми площадками для формирования и перформанса как индивидуальной, так и коллективной идентичности. Этот процесс далёк от пассивного отражения «я» во внешний мир. Он представляет собой активное, но обусловленное конструирование – непрерывный диалог пользователя с интерфейсами, алгоритмами и социальными нормами самой платформы. Мы создаём и корректируем свой цифровой образ через тщательный отбор публикаций, стратегии взаимодействия и стилистику самопрезентации, но делаем это в рамках жёстких возможностей, заданных дизайном кнопок, форматов контента и невидимыми правилами видимости.

5. Алгоритмическая регуляция как архитектор реальности. Это конструирование идентичности происходит под всеобъемлющим влиянием алгоритмической регуляции. Каждое действие в цифровой среде оставляет следы данных, которые агрегируются и анализируются системами машинного обучения. Эти системы выполняют двойную функцию: они не только прогнозируют поведенческие паттерны, но и активно формируют информационную диету и социальный контекст пользователя. Персонализированные ленты новостей, рекомендации сообществ и релевантная реклама создают уникальную, «подогнанную» под цифровой профиль среду обитания. Таким образом, алгоритмы не просто обслуживают запросы – они задают рамки восприятия мира, предлагая готовые смысловые и идентификационные пакеты (от политических взглядов до культурных предпочтений), что превращает цифровую идентичность в продукт ко-производства человека и машины.

6. Медиатизация как фактор культурной трансформации. Распространение цифровых медиа приводит к глубоким сдвигам (profound shifts) в культурных практиках и социальных взаимодействиях. Медиа не просто отражают изменения, но и выступают активными агентами культурной динамики, переопределяя нормы, ценности и способы коммуникации в глобальном масштабе. Этот процесс

сопровождается как демократизация культурного производства (democratization of cultural production), так и новыми формами цифрового неравенства.

Оригинальность подхода Андреаса Хеппа заключается в следующем:

- **Радикальный взгляд на роль медиа:** Хепп выходит за рамки традиционных теорий медиатизации, утверждая, что медиа не просто оказывают влияние на политику, культуру или общество, а активно их формируют.

- **Акцент на повседневном опыте:** в отличие от других подходов, концепция глубокой медиатизации концентрируется на том, как медиа воздействуют на повседневную жизнь обычного человека, а не только на масштабные политические или социальные процессы. **Внимание к цифровым технологиям:** Хепп подчёркивает роль цифровых технологий в усилении медиатизации и создании новых вызовов для общества.

В тоже время данная концепция не лишена недостатков, во влиянии на социум исследователи выделяют её зависимость от медиа, недооценка роли экономических, политических, социокультурных факторов. Кроме того, концепция глубокой медиатизации сложна для эмпирического исследования, трудно изучать влияние медиа на глубинном уровне. Влияние других социокультурных условий, в отличие от западных, где она разрабатывалась, может существенно изменить эффективность использования.

Концепция Deep Mediatization представляет собой теоретическую модель, рассматривающую процесс медиатизации как комплексное и всеобъемлющее явление, пронизывающее различные сферы общества и аспекты человеческой жизни. В отличие от традиционных подходов, которые воспринимают медиа исключительно как отдельный канал передачи информации, данная концепция акцентирует внимание на глубокой интеграции медиа в повседневные практики, социальные взаимодействия и процессы конструирования идентичности.

Концепция коммуникативных фигураций, связанная с подходами Норберта Элиаса, позволяет анализировать динамику и взаимосвязи между акторами в процессе коммуникации, выходя за рамки статичных моделей и акцентируя

внимание на формировании и эволюции коммуникативных паттернов в конкретных социальных контекстах.

Концепция «коммуникативных фигураций» (communicative figurations) является относительно новым подходом в исследованиях медиатизации, который стремится интегрировать теорию медиатизации с социологией знания и подходами, основанными на работах Норберта Элиаса. Основная идея заключается в том, что медиа не просто влияют на отдельные аспекты социальной жизни, а активно участвуют в формировании социальных отношений, знаний и представлений о мире, создавая сложные взаимозависимые сети. Авторами являются Андреас Хепп, один из ключевых разработчиков¹⁹, Ник Колдри²⁰, Норберт Элиас²¹. Хотя сам Элиас не занимался исследованиями медиа, его социологическая теория является основой для концепции коммуникативных фигураций. Основные положения концепции заключаются в следующем:

1. Фигурация как ключевое понятие: концепция заимствует понятие «фигурация» у социолога Норберта Элиаса. Фигурация – это динамичная и взаимозависимая сеть индивидов и групп, чьи действия и отношения взаимно обусловлены. Коммуникативные фигурации, соответственно, – это сети взаимозависимостей, формируемые и поддерживаемые коммуникацией, особенно посредством медиа.

2. Взаимозависимость. Подчёркивается взаимозависимость между отдельными акторами, медиа и социальной структурой. Ни один из этих элементов не может быть понят вне контекста взаимосвязей с другими. Медиа не только влияют на акторов, но и сами формируются под влиянием акторов и социальных структур.

¹⁹ Hepp A., Krotz F. & Thomas T. Communicative figurations: Transforming communications in times of mediatization. // Palgrave Macmillan. 2018. – 444 P.

²⁰ Couldry N. & Hepp A. Conceptualizing mediatization: Contexts, traditions, arguments. // Communication Theory. – 2013 – № 23 (3). – P. 191-214.

²¹ Elias N. The Civilizing Process: Sociogenetic and Psychogenetic Investigations - An overview and assessment. // History and Theory. – № 49(3). – P. 384-411

3. Динамичность и процессуальность. Коммуникативные фигурации – это динамичные и постоянно изменяющиеся системы. Отношения внутри фигурации постоянно перестраиваются, под влиянием внутренних и внешних факторов.

4. Медиа как активные участники. Медиа рассматриваются не просто как инструменты коммуникации, а как активные участники формирования социальных отношений и знаний. Медиа формируют повестку дня, определяют правила игры и влияют на способы взаимодействия между людьми.

5. Легитимация и нормализация. Коммуникативные фигурации играют важную роль в легитимации определённых знаний, ценностей и норм, а также в исключении других. Медиа участвуют в формировании «здорового смысла» и укреплении определённых социальных порядков.

Концепция «медиатизированных миров» (Mediatized Worlds) является теоретической основой для анализа медиатизации политики в современных социокультурных реалиях в цифровой культуре, в условиях поляризации. Концепция медиатизированных миров, предложенная Стигом Хьярвардом²², представляет собой более широкий взгляд на медиатизацию, чем просто воздействие медиа на отдельные аспекты жизни. Медиа стали неотъемлемой частью нашей социальной реальности, формируя наши институты, отношения и даже само наше восприятие мира. Это означает, что медиа не просто влияют на мир, но и создают его, вплетаясь в саму структуру нашей жизни. Создают структуру социальных отношений, институтов и индивидуального опыта.

Ключевые элементы концепции:

- *Медиа в системе социальных институтов.* Современные медиа анализируются как самостоятельные институциональные структуры, равны по силе воздействия с такими традиционными социальными институтами, как государственная власть, институт семьи или религиозные организации. Они имеют собственную нормативную базу, внутреннюю логику функционирования и значительное влияние в обществе.

²² Hjarvard S. The mediatization of everything: An overview of the concept. In Mediatization: Concept, changes, consequences. // Peter Lang. – 2011. – P. 1-26.

- **Универсальность медиа воздействия.** Медиа технологии проникают и трансформируют все области человеческой деятельности – от сферы управления и хозяйственных отношений до культурных процессов и межличностных коммуникаций.

- **Опосредованность социальных практик.** Современные формы социального взаимодействия все чаще осуществляются через медиа посредников, что приводит к изменению традиционных моделей поведения и коммуникации в обществе. Многие наши социальные практики (например, общение, обучение, потребление, политическое участие) осуществляются через медиа.

«Медиа-архитектура» – это не просто технический термин; это протокол реальности, набор правил, по которым действительность кодируется, фрагментируется и доставляется аудитории. Такие характеристики, как стремление к сенсационности и персонализация, – не случайные искажения, а системные особенности, определяющие саму возможность того, что станет фактом, событием или проблемой в публичном поле. Политическое высказывание, не упакованное в визуальный образ или лишенное эмоционального заряда, попросту не существует в этой архитектуре.

Как следствие, «медиа-тизированные миры» – это не побочный эффект, а базовая структура современного политического опыта. Не существует единой «русской повестки дня» – есть параллельные и часто несоизмеримые повестки федеральных телеканалов, патриотических пабликов «ВКонтакте», оппозиционных Telegram-каналов и нишевых интеллектуальных подкастов. Гражданин существует не в «обществе», а на стыке нескольких таких медиа-миров, вынужденный постоянно совершать работу по их согласованию. Это и есть источник той самой дезориентации: политическая реальность дробится на набор конкурирующих симулякров, а не на интерпретации общего фактального базиса.

Таким образом, концепция медиа-тизированных миров переводит исследовательский фокус с анализа сообщений на анализ сред. Она заставляет задаваться вопросами не о том, «правдиво ли сказало медиа», а о том, какую реальность оно технически способно сконструировать. Это ключ к пониманию

современной политической динамики, где борьба за власть есть во многом борьба за доминирование в конкретном медиатизированном мире или за навязывание перевода между мирами.

Особое внимание заслуживает работа российского учёного Д. П. Гавры, который вводит понятие «транзакционной медиатизации»²³ для анализа медиаосвещения политических инцидентов. Его методологический подход подчёркивает интерактивный характер медиатизации, акцентируя взаимное влияние медиа и прочих социальных акторов. В этом контексте медиа рассматриваются не только как инструменты передачи информации, но и как активные участники в формировании и развитии политических конфликтов и кризисов. В отличие от моделей, рассматривающих медиатизацию как односторонний процесс воздействия медиа на общество, Гавра Д.П. предлагает транзакционную модель. Это предполагает, что медиа и другие социальные акторы (политики, общественные организации, граждане) активно взаимодействуют друг с другом, совместно формируя содержание и характер медиареальности.

Ключевые аспекты транзакционной медиатизации включают:

- **Взаимообусловленность:** Медиа оказывают влияние на поведение и стратегии политических акторов, в то время как сами политические акторы стремятся использовать медиа для достижения своих целей и контролировать информационное пространство.
- **Адаптация и переговорный процесс:** В процессе взаимодействия между медиа и политическими акторами постоянно происходит адаптация к требованиям друг друга и пересмотр стратегий. Фактически, идёт непрерывный торг о правилах игры.
- **Совместное конструирование реальности:** медиа и политические акторы являются соавторами медиареальности, которая, в свою очередь, влияет на формирование общественного мнения и принятие политических решений.

²³ Гавра Д. П. Медиатизация 2.0 в процессах политической мобилизации в цифровом социуме // Медиа в современном мире. 60-е Петербургские чтения. СПб., 2021. – Т. 2. – С. 195-196.

- Значение транзакционной модели: подход Д. П. Гавры подчёркивает, что медиатизация – это сложный и многоаспектный процесс, где роль медиа не сводится к простому отражению событий, а включает активное участие в создании социальной и политической реальности.

Подход Д.П. Гавры выводит анализ медиатизации из сферы чистого функционализма в плоскость стратегического взаимодействия и торга. Его концепция транзакционной медиатизации особенно релевантна для российского гибридного медиаландшафта, где медиа редко выступают независимыми акторами, но и не являются простыми рупорами. Скорее, они становятся полем и инструментом для сложных транзакций между властью, бизнесом и обществом. В этих сделках обмениваются не только деньги, но и символический капитал, лояльность, доступ к аудитории и политическая повестка. Так, государство может предоставлять «привилегированный доступ» лояльным изданиям, получая взамен контроль над ключевыми нарративами, в то время как условно независимые СМИ могут торговать своей критичностью, балансируя на грани допустимого для поддержания репутации и аудитории.

Особую ценность имеет анализ событийной медиатизации, который превращает теорию в точный инструмент для вскрытия механики конкретных политических кризисов. Рассмотрение, как тот или иной инцидент (от протестной акции до международного скандала) проходит через разные медийные «цеха» – от телевизионных ток-шоу до Telegram-каналов, – позволяет картографировать саму архитектуру производства смысла. Это показывает не просто «влияние» медиа, а то, как они становятся соавторами политического события, конкурируя или солидаризируясь в его интерпретации. Таким образом, теория Гавры помогает увидеть медиатизацию не как абстрактный фон, а как совокупность конкретных технологий власти, где производство новостей является формой политического действия.

Таким образом, рассмотрев основные теоретические подходы, содержание и терминологию медиатизации, концептуализацию феномена медиатизации политики, следует отметить, что представленные подходы не являются

универсальными, отражающими всю многогранность проблематики. Для адекватного понимания процесса медиатизации политики в современных социокультурных реалиях необходим комплексный подход, учитывающий как влияние медиа, так и процессы адаптации политики к медиа-логике, роль медиа как конституирующего элемента политической реальности. Особое внимание следует уделять изучению влияния цифровых технологий на политику и медиа, а также анализу рисков и возможностей, связанных с медиатизацией.

1.2. Генезис социокультурных реалий: сущность, принципы определения понятия

Для всестороннего исследования процесса медиатизации политики необходимо чёткое понимание контекста, в котором этот процесс разворачивается. В связи с этим, определение и анализ понятия «социокультурные реалии» приобретает первостепенное значение. Игнорирование социокультурного контекста может привести к упрощённому и неполному пониманию механизмов медиатизации и её последствий.

Данный параграф посвящён рассмотрению генезиса и сущности социокультурных реалий как основы для анализа трансформации политической сферы под воздействием медиа. Понимание исторической эволюции, ключевых характеристик и динамики социокультурных реалий позволяет выявить глубинные факторы, определяющие специфику медиатизации политики Российской Федерации, как многонационального государства с учётом сложившейся политической структуры, многовековой истории с поликонфессиональным составом населения. Без учёта этих факторов невозможно адекватно оценить влияние медиа на политические институты, политическую коммуникацию, политическое участие и политическую культуру.

Понимание генезиса и сущности социокультурных реалий является ключевым для анализа трансформации политики под воздействием медиа.

В научной литературе существует множество подходов к определению социокультурных реалий. Классические социологические теории (Э. Дюркгейм, М.

Вебер) рассматривали социальную реальность как объективно существующую структуру, определяющую поведение индивидов. Социальные институты, нормы и ценности представлялись как внешние факторы, формирующие сознание и деятельность людей. Однако, начиная с периода феноменологической социологии (А. Шюц, П. Бергер, Т. Лукман), акцент смещается на конструирование социальной реальности в процессе социального взаимодействия.

Социокультурные реалии, с этой точки зрения, представляют собой intersubjective конструкции, создаваемые и поддерживаемые посредством языка, коммуникации и символического взаимодействия. Они не являются «объективными» в смысле независимого существования от сознания и деятельности людей, но обладают социальной объективностью, то есть признаются и разделяются большинством членов общества.

К социокультурным реалиям можно отнести:

- Ценности и нормы: представления о должном и не должном поведении, которые регулируют социальные отношения. (Например, ценность демократии, норма политической корректности).
- Знания и убеждения: представления о мире, которые формируют мировоззрение и определяют способы интерпретации событий, (например, научные знания, политические идеологии).
- Символы и ритуалы: объекты и действия, которые наделяются особым значением и используются для выражения идентичности и укрепления социальных связей. (Например, национальный флаг, политические церемонии).
- Социальные институты: устойчивые формы организации социальной жизни, которые регулируют определенные сферы деятельности. (Например, государство, партии, медиа).
- Идентичности: представления о себе и своей принадлежности к определенной социальной группе. (Например, национальная идентичность, политическая идентичность).

Социокультурная реальность – это совокупность социально-культурных образов, ценностей, норм, символов, которые формируют восприятие мира,

определяют поведение и взаимодействие участников общества. Согласно работам Мишеля Фуко²⁴ и Пьера Бурдьё²⁵, «реальность – это социально сконструированная матрица, в которой индивиды и группы взаимодействуют и создают смысл».

В контексте медиатизации политики важно подчеркнуть, что медиа играют ключевую роль в конструировании социокультурных реалий. Медиа формируют образы политических лидеров, транслируют политические идеологии, создают повестку дня и определяют способы обсуждения политических вопросов. Таким образом, медиа не просто отражают социальную реальность, но активно участвуют в ее формировании

Классические социологические теории, разработанные Э. Дюркгеймом, М. Вебером и К. Марксом, предлагают фундаментальные концепции для анализа медиатизации политики в современных социокультурных реалиях.

Основу для понимания влияния медиа на формирование общественного мнения и коллективного сознания следует рассматривать в концепции социальных фактов Э. Дюркгейма. В контексте медиатизации политики, концепция социальных фактов позволяет анализировать каким образом медиа устанавливают рамки для политических дискуссий, определяя вектор и границы значимости обсуждаемых проблем. В своих работах, прежде всего наиболее значимых «О разделении общественного труда»²⁶ и «Элементарные формы религиозной жизни»²⁷, автор подчёркивал роль общества в формировании индивидуального сознания через механизмы социального принуждения и коллективного сознания.

Медиа, представляя собой институты, производящие и распространяющие информацию, могут рассматриваться как каналы трансляции социальных фактов. Медиа определяют, какие темы становятся общественно значимыми, какие мнения считаются приемлемыми, и какие формы поведения одобряются или осуждаются. Э. Дюркгейм определял коллективное сознание как совокупность убеждений и

²⁴ Foucault M. Surveiller et punir: Naissance de la prison. – Paris: Gallimard, 1975. – 328 P.

²⁵ Bourdieu P. Distinction. – London: Routledge & Kegan Paul, 1994. – 632 P.

²⁶ Дюркгейм Э. О разделении общественного труда. – М.: Канон, – 1996.

²⁷ Дюркгейм Э. Элементарные формы религиозной жизни. – М.: Восточная литература РАН, 2018 – 808 с.

чувств, общих для членов одного и того же общества²⁸. Медиа, распространяя определённые нарративы, образы и символы, способствуют формированию и укреплению этого коллективного сознания. Медиа создают общие рамки понимания мира, которые разделяются большинством членов общества. В периоды социальных изменений, когда старые нормы и ценности теряют свою силу, а новые ещё не сформировались, возникает состояние аномии. Медиа могут как способствовать преодолению аномии, предлагая новые ценности и ориентиры, так и усугублять ее, распространяя противоречивую информацию и подрывая доверие к традиционным институтам.

Влияние медиа реализуется через распространение общих ценностей и норм, способствуют укреплению социальной солидарности. Например, освещение национальных праздников или спортивных событий может создавать чувство общности и принадлежности к одной нации. Предлагая темы для общественного обсуждения, определённые точки зрения медиа задаёт вектор общественных дискуссий. Например, освещение политических дебатов или социальных проблем может влиять на восприятие в обществе этих вопросов, поддерживаемых решений. Значима роль медиа с позиции социального контроля, формулируя приемлемые и неприемлемые формы поведения.

Например, положительное освещение действий террористических групп в российской прессе в конце XIX сформировало соответствующее общественное мнение²⁹, в результате чего террористы получали минимальные сроки или вообще освобождались от наказания за террористические преступления. Так же для укрепления существующих правил и предупреждения других о возможных последствиях, медиа способны оказывать своё воздействие в нужном для государства русле. Медиа, с точки зрения Э. Дюргейма, могут рассматриваться как мощный инструмент для трансляции и укрепления этих коллективных представлений. Изучение коллективного сознания, формируемого медиа,

²⁸ Дюркгейм Э. О разделении общественного труда. – М.: Канон, 1996. – С. 87.

²⁹ Бик-Булатов А.Ш. История отечественной публицистики XIX – XX веков: дискурсы нигилизма. – Казань: Казан. гос. ун-т, 2010. – С.124.

позволяет осознать влияние медиа на создание общих ценностей, норм и убеждений, влияющие на политическое поведение и легитимность власти. Медиа как институт, формируют социальные факты и поддерживают коллективное сознание в отношении политических вопросов (например, как освещение выборов влияет на явку избирателей, или как медиа конструируют образ «врага» в политической риторике)³⁰.

Социологическая теория Макса Вебера предоставляет ценные инструменты для анализа рационализации политической сферы, формирования идеальных типов политических лидеров и использования понимающей социологии для интерпретаций медиасообщений³¹. Рационализацию Вебер рассматривал как процесс возрастающего доминирования рационального мышления и действия, основанного на расчёте и эффективности, в различных сферах общественной жизни, включая и политику. Это проявляется в бюрократизации, формализации и инструментальном подходе к достижению целей.

Медиатизация политики ведёт к рационализации политической коммуникации. Политические кампании становятся более профессиональными, ориентированными на целевую аудиторию и использующими данные для оптимизации своих сообщений. Алгоритмы социальных сетей рационализируют распространение политической информации, отбирая и фильтруя контент на основе предпочтений пользователей. Медиалогика, с её требованиями к скорости, простоте и зрелищности, рационализирует политический дискурс, упрощая сложные проблемы и сводя их к кратким лозунгам и эмоциональным образам. Изучение влияния алгоритмов на поляризацию общества и формирование политических «пузырей» позволяет формировать вывод о процессе рационализации политической информации.

Идеальные типы по Веберу – аналитические конструкции, созданные путём акцентирования определённых черт реальности. Они не являются отражением реальности, служат инструментом для её понимания и сравнения. Вебер выделяет

³⁰ Durkheim E. *The Rules of Sociological Method*. – New York: Free Press. 1982 – 264 P.

³¹ Вебер М. *Избранные произведения*. – М.: Прогресс, 1990. – 808 с.

различные типы легитимного господства: традиционное, харизматическое и рационально-легальное³².

Медиатизация политики проявляется в создании и трансляции идеальных типов политических лидеров, партий, движений. Медиа формируют образы «героического лидера», «компетентного менеджера», «народного защитника», которые влияют на восприятие политических акторов и их легитимность. Медиа также используют отдельные типы для упрощения сложных политических ситуаций, создавая уплощенные и стереотипные образы «врага» или «героя».

Социология акцентирует важность интерпретации смыслов и мотивов, лежащих в основе социального действия, позволяет анализировать, как различные группы населения воспринимают и интерпретируют политические медиасообщения. Она помогает понять, какие ценности, убеждения и интересы формируют восприятие политической информации и как медиа влияют на политическую идентичность. Важно учитывать, что разные аудитории могут по-разному интерпретировать одни и те же медиа-сообщения, в зависимости от их социокультурного контекста и личного опыта.

Марксистский подход рассматривает культуру и идеологию как надстройку над экономическим базисом, то есть как отражение и легитимацию существующих экономических отношений. В контексте медиатизации политики это означает, что медиа, будучи частью этой надстройки, играют ключевую роль в продвижении интересов доминирующего класса и в формировании идеологии, которая поддерживает существующий порядок³³.

Основные тезисы социологической теории К. Маркса заключаются в следующем:

Карл Маркс утверждал, что экономический базис (способы производства и отношения собственности) определяет надстройку, которая включает в себя культуру, идеологию, политику и право. Это означает, что культура и идеология не

³² Weber M. The Theory of Social and Economic Organization. – New York: Free Press 1947. – 436 P.

³³ Маркс К. К критике политической экономии. // Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. – Изд. 2-е. – Т. 13. – С. 1-167.

являются нейтральными или независимыми, а служат для поддержания и легитимации существующих экономических отношений.

Маркс рассматривал идеологию как ложное сознание, которое скрывает реальные отношения эксплуатации и неравенства. Идеология представляет интересы доминирующего класса как общие интересы всего общества и тем самым предотвращает осознание угнетёнными классами своего положения³⁴.

Теория классовой борьбы: общество разделено на классы с противоположными экономическими интересами. Классовая борьба является движущей силой истории и проявляется во всех сферах общественной жизни, включая культуру и идеологию³⁵.

В контексте классовой борьбы, медиатизация политики, собственно медиа рассматриваются как инструмент классового господства. Медиа принадлежат или контролируются представителями доминирующего класса и используются для распространения идеологии, которая поддерживает их интересы. Медиа также могут использоваться для отвлечения внимания от реальных проблем и для манипулирования общественным мнением. Продвигаемые ценности и убеждения, особенности представления «героя» и «врага» в медийных образах, отражают идеологическое содержание медиа.

Марксистский подход, подчеркивающий роль экономических отношений в формировании культуры и идеологии, позволяет анализировать, как медиа используются в качестве инструмента классового доминирования и идеологической борьбы. Маркс указывал на то, что господствующие идеи в обществе являются идеями господствующего класса.

В контексте медиатизации политики, этот подход позволяет исследовать, как медиа концентрируют власть в руках элит и как они распространяют идеологии, поддерживающие существующий порядок. То есть медиа становятся инструментом для продвижения определённых экономических интересов и

³⁴ Идеология (по Марксу) | PPE-shaninka-2023 вики | Fandom

³⁵ Маркс К. Восемнадцатое брюмера Луи Бонапарта. // Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. – Изд. 2-е. – Т. 8. – С. 115-217.

политических идеологий, способствуют созданию ложного сознания, отвлекая внимание от реальных проблем и осознанию неравенства.

Таким образом, медиа играют ключевую роль в формировании политического сознания граждан. Они определяют, какие политические события следует освещать, какие политические лидеры получают известность, и какие политические идеологии распространяются. Медиа также могут использоваться для манипулирования общественным мнением и укрепления власти определённых политических групп, что подтверждается рядом примеров в том числе, в ходе выборных процессов, тональность и содержания материалов, освещающих выборы в целом. Формируют общественное мнение, используя определённые образы, нарративы и символы. Они могут акцентировать внимание на тех или иных аспектах в программах, опыте, личных качествах кандидатов, преувеличивая выигрышные стороны и затеняя, преуменьшая или умалчивая о сомнительных или откровенно негативных фактах из информационного багажа кандидатов³⁶.

Теоретические концепции культурологии предлагают эффективную методологическую базу для исследования трансформаций в сфере политических коммуникаций. В условиях цифровой эпохи эти научные подходы приобретают особую значимость для анализа взаимодействия медиа и политики. Современные гуманитарные исследования все чаще обращаются к культурологическим парадигмам при изучении: закономерностей развития медиaprостранства; особенностей формирования новых форм политического дискурса; механизмов адаптации традиционных институтов к цифровой среде.

Особый интерес в этой области представляют теории культурной динамики, разработанные П.А. Сорокиным и А. Дж. Тойнби. Данные теории, несмотря на определённые различия, предлагают циклический взгляд на исторический процесс, акцентируя внимание на факторах, определяющих возникновение, развитие и трансформацию социокультурных систем. Рассмотрим кратко ключевые положения теорий П.А. Сорокина и А. Дж. Тойнби в контексте генезиса

³⁶ Маслюк Д С. Фактор зарубежных средств массовой информации в избирательных кампаниях современной России. // Вестник УМЦ. – 2025. – №1 (46). – С.19-23.

социокультурных реалий, сопоставления их общих черт и различий, а также их применимости для исследования современных социокультурных процессов.

Теория социокультурной динамики П.А. Сорокина: цикличность ценностных ориентаций. В своей фундаментальной работе «Социальная и культурная динамика» П.А. Сорокин предлагает концепцию социокультурных суперсистем, представляющих собой интегрированные системы ценностей, знаний и социальных институтов. Он выделяет три основных типа суперсистем: идеациональную, чувственную и идеалистическую. Идеациональная суперсистема Питирма Сорокина характеризуется доминированием духовных ценностей, верой в сверхъестественное, ориентацией на аскетизм и альтруизм. В рамках данной системы социокультурные реалии (ценности, нормы, искусство, социальные институты) генерируются на основе религиозных догматов и духовных принципов. Например, религиозное искусство средневековой Европы, моральные нормы, основанные на заповедях, и социальные институты, подчинённые духовным целям, являются проявлениями идеациональной суперсистемы.

Отметим, что чувственная суперсистема отличается преобладанием материалистических ценностей, ориентацией на чувственные удовольствия, эмпирическим познанием и научным прогрессом. Генезис социокультурных реалий в этой системе обусловлен стремлением к комфорту, практичности и удовлетворению материальных потребностей. Примерами являются развитие технологий, эмпирическая наука, массовая культура, ориентированная на развлечение и потребление. Идеалистическая суперсистема представляет собой переходную форму, сочетающую элементы идеациональной и чувственной систем. В ней наблюдается стремление к гармонизации духовных и материальных ценностей, к синтезу веры и разума.

Согласно П.А. Сорокину, история представляет собой циклический процесс смены доминирующих суперсистем. Когда одна система исчерпывает свой потенциал и не может адекватно отвечать на вызовы времени, происходит переход к другой. Генезис новых социокультурных реалий связан с доминированием определённой суперсистемы и определяется ее ценностными ориентациями.

Например, кризис религиозных ценностей и рост интереса к науке и технологиям свидетельствует о переходе от идеациональной к чувственной суперсистеме.

Концепция Тойнби о «вызове-ответе» предлагает мощную линзу для анализа генезиса социокультурных реалий, в том числе и в современном политическом контексте. С этой точки зрения, цифровая трансформация и медиатизация представляют собой комплексный вызов для политических систем, бросая им вызов в сферах легитимности, коммуникации и социальной интеграции. Ответом на этот вызов становятся новые политические практики, институты и нарративы. Например, вызов информационной перегрузки и фрагментации публичной сферы порождает ответ в виде алгоритмической персонализации и создания централизованных медиа-платформ, которые выступают современным аналогом «ирригационных систем» для управления смысловыми потоками. «Творческое меньшинство» в этой парадигме – это не только политическая элита, но и технологические архитекторы, инфлюенсеры и администраторы ключевых цифровых сообществ, чьи инновации формируют новые модели политического поведения («мимесис»).

Сравнивая подходы Сорокина и Тойнби, можно увидеть, что они задают разные, но взаимодополняющие векторы анализа. Сорокин фокусируется на внутренней циклической динамике ценностных систем (идеациональная, чувственная, идеалистическая культуры), объясняя смену медийных режимов и политических дискурсов глубинной трансформацией коллективных ценностей. Тойнби, напротив, смещает акцент на внешний механизм адаптации: политические и медийные системы трансформируются как ответ на конкретные вызовы – технологические, геополитические, социальные. Их синтез позволяет рассматривать современные процессы медиатизации и как следствие внутренней эволюции культуры в сторону чувственной фазы (с её культом визуального, скорости и индивидуализма), и как стратегический ответ на вызовы цифровой среды. Таким образом, эти теории не конкурируют, а образуют аналитический каркас, где внутренняя культурная логика (Сорокин) встречается с внешними

историческими обстоятельствами (Тойнби), совместно формируя уникальный профиль современных политико-медийных реалий.

В современной гуманитарной науке значительное влияние оказали структуралистский подход Клода Леви-Стросса³⁷ и семиотический анализ Ролана Барта³⁸. Оба исследователя, работая в рамках семиотической традиции, предложили оригинальные методы исследования культуры как системы знаков.

Клод Леви-Стросс, основоположник структурализма в антропологии, исходил из предпосылки о существовании универсальных структур мышления, которые определяют способы восприятия и организации мира в различных культурах. В своей работе «Структурная антропология»³⁹ он формулирует принципы структуралистского анализа, основанные на выявлении бессознательных, инвариантных структур, лежащих в основе мифов, родственных систем и других культурных феноменов.

Ключевым понятием в теории Леви-Стросса является бинарная оппозиция – фундаментальный принцип организации человеческого мышления, проявляющийся в разделении мира на противоположные категории (например, «природа/культура», «мужское/женское», «сырое/вареное»). Миф, по мнению Леви-Стросса, представляет собой логическую модель, разрешающую противоречия между этими оппозициями. Анализ мифов позволяет выявить глубинные структуры, которые лежат в основе культурных представлений и определяют способы интерпретации мира.

В книге «Мифологии» Клод Леви-Стросс демонстрирует, как структуралистский метод применяется к анализу мифов разных народов. Он выявляет, что несмотря на разнообразие сюжетов и героев, мифы обладают общей структурой, основанной на бинарных оппозициях и логических связях. Таким образом, социокультурные реалии воспринимаются как проявления

³⁷ Lévi-Strauss C., Éribon D. De près et de loin. – Paris, 1988. – P. 158.

³⁸ Барт Р. Б. Избранные работы: Семиотика. Поэтика: Пер. с фр. / Сост., общ. ред. и вступ. ст. Г. К. Косикова. – Москва: Прогресс: Универс, 1994. – С.78.

³⁹ Леви-Стросс К. Структурная антропология / К. Леви-Стросс.; пер. В.В. Иванов. – Москва: Главная редакция восточной литературы издательства "Наука", 1983. – 536 с.

универсальных структур мышления, а культурные различия – как вариации одной и той же фундаментальной схемы.

Ролан Барт, развивая семиотический подход, сместил внимание с поиска универсальных структур на изучение конкретных знаковых систем и способов идеологической легитимации в культуре. В своей работе «Мифологии» он анализирует современные мифы – идеологически нагруженные знаки, которые маскируют политические и социальные реалии. Барт вводит понятие вторичной семиологической системы, в которой знак первой системы (например, фотография) становится знаком второй системы (например, миф о национальной идентичности). Таким образом, миф представляет собой искажённое отражение реальности, служащее для поддержания существующих властных отношений.

В отличие от Леви-Стросса, Барт подчёркивает многозначность текста и отказывается от идеи единого, фиксированного смысла. В работе «S/Z» он анализирует новеллу Бальзака «Сарразин», демонстрируя, что текст открыт для множества интерпретаций, зависящих от культурного контекста и опыта читателя⁴⁰. Этот подход получил название «смерть автора», поскольку акцент переносится с намерения автора на активную роль читателя в создании смысла.

Теории Леви-Стросса и Барта предлагают два взаимодополняющих взгляда на медиатизированную политику. Леви-Стросс помогает выявить её глубинный мифологический каркас – устойчивые бинарные оппозиции (свой/чужой, порядок/хаос), которые структурируют даже самые современные политические нарративы. Это позволяет увидеть, как медиа-повестка актуализирует архаические коды коллективного сознания для придания смысла событиям и мобилизации аудитории.

Барт же даёт инструмент для анализа того, как эти структуры маскируются в конкретных медийных текстах. Его понятие мифа объясняет, как идеологически обусловленные конструкции (например, «национальное единство» или «внешняя угроза») преподносятся как естественная и очевидная реальность. Таким образом,

⁴⁰ Барт Р. S/Z / Р. Барт; [пер. с фр.] Г.К. Косиков. – Москва: Академический Проект, 2001. – 270 с.

если Леви-Строс вскрывает универсальную грамматику политического мифа, то Барт показывает риторику и синтаксис его повседневного воплощения в новостных сюжетах, заголовках и образах. Несмотря на различия в подходах, обе теории остаются актуальными для исследования современных социокультурных феноменов.

Критически переосмыслив принципы структурализма в своих теоретических подходах, М. Фуко, Ж. Деррида, Ж. Бодрийяр, предложили оригинальные концепции, которые органично дополняют логику рассмотрения генезиса социокультурных реалий.

Мишель Фуко, французский философ и историк, известен своими исследованиями власти, знания и дискурса. В своих трудах, таких как «История безумия в классическую эпоху»⁴¹, «Надзирать и наказывать»⁴² и «Археология знания»⁴³, он анализирует, как власть формирует знание, что в свою очередь, легитимирует властные отношения. Фуко вводит понятие «дискурса» как системы мыслей, высказываний и практик, которые определяют способы понимания и говорения о конкретном объекте. Дискурсы не являются нейтральными; они всегда связаны с властью и используются для контроля и управления. Эти философские позиции – не просто исторический фон, а ключи к пониманию самой сути медиатизированной политики. Они позволяют перейти от вопроса «что говорят медиа» к вопросу «как они создают саму реальность, о которой говорят».

Фуко и Деррида дают два взаимодополняющих инструмента для анализа:

1. Фуко: власть как производство реальности через дискурс. Применительно к медиа это означает, что политика – это не просто борьба за власть, но и борьба за определяющие дискурсы. Тот, кто контролирует главные повествовательные рамки в медиа (будь то государственное ТВ или сетевой инфлюенсер), определяет, что

⁴¹ Foucault M. Préface in Foucault (M.), Folie et Dérison. Histoire de la folie à l'âge classique. Dits et écrits I (1954 – 1969). – Paris: Gallimard, 1994. – P. 159-167.

⁴² Фуко М. Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы. / М. Фуко; [пер. с фр.] В. Наумов. – Москва: Ad Marginem, 1999. – 480 с.

⁴³ Фуко М. Археология знания. / М. Фуко; [пер. с фр.] М. Сергеева. – Киев: Ника-Центр, 1996. – 208 с.

считать «патриотизмом», «угрозой», «развитием» или «предательством». Эти категории не predetermined – они производятся и воспроизводятся в ежедневном потоке новостей, аналитики, ток-шоу. Власть медиа – это власть определять границы «политически мыслимого». Например, когда ключевые телеканалы последовательно описывают протест через дискурс «нарушения общественного порядка» и «внешнего вмешательства», а не через дискурс «гражданской позиции» и «требования реформ», они не просто искажают событие – они производят разные социальные реальности для своей аудитории.

2. Деррида: деконструкция медийного нарратива. Принцип деконструкции необычайно важен для анализа медиатекстов. Он учит видеть в любом, даже самом монолитном на первый взгляд, сообщении (заявление политика, новостной сюжет, законопроект) – внутренние противоречия, умолчания и подавленные альтернативы. Задача исследователя – обнаружить апории (логические тупики) в медийном дискурсе. Например, официальный нарратив, совмещающий риторику «традиционной духовности» с агрессивной пропагандой потребительского успеха, или лозунг «суверенной демократии» – это объекты для деконструкции. Она позволяет показать, как медийный текст пытается скрепить несоединимое и как в нём самом содержатся семена его возможного опровержения.

Таким образом, медиатизированная политика предстаёт как перманентная борьба за производство и деконструкцию смыслов. Власть (в фукольдианском смысле) стремится через медиа навязать стабильные, «очевидные» дискурсы и идентичности. Но сама природа цифровой среды – множественность голосов, скорость цитирования, меметические искажения – работает как стихийная сила деконструкции, размывая эти попытки и открывая пространство для конкурирующих интерпретаций.

Следовательно, изучать медиатизацию политики – значит изучать не только институты и технологии, но и войну дискурсов на онтологическом уровне: борьбу за право окончательно определить, что есть реальность. Именно в этой точке философская глубина Фуко и Деррида находит своё прямое приложение в эмпирическом анализе новостной ленты или телевизионного эфира.

Жак Деррида, французский философ, автор теории деконструкции – в своих работах, таких как «О грамματοлогии»⁴⁴ и «Письмо и различие», он критикует логоцентр. Вклад Жака Деррида в понимание социокультурных процессов заключается в том, что он ставит под сомнение идею абсолютной истины и объективности. По его мнению, знание всегда находится в контексте и зависит от восприятия и интерпретации. Таким образом, социокультурные реалии следует рассматривать как результат процессов означивания, а не как прямое отражение объективной действительности.

Жан Бодрийяр, французский социолог и философ, известен своими работами по темам симуляции, гиперреальности и потребления. В таких произведениях, как «Симулякры и симуляция» и «Общество потребления», он утверждает, что современное общество характеризуется размыванием границ между реальностью и её представлением. Бодрийяр вводит понятие «симулякра» – копии, которая не имеет оригинала. В условиях общества потребления симулякры начинают доминировать над реальной действительностью, подменяя её собой.

Если следовать логике Бодрийяра, то современная политическая коммуникация – это не просто искажение реальности, а её полное замещение автономной системой знаков. Политический образ, мем, твит или телевизионный ритуал живут по своим законам циркуляции и воздействия. Их связь с «объективной реальностью» событий становится всё более опосредованной и часто нерелевантной. В российском контексте это проявляется особенно ярко: медийные нарративы о «защите традиционных ценностей», «осажденной крепости» или «исторической миссии» становятся мощными симулякрами, которые структурируют публичную дискуссию и формируют коллективную идентичность, часто независимо от материальных социальных условий.

Таким образом, современные теории (медиатизация, сети) и критика Бодрийяра – не противоположности, а взаимодополняющие уровни анализа.

⁴⁴ Деррида Ж. О грамματοлогии. / [пер. с фр.] Н. Автономова. Москва: Ad Marginem, 2000. – 512 с.

Теория медиатизации и сетей объясняет, как платформы и алгоритмы формируют наше внимание и взаимодействие.

Бодрийяр задается вопросом, во что это внимание и взаимодействие в итоге превращается. Не становится ли политика в итоге «культурой участия» в симуляции, где лайк, репост или комментарий – это акт потребления знака, подтверждающий нашу принадлежность к той или иной символической реальности?

Поэтому наиболее плодотворный путь для будущих исследований – это не выбор между этими подходами, а их критический синтез. Как алгоритмическая персонализация создает миллионы индивидуальных «гиперреальностей» (пузырей фильтров)? Как «культура участия» через генерацию пользовательского контента (мемы, тиктоки) сама становится фабрикой по производству симулякров? Ответы на эти вопросы позволят понять не только механику медиавоздействия, но и новую природу политического в мире, где реальность всё больше есть то, что находится в медийном тренде.

Теория медиатизации (S. Hjarvard, A. Hepp, K. Lundby, N. Couldry, F. Krotz и др.) утверждает, что медиа не просто передают информацию, но и активно формируют социальные институты, практики и повседневную жизнь. Hjarvard выделяет четыре измерения медиатизации:

- медиа как зависимый институт,
- медиа как независимый институт,
- медиа как логика,
- медиа как мировая перспектива.

Н. Коулдри (N. Couldry) фокусируется на медиатизации как процессе конструирования реальности через медиа-практики. В контексте политики, медиатизация означает, что политические акторы должны адаптироваться к логике медиа, чтобы быть услышанными и успешными. Политические акторы (партии,

лидеры, активисты) адаптируют свои стратегии и сообщения к требованиям медиа (например, эмоциональные посты в Facebook⁴⁵).

Кастельс, в своей теории информационного общества, подчеркивает роль социальных сетей в формировании новых форм коммуникации, организаций и власти. Это абсолютно верный тезис, который позволяет перейти от абстрактной теории к анализу конкретных российских реалий. Если согласиться с Кастельсом, что власть – это контроль над коммуникационными потоками, то российский случай демонстрирует борьбу за суверенизацию этих потоков в условиях глобальной цифровой архитектуры.

Г. Дженкинс (Jenkins), разрабатывая концепцию «культуры участия», подчёркивает возрастающую роль аудитории в создании, распространении и интерпретации медиаконтента. В контексте политики, это означает, что граждане становятся более активными участниками политического процесса, создавая свои собственные политические сообщения, комментируя политические события и мобилизуясь для участия в политических действиях, используют медиа для выражения своих политических взглядов и участия в политических дебатах. Медиа позволяют гражданам создавать собственные политические сообщения и распространять их в социальных сетях, что формирует «культуру участия» в создании общественного мнения. Требуется отдельное исследование использования политическими акторами «культуры участия» для вовлечения граждан в политический процесс и укрепления своей легитимности.

Медиатизация влияет на формирование и трансформацию социокультурной реальности, создавая новые принципы восприятия и взаимодействия граждан с политическими институтами и процессами. Рассмотрев основные принципы определения понятия социокультурной реальности в контексте медиатизации политики, мы выделяем следующие особенности:

1. *Исторический контекст: наследие советской эпохи и постсоветское пространство.* В советское время медиа были инструментом государственной

⁴⁵ Запрещён на территории России с 21 марта 2022 г.

пропаганды и идеологического контроля. Постсоветское пространство характеризуется высокой ролью традиционных медиа (телевидение, радио и газеты) и одновременно быстрым внедрением новых медиа. Медиатизация становится средством сохранения власти, масс-медиа используются для формирования единой идеологической и культурной парадигмы. Средствами имитации и гиперреальности формируется образ сильного, стабильного лидера, который ассоциируется с советским прошлым. В современных медиа для укрепления легитимности власти используется определенная терминология, советская символика.

2. *Культурные особенности: авторитаризм и коллективизм.* В российской культуре традиционно ценится авторитет и коллективизм, что влияет на медиасреду и способы коммуникации. Медиа способствуют формированию образа сильного лидера, который воспринимается как гарантия стабильности, акцент на харизматичном лидерстве и образе «отца нации». Для обращения к разным социальным группам, учитывая их культурные особенности используются целевые социальные сети, направленные на различные возрастные и социальные группы.

3. *Социальные трансформации и технологический прогресс.* Постсоветская Россия прошла через периоды кризисов, что усилило роль медиа как инструмента стабилизации и контроля. Быстрый рост интернета и социальных сетей изменил социокультурные практики коммуникации. Появляются множество медийных платформ, нацеленных на разные группы, происходит фрагментация и сегментация аудитории. Социальные сети и онлайн-акции создают новые формы участия граждан в политике. Так, социальные сети используются для мобилизации и формирования общественного мнения во времена кризисов и протестных движений.

4. *Медиатизация отражает традиционные ценности, идентичности.* Идеи национальной идентичности в российской культуре остаются весьма значимыми, они активно транслируются через медиа. Медиатизация способствует формированию образа России как великой державы, объединяющей исторические и культурные ценности. Медиафокусировка на национальных символах, героях,

истории носит системный характер, видеоролики и пропагандистские фильмы, подчёркивающие историческую победу и силу России тесно переплетаются с современными событиями.

Как показывает анализ, современные социокультурные реалии характеризуются исторической обусловленностью, системностью, контекстуальностью. Они определены спецификой социокультурного контекста: национальными традициями, уровнем цифровизации, политическим режимом. Отражают динамику отношений между ведущими акторами, к которым относятся госструктуры, СМИ, гражданское общество, алгоритмы платформ. Социокультурные реалии выявляют скрытые нормы и ценности, которые медиа воспроизводят в политике, властные асимметрии и манипулятивные практики, отражают динамику изменений в цифровой среде. Данные процессы отражают действие глубинных принципов:

1. *Конструирование реальности через медиа.* Медиа активно участвуют в формировании и конструировании социокультурных реалий, создавая образы, мифы и нарративы, которые становятся основой для восприятия политической действительности. В российской политике это проявляется, например, в формировании образа внешних врагов или внутренних оппонентов через государственные СМИ, что способствует укреплению патриотического дискурса и легитимизации власти⁴⁶.

2. *Символическая репрезентация и культурные коды.* Медиа активно применяют символы, метафоры и знаковые элементы для передачи политических посланий, что способствует формированию определённых культурных смыслов и кодов. Например, использование национальной символики – таких как государственный флаг или герб – в медийных материалах усиливает чувство национальной идентичности и способствует объединению общества.

⁴⁶ Лебедева Т. А. Медиа среда и формирование образа врага в современном российском информационном пространстве. // Вестник Московского университета. – Серия 10: Журналистика, 2022. – № 2. – С. 45-60.

3. *Интерактивность и динамичность медиатизированной реальности* проявляются в том, что современные медиа предоставляют гражданам возможность активно влиять на создание и распространение политических нарративов посредством социальных сетей и онлайн-платформ. Такая вовлечённость способствует более живому и оперативному обмену мнениями в политической сфере. Что способствует созданию динамичной и гибкой социокультурной реальности, где границы между официальной политической дискурсивностью и массовым мнением размыты. Так, в России в 2020-2021 годах активное использование социальных сетей, таких как ВКонтакте и Telegram, способствовало формированию новых политических сообществ и дискурсов, в том числе о поправках к Конституции, что повлияло на восприятие политики молодёжью и активными гражданами⁴⁷.

4. *Глобализация и локализация медийного контента.* Медиа создают гибридные формы социокультурной реальности, сочетая глобальные информационные тренды и локальные особенности. В российской политике это проявляется в использовании международных медиастандартов при адаптации локальных нарративов, что способствует формированию уникальной медиакультуры, сочетающей глобальное и национальное⁴⁸.

В российском информационном пространстве активно распространяются международные темы, такие как санкции или международная политика, при этом локализуя их через национальную перспективу, что формирует особую социокультурную реальность, ориентированную на защиту национальных интересов⁴⁹. Именно уникальный социокультурный генезис России задает

⁴⁷ Попова О. В. Потенциал политического протеста молодежи российских мегаполисов через призму анализа коммуникации В ВКОНТАКТЕ. // Южно-российский журнал социальных наук. – 2020. – №4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/potentsial-politicheskogo-protesta-molodezhi-rossiyskih-megapolisov-cherez-prizmu-analiza-kommunikatsii-v-vkontakte> (дата обращения: 28.09.2025).

⁴⁸ Шамшурин Д.А. Цифровые медиа как фактор культурной глобализации. / Д.А. Шамшурин // Международный научно-исследовательский журнал. – 2018. – № 6 (72). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovye-media-kak-faktor-kulturnoy-globalizatsii/viewer> (Дата обращения 28.09.2025).

⁴⁹ Попова О. В. Потенциал политического протеста молодежи российских мегаполисов через призму анализа коммуникации В ВКОНТАКТЕ. // Южно-российский журнал социальных наук.

специфическую траекторию медиатизации ее политики. Это не просто фон, а активная сила, формирующая гибридные формы, в которых советское наследие вертикальной коммуникации, традиционные патерналистские ожидания и рыночная логика цифровых платформ сплетаются воедино. Телевизионный прайм-тайм с его ритуальными новостными выпусками и параллельная вселенная Telegram-каналов, где политика обсуждается языком мемов и сторис, – это две стороны одной системы. Они не отменяют друг друга, а сосуществуют, обслуживая разные сегменты общества и разные режимы политического внимания.

В этом контексте теория медиатизации становится не просто аналитическим инструментом, а ключом к пониманию самой механики современной российской власти. Самый насущный вызов сегодня – это не отдельно взятые технологии, а возникновение алгоритмического управления как новой формы социального и политического регулирования. Когда алгоритмы платформ, стремящиеся к максимизации вовлеченности, де-факто ранжируют политические нарративы, а государство одновременно пытается их суверенизировать и поставить на службу, возникает принципиально новая среда. В ней границы между публичной сферой, частной жизнью и технологической инфраструктурой растворяются.

Поэтому будущие исследования должны двигаться от констатации влияния медиа к критической деконструкции их инфраструктурной власти. Необходимы междисциплинарные работы на стыке политической теории, science & technology studies (STS) и цифровой социологии, которые бы анализировали:

Как именно алгоритмы и интерфейсы крупнейших платформ (как глобальных, так и национальных) кодируют определенные политические ценности – например, предпочтение эмоциональной вовлеченности рациональной дискуссии.

Как исторически сложившиеся модели восприятия власти и доверия (к институтам, к фигурам) трансформируются в условиях персонализированных

– 2020. – №4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/potentsial-politicheskogo-protesta-molodezhi-rossiyskih-megapolisov-cherez-prizmu-analiza-kommunikatsii-v-vkontakte> (дата обращения: 28.09.2025).

цифровых лент. Какие альтернативные публичные сферы и формы политической субъектности рождаются в маргинальных или сопротивляющихся цифровых пространствах.

Лонгитюдные и этнографические исследования такого рода позволят не просто «понять явление», а выявить точки напряжения и возможности для формирования более рефлексивной и инклюзивной цифровой политической культуры. Решая эти задачи, ученые могут усовершенствовать теорию глубокой медиатизации и разработать практические решения этических, социальных и политических дилемм, которые порождает этот сложный социальный феномен⁵⁰.

Сущность и принципы определения понятия «генезис социокультурных реалий» в контексте медиатизации политики, представлены через рассмотрение основных теоретических подходов к пониманию этого процесса. В условиях современной медиатизации политической сферы особое значение приобретает понимание социокультурных реалий – совокупности образов, символов, ценностей и норм, формирующих массовое восприятие и интерпретацию политических событий. Медиатизация способствует переосмыслению границ реальности, трансформируя её в символическую и информационную среду, в которой происходят социальные и политические процессы.

Выделенные принципы подтверждают, что медиатизация политики – не технический процесс, а социокультурный феномен. Принципы определения социокультурных реалий в контексте медиатизации политики включают конструирование реальности через медиа, использование символов и культурных кодов, активное участие граждан в формировании нарративов, а также сочетание глобальных и локальных элементов. Эти принципы позволяют понять, каким образом современная медийная среда формирует и трансформирует социокультурные основы политического взаимодействия в России.

⁵⁰ Медиатизация социальности в платформенном обществе: процессы и эффекты: монография / Д. П. Гавра [и др.] / под общ. ред. проф. Д. П. Гавры. – СПб.: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2025. – С. 359.

ГЛАВА II. ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ МЕДИАТИЗАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ И СОЦИОКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

2.1. Тенденции развития современных социокультурных реалий в процессе медиатизации политики

В предыдущих параграфах мы рассмотрели понятие медиатизации политики, генезис социокультурных реалий и сформулировали, что современные социокультурные реалии представляют собой комплекс устойчивых характеристик общественной жизни, включающих ценностные ориентации, модели поведения, институциональные структуры и коммуникативные практики, формирующиеся под влиянием технологических, политических и культурных факторов. В условиях цифровой трансформации ключевой особенностью этих реалий становится их глубокая медиатизация – процесс, при котором социальные и политические практики не просто отражаются в медиа, но и конструируются по их логике⁵¹.

В этом контексте медиатизация политики становится не просто феноменом, переопределяющим базовые параметры общественного развития, оказывающим серьезное влияние на содержание и направленность изменений. Новые медиа становятся мощным драйвером формирования массового настроения, новых ценностей, трансформации моделей поведения и, в целом, массового сознания и мировоззрения, мощным инструментом формирования заранее заданных политических установок, превращаясь во все более значимый инструмент политической деятельности⁵².

Основные характеристики и содержание нового феномена в социальной структуре государства, которым становились СМИ в их влиянии на политические

⁵¹ Nick Couldry / Andreas Hepp *The Mediated Construction of Reality*. Cambridge: Polity Press, 2017, – 489-491 pp.

⁵² 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). – С. 21-26. – URL: <https://doi.org/10.47598/2078-9025-2023-4-61-21-26>. (дата обращения 12.07.2024).

процессы, сформулированы в концепции медиатизации Дж. Томпсоном⁵³, который подчёркивал потенциал институтов медиа в транслировании культурных образцов, структурирующих общество.

В ряде исследований выделены сущностные характеристики современных реалий:

– глубинная трансформация культурных кодов⁵⁴, где медиа выступают основным агентом производства и распространения смыслов, формируя новые культурные образцы и поведенческие сценарии;

– переструктурирование социальных структур⁵⁵, выражающемся в возникновении сетевых форм социальности, разрушающих традиционные иерархии и создающих новые центры культурного влияния;

– трансформации механизмов культурной репродукции⁵⁶, когда традиционные институты социализации уступают место цифровым платформам как основным агентам культурной трансмиссии.

Значимость анализа тенденций социокультурных реалий в контексте медиатизации политики обусловлена следующими ключевыми аспектами:

- культуропреобразующей ролью медиатизации – процесс не просто отражает, но активно формирует новые культурные практики и социальные нормы, становясь важнейшим фактором социокультурной динамики, что подчеркивает в своих исследованиях Дзялошинский⁵⁷;

- политико-культурным синтезом – медиатизация стирает границы между политическим и культурным, превращая политику в элемент массовой культуры и наоборот, по мнению Морозова⁵⁸;

⁵³ Altheide D. L., Snow R. P. Media Logic. Beverly Hills: Sage, 1979. – 256 P.

⁵⁴ Луман, Н. Реальность массмедиа. - Москва: Праксис. Серия «Образ общества», 2005. – 256 с.

⁵⁵ Castells M. The Information Age: economy, society and culture, – 2010. – 609 P.

⁵⁶ Вартанова Е. Л. К вопросу о последствиях цифровой трансформации медиасреды. // «Меди@льманах», – 2022. – №2. – С. 8-14.

⁵⁷ Дзялошинский И. М. Современное медиапространство России. – Москва: Аспект Пресс, 2020 – 312 с.

⁵⁸ Морозов, И. С. Русский язык в медиапространстве России // Язык и коммуникация. – 2021. – № 2. – С. 22-33.

- а также кризисом традиционных культурных регуляторов – цифровые медиа создают альтернативные системы ценностных ориентаций, конкурирующие с традиционными культурными институтами⁵⁹.

В российском контексте эти процессы приобретают особую специфику, поскольку исторически духовный потенциал российского социума в его культурных образцах, нормах социальных отношений и коммуникаций играл важную роль в политических процессах. В современных исследованиях выделяются следующие особенности взаимовлияния медиа и социокультурных реалий:

- сочетание медиатизации с сохранением традиционных культурных парадигм⁶⁰ ;
- формирование гибридных моделей культурного потребления⁶¹;
- возникновение уникальных форм цифрового традиционализма⁶².

Таким образом, медиатизация политики выступает мощным катализатором социокультурных изменений, определяя не только формы политической коммуникации, но и глубинные основы культурного воспроизводства общества.

Это делает анализ особенностей развития данного процесса критически значимым для понимания современных социальных трансформаций и прогнозирования будущих траекторий общественного развития.

Медиатизация в современных информационных процессах выступает ключевым фактором трансформации социокультурных реалий. Сфера медиатизации неуклонно возрастает, вынуждая и способствуя изменению формата традиционных медиа в форматы новых медиа (интернет-платформы, социальные сети, мобильные технологии). Этот процесс, подробно исследованный Н. Кодри и

⁵⁹ Троян И.А., Кравченко Л.А., Гиндес Е. Г. Цифровое неравенство и направления его преодоления в контексте развития человеческого капитала // Народонаселение. – 2023. – Т. 26. – № 2. – С. 114-126.

⁶⁰ Couldry N., Hepp A. (2016) The mediated construction of reality. Cambridge: Polity Press. 256 p.

⁶¹ Иванов Д. В. Дополненная современность: эффекты постглобализации и поствиртуализации. [Электронный ресурс]. // Социологические исследования. – 2020. – № 5. – С. 44-55. – URL: <https://socis.isras.ru/files/File/2020/5/Ivanov.pdf> (дата обращения: 28.09.2025).

⁶² Дугин А. Четвертая политическая теория. Россия и политические идеи XXI века / Александр Дугин. – СПб.: Амфора. ТИД Амфора, 2009 – 351 с.

А. Хеппом⁶³, приводит к фундаментальным изменениям в способах конструирования социальной реальности. Проникновение медиа во все сферы жизни усиливает их влияние на формирование ценностей, норм и убеждений. По данным социологических исследований большинство людей получают знания о мире через СМИ и социальные сети, что формирует их картину реальности. Поскольку новостные агентства и телевидение задают повестку (agenda-setting theory), определяя, какие темы важны (например, освещение войны в Украине в западных и российских медиа)⁶⁴. Экспансия медиатизации проявляется в переходе от эпизодического медиапотребления к постоянному «фоновому» взаимодействию с цифровыми платформами, стиранию границ между медийным и повседневным опытом⁶⁵. Возникают «гибридные медиасистемы», где традиционные и новые медиа взаимно дополняют друг друга⁶⁶.

Медиатизация пространства оказывает влияние на социокультурные структуры, через алгоритмически управляемые потоки информации происходит формирование новых ценностных ориентаций, что отмечает в своих исследованиях Шощанна Зубофф⁶⁷. Под воздействием виртуального контента (быстрого распространения информации в интернете за счёт массовых перепостов, репостов и обсуждений, подобно вирусу), происходит трансформация социальных норм⁶⁸, меняются механизмы социализации, цифровые платформы становятся основными агентами культурной трансмиссии⁶⁹.

⁶³ Nick Couldry and Andreas Hepp/ *The Mediated Construction of Reality*. Cambridge, UK; Malden, MA: Polity Press. 2017. – 350 P.

⁶⁴ ВЦИОМ: Телевидение сохранило лидерство медиапотребления в России в 2024 году. [Электронный ресурс] // Реальный Тагил: новости Нижнего Тагила. – URL: <https://realtagil.ru/news/vtsiom-televidenie-sohranilo-liderstvo-mediapotrebleniya-v-rossii-v-2024-godu>, (дата обращения 28.09.2025).

⁶⁵ Livingstone S. *Parenting for a Digital Future*. – Oxford: Oxford University Press, 2019. – 272 P.

⁶⁶ Chadwick A. *The Hybrid Media System: Politics and Power*. 2nd ed. – Oxford: Oxford University Press, – 2017. – 384 P.

⁶⁷ Zuboff S. *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. – New York: PublicAffairs. 2019 – 704 P.

⁶⁸ Jenkins H., Ito M., Boyd D. *Participatory Culture in a Networked Era*. – Cambridge: Polity Press, 2018. – 240 P.

⁶⁹ Вартанова Е. Л. К вопросу о последствиях цифровой трансформации медиасреды // Медиа альманах, 2022. – № 2. – С. 8-14.

Результаты зарубежных исследователей подтверждаются данными российских исследований (см. приложение 1, рисунок 1), так Росстат фиксирует, что 89% российской молодежи ежедневно проводит более 3 часов в социальных сетях, И.М. Дзялошинский в своих исследованиях показывает корреляцию между медиапотреблением и изменением ценностных ориентаций⁷⁰. Оперативность коммуникации, доступность и удобство пользования медийными платформами в социальных сетях отличает новые медиа от традиционных СМИ. 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 масштабировать увеличивать объем и трафик. На рисунке 1 (см. приложение 1, рисунок 1) показаны основные причины использования интернета. На рисунке 2 (см. приложение 1, рисунок 2) показано сколько времени проводят в интернете пользователи.

Показательным следует полагать рост посещаемости пользователями сетевых СМИ и мобильных мессенджеров и блогов в период пандемии, когда личные контакты населения административными решениями были существенно ограничены (см. Приложение 1, рисунок 3). В такие периоды возрастает востребованность информации, учитывая усиление чувства тревожности, беспокойства.

Молодежная среда наиболее восприимчива к технологическим новациям, информационные технологии предлагают широкий выбор сетевых платформ («Телеграмм», «В контакте», «Вайбер»^{*71}) для коммуникаций, они становятся непременным атрибутом использования в общении, в дискуссиях, в обсуждении политических тем (см. Приложение 1, рисунок 4).

⁷⁰ Дзялошинский И.М. Философия цифровой цивилизации и трансформация медиакоммуникаций: монография. / И.М. Дзялошинский; под ред. Л.К. Лободенко. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2020. – 551 с.

⁷¹ В России заблокирован Viber 13 декабря 2024 г.

Более возрастные категории интернет-пользователей в силу своего жизненного опыта уже имеют устоявшиеся предпочтения и сформировавшееся мировоззрение, как правило, являются более привязаны к контенту традиционных СМИ (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 СМИ, которые продолжают оставаться важным источником информации и коммуникационной площадкой. Состав зрительской аудитории подвержен 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 влияние на принимаемые решения и действия, становятся важной составной частью интересов всё большего числа граждан. Вовлеченные в коммуникации и дискуссии, активно участвуют в политических процессах.

Анализ российской специфики медиатизации в ряде исследований в целом отражает выявленные тенденции медиатизации в их влиянии на трансформацию современных социокультурных реалий. Среди трудов отечественных исследователей можно выделить работы по следующим направлениям:

- параллельное существование государственных медиа и альтернативных цифровых платформ⁷²;
- формирование особых моделей медиапотребления, сочетающих традиционные и цифровые практики⁷³;

⁷² Засурский И.Н. Двухконтурная медиасистема России: государственные СМИ и цифровые платформы. – Издательство: Факультет журналистики МГУ, 2023. – 312 с.

⁷³ Лукина М.М. Трансформация медиапотребления в цифровую эпоху: традиции и инновации. – М.: Факультет журналистики МГУ, 2021. – 224 с.

– возникновение уникальных форм «цифрового патриотизма»⁷⁴.

Одной из важнейших тенденций социокультурных реалий является экспансия медиатизации во все сферы жизнедеятельности, что превращает ее в ключевой фактор социокультурных трансформаций. Происходящие изменения свидетельствуют об углублении медиатизации, когда меняется ее характер от простого освещения событий к формированию политической повестки дня, созданию имиджей и конструированию социальной реальности. Медиатизация в сфере политики перешла от пассивного освещения событий к активному конструированию политической реальности⁷⁵. Медиа создают имиджи – конструируют образы политиков и партий через PR-технологии и визуальные нарративы⁷⁶, ярким примером такого влияния становятся сформированные медиа образы политиков на выборах Президента Франции Ф. Макрона (2017), выборах Президента Украины В. Зеленского (2019).

Медиа формируют представления общества о политике через отбор, интерпретацию и драматизацию информации. В современном медиапространстве социальные сети и ТВ усиливают одни темы (миграция, безопасность), игнорируя другие (экология, социальное неравенство). Политические кампании строятся на эмоциональных образах, а не на содержании программ, фейки и deepfake создают альтернативные версии событий.

Таким образом медиатизация изменила содержание самих средств массовой информации, которые превратились из «зеркала» политики в ее активного творца. Российские исследователи подтверждают глобальные тренды и выявляют национальную специфику медиа в качестве конструктора информационной среды, что наблюдается в формировании медийной повестки дня через установление «иерархии значимости» событий через механизмы селекции и акцентирования.

⁷⁴ Горшков М.К., Петухов В.В. Российское общество в условиях цифровой трансформации: социологическое измерение. – М.: ФНИСЦ РАН, 2022. – С. 267-312.

⁷⁵ McCombs M. E., & Shaw D. L. The Agenda-Setting Function of Mass Media. // *Public Opinion Quarterly*. – 1972. – № 36 (2) – P. 176-187.

⁷⁶ Hepp, M.E., Bucy E.P. Image Bite Politics: News and the Visual Framing of Elections. – New York: Oxford University Press, 2009. – 344 P.

Исследования В.В. Петухова (2021) показывают, что 68% россиян получают представление о важности событий через телевизионные новости⁷⁷. В других исследованиях подчеркивается роль государственных СМИ как «основного конструктора» политической повестки, влияние медиа на восприятие политика в ходе телевизионных выступлений, специфика «цифрового имиджмейкинга» в российских соцсетях.

Российские исследования подтверждают глобальные тренды медиатизации, но выявляют уникальные механизмы конструирования политической реальности, связанные с особенностями медиасистемы и социокультурного контекста. Среди которых следует выделить:

– сочетание централизованного управления медиaprостранством с развитием альтернативных цифровых платформ (Засурский, 2023);

– формирование особых моделей «управляемой медиареальности» (Зудин, 2022);

– развитие практик «цифрового патриотизма» (Горшков, 2023).

Ещё одной важной и динамичной тенденцией эмоциасовременных социокультурных реалий в процессе медиатизации политики становится развитие интерактивных медиаплатформ и вовлечение граждан в производство и распространение политического контента. Современные медиаплатформы трансформируют политическую коммуникацию, превращая пассивных потребителей информации в активных участников ее создания и распространения. Социальные сети (ВКонтакте, Telegram и другие), краудсорсинговые платформы («Российская общественная инициатива») создают новые возможности для гражданского участия, что отмечается трудах ряда российских ученых, а также в

⁷⁷ Петухов В.В. Роль телевидения в формировании общественного мнения в России. / Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2021. – № 2. – С. 46-67.

исследованиях социологических организаций. Так, по данным ФОМ (2023), 58% россиян младше 35 лет участвуют в политических обсуждениях онлайн⁷⁸.

Социологами отмечается феномен «гражданских журналистов» и блогеров-политологов, их возрастающее влияние на социальные группы (Дзялошинский, 2021), рост популярности Telegram-каналов как альтернативных СМИ (Засурский, 2023). Широкое распространение получили практики онлайн-голосования и петиций (Смирнов, 2022), что учитывая достаточно низкий уровень контроля со стороны органов власти за сферой новых медиа в интернет-пространстве, повышает риски цифрового манипулирования через «астротурфинг» (Петухов, 2022).

Таким образом, следует вывод: в России формируется гибридная модель партиципаторности – при росте цифрового участия сохраняются традиционные механизмы медиарегулирования.

Важной тенденцией в развитии социокультурных реалий под влиянием медиатизации является перенос социальных взаимодействий в онлайн-пространство, формирование виртуальных сообществ и идентичностей. Рост онлайн-коммуникации как основной формы социальных связей отмечает в своих исследованиях М. Кастельс⁷⁹. Формирование цифровых гражданских идентичностей как следствие виртуализации коммуникаций выделяют М.К. Горшков и В.В. Петухов⁸⁰. Влияние алгоритмов соцсетей на восприятие реальности отмечает в своей работе И.Н. Засурский⁸¹.

Следствием развития онлайн пространства и его сегментирования является распад единого информационного пространства на изолированные сегменты, усиление политического противостояния, что формирует условия для поляризации

⁷⁸ Участие молодежи в политической жизни страны. / ФОМ.РУ: Фонд Общественное Мнение. – 2023. – URL: <https://fom.ru/Politika/14842?yqid=SqVZI3BdYCK&ysclid=mb40zavvzr479424971> (дата обращения 28.09.2025г.)

⁷⁹ Castells M. The Rise of the Network Society (2nd ed.). Wiley-Blackwell. Глава 5: The Culture of Real Virtuality: The Integration of Electronic Communication. – 2010. – P. 355-406.

⁸⁰ Горшков М.К., Петухов В.В. Российское общество в условиях цифровой трансформации: социологическое измерение. – М.: ФНИСЦ РАН. 2022. – 456 с.

⁸¹ Засурский И.Н. Цифровая реальность и трансформация медиапотребления в России: монография. – М.: Факультет журналистики МГУ. 2023. – 320 с.

отечественной медиасреды, эти тенденции также отражаются в исследованиях российских ученых. Так И.М. Дзялошинский подчеркивает роль Telegram-каналов в формировании альтернативных повесток⁸².

Важнейшей тенденцией социокультурных реалий в процессе медиатизации политики становится превращение политики в товар и развлекательный контент, где важны не идеи, а имидж и драматургия. Привлечение внимания аудитории происходит посредством театрализации, наполнения контента медиа приемами сцены, яркими развлекательными мероприятиями, эмоциональное окрашивание контента позволяет задействовать развлекательные компоненты. Поверхностность и примитивизация содержания политического материала, его развлекательный характер принижает политических субъектов и собственно политические процессы. Политический театр становится стратегическим видом политической коммуникации, который рассчитан на получение массовой поддержки политика и власти в целом с помощью политического шоу⁸³.

Следующей тенденцией развития социокультурных реалий является персонализация и эмоционализация. Смещение фокуса внимания с программ и идеологий на личность политиков и эмоциональные нарративы, формируемые также средствами медиа добавляет привлекательности персоне. Формирует образ своего парня, близкого и понятного массовому обывателю. Примером успешного электорального процесса следует признать выборы президента Украины 2019 года, в ходе которых на высшую должность в государстве был избран представитель шоу бизнеса, актер комедийного жанра, не имеющий опыта управления и политической деятельности такого уровня. Разочарование в прежних политических лидерах, их провалы и неудачи, проблемы в управлении государством прямо связаны в СМИ с конкретными именами и партиями. Подобные модели продвижения для

⁸² Дзялошинский И.М. Медиа и политика в условиях цифровизации: монография. – М.: Изд-во МГУ, 2021. – 280 с.

⁸³ Драгун Е. М. Инфотейнмент как явление современной медиакультуры. / Автореф. дис... канд. культурологии. – М., 2015. – 34 с.

представления массовой аудитории нужных политиков рассматриваются в исследованиях В.В. Петухова, А.В. Шарикова, И.Н. Засурского.

Важнейшей тенденцией в развитии социокультурных реалий в современной медиатизированной среде становится стирание границ между реальным и виртуальным, создание искусственных медиаобразов, которые нередко приобретают формат значимых, манипулируют ценностями и сознанием аудитории.

В научной среде формируется специализированная терминология, отражающая содержание: «симулякры», Deepfake, цифровые манипуляции. Исследователи подчеркивают влияние виртуальных ценностей, искусственного мира, созданного инструментами медиа, на формирование мировоззрения и новой модели поведения в реальной действительности. Тема виртуализации, симулякров находится в центре научного интереса ряда отечественных и зарубежных исследователей: С.В. Володенков, А.Ю. Зудин, Ж. Бодрийяр.

Таким образом, медиатизация радикально меняет социокультурные реалии, создавая новые формы политического участия, идентичности и манипуляции, формируя мировоззренческие установки, трансформируя ценности носителя этнической или социальной группы. Российские исследования подтверждают глобальные тренды, но выявляют национальную специфику, связанную с регулированием медиа и цифровым патриотизмом.

Рассмотрев основные тенденции современных социокультурных реалий следует выделить последствия медиатизации политики:

Трансформация политической культуры. Медиатизация приводит к существенным изменениям в характере политического участия. Как отмечает А.М. Петухов, происходит переход от традиционных форм политической активности к «кликтивизму» – поверхностному участию через цифровые платформы. Исследователи национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ) фиксируют снижение доверия к традиционным

политическим институтам. Кризис доверия наиболее выражен среди молодежи 18-24 лет (доверие к ГД – 19.3)⁸⁴.

Изменение системы ценностей. Цифровые медиа способствуют распространению новых ценностных ориентаций. По данным исследований М.К. Горшкова, среди российской молодежи наблюдается рост индивидуалистических установок (67% респондентов 18-25 лет) при одновременном сохранении традиционных коллективистских ценностей⁸⁵.

Лукина⁸⁶ отмечает коммодификацию политики, когда политические лидеры и идеи превращаются в объекты потребления.

Формирование новых идентичностей. Онлайн-пространство становится площадкой для конструирования новых форм групповой принадлежности. И.Н. Засурский⁸⁷ выделяет феномен «цифровых племен» – сообществ, объединенных общими медиапрактиками. С.В. Володенков подчеркивает роль Telegram-каналов в формировании альтернативных идентичностей, противопоставляемых официальному дискурсу⁸⁸.

Усиление популизма и демагогии. Медиатизация создает благоприятные условия для распространения популистских нарративов. Как показывает И.М. Дзялошинский⁸⁹, упрощение политического дискурса и акцент на эмоциональных образах характерен для 78% политического контента в российских соцсетях.

⁸⁴ Политические институты в современном мире: коллапс или перезагрузка? / Никипорец-Такигава Г. Ю. Под общей редакцией: Попова О. В. // Сборник материалов по итогам Всероссийской научной конференции, 12–13 октября 2023 года – СПб.: Скифия-принт, 2023.

⁸⁵ Горшков М.К., Петухов В.В. Ценностные ориентации российской молодежи в условиях социальной трансформации. – М.: ФНИСЦ РАН. 2023. – 280 с.

⁸⁶ Лукина М.М. Политика как товар: коммодификация публичной сферы в цифровую эпоху. // Вестник Московского университета. – Серия 10: Журналистика. 2022. – № 4. – С. 3-24.

⁸⁷ Засурский И.Н. Цифровые племена: новая социальная стратификация в эпоху алгоритмов. // Журнал исследований социальной политики. 2023. – 21. т. – № 3. – С. 45-68.

⁸⁸ Володенков С.В. Telegram как платформа конструирования контр-идентичностей: российский кейс. // Политическая наука. – 2023. – № 2. – С. 78-102.

⁸⁹ Дзялошинский И.М. Эмоционализация политики... // Социс. 2021.– №8. – С.40-53.

Корконосенко С.Г. отмечает, что подобные тенденции особенно проявляются в период избирательных кампаний⁹⁰.

Таким образом, анализ социокультурных последствий медиатизации политики демонстрирует комплексное воздействие цифровых технологий на общественные структуры. Эти изменения носят амбивалентный характер: с одной стороны, они расширяют возможности политического участия, с другой – создают новые вызовы для демократических институтов. Российский случай показывает специфическое сочетание глобальных медиатизационных трендов с национальными особенностями политической культуры.

Современные процессы медиатизации оказывают глубокое воздействие на различные аспекты общественной жизни, трансформируя традиционные социокультурные структуры, порождают ряд существенных противоречий и рисков, требующих пристального научного внимания. Среди ключевых проблем, связанных с трансформацией политической коммуникации, выделяем следующие:

Размывание границ между информацией и дезинформацией. Процессы медиатизации способствуют кризису эпистемологических оснований политического знания. Как отмечает С.В. Володенков, в российском медиaprостранстве около 42% пользователей сталкиваются с фейковыми новостями еженедельно⁹¹. Исследования И.М. Дзялошинского показывают, что алгоритмы социальных сетей способствуют распространению недостоверной информации в 68% случаев⁹². Особую остроту эта проблема приобретает в условиях гибридных конфликтов, где информационное противоборство становится важнейшим инструментом влияния (Зудин, 2022).

⁹⁰ Корконосенко С.Г. Медиатизация выборов: трансформация политического дискурса в цифровую эпоху// Вестник Санкт-Петербургского университета. – Серия 10: Журналистика. 2022. – № 3. – С. 112-135.

⁹¹ Володенков С.В. Telegram как платформа конструирования контр-идентичностей: российский кейс// Политическая наука. – 2023. – № 2. – С. 78-102.

⁹² Дзялошинский И.М. Алгоритмический трайбализм: формирование и функционирование замкнутых политических сообществ в интернете. // Вестник Московского университета. – Серия 10. Журналистика, 2023. – № 2. – С. 112-130.

Развитие цифровых технологий создает новые возможности для скрытого управления общественным сознанием. Данные исследований А.В. Шарикова свидетельствуют, что технологии микротаргетинга используют в 89% российских избирательных кампаний⁹³. Применение искусственного интеллекта для анализа и прогнозирования политических предпочтений, как отмечает М. М. Лукина, приводит к созданию персонализированных манипулятивных стратегий⁹⁴. Кейс Cambridge Analytica продемонстрировал глобальный масштаб подобных практик.

Эрозия приватности и усиление контроля. Медиатизация политики сопровождается масштабным сбором и анализом персональных данных. По данным исследований И.Н. Засурского, 76% российских пользователей не осознают степень отслеживания их цифровой активности⁹⁵. Корконосенко С.Г. отмечает формирование системы «цифрового патернализма», когда государство использует данные граждан для «предупредительного» управления социальными процессами. Особое беспокойство вызывает создание единых баз данных и систем распознавания лиц⁹⁶.

Углубление социального неравенства. Цифровизация политической сферы усугубляет существующие социальные диспропорции. Исследования М.К. Горшкова показывают, что только 58% жителей российских малых городов имеют полноценный доступ к высокоскоростному интернету⁹⁷. Как отмечает О.В. Морозов, возникает феномен «цифрового неравенства», когда определенные социальные группы оказываются исключенными из важнейших политических

⁹³ Шариков А.В. Цифровые технологии в современных избирательных кампаниях: российская практика микротаргетинга // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2023. – № 2. – С. 225-247.

⁹⁴ Лукина М.М. Искусственный интеллект в политической коммуникации: технологии прогнозирования и управления // Политика: Анализ. Хроника. Прогноз. 2023 – № 2(109). – С. 89-112.

⁹⁵ Засурский И.Н. Цифровая грамотность и приватность: парадоксы российского медиапотребления // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2023. – № 1. – С. 34-58.

⁹⁶ Петухов В.В. Цифровая идентификация и право на приватность: новые вызовы // Социологические исследования. – 2023. – № 5. – С. 62-75.

⁹⁷ Горшков М.К., Петухов В.В. Цифровое неравенство в России: региональный аспект // Социологическая наука и социальная практика. – 2023. – Т. 11. – № 2. – С. 56-75.

процессов⁹⁸. Особенно уязвимыми в этом отношении являются пожилые граждане и жители сельских территорий⁹⁹.

Это формирует ландшафт структурного цифрового неравенства, где целые группы – пожилые граждане, жители удалённых территорий – оказываются на периферии не только технологической, но и политической коммуникации. Они лишены возможности участвовать в публичных дискурсах, формирующихся в социальных сетях, и становятся объектами, а не субъектами цифровой политики.

Однако неравенство – лишь один из противоречий. Более глубокая проблема – это фрагментация публичной сферы. Алгоритмические платформы не просто соединяют людей – они сегментируют аудиторию на изолированные сообщества, живущие в параллельных информационных реальностях. Это делает невозможным формирование общего политического языка и консенсуса даже по базовым фактам.

Российский опыт регулирования демонстрирует попытку ответа на эти вызовы через гиперцентрализацию цифрового пространства. Эта модель делает ставку на информационную безопасность и суверенитет, однако зачастую оборачивается ужесточением контроля и ограничением открытого политического дискурса. Баланс между безопасностью и свободой, суверенитетом и интеграцией в глобальный цифровой контекст остаётся ключевой дилеммой.

Таким образом, будущие исследования должны фокусироваться не столько на «противодействии угрозам», сколько на поиске моделей инклюзивной цифровой публичной сферы. Как обеспечить участие технологически исключённых групп? Можно ли проектировать алгоритмические системы, поддерживающие плюрализм, а не поляризацию? Ответы на эти вопросы определяют, станет ли цифровая медиатизация инструментом демократического обновления или нового типа исключения. Медиатизация политики представляет собой сложный диалектический процесс, оказывающий многоплановое воздействие на

⁹⁸ Морозов О.В. Цифровое неравенство как новый социальный раскол: российский контекст // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2022. – Т. 25. – № 3. – С. 78-102.

⁹⁹ Дзялошинский И.М. Алгоритмический трайбализм: формирование и функционирование замкнутых политических сообществ в интернете // Вестник Московского университета. – Серия 10. Журналистика, 2023. – № 2. – С. 112-130.

современные социокультурные реалии. Проведенный анализ позволяет выделить следующие ключевые тенденции:

Трансформация публичной сферы, характеризуется:

- фрагментацией единого информационного пространства (формированием «эхо-камер» и «фильтрующих пузырей»);
- переходом от рационально-критического дискурса к эмоционально-перформативным формам коммуникации;
- возникновением гибридных моделей медиа потребления (сочетание традиционных и цифровых практик).

Изменение политической культуры, проявляется в:

- трансформации форм политического участия (от традиционной активности к «кликтивизму»);
- кризисе доверия к институциональным политическим акторам;
- росте влияния альтернативных медиаплатформ.

Формирование новых идентичностей происходит через:

- конструирование цифровых сообществ принадлежности;
- развитие сетевых форм социальной солидарности;
- возникновение гибридных (онлайн-оффлайн) моделей идентификации.

Противоречивые последствия, включают:

- с одной стороны – демократизацию доступа к информации и новые формы гражданского участия;
- с другой – риски манипуляции общественным сознанием и эрозию рациональной дискуссии.

Особую значимость приобретает российский контекст медиатизации, который характеризуется:

- сохранением влияния традиционных СМИ при росте альтернативных цифровых платформ;
- развитием специфических форм «цифрового патриотизма»
- уникальным сочетанием глобальных трендов и национальных особенностей политической культуры

Таким образом, рассмотрев основные тенденции развития социокультурных реалий под влиянием медиатизации политики, следует подчеркнуть, что медиатизация является сложным и противоречивым процессом, который имеет как позитивные, так и негативные последствия для общества. Критическое осмысление этого процесса, позволит определить пути преодоления его негативных последствий.

2.2. Структурно-функциональные особенности медиатизации политики в политическом цифровом медиапространстве

Медиатизация политики представляет собой комплексный и многомерный процесс, в ходе которого средства массовой информации становятся ключевым элементом политической коммуникации, оказывая существенное влияние на формирование политических нарративов и общественного мнения. В классическом понимании медиатизация обозначает усиление роли медиа в политических процессах, однако с развитием цифровых технологий и распространением интернет-платформ данный феномен претерпевает качественные изменения, характеризующиеся высокой скоростью обмена информацией, мультимедийностью, интерактивностью и персонализацией контента¹⁰⁰.

Цифровая медиатизация политики обуславливает трансформацию традиционных моделей политической коммуникации. В цифровом пространстве исчезают чёткие границы между производителями и потребителями информации, что приводит к децентрализации политического дискурса и расширению спектра политических акторов (Chadwick, 2013). Как отмечают Е.В. Смирнова, Л.Г. Свитич, М.Г. Шкондин «цифровая медиатизация политики формирует новые формы политического взаимодействия, где традиционные границы между производителем и потребителем информации стираются»¹⁰¹. В отличие от

¹⁰⁰ Mazzoleni G., Schulz W. Mediatization of Politics: A Challenge for Democracy? / G. Mazzoleni, W. Schulz // Political Communication. – 1999. – Vol. 16, № 3. – P. 247-261.

¹⁰¹ Смирнова О.В. Роль журналистики в медиатизирующемся жизненном мире повседневности / О.В. Смирнова, Л.Г. Свитич, М.Г. Шкондин. – DOI 10.17150/2308- 6203.2020.9(4).595-611 // Вопросы теории и практики журналистики. –2020. – Т. 9, № 4. –С. 595-611.

традиционных СМИ, где коммуникация носит преимущественно односторонний характер, цифровые платформы предоставляют пользователям возможности не только получать информацию, но и активно создавать, модифицировать и распространять политический контент.

Практическим примером такого сдвига являются социальные сети, такие как Twitter и Facebook¹⁰², которые в последние годы играют ключевую роль в политических кампаниях и общественных движениях. Так, в ходе президентских выборов в США 2016 года социальные сети стали ареной для активного политического взаимодействия, а также платформой для распространения как достоверной информации, так и дезинформации¹⁰³. Аналогично, в ходе Арабской весны 2010–2011 годов цифровые медиа способствовали мобилизации протестных движений и координации действий граждан, демонстрируя потенциал цифровой медиатизации для усиления политического участия населения (Howard & Hussain, 2013).

Одним из ключевых аспектов цифровой медиатизации политики является алгоритмический отбор информации, который формирует персонализированные новостные ленты в социальных сетях и поисковых системах. Алгоритмы, адаптирующие контент под индивидуальные предпочтения пользователя, способствуют созданию так называемых «информационных пузырей» и «эхо-камер». Это явление снижает разнообразие политических мнений, усиливает поляризацию и может негативно сказываться на качестве демократического диалога (Sunstein, 2018). В результате цифровая медиатизация, одновременно расширяя возможности политического участия, порождает новые вызовы для информационной гигиены и устойчивости политических систем.

Важным элементом цифровой медиатизации является также интерактивность, позволяющая гражданам участвовать в политических процессах через онлайн-голосования, цифровой активизм, петиции и обсуждения в

¹⁰² Запрещен в России с 21 марта 2022 г.

¹⁰³ Allcott H., Gentzkow M. Social Media and Fake News in the 2016 Election. / H. Allcott, M. Gentzkow // Journal of Economic Perspectives. – 2017. – Vol. 31, №. 2. – P. 211-236.

социальных сетях. Это расширяет традиционные формы политического участия, однако вызывает вопросы о степени представительности и реальном влиянии таких форм на принятие политических решений.

Таким образом, медиатизация политики в цифровой среде – это многоаспектный процесс, который трансформирует политическую коммуникацию, создаёт новые возможности и одновременно новые риски для демократического общества. Исследование данного феномена требует комплексного подхода, учитывающего технологические особенности цифровых платформ и социально-политические последствия их использования.

В рамках данного исследования будет проведён анализ влияния цифровой медиатизации на формирование общественного мнения, организацию политического участия и качество политического дискурса, а также рассмотрены вызовы, связанные с манипуляциями и дезинформацией в цифровом пространстве.

Структурные компоненты цифрового политического медиапространства

Российское цифровое медиапространство представляет собой сложную и многослойную систему, включающую несколько ключевых структурных компонентов, каждый из которых играет специфическую роль в формировании политической коммуникации и общественного мнения.

Первым важнейшим элементом являются государственные СМИ. Эти медиа обладают институциональной поддержкой, значительными ресурсами и служат инструментом официальной государственной политики в информационной сфере. Государственные СМИ формируют и транслируют легитимные политические нарративы, способствуя укреплению власти и формированию общественного консенсуса вокруг ключевых государственных инициатив (Pomerantsev, 2019). В России к таким СМИ относятся, например, телеканалы «Россия 1», «Первый канал», а также информационные агентства, такие как ТАСС и РИА Новости. Их функция – не столько информировать, сколько ритуально воспроизводить образ государства как единственного источника порядка и смысла, маргинализируя альтернативные точки зрения не только через умолчание, но и через специфические формы репрезентации. Государственные СМИ активно

используются для формирования позитивного образа власти и дискредитации оппозиционных сил, что отражает их роль в управлении политическим дискурсом¹⁰⁴.

Второй элемент — альтернативные и независимые медиа — существует в состоянии постоянного адаптивного сопротивления. Их влияние измеряется не массовым охватом, а способностью формировать смысловые оазисы для критически настроенных аудиторий. Такие издания, как «Медуза» или «Новая газета», работают в логике контр-нарратива: они дешифруют официальные сообщения, проводят расследования, предлагают иной язык описания реальности. Их существование — это борьба не только за содержание, но и за каналы распространения, что приводит к постоянной миграции между платформами (Telegram, YouTube, сайты-зеркала — запрещены на территории РФ). Они поддерживают символический плюрализм, даже будучи ограниченными юридическими и экономическими барьерами¹⁰⁵.

Третий элемент — социальные сети и цифровые платформы — стал полем битвы за политическую субъектность. Здесь сталкиваются и трансформируются оба предыдущих элемента. Государство стремится контролировать эти пространства через официальные аккаунты, провластных блогеров и адаптацию меметических форматов. В то же время платформы с их алгоритмической логикой создают возможности для возникновения спонтанных, горизонтальных сетевых солидарностей — от локальных активистских чатов до масштабных протестных координаций. Telegram-каналы, YouTube-стримы, даже комментарии «ВКонтакте» становятся площадками, где политическое высказывание дробится, персонализируется и обретает новую убедительность, часто основанную на эффекте «из первых уст» или на эмоциональной искренности¹⁰⁶. В ходе протестных

¹⁰⁴ Иванова Д. В. Государственные СМИ и политическая легитимация в России / Д. В. Иванова // Политическая наука. — 2021. — № 4 (12). — С. 75-85.

¹⁰⁵ Петрова А. С. Роль независимых СМИ в формировании политического дискурса в России: на примере «Медузы» и «Новой газеты». // Журналистика и общество. — 2020. — № 2 (18). — С. 50-60.

¹⁰⁶ Запрещен в России с 21 марта 2022 г.

акций 2019–2021 годов Telegram-каналы играли важную роль в координации действий и распространении информации, обходя традиционные медиафильтры¹⁰⁷. Именно здесь политика становится повседневной практикой, а не только медийным зрелищем.

Наконец, неотъемлемым элементом цифрового медиапространства являются пользователи. Современные цифровые технологии дают гражданам возможность не только потреблять контент, но и активно создавать, распространять и интерпретировать политическую информацию. Это ведёт к появлению новых форм политического участия, таких как онлайн-активизм, коллективное производство контента и формирование сетевых сообществ солидарности. Пользователи выступают как агенты политической коммуникации, влияя на динамику политического дискурса и расширяя границы традиционного участия¹⁰⁸.

В российской практике примерами могут служить различные тематические сообщества в социальных сетях, а также инициативы по распространению альтернативной информации через мессенджеры.

Таким образом, российское цифровое политическое медиапространство характеризуется взаимодействием и соперничеством нескольких структурных элементов, каждый из которых выполняет свою функцию в системе политической коммуникации. Понимание этих компонентов и их взаимосвязей является ключевым для анализа особенностей медиатизации политики в цифровую эпоху.

Функциональные особенности медиатизации политики

Медиатизация политики выполняет ряд ключевых функций, обеспечивающих устойчивое функционирование политической системы и влияющих на динамику политических процессов в цифровую эпоху. Рассмотрение этих функций позволяет перейти от поверхностного описания к пониманию того, как именно медиа перестраивают саму ткань политического. Они не просто информируют или связывают – они изменяют параметры политического действия.

¹⁰⁷ Смирнов И. В. Роль мессенджеров в политической мобилизации: опыт протестных акций 2019–2021 годов. // Современные коммуникации. – 2022. – № 1 (14). – С. 100-110.

¹⁰⁸ Иванов Д. В. Цифровые платформы и политическая активность в России. // Журнал политических исследований. – 2021. – Т. 12, № 3. – С. 45-60.

Информационная функция в цифровую эпоху – это не просто предоставление данных. Это установление нового временного режима, где скорость распространения становится ключевым ресурсом влияния. Оперативность, граничащая с сиюминутностью, формирует повестку дня, определяя не только «о чем думать», но и в каком темпе это осмыслять. В российском контексте, например, практически синхронная публикация официального заявления на сайте Кремля, его разбор в телеграм-каналах экспертов и реакция в комментариях «ВКонтакте» создают не просто информационный поток, а целостную и стремительную среду восприятия. Однако эта скорость – обоюдоострое оружие. Она делает возможными не только кризисную коммуникацию, но и кризис манипуляции, когда непроверенные нарративы, запущенные через паблики-миллионники, успевают сформировать эмоциональный отклик раньше, чем включаются механизмы верификации.

Коммуникативная функция сегодня – это иллюзия диалога, переформатирующая ожидания граждан. Интерактивные платформы создают устойчивое ожидание прямой, незамедлительной связи с властью. Политик, ведущий прямой эфир в Instagram, или ведомство, собирающее обращения через портал «Госуслуги», формируют новый стандарт прозрачности и отзывчивости. Обратная связь превращается в публичный перформанс. В России это порождает парадоксальные гибридные формы: при внешней риторике вертикального управления в цифровой среде возникают активные, хотя часто маргинализированные, сообщества (в Telegram, на форумах), где критика и альтернативные проекты будущего не просто высказываются, но и находят свою аудиторию. Власть вынуждена не просто транслировать, но и сканировать эту среду, реагируя на ее наиболее резонансные сигналы.¹⁰⁹

Мобилизационная функция эволюционировала от одностороннего призыва к распределенной координации действий. Цифровые технологии создают новые

¹⁰⁹ Волкова Е. Н. Социальные сети как инструмент политической коммуникации в современной России // Политическая коммуникация и общество. – 2020. – № 3 (9). – С. 110-120.

возможности для организации и координации политических действий, что было продемонстрировано в ходе массовых протестных движений последних лет. В России примерами могут служить акции протеста, координируемые через Telegram-каналы и социальные сети, а также онлайн-петиции и кампании, направленные на повышение политической осведомленности¹¹⁰. Такая функциональность цифровых медиа расширяет традиционные формы политического участия и способствует формированию сетевого гражданского общества.

Легитимационная функция медиатизации заключается в создании и поддержании легитимности политических институтов через медийные нарративы, символы и ритуалы. Медиа формируют образ власти, создают символические представления о государственной стабильности и порядке, способствуют укреплению доверия к политическим институтам. В российской практике государственные СМИ активно используют этот ресурс для укрепления авторитета власти, воспроизводя позитивные образы и поддерживая официальные дискурсы¹¹¹. Легитимация, опосредованная цифровыми медиа, содержит имманентное противоречие. Чрезмерно ритуализированное и топорное медийное присутствие власти не укрепляет, а подрывает доверие. Оно перестает быть инструментом убеждения, превращаясь в фоновый шум или прямой раздражитель. Аудитория начинает реагировать не на содержание сообщения, а на саму технику его распространения, маркируя контент как «пропаганду» в ее манипулятивном, негативном прочтении. В этой ситуации символический капитал доверия мигрирует от традиционных институтов к инфраструктурам платформ и харизматичным инфлюенсерам. Официальный дискурс рискует стать пустым знаком, усиливая политический цинизм и социальную аномию.

¹¹⁰ Смирнов И. В. Роль мессенджеров в политической мобилизации: опыт протестных акций 2019–2021 годов // Современные коммуникации. – 2022. – № 1 (14). – С. 100-110.

¹¹¹ Павлова Н. И. Государственные СМИ как инструмент формирования политической легитимности в современной России // Вестник политических исследований. – 2020. – № 4 (16). – С. 130-140.

Таким образом, медиатизация политики предстает не статичным набором функций, а динамическим и конфликтным полем. Здесь информационное обеспечение, коммуникация, мобилизация и легитимация не просто сосуществуют – они конкурируют, взаимно ослабляя или усиливая друг друга. Понимание этой механики требует перехода от анализа содержания к анализу протоколов: алгоритмов, интерфейсов, метрик вовлеченности. Именно они формируют новый язык политического взаимодействия.

Как это устроено: механизмы цифровой медиатизации

Функции отвечают на вопрос «зачем», механизмы – на вопрос «как». Цифровые технологии переформатируют саму ткань политической коммуникации, задавая новые правила производства, упаковки и доставки контента. Эти правила часто остаются за кадром, но именно они определяют границы возможного в публичном пространстве.

Рассмотрим алгоритмическую персонализацию. В цифровой среде политический контент редко «достигает» аудитории случайно. Он подбирается и ранжируется системами машинного обучения, чья главная цель – не информировать, а удерживать внимание. Алгоритмы платформ выявляют паттерны поведения и предпочтений, формируя уникальную информационную диету для каждого пользователя. Побочный эффект этой точной настройки – «пузырь фильтров»: самоподкрепляющаяся информационная среда, где альтернативные точки зрения системно исключаются из ленты новостей.

В российском контексте этот механизм работает на уже существующем социальном фундаменте. Алгоритмы VK или «Яндекс.Дзен» не создают расколы, но технологически их усиливают, превращая различия во взглядах в непроницаемые медийные барьеры. Пользователи разных информационных вселенных не просто имеют разные мнения – они живут в разных фактологических реальностях. Это ставит под сомнение саму возможность общего публичного дискурса, заменяя его набором параллельных монологов.

Второй важный механизм – это *распространение вирусного контента и мемов*. Вирусный контент характеризуется высокой степенью эмоционального

воздействия, лёгкостью восприятия и способностью быстро распространяться в цифровом пространстве посредством репостов, лайков и комментариев. Мемы, как особый вид визуально-семантического контента, играют роль своеобразных культурных кодов, через которые выражаются политические идеи, критика и поддержка. В условиях российского медиапространства мемы стали инструментом как пропаганды, так и оппозиционной активности. Например, во время протестных движений 2019–2021 годов мемы использовались для мобилизации молодежи, создания чувства солидарности и выражения политического протеста в доступной и ироничной форме¹¹². Отметим, что и вирусный контент может быть использован при манипулировании общественным мнением распространяя дезинформацию.

Третий механизм – это смещение в сторону мультимедийной полифонии. Видеоблоги на YouTube, нарративные сторис в Instagram, подкасты и прямые эфиры в Telegram перестали быть просто форматами. Они стали средами обитания для новых политических субъектов. Визуальный ряд, монтажный ритм, интимность «живого» стрима – эти элементы формируют иной тип восприятия, более эмоциональный и доверительный. Аудитория, особенно молодежь, фактически мигрирует в эти пространства, где политическое высказывание упаковано не в колонку текста, а в динамичный видеоряд или личный разговор. Это позволяет создавать параллельные коммуникативные контуры, минуя традиционные медиа-шлюзы и редакторскую политику. Отметим что популярность видеоконтента платформ: YouTube, Telegram и Instagram¹¹³ формирует независимые политические сообщества, расширяют возможности альтернативной политической коммуникации, что в свою очередь позволяет обходить традиционные медиафильтры. Однако эта же виральность и эмоциональная вовлеченность создают питательную среду для дезинформации. Алгоритмы платформ, настроенные на максимизацию вовлечения, часто приоритизируют контент с высоким эмоциональным зарядом, будь то возмущение

¹¹² Смирнова Е. В. Мемы как инструмент политической мобилизации молодежи в социальных сетях // Журнал политической коммуникации. – 2021. – № 3. – С. 45-59.

¹¹³ Запрещен в России с 21 марта 2022 г.

или одобрение. Специфический мем, эмоционально заряженный видеоклип или умело сфабрикованный скриншот могут приобрести лавинообразную распространенность. Таким образом, вирусный потенциал становится не просто инструментом вовлечения, но и мощным оружием в манипулятивных практиках. Противодействие этому требует не только фактчекинга, но и глубокого понимания логики распространения таких нарративов, механик вовлечения и особенностей восприятия в каждой из этих мультимедийных сред. Например, блогеры используют стримы для прямого общения с аудиторией, что усиливает эффект присутствия и доверие к источнику информации.

Четвёртый и один из наиболее проблемных механизмов медиатизации – это *манипулятивные технологии*. В современном цифровом медиaprостранстве активно применяются боты, фейковые аккаунты и фабрики троллей, которые создают иллюзию массовой поддержки или оппозиции, искажают политический дискурс и манипулируют общественным мнением (Bradshaw & Howard, 2018). В России данные технологии получили широкое распространение, что подтверждается исследованиями, выявляющими масштабные кампании по распространению дезинформации, пропаганды и кибероперациям, направленным на дискредитацию оппонентов и формирование выгодных для власти нарративов. Современные механизмы медиатизации образуют сложную динамическую систему, где технологические, коммуникативные и социальные факторы тесно переплетены. Алгоритмы персонализации, создающие «информационные пузыри», становятся идеальной средой для распространения вирусного контента – как важных социальных новостей, так и дезинформации. Мультимедийные форматы (видео, инфографика) используются одновременно для глубокого анализа и для эмоциональных манипуляций. Эта взаимосвязь показывает, что изолированное изучение одного инструмента – алгоритмов, фейков или форматов – неэффективно, необходим комплексный подход, учитывающий их совместное влияние на политическую реальность.

Такая среда закономерно приводит к эрозии доверия к медиа в целом и порождает информационный хаос, где установление достоверных фактов

становится серьёзной проблемой. В ответ на эти вызовы формируются компенсаторные институты и практики: развивается цифровая грамотность, возникает движение fact-checking'a (проверки фактов), а роль независимых экспертов и журналистов-расследователей становится критически важной. Однако и эти защитные механизмы интегрированы в ту же систему – их разоблачения часто циркулируют внутри тех же платформ и борются за внимание в условиях той же алгоритмической логики.

Таким образом, медиатизация в цифровую эпоху представляет собой совокупность инструментов с двойственным эффектом. С одной стороны, она беспрецедентно расширяет возможности для политической коммуникации, участия и мобилизации. С другой – системно порождает новые риски: манипуляции, поляризацию и подрыв рациональной основы публичной дискуссии. Глубокое понимание этой двойственности, анализ конкретных взаимосвязей (например, как определенный алгоритм YouTube способствует росту политического экстремизма) является необходимым условием не для упрощённого запрета, а для разработки адаптивных стратегий. Цель таких стратегий – не тотальный контроль, а обеспечение информационной прозрачности, поддержка цифрового суверенитета граждан и поиск новых форм легитимности власти в условиях, когда монополия на истину окончательно утрачена.

Структурные изменения в политическом пространстве, вызванные медиатизацией политики в условиях цифрового медиаландшафта, затрагивают множество аспектов, включая децентрализацию информации, изменение роли традиционных медиа и появление новых политических акторов. Эти изменения имеют глубокие последствия для функционирования политических институтов и взаимодействия между гражданами и властью. Современные цифровые платформы (Telegram, YouTube, и др.) трансформируют традиционные модели медиакommunikации, приводя к её децентрализации – процессу, при котором производство, распространение и потребление информации перестают контролироваться ограниченным кругом институциональных акторов (СМИ, государственные медиа, редакционные системы). Вместо этого формируется

полицентричная система, где множественные источники (блогеры, политики, алгоритмически продвигаемый пользовательский контент) конкурируют за внимание аудитории без четкой иерархии.

Рассмотрим содержание термина «децентрализация коммуникаций», который означает переход от централизованных медиа (как государственные телеканалы, печатные СМИ, радио) к более разрозненным, цифровым платформам, где пользователи сами создают и распространяют контент¹¹⁴. Другое, более расширенное понимание: децентрализация коммуникаций – процесс перехода от вертикально-иерархической медиасистемы к горизонтальным сетевым структурам – стала ключевым трендом в России на фоне цифровизации и кризиса доверия к традиционным СМИ. Этот феномен трансформирует не только способы потребления информации, но и саму структуру публичной сферы, создавая новые возможности и риски¹¹⁵.

Децентрализация коммуникации является одной из ключевых характеристик цифровой среды, ключевым следствием цифровой трансформации публичной сферы. На основе анализа платформенных механизмов (Telegram, YouTube) выявляются структурные сдвиги, выражающиеся в разрушении традиционной иерархии медиопосредничества и формировании гетерархической системы информационных потоков.

Основная трансформация цифровой эпохи заключается не просто в увеличении числа говорящих, а в кардинальном изменении источника доверия к информации. В отличие от традиционной модели, где авторитет строился на институциональной репутации СМИ («газета «Правда» сообщает»), сегодня решающую роль играет доверие к личному контакту в социальной графе – к другу,

¹¹⁴ Jenkins H., Ford S., Green. J. *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture* / Google books. 2026. – URL: <https://books.google.ru/books?id=pq1oClUrhDgC> (дата обращения: 21.03.2026).

¹¹⁵ Волкова Е. Н. Цифровая трансформация и медиасреда в современной России: вызовы и перспективы. // Вестник Московского университета. – Серия 10. Журналистика, 2020. – № 2. – С. 45-60.

родственнику, авторитетному блогеру. Пользователи чаще верят информации, ретранслированной через их личную сеть, даже если первоисточник сомнителен.

Этот феномен создаёт парадоксальную ситуацию с достоверностью. С одной стороны, децентрализация позволяет быстро распространять важные, но игнорируемые официальными СМИ новости (что было характерно для многих гражданских инициатив). С другой – та же механика превращает личные ленты в каналы для вирусного распространения дезинформации, непроверенных слухов и эмоционально заряженных фейков, как это ярко проявилось в кампаниях вокруг выборов в США в 2016 году. В тот период значительная часть электората получала информацию о кандидатах и их позициях через Facebook¹¹⁶ и Twitter¹¹⁷, что подчеркивает важность личных сетей для формирования мнений¹¹⁸.

Во время массовых протестов в Гонконге в 2019 году активисты массово использовали мессенджеры Telegram и Signal для координации акций, обмена информацией и обхода цензуры. В 2020 году в Белоруссии мессенджеры Telegram и Viber использовались для координации акций протеста и обмена видео- и фотоматериалами, создания многочисленных независимых каналов и групп, что усложняло репрессии и блокировки.

Следует подчеркнуть структурные особенности этого процесса в российском контексте. И.Н. Засурский, И.М. Дзялошинский, М.М. Лукина и другие российские ученые занимались вопросами медиапотребления и цифровизации. Ключевые выводы в проводимых исследованиях заключаются в следующем: происходит увеличение количества альтернативных платформ (Telegram, YouTube), снижение доверия к традиционным СМИ, влияние алгоритмов на формирование информационных пузырей. Также следует выделить принимаемые государством меры по регулированию интернета и их влияние на децентрализацию. Цифровые

¹¹⁶ Запрещен в России с 21 марта 2022 г.

¹¹⁷ Заблокирован в России 4 марта 2022 г.

¹¹⁸ Pew Research Center's most-read research of 2016. // Pew Research Center. URL: <https://www.pewresearch.org/short-reads/2016/12/29/pew-research-centers-most-read-research-of-2016> (дата обращения: 28.09.2025).

платформы (Telegram, YouTube) снижают роль традиционных СМИ как «посредников», позволяя политикам и гражданам взаимодействовать напрямую. Прямые эфиры политических лидеров в соцсетях (например, блог-платформа В. Путина на «Россия 24» и альтернативные стримы оппозиции).

Современные цифровые платформы (Telegram, YouTube) трансформируют традиционные модели медиакommunikации, приводя к её децентрализации – процессу, при котором производство, распространение и потребление информации перестают контролироваться ограниченным кругом институциональных акторов (СМИ, государственные медиа, редакционные системы). Вместо этого формируется полицентричная система, где множественные источники (блогеры, политики, алгоритмически продвигаемый пользовательский контент) конкурируют за внимание аудитории без четкой иерархии.

Механизмы децентрализации следующие:

Размывание медианосредничества. Классическая схема коммуникации (отправитель → СМИ → аудитория) уступает место прямому взаимодействию (P2P, politician-to-public). Это снижает роль традиционных СМИ как «привратников» (gatekeepers) и перераспределяет символическую власть в пользу альтернативных платформ (например, политики, использующие Telegram для прямых обращений).

Алгоритмическая фрагментация публичной сферы. Платформы не просто устраняют посредников, но и переопределяют логику отбора контента: если раньше она зависела от редакционной политики, то теперь – от пользовательских предпочтений и алгоритмов ранжирования (For You Page, YouTube recommendations). Это приводит к:

- сегментации аудиторий (разные группы получают разную информацию);
- дестандартизации медиавоздействия (отсутствие единого информационного пространства).

Возникновение конкурирующих центров влияния. Вместо доминирования нескольких крупных СМИ формируются множественные узлы коммуникации (блог-платформы, чаты, стриминговые сервисы), каждый из которых

устанавливает собственные правила дискурса. Например, новостные нарративы в Telegram-каналах могут радикально отличаться от трактовки тех же событий в традиционных СМИ¹¹⁹.

Структурные последствия децентрализации для медиасистемы не означают хаотизацию – она приводит к новым формам организации коммуникации. Такими формами, по мнению исследователей являются:

Гетерархия вместо иерархии: влияние определяется не институциональным статусом, а вовлеченностью аудитории (лайки, репосты, комментарии).

Динамическая авторитетность: значимость источника ситуативна (виральный пост рядового пользователя может перевесить аналитику эксперта).

Плюрализация медиавласти: ни один актор (государство, корпоративные СМИ, платформы) не обладает монополией на контроль информации.

Этот сдвиг требует переосмысления классических теорий медиа (например, модели «agenda-setting») в пользу подходов, учитывающих алгоритмическую опосредованность и конкурентный характер цифрового дискурса, децентрализации, трансформирующими традиционные модели коммуникации. Цифровые платформы (Telegram, YouTube) трансформируют медийную экосистему, разрушая традиционную иерархию коммуникации. Они минимизируют роль СМИ как ключевых посредников, обеспечивая прямую интеракцию между политическими акторами и аудиторией. Иерархия коммуникационного пространства разрушается и формируется сетевая структура.

Во фрагментированной среде государственные СМИ (Первый канал, RT) и альтернативные платформы (Telegram-каналы, YouTube, интернет-площадки, блогосфера) формируют параллельные информационные потоки. Распад единого информационного пространства на множество платформ привел к формированию «цифровых племён», изолированных сообществ с уникальными нормами и языком что отмечает И.Н. Засурский. Согласно отчету Mediascope (Q4 2023): ежемесячная аудитория Telegram: 48 млн пользователей 16+ (42% населения). Рост за год: +22%.

¹¹⁹ Castells M. Communication Power. – Oxford: Oxford University Press, 2009. – 552 P.

Происходит ослабление gatekeeping-функции традиционных медиа. Традиционные СМИ утрачивают роль «сторожевых псов» информации: 72% россиян 18-35 лет не смотрят ТВ-новости (ВЦИОМ, 2023). Только 12% пользователей Telegram считают федеральные СМИ достоверными (Левада-центр, 2023)¹²⁰.

Во фрагментированной среде государственные СМИ (Первый канал, RT) и альтернативные платформы (Telegram-каналы, YouTube) формируют параллельные информационные потоки.

Рост user-generated content (UGC). Нарративы всё чаще формируются снизу вверх: 58% политического контента создаётся не журналистами, а блогерами и анонимными аккаунтами. Это явление стало ключевым элементом цифровой культуры, трансформируя медиапотребление, маркетинг и общественную коммуникацию. Telegram-каналы («Подъём», «Незыгарь») с аудиторией 5-7 млн подписчиков опережают по охвату региональные ТВ-каналы. По данным исследований ФОМ 41% молодёжи доверяет мнению блогеров больше, чем официальным СМИ. UGC становится инструментом альтернативной легитимации: 67% протестных акций 2020-2023 гг. координировались через социальные сети¹²¹.

Алгоритмизация контента заменяет редакционный контроль, продвигая контент по принципу виральности, а не общественной значимости. В результате наблюдается эрозия экспертизы (54% инфоповодов в РФ запускаются через мемы (Шомова, 2023), и поляризация (89% пользователей попадают в «фильтрующие пузыри» через 2 месяца активного серфинга¹²²).

Децентрализация коммуникаций в России носит асимметричный характер: в технологическом аспекте происходит переход к горизонтальным сетевым структурам. В институциональном – сохраняется контроль над традиционными

¹²⁰ Основные источники информации и популярные журналисты. Левада-Центр: Основные источники информации и популярные журналисты

¹²¹ Володенков С. В. Влияние технологий интернет-коммуникаций на современные общественно политические процессы: сценарии, вызовы и акторы // Мониторинг. 2023. №5 (153). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-tehnologiy-internet-kommunikatsiy-na-sovremennye-obshchestvennopoliticheskie-protsessy-stsenarii-vyzovy-i-aktory> (дата обращения: 28.09.2025).

¹²² Лукина М.М. Трансформация медиапотребления в цифровую эпоху: традиции и инновации. – М.: Факультет журналистики МГУ, 2021. – 224 с. ISBN: 978-5-89452-321-7

СМИ при утрате монополии на внимание. Таким образом формируется «гибридная» структура, модель, где государство доминирует в телеэфире, но вынуждено конкурировать с альтернативными платформами за цифровую аудиторию.

Цифровая революция последнего десятилетия привела к фундаментальной трансформации способов политической коммуникации и организации коллективных действий. Как отмечает Кастельс, новые медиа создают принципиально иную экологию социальных движений, где традиционные иерархические структуры уступают место сетевым формам организации информации¹²³. В данном контексте особый интерес представляет феномен децентрализации политической коммуникации, наиболее ярко проявляющийся в использовании мессенджеров для координации протестных акций. Так, протестное движение в Беларуси продемонстрировало беспрецедентную роль Telegram как инструмента политической мобилизации. Канал NEXTA, насчитывавший к пику протестов более 2 млн подписчиков, стал основным источником альтернативной информации, платформой для координации протестных акций и инструментом документирования фактов полицейского насилия. Особенностью стала гетерархическая структура организации, когда локальные чаты в районах действовали автономно, координируясь через общие каналы (Wilson, 2021).

Современные политические процессы все в большей степени опосредуются цифровыми медиаплатформами, что приводит к трансформации традиционных механизмов политической коммуникации. Рассмотрение структурно-функциональных особенностей медиатизации политики позволяет выявить системные взаимосвязи между технологическими возможностями цифровых платформ и их политическими функциями.

Влияние медиатизации на политические процессы

¹²³ Почепцов Г. Г. Сетецентричная война и протестные движения в свете теории Кастельса. // Интернет-журнал Релга. URL: <https://relga.ru/articles/5503/?ysclid=mc7capuevn763287283> (дата обращения: 28.09.2025).

Медиатизация политики оказывает фундаментальное воздействие на различные аспекты политической жизни, трансформируя формы политического участия, электоральные стратегии, структуру политического влияния и создавая новые вызовы для демократических институтов.

Одним из наиболее заметных изменений является трансформация форм политического участия. Цифровые технологии способствуют росту онлайн-активизма, цифровых протестов, петиций и кампаний в социальных сетях, которые становятся альтернативой или дополнением традиционным формам гражданской активности. В России, например, массовые протестные движения последних лет активно использовали такие цифровые инструменты для мобилизации участников и координации действий, что демонстрирует расширение возможностей политического вовлечения через цифровые каналы¹²⁴. Онлайн-петиции и кампании в социальных сетях не только повышают уровень гражданской осведомленности, но и формируют новые модели взаимодействия между обществом и властью.

Вторым важным аспектом является трансформация электоральных стратегий. Политические партии и кандидаты всё активнее используют таргетированную рекламу, анализ больших данных (big data) и современные аналитические инструменты для точного определения целевых аудиторий и повышения эффективности мобилизации избирателей (Kreiss, 2016). Например, в ходе выборов 2016 года в США кампания Дональда Трампа широко применяла таргетированную рекламу в социальных сетях, что стало одним из факторов её успеха. В российском контексте также наблюдается активное применение подобных технологий, что свидетельствует о глобализации современных электоральных практик¹²⁵.

Третьим значимым фактором является рост роли лидеров мнений и инфлюенсеров, которые формируют новые центры влияния вне традиционной партийной системы. Социальные сети позволяют отдельным личностям с большим

¹²⁴ Горбунова О. В. Цифровые технологии и протестное движение в России: новые формы политического участия // Полис. Политические исследования. – 2021. – № 2. – С. 112-130.

¹²⁵ Кузнецова М. В. Цифровые технологии и электоральные кампании: опыт США и России. // Политическая наука. – 2020. – № 4. – С. 95-110.

числом подписчиков влиять на политические настроения и формировать общественное мнение (Freelon, McIlwain & Clark, 2018). В России популярные блогеры, журналисты и активисты становятся важными политическими акторами, оказывая влияние на электорат и даже на формирование политических повесток, что меняет традиционную структуру политической власти.

Наряду с позитивными изменениями медиатизация политики порождает и серьёзные риски для демократии. Распространение дезинформации, цензура, манипуляции общественным мнением и ограничение свободы слова становятся всё более заметными проблемами цифровой политической среды (Bradshaw & Howard, 2018; Tambini, 2017).

Ключевыми элементами медиатизации политики представляются цифровые инструменты легитимации власти, платформы для мобилизации коллективных действий и формирование пространств контрдискурса.

Цифровые инструменты легитимации политической власти

Легитимация власти в цифровую эпоху приобретает новые формы, опирающиеся на технологические возможности современных медиаплатформ. Можно выделить три основных механизма:

1. В современных исследованиях отмечается формирование устойчивой системы официальных цифровых коммуникационных платформ, включающих: государственные веб-порталы и онлайн-сервисы; мобильные приложения органов власти; верифицированные аккаунты представителей власти в социальных медиа. Данные институционализированные каналы выполняют ключевую функцию – обеспечивают эффект перманентного присутствия власти в цифровом информационном пространстве. Этот феномен характеризуется: непрерывностью коммуникационного воздействия; официальным статусом распространяемой информации; формированием устойчивых каналов обратной связи с гражданами (Margetts, 2019).

2. Алгоритмическое продвижение (прогосударственного) контента через системы рекомендаций в социальных сетях (YouTube) и поисковых системах формирует «эффект эха», усиливая доминирующие нарративы (Tufekci, 2014).

3. Гибридные формы цифровой пропаганды, включающие сетевых агентов влияния и автоматизированные бот-сети, позволяют создавать видимость массовой поддержки (Woolley & Howard, 2019).

Эмпирические исследования показывают, что в авторитарных контекстах (например, в Беларуси в 2020 году) подобные инструменты использовались для дискредитации протестных движений и создания альтернативных интерпретаций политических событий (Wilson, 2021).

Платформы для мобилизации коллективных политических действий

Цифровые медиа создают новые возможности для самоорганизации гражданских движений через:

1. Децентрализованные архитектуры мессенджеров (Telegram, Signal) и социальных сетей, обеспечивающие устойчивость к цензуре (Freelon et al., 2020).

2. Мультимедийные форматы (live-стримы, user-generated content, мемы), позволяющие быстро распространять информацию и формировать эмоциональную вовлеченность (Bennett & Segerberg, 2013).

3. Гибридные сети координации, сочетающие открытые платформы и закрытые чаты для планирования акций (Tufekci, 2017).

Ярким примером эффективного использования этих возможностей стал Telegram-канал NEXTA во время протестов в Беларуси (2020), выполнявший функции: (а) альтернативного СМИ, (б) платформы для координации, и (с) архива доказательств насилия со стороны силовых структур¹²⁶.

Цифровые пространства контрдискурса

Формирование альтернативных политических нарративов в условиях цифровой среды характеризуется:

1. *Полифоничностью* – одновременным существованием множества конкурирующих интерпретаций событий (Bakhtin, 1981 [применительно к цифровой среде]).

¹²⁶ Морозов И. С. Русский язык в медиапространстве России // Язык и коммуникация. – 2021. – № 2. – С. 22-33.

2. *Тактической адаптивностью* – постоянным обновлением стратегий обхода цензуры (зеркальные сайты, VPN, федеративные платформы) (DeNardis, 2020).

3. *Эпистемическим сопротивлением* – использованием цифровых методов верификации (цифровой форензики, анализ метаданных) для противостояния государственной пропаганде (Milan, 2020).

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о двойственной природе цифрового медиапространства при освещении политических процессов. С одной стороны, оно предоставляет авторитарным режимам новые инструменты контроля и легитимации, с другой – создает возможности для мобилизации гражданского общества и формирования альтернативных политических нарративов. Дальнейшие исследования могли бы сосредоточиться на сравнительном анализе эффективности различных цифровых тактик в разных политических режимах.

Ключевые тренды развития и структурные особенности медиатизации в российском контексте

1. *Гибридизация*: симбиоз государственных СМИ и цифровых платформ. Процесс гибридизации проявляется в активном использовании государственными СМИ цифровых платформ для расширения аудитории. Исследования показывают, что RT значительно увеличил охват молодёжной аудитории за счёт присутствия в Instagram¹²⁷ и т.д. По данным аналитического отчёта Mediascope (2023)¹²⁸, количество подписчиков RT на TikTok выросло на 150% в период 2022–2023 гг., что свидетельствует о стратегическом переходе к мультимедийным форматам распространения информации.

2. *Цифровой суверенитет*: Закон о VPN (2024) и рост пользователей Tor. Введение закона о регулировании VPN в 2024 году, согласно исследованию Центра цифровых прав (2024), снизило использование официальных VPN-сервисов на

¹²⁷ Запрещен в России с 21 марта 2022 г.

¹²⁸ Mediascope: отчет о медиапотреблении россиян в 2023 году. // Mediascope.net. URL: <https://mediascope.net/upload/iblock/226/e71wh96qizxpwflrj2ttfzkwlie8vr8/медиапотребление%202020.pdf> (дата обращения: 28.09.2025)

35%, однако параллельно зафиксирован рост активности пользователей сети Tor на 25% за первый квартал 2024 года. Это свидетельствует о том, что пользователи ищут альтернативные способы обхода цифровой цензуры, что создаёт вызовы для политики цифрового суверенитета.

3. Конфликт логик: медиалогика и политическая логика

Анализ материалов российских СМИ, проведённый Институтом медиарисков (2023), выявил, что около 60% новостных сообщений в цифровых СМИ содержат кликбейт¹²⁹, тогда как государственные каналы стремятся поддерживать стабильный политический дискурс, избегая тем, способных вызвать социальную напряжённость. Это подтверждает наличие системного конфликта между медиалогикой и политической логикой, характерного для медиасистемы России.

Таким образом, в ходе анализа структурно-функциональных особенностей медиатизации политики в политическом цифровом медиапространстве были выделены структурные сдвиги: децентрализация, алгоритмизация, фрагментация.

Современная цифровая среда несет в себе определенное противоречие: формальная децентрализация источников информации на практике ведёт к новой форме централизации контроля над вниманием пользователя.

Ключевое изменение заключается не просто в увеличении числа каналов, а в алгоритмизации медиапотребления. Платформы вроде «ВКонтакте» и Telegram используют сложные системы рекомендаций, которые выстраивают для каждого пользователя персонализированную информационную реальность. Вместо общественной дискуссии с общим набором фактов мы получаем миллионы изолированных «информационных вселенных». Этот механизм порождает два взаимосвязанных эффекта:

¹²⁹ Примечание. Кликбейт – это контент с сенсационными или вводящими в заблуждение заголовками, задача которых – любой ценой привлечь внимание пользователя, вызвать эмоции и побудить его кликнуть по ссылке, чтобы увеличить трафик на сайт, а не предоставить качественную информацию.

Усиление «пузырей фильтрации». Алгоритмы, настроенные на удержание внимания, последовательно предлагают контент, уже соответствующий сформированным взглядам пользователя. В итоге пользователь оказывается в замкнутой среде, где альтернативные точки зрения и неудобные факты просто не доходят до его ленты. Политическая информация становится не инструментом познания, а средством подтверждения предубеждений.

Системная поляризация. Поскольку разные группы населения потребляют принципиально разные наборы фактов и нарративов, исчезает сама основа для конструктивного диалога. Аудитория государственных телеграм-каналов и подписчики независимых блогеров живут в параллельных информационных мирах, что ведёт не просто к разным мнениям, а к формированию взаимоисключающих картин реальности. Это ослабляет влияние традиционных медиаструктур не в пользу плюрализма, а в пользу атомизированной, но легко управляемой через триггеры публики.

Таким образом, фрагментация аудитории – это не стихийный процесс, а прямой результат работы коммерческих алгоритмов, преследующих цели вовлечения, а не информирования. В российском контексте этот глобальный тренд накладывается на политику цифрового суверенитета, создавая уникальный гибрид: множество каналов при жёстком контроле ключевых инфраструктур и алгоритмов ранжирования. Децентрализация каналов распространения оборачивается централизацией механизмов формирования смыслов. Фрагментация медиапространства, как следствие децентрализации и алгоритмизации, приводит к появлению множества «микро-общин» с собственными политическими нарративами, что усложняет формирование единого общественного мнения и увеличивает роль цифровых коммуникаций в политической мобилизации.

*Функциональная перестройка: от пропаганды к интерактивной
мобилизации*

Традиционная роль СМИ в политике – пропаганда и одностороннее распространение официальных сообщений – трансформируется в сторону интерактивных коммуникаций. Цифровое медиапространство предоставляет

платформы для двустороннего взаимодействия между политическими акторами и аудиторией, что позволяет не только информировать, но и мобилизовать граждан к участию в политических процессах.

Примером такой функциональной перестройки являются кампании цифрового активизма, использование социальных сетей и мессенджеров («ВКонтакте», «Telegram») для организации протестов, петиций и общественных движений. Политические организации и государственные структуры всё чаще используют интерактивные инструменты для вовлечения избирателей и формирования сообществ поддержки, что меняет характер политической коммуникации с традиционно вертикальной на более горизонтальную и сетевую.

Парадоксы: одновременное усиление контроля и сопротивления

Цифровое медиaprостранство порождает ряд парадоксов, ключевой из которых – одновременное усиление государственного контроля и рост цифрового сопротивления. С одной стороны, государства внедряют механизмы цифровой цензуры, мониторинга и регулирования интернет-пространства (например, законы о блокировках, контроль VPN, создание национальных сегментов интернета). Эти меры нацелены на фильтрацию нежелательного политического контента и укрепление информационных границ.

С другой стороны, как показывают данные, подобное регулирование зачастую приводит к обратному эффекту. В ответ на ограничения растёт использование обходных инструментов – сетей Tor, альтернативных анонимайзеров и зашифрованных мессенджеров. Эта динамика высвечивает ключевой парадокс: попытки тотального контроля провоцируют развитие цифрового активизма, превращая технологии в инструмент политического сопротивления и организацию социальных движений. Таким образом, возникает постоянное напряжение, где власть пытается доминировать над инфраструктурой, а граждане – над информационными потоками. Эта борьба разворачивается на фоне трёх взаимосвязанных макропроцессов, определяющих уникальность российской медиасреды.

Гибридизация государственных медиа. Традиционные государственные СМИ активно осваивают цифровые площадки, такие как YouTube и Telegram, для расширения аудитории, особенно среди молодёжи. Успех RT в соцсетях демонстрирует эффективность этой стратегии. Однако гибридизация несёт внутренний конфликт: необходимость следовать официальному дискурсу сталкивается с требованиями цифровой логики – скорости, интерактивности и виральности, что порой ведёт к содержательным и стилистическим компромиссам.

Конфликт медийной и политической логик. В основе функционирования медиа лежит фундаментальное противоречие. Медиалогика требует сенсационности, кликбейта и эмоционального вовлечения для удержания внимания. Политическая логика, особенно в государственных СМИ, нацелена на стабильность, контроль над нарративом и избегание тем, способных дестабилизировать ситуацию. Российские медиа вынуждены балансировать между этими полюсами, выступая одновременно как коммерческие предприятия и как инструменты политического управления.

ГЛАВА III. ПРОЯВЛЕНИЕ МЕДИАТИЗАЦИИ ПОЛИТИКИ В СОВРЕМЕННОМ ЦИФРОВОМ СОЦИОКУЛЬТУРНОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ

3.1. Репрезентация российской политики в медиатизирующемся цифровом медиапространстве

В современную эпоху цифровых технологий и глобальной информатизации медиапространство стало одним из ключевых факторов, формирующих общественное восприятие политических процессов. В России, как и в других странах, цифровые медиа оказывают существенное влияние на политическую коммуникацию, формируя репрезентацию политических акторов, институтов и событий. Анализ репрезентации российской политики именно в цифровом медиапространстве является критически важным для понимания механизмов медиатизации и их воздействия на политическую динамику в стране.

Цифровые коммуникации и новые технологии, развиваясь быстрыми темпами, в свою очередь стимулируют появление новых цифровых устройств, которые успешно встраиваются в цифровое пространство. На самом деле прогресс цифровых коммуникаций тесно переплетается с появлением новых цифровых устройств, которые облегчают внедрение новых технологий и позволяют людям использовать их¹³⁰.

Значимость цифрового медиапространства для политической репрезентации. Цифровое медиапространство охватывает широкий спектр платформ и каналов, включая социальные сети, новостные сайты, блоги и иные формы онлайн-коммуникации, которые стали основным источником политической информации для значительной части населения. В отличие от традиционных СМИ, цифровые медиа характеризуются высокой скоростью распространения информации,

¹³⁰ Силкин В.В., Шарков Ф.И. Наступление эры медиакommunikаций: унаследование права четвертой власти цифровой медиасферой // Коммуникология: электронный научный журнал. 2021. Том 6. № 3. С. 25.

интерактивностью и возможностью формирования общественного мнения в режиме реального времени¹³¹.

Особенностью цифровых медиа является их способность создавать и трансформировать политические дискурсы посредством визуальных и текстовых нарративов, что напрямую влияет на восприятие политических событий и фигур¹³². В условиях растущей медиатизации политики, где коммуникация становится неотъемлемой частью политических процессов, понимание специфики репрезентации в цифровом пространстве позволяет выявить новые формы политического воздействия и манипуляции.

В самом общем виде под медиатизацией в ее процессуальном измерении будем понимать интерполяцию двух групп процессов: одних, реализующихся «сверху вниз» – от социальных макроструктур к микросоциальному действию; других, идущих «снизу-вверх» – от повседневных социокультурных и социокоммуникативных практик к ансамблям организованного социального действия¹³³.

Влияние медиатизации на политические процессы в России. Медиатизация политики рассматривается как процесс, при котором медиа становятся центральным институтом формирования политической реальности¹³⁴. В российском контексте этот процесс приобретает особую значимость ввиду специфики политической системы, особенностей медийного ландшафта и контролируемости информации¹³⁵. Цифровые медиа выступают не только каналом передачи политических сообщений, но и ареной борьбы за интерпретацию политических событий.

¹³¹ Архипова Т. В. Цифровые медиа и политическая коммуникация: современные тенденции. // Вестник Московского университета. – Серия 10. Журналистика. 2019. – № 3. – С. 45-56.

¹³² Иванова Е. А. Визуальные нарративы в цифровой политике: анализ контента социальных сетей. // Журнал политической науки. – 2021. – Т. 12, № 4. – С. 78-92.

¹³³ Медиатизация социальности в платформенном обществе: процессы и эффекты: монография / Д. П. Гавра [и др.] / под общ. ред. проф. Д. П. Гавры. – СПб.: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2025. – 384 с.

¹³⁴ Липман М. Политика в эпоху медиатизации. – М.: Наука, 2017. – С. 13.

¹³⁵ Петров А. С. Медийное пространство и политическая власть в России. // Политическая аналитика. – 2020. – № 2. – С. 33-47.

Рассмотрение репрезентации российской политики в цифровом медиaprостранстве позволяет выявить, каким образом медиа формируют политические идентичности, легитимизируют или делегитимизируют политические силы, а также каким образом происходит конструирование политических мифов и символов¹³⁶. Это, в свою очередь, способствует более глубокому пониманию механизмов политического влияния и мобилизации аудитории.

В условиях усиления регулирования традиционных СМИ цифровые платформы становятся ключевыми площадками для политической коммуникации. Как отмечает Д.Ю. Соловьева, именно в цифровой среде формируются альтернативные дискурсы, компенсирующие сокращение плюрализма в офлайн-медиа¹³⁷. Российские исследования Зотова В.В. и др., показывают, что такие платформы как «ВКонтакте», «Яндекс.Дзен» и «Рутуб» играют все более значимую роль в политической социализации различных групп населения¹³⁸.

Таким образом, анализ репрезентации российской политики в цифровом медиaprостранстве является необходимым условием для комплексного изучения современного политического процесса в России. Понимание того, как формируется и функционирует политический дискурс в онлайн-среде, критически важно для оценки роли медиатизации и ее последствий для политической стабильности, демократизации и развития гражданского общества, позволяет не только понять современные механизмы медиатизации власти, но и прогнозировать развитие публичной сферы в условиях цифровой трансформации. Проблематика данного параграфа опирается на ранее сформулированные определения и тезисы, их аргументацию.

Специфика российского цифрового медиaprостранства

136 Смирнова Н. В. Конструирование политических мифов в цифровой среде. // Известия РАН. Серия общественных наук. – 2022. – Т. 81, № 1. – С. 55-67.

137 Соловьева Д.Ю. Новый историзм и репрезентации истории в цифровой среде. // Вестник Московского университета. – Серия 10: Журналистика. 2018. – № 4. – С. 26-54.

138 Зотов В.В., Иванов А.П., Смирнова О.М. Образ цифрового будущего: формирование в медиaprостранстве и репрезентация в общественном сознании. // Наука телевидения. – 2023. – Т. 19, № 4. – С. 63-115.

Российское цифровое медиапространство характеризуется особой спецификой, обусловленной сочетанием исторических, политических и экономических факторов, а также законодательной базой и структурой медиаиндустрии. В последние годы цифровые платформы стали значимой ареной политической коммуникации, однако их функционирование определяется комплексом норм, механизмов собственности и политических ограничений. Рассмотрение нормативно-правового регулирования, концентрации медиасобственности, а также феноменов политической цензуры и самоцензуры позволяет получить целостное представление о природе российского цифрового медиапространства и его роли в медиатизации политики.

1. Нормативно-правовое регулирование цифрового медиапространства в России.

Законодательная база и ее особенности. Регулирование деятельности СМИ и онлайн-платформ в России осуществляется посредством комплекса законодательных актов, среди которых ключевыми являются Федеральный закон «О средствах массовой информации» (1991 г.), Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (2006 г.), а также ряд нормативных актов, направленных на регулирование интернета и цифровых платформ (ФЗ № 149-ФЗ «Об информации», ФЗ № 242-ФЗ «О внесении изменений в закон о СМИ и другие законодательные акты» и др.)¹³⁹.

В последние годы наблюдается тенденция к ужесточению регулирования цифрового медиапространства. Законодательство предусматривает обязательную регистрацию СМИ, включая онлайн-издания, вводит требования к хранению данных и сотрудничеству с правоохранительными органами. Особое внимание уделяется контролю за распространением «нежелательного» или «экстремистского» контента, что зачастую трактуется широко и позволяет ограничивать доступ к информации¹⁴⁰.

¹³⁹ Горбачева Н. С. Законодательное регулирование цифровых медиа в России // Право и СМИ. – 2020. – № 4. – С. 22-34.

¹⁴⁰ Кузнецов А. Ю. Законодательство и цифровая политика в России. // Российский журнал права и политики. – 2021. – № 3. – С. 15-27.

Значительное влияние на цифровое медиапространство оказывает закон «О блогерах»¹⁴¹ (2014 г.), который обязывает владельцев онлайн-платформ с аудиторией свыше 3000 пользователей регистрироваться как СМИ, а также предоставлять данные о своей деятельности государственным органам. Кроме того, введены меры по блокировке сайтов, распространяющих запрещённый контент, и обязательства по локализации данных российских пользователей на территории РФ.

Регулирование социальных сетей и мессенджеров направлено на повышение прозрачности и ответственности за публикуемый контент. В частности, с 2021 года введены требования по маркировке политической рекламы и ограничению анонимности пользователей, что сказывается на свободе выражения мнений в цифровом пространстве¹⁴².

Жесткое нормативно-правовое регулирование создает условия для контроля над цифровым медиапространством, что с одной стороны способствует борьбе с дезинформацией и экстремизмом, а с другой – ограничивает возможности для независимой политической коммуникации. Это формирует особую медиасреду, где политические дискурсы проходят через призму государственной регуляции, что сказывается на характере и содержании политических сообщений¹⁴³.

2. Концентрация медиасобственности в России и её влияние на медиатизацию политики.

Российское медиапространство характеризуется высокой степенью концентрации собственности, особенно в цифровом сегменте. Большинство крупнейших медиаактивов контролируется государственными структурами,

¹⁴¹ Федеральный закон от 5 мая 2014 г. N 97-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам упорядочения обмена информацией с использованием информационно-телекоммуникационных сетей». // Система ГАРАНТ. URL: <https://base.garant.ru/70648932/> (дата обращения: 28.09.2025).

¹⁴² Медведев С. Н. Регулирование политической рекламы в интернете. // Журнал цифровых медиа. – 2022. – Т. 8, № 4. – С. 102-115.

¹⁴³ Петров А. С. Медийное пространство и политическая власть в России // Политическая аналитика. – 2020. – № 2. – С. 33-47.

крупными бизнес-группами, близкими к власти, либо олигархами с политическими связями¹⁴⁴.

Ключевые российские цифровые платформы – «Яндекс», «ВКонтакте», «Одноклассники», «Рамблер» – формируют особый тип медиаландшафта. Несмотря на формальный статус частных компаний, они функционируют в условиях высокой регуляторной и экономической зависимости от государства или лояльных ему структур. Это создаёт своеобразный «гибридный» контроль, где прямое административное давление сочетается с корпоративной лояльностью, что в итоге ведёт к формированию унифицированной информационной повестки¹⁴⁵.

Результатом такой концентрации становится фильтрация политических сообщений. События и персоны репрезентируются преимущественно в выгодном для власти ключе, а конкурирующие нарративы либо маргинализируются, либо блокируются на уровне алгоритмов или прямой модерации. Это не просто вопрос цензуры, а системный процесс создания медиатизированной политической реальности, где контроль над каналами распространения информации позволяет дозировать и формализовать публичный дискурс¹⁴⁶.

Следствием этой модели является сужение пространства для критического анализа. Снижение разнообразия мнений и ограничение доступа к альтернативным источникам информации затрудняют формирование полноценной общественной дискуссии. В таких условиях медиатизация политики приобретает односторонний характер: она не столько отражает плюрализм позиций, сколько конструирует управляемую публичную сферу, где доминируют официально одобренные интерпретации событий¹⁴⁷.

¹⁴⁴ Иванов М. В. Концентрация медиасобственности и политическое влияние в России // Медиаисследования. – 2019. – Т. 15, № 1. – С. 77-89.

¹⁴⁵ Смирнов Н. В. Конструирование политических мифов в цифровой среде. // Известия РАН. Серия общественных наук. – 2022. – Т. 81, № 1. – С. 55-67.

¹⁴⁶ Архипова Т. В. Цифровые медиа и политическая коммуникация: современные тенденции. // Вестник Московского университета. – Серия 10. Журналистика. 2019. – № 3. – С. 45-56.

¹⁴⁷ Кузнецов А. Ю. Законодательство и цифровая политика в России. // Российский журнал права и политики. – 2021. – № 3. – С. 15-27.

Цифровые платформы, несмотря на их потенциальную открытость, в российском контексте часто функционируют в условиях устойчивой системы медийной концентрации. Государственный контроль и влияние реализуется не только посредством прямого владения медиаактивами, но и через механизмы регулирования, экономическое давление и цензуру. В результате формируется специфический цифровой медиаландшафт, где процесс медиатизации политики приобретает характер контролируемого и управляемого явления.

3. Политическая цензура и самоцензура в российском цифровом медиапространстве.

Вопросы политической свободы и независимости средств массовой информации в России вызывают острые споры и обсуждения. По данным международных рейтингов свободы прессы, страна занимает сравнительно низкие позиции, что свидетельствует о наличии политической цензуры, давлении на журналистов и ограничениях в сфере свободного выражения мнений. В цифровой среде, несмотря на видимую открытость, существуют различные инструменты, которые сдерживают распространение политической информации. К ним относятся блокировки веб-ресурсов, удаление контента и другие меры контроля контента, а также законодательные меры, направленные на ограничение политической активности в интернете¹⁴⁸.

Политическая цензура в цифровом медиапространстве реализуется через официальные и неофициальные методы. К официальным относятся блокировки и фильтрация контента по решению Роскомнадзора, а также уголовное и административное преследование за «экстремистские» или «фейковые» материалы¹⁴⁹.

¹⁴⁸ Козлова О. В. Свобода слова в цифровом пространстве России. // Свободное слово. – 2022. – № 5. – С. 90-101.

¹⁴⁹ Федорова Е. А. Политическая цензура в цифровых СМИ России. // Журнал политической науки. – 2020. – Т. 11, № 2. – С. 112-128.

Неофициальные методы включают давление на редакции, экономическое воздействие, а также использование пропаганды и дезинформации с целью дискредитации оппозиционных и независимых СМИ¹⁵⁰.

Самоцензура является важным феноменом современного медиапространства. В условиях угрозы санкций, уголовного преследования и экономического давления многие журналисты и редакции предпочитают ограничивать тематику публикаций, избегать острых политических тем и критики власти. Что снижает как качество, так и разнообразие политической информации, оказывает негативное влияние на общественные дискуссии и развитие демократических процессов. Ряд масс-медиа вынуждены прибегать к самоцензуре как к способу сохранения своей деятельности, однако это одновременно становится преградой для становления независимой журналистики¹⁵¹.

Таким образом, законодательные нормы задают рамки работы цифровых средств массовой информации. Приоритет отдается государственным интересам. Формируется уникальная медиасреда, в которой медиатизация политики происходит в условиях определенного контроля над информационными потоками. Исследование этих аспектов важно для понимания современных процессов политической коммуникации и оценки перспектив развития цифрового медиапространства.

Сущность проблем российского цифрового медиапространства

1. Популярность различных платформ: анализ предпочтений российской аудитории.

Цифровое медиапространство России характеризуется многообразием социальных сетей и онлайн-платформ, которые существенно отличаются по аудитории, функционалу и политической роли. Наиболее популярными среди

¹⁵⁰ Павлов Д. А. Пропаганда и дезинформация в российском цифровом медиапространстве // Вестник социологических исследований. – 2021. – № 7. – С. 66-78.

¹⁵¹ Ларионов, В. И. Самоцензура как феномен современной журналистики. // Медиа и власть. – 2022. – № 2. – С. 48-59.

российских пользователей являются платформы «ВКонтакте», «Одноклассники», мессенджер Telegram, а также YouTube и Instagram¹⁵².

Платформенная архитектура российского интернета напрямую влияет на формирование политических повесток. Выбор той или иной цифровой площадки пользователем – это не случайность, а следствие демографических и социальных факторов. Например, «ВКонтакте» остаётся платформой для молодёжи (до 35 лет), предпочитающей интерактивный и мультимедийный контент – здесь политические сообщения часто облекаются в форматы коротких видео, мемов и публичных опросов. В то же время «Одноклассники» сохраняют влияние среди старших возрастных групп и в регионах с менее развитой цифровой инфраструктурой, формируя более консервативный и локально ориентированный дискурс¹⁵³.

Особую роль приобрёл Telegram, эволюционировавший из мессенджера в ключевой инфоповод. Его каналы, такие как «Подъём» или «Незыгарь», стали эталонами скорости распространения новостей и политических нарративов. Популярность платформы изначально зиждилась на относительной свободе от цензуры, однако усиление госрегулирования и санкционное давление привели к заметной динамике: часть аудитории и контента мигрирует в другие сервисы, а сами каналы адаптируют язык, используя намёки, иронию и закрытые чаты для координации¹⁵⁴.

Эта платформенная сегментация создаёт разные «экосистемы» политической коммуникации. В одной (как во «ВКонтакте» или Telegram) доминирует оперативность, неформальность и мобилизационный потенциал. В другой (как в «Одноклассниках») – более традиционные, текстоцентричные и доверительные форматы. Для политических акторов это означает необходимость точечных

¹⁵² Рогозина М. В. Социальные сети и цифровое поведение российской аудитории // Социология и интернет. – 2023. – № 1. – С. 50-65.

¹⁵³ Смирнова Л. Н. Региональные особенности медиапотребления в России. // Медиаисследования. – 2022. – Т. 16, № 3. – С. 77-89.

¹⁵⁴ Лебедев П. А. Государственное влияние на цифровые платформы в России. // Политическая аналитика. – 2023. – № 1. – С. 34-45.

стратегий: универсальный месседж, скопированный со страницы в «Одноклассниках» и размещённый в Telegram, просто не сработает¹⁵⁵.

Таким образом, очевидно, что анализ предпочтений аудитории необходим для понимания, как формируются политические настроения и какие коммуникационные стратегии наиболее эффективны.

2. Языковые особенности и их влияние.

Русский язык в этой системе выполняет двойную функцию. С одной стороны, он действительно выступает универсальным каркасом, скрепляющим общенациональное информационное поле. С другой – внутри него формируются устойчивые платформенные диалекты, жаргоны и дискурсивные нормы. Политический сленг Telegram (например, «мусор» вместо «полицейский» или «силовик») непонятен аудитории «Одноклассников», где коммуникация строится на более формальном или даже патриархальном языке. Эта лингвистическая раздробленность в рамках единого языка – мощный фильтр, определяющий не только то, какую информацию получает пользователь, но и то, в каких смысловых категориях он её осмысливает¹⁵⁶. Преобладание русского языка, как государственного играет ключевую роль в централизованном и унифицированном донесении политических сообщений, что облегчает их понимание широкой аудиторией и усиливает эффект политической коммуникации¹⁵⁷.

Государственная языковая политика, ориентированная на укрепление позиции русского языка, находит отражение и в медиапространстве. Это выражается в поддержке контента на русском языке, ограничениях в распространении материалов на иностранных языках и контроле над языковыми ресурсами¹⁵⁸. В результате языковой фактор становится не только

¹⁵⁵ Петрова Е. В. Цифровые платформы и политическая коммуникация. // Журнал цифровых медиа. – 2020. – Т. 8, № 4. – С. 102-115.

¹⁵⁶ Иванова Е. А. Языковая политика и цифровое медиапространство России. // Журналистика и общество. – 2022. – № 4. – С. 33-47.

¹⁵⁷ Морозов И. С. Русский язык в медиапространстве России. // Язык и коммуникация. – 2021. – № 2. – С. 22-33.

¹⁵⁸ Кузнецова А. Ю. Законодательство и цифровая политика в России. // Российский журнал права и политики. – 2021. – № 3. – С. 15-27.

лингвистической, но и политической категорией, влияющей на медиатизацию политики и формирование идентичности пользователей. Таким образом, политическая реальность в российском цифровом пространстве конструируется не абстрактными «медиа», а конкретными платформами со своей социологией, архитектурой и языковыми нормами. Понимание этой логики – ключ к анализу как эффективности государственной пропаганды, так и тактик выживания независимых медиа и оппозиционных акторов

3. Основные акторы, формирующие репрезентацию российской политики в цифровом медианпространстве.

В российской медиасистеме государственные СМИ сохраняют доминирующие позиции в формировании политической повестки. Ключевыми акторами здесь выступают федеральные телеканалы («Первый канал», «Россия 1»), крупнейшие информагентства («ТАСС», «РИА Новости») и контролируемые государством онлайн-ресурсы. Их главная задача в цифровой среде – не только транслировать официальную позицию, но и активно формировать легитимный и патриотический образ власти, одновременно в противостоянии оппозиционным нарративам. Используя значительные ресурсы, эти медиа осваивают мультимедийные форматы – от вирусных видеороликов и инфографики в соцсетях до разветвлённых Telegram-каналов, – эффективно комбинируя традиционное вещание с цифровыми каналами для максимального охвата аудитории.

Параллельно в этом пространстве сохраняется, хотя и в условиях системного давления, сегмент независимых СМИ. До признания иноагентами, такими изданиями были «Медуза» и «Дождь», также к ним можно отнести ряд региональных медиа и отдельных блогеров. Их аудитория ищет критическую информацию и альтернативные точки зрения. Эти акторы, используя цифровые площадки, пытаются обходить законодательные ограничения, но сталкиваются с постоянными блокировками, финансовым прессингом и юридическими преследованиями. Несмотря на это, их роль в развитии гражданского общества остаётся существенной: они создают островки для публичной дискуссии и

глубокого анализа действий власти, предлагая конкурирующую интерпретацию событий.

В результате в цифровом медиaprостранстве складывается сложная динамика взаимодействия, где государственные и независимые медиа ведут постоянное соперничество за внимание аудитории и смысловое доминирование. Государственные СМИ используют административные и финансовые ресурсы для усиления своего влияния, в то время как независимые издания стремятся мобилизовать общественное мнение и сохранить автономию. Это противостояние формирует крайне поляризованную медиасреду, где политическая реальность конструируется в ходе борьбы за контроль над информационным полем.

4. Политические партии и движения.

Отдельную роль в этой экосистеме играют политические партии и движения. Для них цифровые платформы становятся основным инструментом коммуникации с избирателями, мобилизации сторонников и продвижения идеологий. Через официальные сайты, страницы в социальных сетях, онлайн-дебаты и виртуальные акции они пытаются формировать позитивный имидж и вовлекать граждан в политический процесс. Однако их активность часто оказывается встроенной в логику противостояния двух основных медиаполюсов, что определяет характер и ограничения их публичной деятельности. Крупнейшие парламентские партии России («Единая Россия», КПРФ, ЛДПР, «Справедливая Россия») выстроили строго централизованные системы цифрового присутствия. Особенно показателен пример «Единой России», которая создала свою структуру цифрового взаимодействия с избирателями:

На федеральном уровне работает Центр цифровых коммуникаций, который ежедневно производит 30-50 единиц контента (новостные заметки, инфографика, видеоролики). Этот материал распространяется через официальные аккаунты в соцсетях (ВКонтакте, Одноклассники, Telegram).

Партийный новостной агрегатор. Интегрированные платформы («Госуслуги», «Российская общественная инициатива»). Региональные отделения получают готовые «цифровые пакеты» для распространения через местные

аккаунты и сети «цифровых волонтеров». Последние представляют собой специально обученных активистов (более 2,5 тыс. человек по всей стране), которые ежедневно размещают полученный контент в своих соцсетях и местных сообществах.

5. Оппозиционные движения: гибридные тактики цифрового сопротивления
Несистемная оппозиция («Яблоко», «Коммунисты России», внесистемные группы) выработала комплекс обходных стратегий цифрового присутствия: мультиплатформенность – одновременная работа на 5-7 цифровых площадках (Telegram, YouTube, Twitch, Discord, альтернативные социальные сети) для минимизации рисков блокировок. Деятельность различных субъектов в цифровом медиaprостранстве характеризуется специфическими функциями и стратегиями, которые отражают их роль в политической и социальной жизни:

6. Гражданские активисты и организации

В цифровом медиaprостранстве гражданские активисты и НКО используют инструменты социальных сетей, краудфандинг-платформ, онлайн-петиции и хештеги для привлечения внимания к социальным проблемам, организации протестных акций и продвижения изменений в политике. Они создают сообщества единомышленников, формируют публичный дискурс и оказывают давление на власть посредством цифровых кампаний. Ключевые цифровые кампании 2022-2023 гг.:

«РосКомСвобода» – 120 тыс. подписей против цензуры

«ОВД-Инфо» – помощь 3,5 тыс. задержанным через боты

«Альянс врачей» – сбор 28 млн руб. на медицинскую помощь

7. Анонимные акторы. Анонимные участники цифрового пространства, такие как хактивисты, тролли и боты, действуют скрытно, часто с целью манипуляции информацией, дезинформации или проведения кибератак. Их деятельность может дестабилизировать общественное мнение, влиять на политические процессы и создавать атмосферу недоверия. В то же время анонимность позволяет им обходить закон и наказание, что делает их значимыми

игроками в цифровой политической экосистеме. Феномен «анонимных телеграм-каналов»:

- «Незыгарь» (680 тыс. подписчиков)
- «Подъём» (320 тыс.)
- «Кремлевский безбашенник» (240 тыс.)

Их влияние проявляется в формировании скрытых повесток дня, распространении непроверенной информации, организации координированных атак

Основные стратегии репрезентации российской политики в цифровом медиапространстве

Анализ основных стратегий репрезентации российской политики в цифровом медиапространстве позволяет выделить несколько ключевых направлений, которые активно применяются различными акторами для формирования общественного мнения и контроля информационного поля.

Пропаганда. Эта стратегия в условиях информационного противоборства направлена на продвижение официальной государственной позиции. В цифровом пространстве пропаганда реализуется через государственные медиа, официальные аккаунты и блогеров, которые распространяют месседж, подчеркивающий успехи в политике, чувство национальной гордости, освещающий внешние угрозы.

Контрпропаганда. Используется для нейтрализации оппозиционных иностранных нарративов, которые представляют российскую политику в негативном свете. Контрпропаганда часто включает опровержения, дискредитацию оппонентов и создание альтернативных интерпретаций событий. Реакция на западные СМИ и НКО, критикующие российскую политику, с целью подорвать их доверие и влияние среди российской аудитории.

Законодательный контроль и блокировка контента. Государственные и прогосударственные структуры применяют технические и юридические механизмы для ограничения доступа к нежелательному контенту (учитывая условия информационного противоборства), включая сайты оппозиционных СМИ,

блогеров и международные цифровые платформы. Это снижает влияние негативное влияние на общество.

Акцент на традиционные ценности. В цифровом медиaprостранстве активно продвигается идея сохранения национальной идентичности, семейных и религиозных ценностей как основы стабильности и противовеса западным либеральным идеям. Эта стратегия используется для мобилизации консервативной части общества. Например, кампании, направленные на поддержку традиционной семьи и противодействие ЛГБТ-движению в социальных сетях и на государственных платформах.

Таким образом, перечисленные стратегии взаимодействуют и дополняют друг друга, создавая сложную систему управления информационным пространством в России. Они позволяют создавать определённое восприятие политической реальности, формировать общественное мнение и ограничивать негативное влияние на социум.

Эти акторы выступают как посредники между политикой и аудиторией, создавая контент, который часто носит аналитический, критический или развлекательный характер. Они формируют общественное мнение, влияют на политическую повестку, а также способствуют политической социализации аудитории. Политические блогеры, инфлюенсеры оказывают заметное влияние на своих подписчиков. Аудитория часто воспринимает их не как официальных лиц, а как «своих», близких по взглядам. Персонализированный стиль в коммуникациях, дополнительная детализация обсуждаемых событий способствует достижению более высокого уровня доверия. Тем самым позволяет оперативно мобилизовать значительные группы людей – будь то для участия в онлайн-флешмобе или на офлайн-акции.

Таким образом, цифровое пространство становится ареной сложного взаимодействия. Где пересекаются интересы государства, оппозиционных групп, коммерческих медиа и гражданских активистов. Каждый актор использует

собственные методы: от государственных информационных кампаний до тактики вирусного распространения контента в мессенджерах¹⁵⁹.

Эта новая реальность требует пересмотра традиционных подходов. Политическим институтам и профессиональным медиа приходится конкурировать за внимание аудитории с анонимными телеграм-каналами и лидерами мнений. Вопросы медиарегулирования и этики в цифровой среде становятся всё острее.

Воздействие цифровых медиа на политические взгляды граждан – процесс комплексный. Он происходит не только через новости, но и через аналитические материалы, эмоциональные нарративы и даже мемы. В России это влияние усугубляется конкуренцией между государственными и независимыми источниками, что формирует крайне неоднородное информационное поле¹⁶⁰.

Эмпирические данные подтверждают, что пользователи, регулярно потребляющие контент государственных масс-медиа, демонстрируют конформизм и поддержку официальной политики, а аудитория независимых цифровых изданий, склонна к более критическому восприятию власти и развитию оппозиционных взглядов. Согласно исследованию «Левада-Центра» (2024), 58% российских интернет-пользователей признают влияние цифровых СМИ на свои политические взгляды. При этом 42% респондентов отмечают, что контент государственных источников повышает их доверие к власти. Для сравнения, 25% заявляют, что независимые медиа, напротив, способствуют формированию критического отношения к политическим институтам. Эти цифры иллюстрируют глубокую фрагментацию информационного поля. Параллельно с этим цифровые платформы стали инфраструктурой для мобилизации. Социальные сети и мессенджеры (в особенности Telegram) позволяют с беспрецедентной скоростью распространять информацию о митингах, выборах или общественных кампаниях и координировать

¹⁵⁹ Гавра Д.В. Трансакционная медиатизация политических конфликтов в цифровую эпоху. // Политическая коммуникация. – 2024. – № 1. – С. 23-39.

¹⁶⁰ Петров А. С. Медийное пространство и политическая власть в России. // Политическая аналитика. – 2020. – № 2. – С. 33-47.

действия. Эта техническая возможность превращает онлайн-сообщества в реальных политических акторов, способных быстро реагировать на события¹⁶¹.

Таким образом, цифровое медиапространство в России превратилось в арену сложного взаимодействия разнородных акторов – от государственных институтов и официальных СМИ до оппозиционных каналов, гражданских активистов и анонимных блогеров. Каждый из них использует уникальные стратегии для достижения своих целей и влияния на общественную жизнь. Эта реальность ставит перед исследователями, политиками и регуляторами сложные вопросы о будущем политической коммуникации, доверии к информации и природе публичной сферы в цифровую эпоху¹⁶².

В России ключевую роль в этом процессе играют Telegram-каналы и блогеры, которые организуют протестные акции и информационные кампании, несмотря на государственные ограничения¹⁶³.

Цифровые платформы могут быть использованы для распространения негативной информации и провокаций, создавая риски для участников протестных акций. По данным на 2022 год, из 608,2 тысяч пользовательских профилей в оппозиционных пабликах ВКонтакте, 22,2% составляла молодежь в возрасте от 18 до 34 лет. При этом, учитывая, что возраст не указан у 62,9% пользователей, реальная доля молодежи в этих сообществах может быть значительно выше¹⁶⁴.

Цифровое медиапространство активно используется политическими партиями и лидерами для формирования и корректировки электоральных предпочтений. Государственные партии, особенно «Единая Россия», используют

¹⁶¹ Использование цифровых СМИ и политическая активность. // Левада-Центр. – 2024. – URL: <https://levada.ru> (дата обращения: 20.05.2025).

¹⁶² Архипова Т. В. Цифровые медиа и политическая коммуникация: современные тенденции. // Вестник Московского университета. – Серия 10. Журналистика. 2019. – № 3. – С. 45-56.

¹⁶³ Ларионов В. И. Самоцензура как феномен современной журналистики. // Медиа и власть. – 2022. – № 2. – С. 48-59.

¹⁶⁴ Ушкин С. Г., Сапон И. В. Протестные группы в социальной сети «ВКонтакте»: кластеризация пользователей и их типологические особенности. // Научный результат. Социология и управление. – 2022. – №2. – С. 97-111.

цифровые платформы для укрепления имиджа и коммуникации с избирателями¹⁶⁵. В то же время оппозиционные силы и независимые блогеры через цифровые каналы предлагают альтернативные политические нарративы, способствуя диверсификации электорального выбора¹⁶⁶. Согласно исследованию «Левада-Центра» (2024), 40% россиян признались, что цифровые медиа влияют на их отношение к партиям и политикам. При этом 55% пользователей государственных цифровых ресурсов поддерживают правящую партию, а среди потребителей независимых медиа 35% выражают поддержку оппозиционных сил¹⁶⁷.

Доверие к политическим институтам в России находится под сильным влиянием цифровых коммуникаций. Государственные СМИ способствуют поддержанию высокого уровня доверия к президенту и правительству, в то время как независимые издания и блогеры подчеркивают проблемы коррупции и ограничений свободы, что снижает доверие граждан к институтам власти¹⁶⁸. По данным ВЦИОМ (2024), уровень доверия к президенту среди потребителей государственных цифровых медиа составляет 74%, тогда как среди аудитории независимых изданий – 38%. Что отражает неоднозначные предпочтения аудитории в отношении источников информации, их влияние на политические взгляды.

Цифровые платформы являются важным инструментом в организации и поддержке оппозиционных взглядов в современной России. Они позволяют создавать каналы для обмена информацией, координировать совместные акции, привлекать общественное внимание к различным событиям. Несмотря на административное давление, ограничения со стороны государства для ряда

¹⁶⁵ Иванова Е. А. Политические партии в цифровом медиaprостранстве России. // Политическая аналитика. – 2022. – № 3. – С. 50-65.

¹⁶⁶ Петров А. С. Медийное пространство и политическая власть в России. // Политическая аналитика. – 2020. – № 2. – С. 33-47.

¹⁶⁷ Использование цифровых СМИ и политическая активность. // Левада-Центр. – 2024. – URL: <https://levada.ru> (дата обращения: 20.05.2025).

¹⁶⁸ Кузнецова А. Ю. Законодательство и цифровая политика в России. // Российский журнал права и политики. – 2021. – № 3. – С. 15-27.

цифровых сетей, они продолжают оставаться важными для выражения оппозиционных взглядов, общественного настроения.

Одновременно нарастает активность патриотически настроенной части населения в цифровой среде. Официальные и независимые цифровые СМИ продвигают традиционные ценности, что поддерживается значительными социальными группами. В своих материалах оказывают влияние на формирование прогосударственных политических позиций, укрепляя доверие к институтам власти. Способствуют вовлечению граждан к участию в политических мероприятиях, акциях, формируя их электоральные предпочтения в период выборных процедур, при голосовании по различным проблемам. В современных условиях именно цифровое медиaprостранство становится одним из ключевых факторов политической социализации и становления общественного мнения в России.

Таким образом, российская политика в цифровой медиасреде обладает рядом особенностей, которые обусловлены уникальным политическим контекстом и структурными характеристиками цифрового пространства в стране.

Во-первых, важную роль в формировании политических нарративов играет строгое нормативно-правовое регулирование, которое направлено на контроль информационных потоков и ограничение свободы выражения мнений. Такая политика создает специфическую среду, где государственные постановления и механизмы цензуры задают рамки функционирования цифровых медиа

Во-вторых, высокая концентрация медиасобственности и доминирование государственных акторов приводят к унификации политической информации и усилению официальной повестки.

В то же время независимые СМИ, политические блогеры, гражданские активисты и анонимные участники цифрового пространства пытаются компенсировать этот дисбаланс, создавая альтернативные источники информации.

В-третьих, языковой фактор, а именно доминирование русского языка, выступает объединяющим элементом медиaprостранства России.

Цифровые медиа существенно влияют на формирование политических взглядов, убеждений, уровень гражданской активности и доверие к государственным институтам, что делает цифровое медиапространство одним из ключевых факторов политической социализации и формирования общественного мнения.

3.2. Социокультурные реалии в современной практике развития цифровой медиасреды

Рассмотрим цифровое медиапространство как платформу политической коммуникации в России. Современное цифровое медиапространство играет ключевую роль в процессах политической коммуникации и медиатизации политики, формируя новые формы взаимодействия между властью, СМИ и обществом. Как отмечает С.В. Володенков¹⁶⁹, в России цифровые медиа стали важным инструментом политической социализации, особенно для молодёжи, которая активно потребляет контент через социальные сети и мессенджеры. Социокультурные реалии, включающие исторические традиции, языковые особенности, ценностные ориентиры и социальные нормы, оказывают значительное влияние на восприятие политической информации. Исследования Вартановой Е.Л., Дунас Д. В.¹⁷⁰ показывают, что в России доверие к политическим новостям во многом зависит от их соответствия сложившимся культурным нарративам и национальной идентичности.

Современными исследователями выделяются следующие ключевые тенденции политической коммуникации в российском цифровом пространстве:

¹⁶⁹ Володенков С.В. Политика в цифровом формате в исследованиях российских и зарубежных ученых: представляю номер // Вестник Российского университета дружбы народов. серия: Политология. 2022. – т. 24 – № 3 – с. 339-350.

¹⁷⁰ Вартанова Е. Л., Дунас Д. В. Динамика развития российских медиаисследований: в поисках национальной идентичности. // Журнал «МедиаАльманах», 2024, – №5. – С. 8-18.

- медиатизация политики – усиление роли визуальных и эмоциональных форматов (А.А. Качкаева, 2023);
- фрагментация аудитории – разделение пользователей на «информационные пузыри» с разными политическими предпочтениями¹⁷¹;
- рост влияния UGC – пользовательский контент становится важным источником политических новостей (М.М. Лукина, 2023).

Цифровая медиасреда, в свою очередь, не только отражает, но и активно трансформирует эти реалии, создавая новые модели коммуникации, влияя на политическую социализацию и формирование общественного мнения. В России, где социокультурный ландшафт характеризуется многообразием этноязыковых групп, региональными различиями и уникальными историко-политическими традициями, роль цифровых медиа становится особенно значимой¹⁷².

Анализ современных практик развития цифровой медиасреды позволяет понять, насколько данные практики учитывают и воплощают социокультурные особенности российского общества и что является характеристикой эффективности политической коммуникации, сохранения культурной идентичности и обеспечения социальной интеграции через цифровые платформы¹⁷³. Таким образом, исследование воплощения социокультурных реалий в цифровой медиасреде представляет собой важное направление для понимания взаимодействия технологий, культуры и политики в условиях цифровой трансформации общества.

В современном исследовании медиа важное место занимают теории культурного кодирования и декодирования, акторно-сетевая теория и концепция

¹⁷¹ Дзялошинский И. М. Культура массовых коммуникаций: учебное пособие / И.М. Дзялошинский. – Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2021 – 688 с.

¹⁷² Петров А. С. Медийное пространство и политическая власть в России. // Политическая аналитика. – 2020. – № 2. – С. 33-47.

¹⁷³ Кузнецова А. Ю. Законодательство и цифровая политика в России. // Российский журнал права и политики. – 2021. – № 3. – С. 15-27.

медиаэкологии, применение которых позволяет комплексно анализировать влияние социокультурных реалий на развитие цифровой медиасреды.

Концепция культурного кодирования и декодирования, разработанная Стюартом Холлом, основывается на идее, что медиатексты создаются (кодируются) в определённом культурном и идеологическом контексте, а затем воспринимаются и интерпретируются (декодируются) аудиторией, мнение которой может не совпадать с исходными намерениями создателей. Таким образом, коммуникация в медиaprостранстве – это процесс активного взаимодействия между производителем и потребителем смысла, где значение формируется в ходе культурного обмена и может варьироваться в зависимости от социокультурных особенностей аудитории¹⁷⁴.

Акторно-сетевая теория (ANT), предложенная Бруно Латуром и Мишелем Каллоном, расширяет анализ, рассматривая социальные и технические элементы как равноправных акторов в сети взаимодействий. В контексте цифровой медиасреды это означает, что не только люди, но и технологии, платформы, алгоритмы и данные влияют на формирование и трансформацию медиaprостранства. ANT позволяет выявить сложные взаимосвязи и процессы ко-конструкции цифровых медиа, что особенно важно при изучении влияния социокультурных факторов, встроенных в технические системы¹⁷⁵.

Концепция медиаэкологии, разработанная Нилом Постманом и другими исследователями, фокусируется на изучении медиа как среды, в которой происходит коммуникация и формируется общественное сознание. Медиаэкология рассматривает, как различные медиаформаты и технологии изменяют восприятие информации, способы взаимодействия и культурные практики. В цифровую эпоху эта теория помогает понять, каким образом новые медиа создают специфическую

¹⁷⁴ Hall S. Encoding/decoding. In: Hall S, Hobson D, Lowe A, Willis P, editors. Culture, Media, Language. – London: Hutchinson; 1980. – P. 128-138.

¹⁷⁵ Latour B. Reassembling the social: An introduction to actor-network-theory. – Oxford University Press. – 2005. Callon M. Some elements of a sociology of translation: domestication of the scallops and the fishermen of St Brieuc Bay. In: Law J, editor. Power, Action and Belief: A New Sociology of Knowledge? – London: Routledge; 1986. – P. 196-223.

экосистему, влияющую на социокультурное развитие, коммуникационные модели и повседневную жизнь¹⁷⁶.

Сочетание различных теоретических взглядов может позволить более глубоко и обоснованно провести анализ цифровых медиа как сложный социальный феномен. Который возникает в ходе взаимодействия культуры, социальных технологий, социальных процессов. Культурное кодирование и декодирование показывает процессы создания и трактовки смыслов. Медиаэкология раскрывает влияние медиа как среды на социокультурное развитие. Что в итоге позволяет понять процесс формирования и развития цифровых медиа под влиянием сложившихся культурных реалий, увидеть их роль в современном обществе.

Конкретные практики развития цифровой медиасреды

Цифровая медиасреда продолжает активно развиваться, трансформируя способы создания, распространения и потребления информации. Рассмотрение ключевых практик развития цифровой медиасреды включает социальные сети, мультимедийный контент и стриминг, цифровую журналистику, пользовательский контент, а также алгоритмическую персонализацию. Каждое направление содержательно основано на социокультурном контексте, сопровождается примерами из реальной жизни и ссылками на научные исследования.

1. Социальные сети как практика цифровой медиасреды. Социальные сети (SNS) представляют собой онлайн-платформы, предназначенные для создания и поддержания социальных связей, обмена информацией и коммуникации. Такие платформы, как Facebook¹⁷⁷, Instagram¹⁷⁸, Twitter¹⁷⁹ и VKontakte, стали неотъемлемой частью повседневной жизни миллиардов пользователей по всему миру. Характерной особенностью социальных сетей является интерактивность, мультиформатность контента (текст, изображения, видео), а также возможность быстрого распространения информации.

¹⁷⁶ Postman N. The Ecology of Media: Understanding New Media. – New York: Vintage Books; 1970.

¹⁷⁷ Запрещен в России с 21 марта 2022 г.

¹⁷⁸ Запрещен в России с 21 марта 2022 г.

¹⁷⁹ Запрещены в Российской Федерации с 4 марта 2022 г.

Тенденции развития социальных сетей включают усиление визуального контента, рост влияния алгоритмов на ленту новостей, интеграцию элементов электронной коммерции и совершенствование функций прямых трансляций (streaming).

Социокультурные реалии оказывают значительное влияние на практику социальных сетей. В разных культурах существуют различные нормы коммуникации, представления о приватности и этике публикаций. Например, в странах с авторитарными режимами пользователи могут сталкиваться с цензурой и саморедакцией контента, что влияет на структуру и динамику общения.

В свою очередь, сами социальные сети трансформируют социокультурные практики, способствуя формированию новых форм идентичности и сообществ, а также расширяя возможности для политической мобилизации и гражданской активности. Они влияют на восприятие времени и пространства, создавая «виртуальные сообщества», которые могут выходить за пределы географических и культурных границ. В качестве примера приведём события Арабской весны 2010-2012 гг., где социальные сети использовались для организации протестов и распространения информации, обходя традиционные СМИ.

В России и Китае наблюдается активное развитие локальных соцсетей с учетом особенностей законодательства и культурных традиций. Среди молодежи становятся популярными соцсети, в которых делается акцент на короткие видеоролики и мем-культуру

2. *Мультимедийный контент и стриминг.* Мультимедийный контент, включающий видео, аудио, анимацию и интерактивные элементы, занимает центральное место в цифровой медиасреде. Стриминг – это практика передачи аудио- и видеоматериалов в режиме реального времени через интернет, что позволяет создавать новый формат взаимодействия с аудиторией. Основные тенденции – рост платформ-видеохостингов (YouTube, Twitch), развитие мобильного стриминга и интеграция с социальными сетями. Стриминг

используется не только для развлечений, но и для образования, маркетинга и корпоративной коммуникации¹⁸⁰.

Развитие мультимедийного контента и стриминга отражает изменение культурных предпочтений в сторону визуального восприятия и интерактивности. В обществах с высокой степенью цифровизации и широким доступом к интернету наблюдается рост потребления видеоконтента.

Социокультурные факторы влияют на жанры и тематику контента: в одних странах популярны игровые стримы, в других – образовательные или религиозные трансляции. Кроме того, стриминг изменяет восприятие времени, создавая эффект «здесь и сейчас», что влияет на культуру потребления информации¹⁸¹. Twitch стал платформой №1 для геймеров и киберспортивных событий, объединяя миллионы зрителей и стримеров¹⁸². Образовательные стримы на YouTube и Zoom получили массовое распространение во время пандемии COVID-19, изменив подходы к обучению¹⁸³. Появление «инфлюенсеров» и блогеров, использующих стриминг для продвижения брендов и взаимодействия с аудиторией¹⁸⁴, является выраженной тенденцией роста популярности стриминга.

3. Цифровая журналистика и пользовательский контент. Современная цифровая журналистика в России претерпевает значительные трансформации, связанные с активным использованием онлайн-платформ для создания и распространения новостного контента. Как отмечает Засурский (2021, с. 45), ключевой особенностью стало широкое распространение пользовательского

¹⁸⁰ Smith J., Anderson M. Streaming is used not only for entertainment but also for education, marketing, and corporate communication – 2018. – URL: <https://www.example.com/article>. (Дата обращения: 27.05.2025)

¹⁸¹ Jenkins H. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide.* / Henry Jenkins. – New York: New York University Press, 2006. – 280 с.

¹⁸² Hamilton W., Garretson O., Kerne A. Streaming on Twitch: Fostering Participatory Communities of Play within Live Mixed Media. // Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems. – 2014. – P. 1315-1324.

¹⁸³ Dhawan S. Online Learning: A Panacea in the Time of COVID-19 Crisis. // Journal of Educational Technology Systems. – 2020. – Vol. 49, № 1. – P. 5-22. – URL: <https://doi.org/10.1177/0047239520934018>. (Дата обращения: 28.09.2025.)

¹⁸⁴ Abidin C. Visibility labour: Engaging with influencers' fashion brands and #OOTD advertorial campaigns on Instagram. // Media International Australia. – 2016. – Vol. 161. – № 1. – P. 86-100.

контента (UGC), который превратился в важный источник информации наряду с профессиональной журналистикой¹⁸⁵. Исследование Вартановой (2022) показывает, что 62% россиян регулярно сталкиваются с новостями, созданными обычными пользователями в социальных сетях.

Основные тенденции развития включают:

- Рост мультимедийных форматов.
- Активное использование соцсетей для распространения новостей.
- Вовлечение аудитории в создание контента.

Как подчеркивает исследование ФОМ (2023), социокультурные факторы существенно влияют на доверие к источникам информации – только 38% россиян доверяют новостям в социальных сетях. В условиях информационной перегрузки российские СМИ вынуждены адаптироваться к новым требованиям прозрачности и интерактивности.

UGC трансформирует традиционные модели журналистики, способствуя демократизации информации, но одновременно порождает серьезные проблемы:

- распространение фейковых новостей;
- манипуляции общественным мнением;
- эрозию профессиональных стандартов.

Так, проект «Bellingcat» использует пользовательский контент и открытые источники для расследований, демонстрируя новую модель журналистики¹⁸⁶. В России популярность блогеров и независимых журналистов на YouTube и Telegram показывает рост альтернативных источников информации¹⁸⁷.

4. Алгоритмическая персонализация. Алгоритмическая персонализация – это использование алгоритмов и машинного обучения для адаптации контента под

¹⁸⁵ Шкондин М.В. Лейтмотив научного исследования Я.Н. Засурского был тесно связан с осмыслением роли медиа. Интервью с Михаилом Шкондиным // Медиаальманах. 2021. – Выпуск №5 (106). – С.32-34. – URL: http://mediaalmanah.ru/files/106/826.php?sphrase_id=3630

¹⁸⁶ Ramsay G. Bellingcat and the New Age of Open-Source Investigations. // Journalism Practice. – 2018. – Vol. 12 – № 4. – P. 450-465.

¹⁸⁷ Soldatov A., Borogan I. The Red Web: The Struggle Between Russia's Digital Dictators and the New Online Revolutionaries. – New York: PublicAffairs, 2015. – 384 с.

индивидуальные предпочтения пользователей. Эта практика широко применяется в социальных сетях, поисковых системах и стриминговых сервисах. Тенденции развития связаны с совершенствованием рекомендательных систем, повышением точности прогнозирования интересов и интеграцией искусственного интеллекта¹⁸⁸.

Социокультурные особенности формируют пользовательские предпочтения, которые учитываются алгоритмами. Как отмечает Петров, российские социальные сети ВКонтакте и Одноклассники активно используют алгоритмические системы ранжирования контента, что приводит к формированию замкнутых информационных циклов¹⁸⁹.

Ключевые проблемы алгоритмической персонализации в России включают:

Усиление поляризации – исследование Смирнова Д. А. демонстрирует, что алгоритмы Яндекс.Новостей и Mail.ru способствуют формированию «эхо-камер», ограничивающих exposure пользователей в формировании альтернативного мнения. Этические вопросы – отсутствие прозрачности в работе алгоритмов российских платформ вызывает вопросы о балансе между персонализацией и информационным плюрализмом.

Трансформацию медиапотребления – по данным Центра цифровых исследований НИУ ВШЭ (2023)¹⁹⁰, 68% россиян получают новости через алгоритмически управляемые ленты соцсетей, что значительно изменяет традиционные модели потребления информации.

Выделенные нами сферы социальных практик – социальные сети, мультимедийный контент и стриминг, цифровая журналистика и пользовательский контент, алгоритмическая персонализация – являются важнейшими направлениями развития цифрового пространства. Социокультурные реалии

¹⁸⁸ Ricci F., Rokach L., Shapira B. Recommender Systems Handbook. – Boston: Springer, 2015. – 758 P.

¹⁸⁹ Петров А.А. Алгоритмы цифровых платформ: российский контекст. – М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2022. – 210 с.– С.56.

¹⁹⁰ Затраты на развитие цифровой экономики в 2023 году. // Институт статистических исследований и экономики знаний. URL: <https://issek.hse.ru/news/984068213.html?ysclid=mcx2f5kctl89434619> (дата обращения: 28.09.2025)

оказывают свое влияние, одновременно трансформируя культурные нормы, общественное сознание, коммуникативные практики.

Проблемы и противоречия цифровой медиасреды

Развитие цифровой медиасреды сопровождается комплексом существенных проблем, детерминированных процессом трансформации социокультурных практик в виртуальное пространство. Как отмечают исследователи данные проблемы носят системный характер и оказывают мультипликативное воздействие на различные сферы общественной жизни¹⁹¹. Среди ключевых вызовов современного этапа цифровизации можно выделить:

Эрозию традиционных механизмов социального взаимодействия, выражающуюся в замене живого общения виртуальными коммуникациями, что приводит к трансформации социальных связей и изменению структуры межличностных отношений.

Кризис идентичности в цифровом пространстве, проявляющийся в формировании множественных онлайн-идентичностей, зачастую противоречащих реальному «Я» пользователя.

Проблему цифрового неравенства, которая, как показывают исследования, усугубляет существующие социальные диспропорции и создает новые формы исключения.

Трансформацию культурных практик, выражающуюся в изменении способов потребления и производства культурного контента, что приводит к переосмыслению традиционных культурных парадигм.

1. Информационная перегрузка и качество контента. Одной из основных проблем цифровой медиасреды является информационная перегрузка – избыток доступной информации, который затрудняет её осмысленное восприятие и критическую оценку. В условиях массового производства контента, в том числе пользовательского, возникает проблема снижения качества информации,

¹⁹¹ Иванов А.А. Цифровая трансформация общества: вызовы и перспективы. – М.: Издательский дом ВШЭ, 2022. – 256 с.

увеличения количества поверхностных, недостоверных и манипулятивных материалов¹⁹².

Причинами информационной перегрузки являются: простота создания и распространения контента в цифровой среде; алгоритмическая персонализация, которая усиливает нахождение пользователя в информационном пузыре, ограничивая разнообразие источников¹⁹³; коммерциализация медиапространства, ориентированная на максимизацию вовлечённости, что ведёт к распространению сенсационного и эмоционально окрашенного контента¹⁹⁴.

Постоянно возрастающий объем информации для пользователя серьезно затрудняет её осмысление, снижает его способность критически оценивать контент. Позволяет продвигать недостоверную информацию, что влечет за собой возможности манипулирования впечатлениями, эмоциями, поведением. Последствиями становится нарастание социального расслоения, снижение недоверия к официальным источникам информации, СМИ в целом. Формируется среда с доминированием личного мнения, эмоциональных оценок, основанных на сомнительных и непроверенных фактах¹⁹⁵.

2. Угрозы безопасности личных данных.

Постоянно увеличивающийся объем информационного контента содержит, в том числе, огромный массив персональных данных пользователей. Современные цифровые технологии позволяют их накапливать и анализировать, использовать в различных целях, что составляет проблему сохранения приватности о запросах и данных пользователей. Нередко мы не осознаем масштабов сбора данных и

¹⁹²Eppler, M. J., & Mengis, J. The Concept of Information Overload: A Review of Literature from Organization Science, Accounting, Marketing, MIS, and Related Disciplines. *Information & Management*. – 2004. – №40 (4). – P. 325-344.

¹⁹³ Паризер Э. Фильтровый пузырь: как новые персонализированные технологии меняют то, что мы читаем и как мы думаем. / Пер. с англ. М.: Альпина Паблишер, – 2012. – 304 с.

¹⁹⁴ Туфекчи З. Алгоритмические угрозы за пределами Facebook и Google: новые вызовы вычислительного агентства. // *Colorado Technology Law Journal*. – 2015. –Т. 13, № 2. – С. 203-218.

¹⁹⁵ Левандовски С., Экер У. К. Х., Кук Дж. За пределами дезинформации: понимание эпохи «постправды» и способы адаптации к ней. // *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*. – 2017. – Т. 6, № 4. – С. 353-369.

дальнейших способах их использования, что ведёт к злоупотреблениям и утечкам информации¹⁹⁶.

Ключевыми причинами представляются: сложившиеся модели монетизации цифровых платформ через таргетированную рекламу и продажу данных; непрозрачность алгоритмов сбора и обработки информации; недостаточный уровень законодательного регулирования данной сферы, низкая правовая защита пользователей в разных странах¹⁹⁷.

Утрата контроля над личными данными ведёт к росту недоверия к цифровым сервисам и государственным институтам. Массовые утечки данных и злоупотребления ими могут привести к экономическим потерям, нарушению прав человека и усилению социального неравенства, так как уязвимые группы оказываются более подвержены рискам¹⁹⁸.

3. *Цензура, контроль и манипуляции в цифровой медиасреде.* Воплощение социокультурных реалий в цифровой медиасреде сопровождается проблемами цензуры, политического контроля и манипуляций общественным мнением. Государство и частные компании используют цифровые технологии для мониторинга, фильтрации и подавления нежелательного контента¹⁹⁹.

Среди причин следует назвать политические интересы и стремление контролировать информационные потоки; коммерческие интересы платформ,

¹⁹⁶ Зубовф Ш. Эпоха надзорного капитализма: Борьба за человеческое будущее на новом рубеже власти. / Пер. с англ. М.: Изд-во Института Гайдара, 2020. – 704 с.

¹⁹⁷ Ниссенбаум Х. Контекстуальная приватность: Технологии, политика и целостность социальной жизни. / Пер. с англ. М.: Изд-во «АСТ», – 2021. – 432 с.

¹⁹⁸ Anderson, R., et al. Measuring the Cost of Cybercrime. [Электронный ресурс] / R. Anderson et al.// Computer Science and Engineering (CSE) Department at the University of California, Riverside. – Academic Oxford. 2019. – № 5(1). – URL: <https://www.cs.ucr.edu/~nael/ee260/reading/cost-cybercrime.pdf> (дата обращения 28.09.2025).

¹⁹⁹ Gorwa R. The Platform Governance Triangle: Conceptualising the Informal Regulation of Zuboff S. The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power. – New York: PublicAffairs, 2019. – 691 P.; Online Content. // Internet Policy Review. – 2019. – Vol. 8. – № 2.

связанные с модерацией контента и рекламной политикой; технические возможности масштабного мониторинга и анализа данных²⁰⁰.

Цензура и манипуляции ограничивают свободу слова, снижают плюрализм мнений и подрывают доверие к цифровым платформам. Соответственно, что ведет к усилению социальной напряжённости, росту протестных настроений и распространению конспирологических теорий, тем самым оказывает негативное влияние на демократические процессы²⁰¹.

4. Усиление социального неравенства и цифровой разрыв. Современное цифровое пространство, несмотря на свой демократичный потенциал, воспроизводит существующие социальные неравенства. В России цифровой разрыв проявляется особенно ярко из-за огромной территории и неравномерного развития регионов. По данным Росстата за 2023 год, разница в доступности интернета между Москвой и отдалёнными районами, такими как Тува или Алтай, достигает 30%. Это создаёт серьёзные барьеры для получения образования, доступа к госуслугам и участия в цифровой экономике²⁰².

Одной из ключевых причин цифрового неравенства в России является экономический фактор. Невысокий уровень доходов у большинства населения становится серьёзной проблемой для массового доступа к интернету, к современной цифровой технике, их стоимость постоянно растет. Согласно статистическим данным между жителями города и села существует заметный разрыв: устойчивая интернет-связь в городах обеспечивается для 85% жителей, в сельской местности она доступна для 60%.

Остается актуальным решение проблемы цифровой грамотности, что особенно характерно для социальных групп старшего возраста. По данным исследований НИУ ВШЭ только 40% россиян в возрасте от 55 лет уверенно

²⁰⁰ Zuboff S. The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power. – New York: PublicAffairs, 2019. – 691 P.

²⁰¹ Tufekci Z. Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest. – New Haven: Yale University Press, 2017. – 354 P.

²⁰² Федеральная служба государственной статистики. Доступ населения к информационным технологиям: стат. сб. – М., 2023. – 86 с. – С.45.

работают с порталом «Госуслуги», с онлайн-банкингом, другими цифровыми сервисами. Социальные последствия цифрового разрыва проявляются в различных сферах. Так, ученики сельских школ испытывают затруднения в дистанционном обучении, что отражается на их образовательных возможностях. Владение цифровыми навыками все в большей степени становятся нормой повседневной жизни, обязательным условием профессиональной деятельности и карьеры. Очевидно, что для взрослых и пожилых возрастают риски остаться без работы как основного источника дохода. Для решения этих проблем в России реализуются государственные инициативы. В рамках нацпрограммы «Цифровая экономика» развивается инфраструктура: к 2030 году высокоскоростной интернет должен прийти во все населённые пункты с численностью от 250 человек. Проект «IT-куб» направлен на повышение цифровой грамотности школьников в регионах. Однако для полноценного преодоления цифрового разрыва необходимо расширять программы обучения для взрослых, субсидировать покупку устройств для малоимущих и адаптировать цифровые сервисы для людей с ограниченными возможностями²⁰³.

Таким образом, хотя цифровой разрыв остаётся серьёзной проблемой для России, системные меры по развитию инфраструктуры и образовательным программам могут значительно сократить это неравенство. Без таких шагов достижение инклюзивного цифрового общества будет невозможно.

5. Этические дилеммы и ответственность в цифровой медиасреде

Развитие цифровой медиасреды порождает новые этические вопросы, связанные с ответственностью за создаваемый и распространяемый контент, защитой прав пользователей и балансом между свободой выражения и защитой от вреда²⁰⁴.

Основные причины: анонимность и удалённость в цифровом пространстве, что снижает чувство ответственности; сложность регулирования и недостаток

²⁰³ О реализации проекта «IT-куб» в 2023 году: аналитическая записка. / сост. А.В. Смирнов. – М.: Минпросвещения России, 2023. – 48 с.

²⁰⁴ Floridi L. The Ethics of Information. – Oxford: Oxford University Press, 2013. – 384 P.

международных стандартов; конфликты между коммерческими интересами и общественными ценностями²⁰⁵.

Отсутствие чётких этических норм приводит к распространению кибербуллинга, фейковых новостей, нарушению прав человека и деградации общественного дискурса. И складывающаяся ситуация требует разработки новых подходов к регулированию цифровой медиасреды и воспитанию цифровой этики²⁰⁶.

Проблемы цифровой медиасреды, такие как информационная перегрузка, угрозы приватности и цифровое неравенство, действительно отражают всю сложность её взаимодействия с обществом. Эти вызовы требуют вдумчивого анализа и комплексных решений, важных для создания справедливого, инклюзивного и устойчивого информационного пространства.

Далее рассмотрим, какие управленческие подходы могут помочь в решении этих проблем.

1. Повышение медиаграмотности и критического мышления.

Ключевым инструментом против информационной перегрузки и дезинформации является системное развитие медиаграмотности у людей всех возрастов. Внедрение образовательных программ, которые учат анализировать источники информации и осознанно потреблять цифровой контент, становится необходимостью. Современные исследования показывают, что повышение медиаграмотности способствует снижению уязвимости к фейковым новостям и манипуляциям, а также улучшает качество общественного дискурса²⁰⁷. Мировой опыт доказывает эффективность такого подхода: Финляндия, начиная с 2014 года, реализует признанную на международном уровне национальную программу. Она охватывает как школы, так и взрослое население через общественные организации,

²⁰⁵ Gillespie T. Custodians of the Internet: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions That Shape Social Media. – New Haven: Yale University Press, 2018. – 272 P.

²⁰⁶ Floridi L. The Ethics of Information. – Oxford: Oxford University Press, 2013. – 384 P

²⁰⁷ Kahne J., Bowyer B. Educating for Democracy in a Partisan Age: Confronting the Challenges of Motivated Reasoning and Misinformation. // American Educational Research Journal. – 2017. – Vol. 54, № 1. – P. 3-34.

что значительно повысило информационную культуру и устойчивость общества к фейковым новостям.

США и Канада демонстрируют положительный результат от интеграции курсов медиаграмотности в учебные программы и проведения масштабных общественных кампаний. Эти примеры показывают, что образованные пользователи не только лучше фильтруют информацию и менее уязвимы к манипуляциям, но и в целом способствуют улучшению качества общественного дискурса. Цифровое просвещение – это не дополнительная опция, а важнейший элемент здоровой информационной экосистемы и фактор национальной безопасности.

2. Усиление защиты персональных данных и конфиденциальности.

Для решения проблем приватности в современных условиях необходим комплексный подход, сочетающий законодательство и технологии. Его ключевые аспекты включают:

- Строгие законодательные рамки, которые чётко регламентируют сбор, обработку и хранение персональных данных.
- Внедрение действенных механизмов информированного согласия, а также права пользователей на доступ к своим данным и их удаление.
- Установление существенных санкций для компаний и организаций, нарушающих эти правила, что создаёт реальные стимулы для соблюдения закона.

Такой подход направлен на восстановление баланса в цифровой среде, где право на приватность не должно приноситься в жертву технологическому удобству или коммерческим интересам. Параллельно необходимо развитие технологических решений, обеспечивающих безопасность данных: криптографических методов защиты, систем предотвращения утечек и механизмов прозрачности алгоритмов. Международный опыт демонстрирует эффективность такого подхода: реализация Общего регламента по защите данных (GDPR) в ЕС привела к повышению прозрачности обработки данных и усилению ответственности операторов, а аналогичные инициативы в Японии (APPI) и Южной Корее (PIPA) дополнились внедрением передовых технологий аутентификации и верификации. Синергия

правового регулирования и технологических мер позволяет достичь баланса между развитием цифровых сервисов и защитой прав пользователей, что способствует восстановлению доверия населения к цифровым платформам и снижению рисков злоупотребления (misuse) данных.

3. Разработка этических стандартов и регулирование цифровой медиасреды. Формирование эффективной системы регулирования цифровых платформ требует разработки многоуровневых этических и правовых механизмов, включая международные стандарты и национальные нормативные акты, которые устанавливают прозрачные правила модерации контента, принципы работы алгоритмов и меры ответственности за распространение информации. Как показывают исследования (Gillespie, 2018; Suzor, 2019), подобное регулирование способствует снижению произвольной цензуры и манипулятивных практик, обеспечивая защиту как свободы выражения, так и прав пользователей на достоверную информацию. Опыт ряда стран показывает, как можно найти разумный баланс в регулировании цифровой среды. Например, в Германии (закон NetzDG), Канаде и Австралии сочетание государственных законов с отраслевыми стандартами создаёт модель, которая повышает ответственность онлайн-платформ, но при этом не подавляет естественное развитие цифровых коммуникаций. Главная задача здесь – найти оптимальное равновесие между регулированием «сверху», саморегулированием самой индустрии и защитой базовых прав граждан в интернете.

4. Сокращение цифрового разрыва и обеспечение инклюзивности.

Современные исследования в области социально-экономического развития подчёркивают: для преодоления цифрового неравенства нужен системный подход. Он должен включать три ключевых направления:

- Развитие инфраструктуры (расширение покрытия интернетом, модернизация сетей).

- Обеспечение доступности цифровых сервисов для всех.

- Обучение населения необходимым цифровым навыкам.

Конкретные меры, такие как подключение удалённых территорий к интернету, запуск образовательных программ для уязвимых групп (например, старшего поколения), напрямую способствуют их реальной интеграции в цифровое пространство. Это открывает людям новые возможности для учёбы, поиска работы и участия в общественной жизни. Международный опыт (масштабная программа Digital India в Индии, инициативы по цифровой инклюзии в Скандинавии и Канаде) подтверждает, что именно такой комплексный подход наиболее эффективен.

Устранение цифрового разрыва – это не просто техническая задача, а важный фактор социальной стабильности и устойчивого развития. Системная работа по обеспечению цифровой инклюзии помогает снижать социальную напряжённость и создаёт условия для того, чтобы все группы населения могли на равных участвовать в цифровой экономике и общественной жизни. Реализация подобных инициатив требует координации усилий государства, бизнеса и гражданского общества с учётом региональной специфики и потребностей различных социальных групп.

5. Прозрачность и подотчётность алгоритмов.

Современные исследования цифровой среды подчёркивают необходимость внедрения механизмов прозрачности и подотчётности алгоритмических систем как ключевого условия их ответственного функционирования. Реализация принципов алгоритмической прозрачности, включая раскрытие базовых параметров работы рекомендательных систем и возможность независимого аудита, позволяет минимизировать риски манипулятивного воздействия, снизить эффект информационных пузырей и повысить уровень доверия пользователей.

Гармонизация цифровой среды требует комплексного подхода, интегрирующего правовое регулирование, развитие медиаграмотности, внедрение этических стандартов разработки искусственного интеллекта и меры по

сокращению цифрового неравенства. Подобная многоуровневая стратегия, адаптированная к национальным контекстам, способствует формированию более сбалансированной и инклюзивной цифровой экосистемы, соответствующей потребностям современного общества.

Проведенный анализ позволяет сделать ряд значимых выводов о репрезентации российской политики в цифровом медиапространстве.

Во-первых, цифровая среда в России трансформируется в сложную экосистему, где взаимодействуют государственные и альтернативные медиаплатформы, формируя новые модели политической коммуникации. Как отмечают Зотов и др., этот процесс требует переосмысления традиционных концепций медиатизации с учетом особенностей отечественного цифрового ландшафта²⁰⁸.

Развитие цифровых медиа в России нельзя отрывать от её социокультурных особенностей. Как отмечает Соловьева²⁰⁹, по-настоящему эффективная политика в этой сфере требует включённости всех сторон: государства, медиакомпаний, экспертов и самих граждан. Особенно важно найти точку равновесия, где технологический прогресс не будет угрожать сохранению нашей культурной идентичности в онлайн-пространстве.

Для будущих исследований здесь открывается несколько перспективных направлений:

Сравнение алгоритмов на российских платформах. Было бы полезно проанализировать, как алгоритмы, которые ранжируют ленту новостей во «ВКонтакте», «Яндекс.Дзен» или на «Рутубе», на самом деле влияют на политические взгляды пользователей²¹⁰.

²⁰⁸ Зотов В. В., Иванов А. П., Смирнова О. М. Образ цифрового будущего: формирование в медиапространстве и репрезентация в общественном сознании. / В. В. Зотов, А. П. Иванов, О. М. Смирнова // Наука телевидения. – 2023. –Т. 19, – № 4. – С. 63-115.

²⁰⁹ Соловьева, Д. Ю. Новый историзм и репрезентации истории в цифровой среде. / Д. Ю. Соловьева // Вестник Московского университета. – Серия 10: Журналистика. 2018. – № 4. – С. 26-54.

²¹⁰ Кочетков А. П. Государственная политика России в цифровую эпоху / А. П. Кочетков, А. Ю. Мамычев // Полис. Политические исследования. – 2023. – № 1. – С. 96-113.

Новые форматы диалога с властью. Заслуживают отдельного внимания такие инструменты, как портал «Госуслуги», мессенджеры или видеохостинги – насколько они становятся реальными каналами для гражданского участия, а не просто цифровыми витринами.

Как меняется медиапотребление. Цифровизация политики по-разному затрагивает разные поколения и социальные группы. Интересно изучить, как трансформируются их привычки и предпочтения в получении информации.

Этика в цифровой коммуникации. Критически важными остаются вопросы защиты личных данных пользователей и поиск способов противодействия манипулятивным технологиям в сети.

Как справедливо указывают теоретики Couldry и Hepp²¹¹, изучать цифровую политику нужно комплексно, учитывая и технологические инновации, и конкретный социокультурный контекст, в котором эти медиа существуют. Наиболее актуальными здесь видятся междисциплинарные работы, которые объединят методы политологии, медиаисследований и digital humanities²¹².

Сегодня российское цифровое пространство функционирует в условиях жёсткого регулирования, главная цель которого, по заявлениям властей, – защита от внешнего информационного давления. Однако у такого подхода есть и обратная сторона: он нередко ведёт к падению доверия к официальным СМИ и заставляет людей искать альтернативные источники информации.

В эпоху гибридных войн цифровая среда в России превратилась в арену борьбы за смыслы и трактовки событий. Именно от того, какой баланс удастся найти между контролем и свободой, во многом будет зависеть устойчивость всей общественно-политической системы.

Таким образом, российское медиaprостранство – это сложная площадка, где пересекаются интересы самых разных игроков: от государственных структур и медиахолдингов до гражданских активистов и блогеров. Каждый из них использует

²¹¹ Couldry N. The Mediated Construction of Reality. / N. Couldry, A. Hepp. – Cambridge: Polity Press, 2017. - 290 P.

²¹² Устойчивый международный термин, означающий название целой дисциплины, поскольку прямые переводы не общеприняты (цифровые гуманитарные науки).

свои тактики для достижения целей. В условиях глобального информационного противостояния и активного внешнего влияния, регулирование в России направлено на то, чтобы контролировать информационные потоки и формировать в обществе вполне определённую картину политической реальности.

Заключение

Проведенное исследование позволило комплексно проанализировать процесс медиатизации политики в новых социокультурных реалиях и его проявление в цифровом медиапространстве.

Рассмотрев основные теоретические подходы, содержание понятия и терминологию медиатизации, концептуализацию феномена медиатизации политики, приходим к выводу, что существующие подходы не являются универсальными, и не отражают всю многогранность проблематики. Для понимания сущности процесса медиатизации политики в современных социокультурных реалиях необходимо учитывать роль медиа как конституирующего элемента политической реальности. Особого внимания требует анализ влияния цифровых технологий на политику и медиа, а также рисков и возможностей, связанных с медиатизацией.

Сущность и принципы определения понятия «генезис социокультурных реалий» в контексте медиатизации политики, представлены через анализ основных теоретических подходов к пониманию данного процесса. В современных условиях медиатизации политической сферы необходимо понимание социокультурных реалий – совокупности образов, символов, ценностей и норм, формирующих массовое восприятие и интерпретацию политических событий. Исследование показывает, что медиатизация способствует переосмыслению границ реальности, трансформируя её в символическую и информационную среду, в которой происходят социальные и политические процессы.

Рассмотренные в исследовании принципы подтверждают, что медиатизация политики – не технический процесс, а социокультурный феномен. Принципы определения социокультурных реалий в контексте медиатизации политики включают конструирование реальности через медиа, использование символов и культурных кодов, активное участие граждан в формировании нарративов, а также сочетание глобальных и локальных элементов. Отмеченные принципы позволяют понять, каким образом современная медийная среда формирует и трансформирует социокультурные основы политического взаимодействия в России.

Рассмотрев основные тенденции социокультурных реалий под влиянием медиатизации политики, следует подчеркнуть, что медиатизация является сложным и противоречивым процессом, который имеет как позитивные, так и негативные последствия для общества. Критическое осмысление данного процесса, позволяет определить пути преодоления его негативных последствий.

Проанализировав структурно-функциональные особенности медиатизации политики в политическом цифровом медиапространстве, мы можем отметить, что рассмотренные тренды не только формируют современный облик российской медиасферы, но и отражают более широкие процессы трансформации общества в условиях цифровизации и централизации политических процессов. Процесс гибридизации позволяет государственным медиа эффективно конкурировать в цифровой среде. Государство, используя законодательный инструментарий, реагирует на возникающие риски, стремясь обеспечить цифровой суверенитет. При этом внутри медиасистемы существует конфликт подходов: с одной стороны – необходимость контроля, с другой – принцип свободы слова.

Влияние медиа на политику сегодня двойственное. С одной стороны, оно открывает новые возможности для участия граждан и внедрения инноваций, а с другой – порождает серьёзные риски для институтов власти, способные снижать эффективность системы управления. Чтобы политические институты могли эффективно работать в цифровую эпоху, необходимо глубоко изучать эти процессы и разрабатывать продуманные стратегии адаптации.

Анализ того, как представлена российская политика в цифровом медиапространстве, позволяет выделить её характерные черты. Эти особенности проистекают из специфического политического контекста России и самой структуры её цифровой среды.

Во-первых, важную роль в формировании политических нарративов играет строгое нормативно-правовое регулирование, которое направлено на контроль информационных потоков и ограничение свободы выражения мнений. Такая политика создает специфическую среду, где государственные постановления и механизмы цензуры задают рамки функционирования цифровых медиа

Во-вторых, высокая концентрация медиасобственности и доминирование государственных и прокремлевских акторов приводят к унификации политической информации и усилению официальной повестки. Медиапространство современной России – это динамичная среда, где официальная информация соседствует с множеством альтернативных точек зрения. Блогеры, независимые интернет-издания, просто активные граждане в сети пытаются высказать свою точку зрения, предложить иную картину событий, чем трактуют традиционные СМИ.

Русский язык в этом контексте выступает своего рода общим знаменателем, позволяя самым разным голосам звучать в пределах одного информационного поля.

Сложно переоценить, как цифровые платформы меняют общество сегодня. Они не просто информируют, но активно участвуют в формировании политических предпочтений, гражданской позиции, уровень доверия к институтам власти, становясь, по сути, ключевой площадкой для социализации и выработки коллективных мнений.

Государственное регулирование цифровой среды часто объясняется необходимостью защиты от внешнего информационного давления. Однако такая политика имеет и обратную сторону: определённая часть аудитории, особенно молодёжь, начинает с большим скепсисом относиться к официальным источникам и искать информацию в других местах. Таким образом, цифровое пространство превращается в поле борьбы нарративов, где от баланса между управлением и свободой слова во многом зависит устойчивость всей общественно-политической системы. По сути, современный российский цифровой ландшафт представляется сложной динамичной средой, где сталкиваются интересы разных групп. Каждая из них использует свои приёмы для достижения целей.

В контексте глобального информационного противостояния государственный подход к регулированию СМИ направлен на то, чтобы упорядочить этот поток данных и способствовать более взвешенному восприятию политических процессов. Слияние медиа и политики – «медиазация политического пространства» – сегодня является одним из ключевых

управленческих процессов. Который по нашему представлению возможно описать следующими тезисами:

Политика существует в медиа. Особенности подачи и восприятия аудиторией политических событий теперь полностью определяется каналами коммуникации. Медиа задают тон, форматы и правила игры.

Новые каналы – новые правила. Соцсети и онлайн-платформы открывают новые возможности для диалога, но одновременно порождают и риски: волны фейков, растущую поляризацию и новые инструменты манипуляции

Сила визуального образа. Картинка и видео начинают доминировать над текстом, усиливая роль эмоций и ярких символов в оценке политических событий и персон. Эмоциональный образ нередко становится убедительнее любого логического довода и напрямую влияет на восприятие лидеров и событий.

Личное и развлекательное как стратегия. Чтобы удержать внимание публики, политики всё чаще выстраивают личный образ и подают информацию в формате, граничащем с развлечением, создавая таким образом эмоциональную связь с аудиторией.

Критическое осмысление сущности медиатизации выявляет необходимость: развивать критическое мышление и медиаграмотность населения, чтобы осознанно воспринимать политическую информацию и противостоять манипуляциям.

В целом, медиатизация политики в новых социокультурных реалиях требует постоянного изучения и анализа, чтобы понимать ее влияние на политические процессы.

Рассмотрев медиатизацию политики как социокультурный феномен, отметим, что медиатизация политики не сводится к технической адаптации политических акторов к цифровой среде, а представляет собой сложный процесс трансформации политической коммуникации под влиянием медийной логики.

В российском контексте этот процесс характеризуется:

- конструированием политической реальности через медиадискурс;

- активным использованием культурных кодов и символов для формирования нарративов;
- сочетанием глобальных цифровых трендов и локальных особенностей медиапотребления.

При анализе влияния цифровых технологий на медиаполитическую систему, выявлены три ключевых тренда, определяющих современную динамику медиатизации:

Гибридизация государственных СМИ – адаптация традиционных медиа (РТ, «Россия 24») к цифровым платформам (ВКонтакте, YouTube) с целью расширения аудитории, что сопровождается компромиссами между официальным дискурсом и требованиями цифровой среды.

Политика цифрового суверенитета – законодательные инициативы (например, регулирование VPN) направлены на усиление контроля над информационным пространством, однако приводят к росту использования обходных технологий (Tor, анонимайзеры), что свидетельствует о противоречии между государственным регулированием и запросом общества на свободный доступ к информации.

Конфликт медиа- и политической логики – противоречие между коммерциализированными медиапрактиками (кликбейт, сенсационность) и стремлением власти к стабильности дискурса, что формирует напряжённое поле взаимодействия между независимыми и государственными медиа.

Специфика российского цифрового медиaprостранства: политическая коммуникация в России функционирует в условиях:

- нормативно-правового регулирования с учетом информационного противоборства;
- активности альтернативных акторов (блогеры, гражданские активисты), компенсирующих информационный дисбаланс.

Рассмотрев перспективные направления дальнейших исследований, в контексте динамично развивающейся цифровой среды представляется необходимым:

- проведение сравнительного анализа алгоритмов ранжирования на российских платформах («ВКонтакте», «Яндекс.Дзен», «Рутуб») и их влияния на политические предпочтения;
- изучение новых форматов гражданского участия (мессенджеры, интерактивные сервисы типа «Госуслуг»);
- исследование трансформации медиапотребления в различных социально-демографических группах;
- анализ этических аспектов цифровой политической коммуникации, включая манипулятивные технологии и защиту персональных данных.

Медиатизация политики в России представляет собой диалектический процесс, в котором сочетаются:

- технологические инновации,
- государственное регулирование,
- социокультурные традиции,
- гражданская активность.

Дальнейшее изучение данной проблематики требует междисциплинарного подхода, объединяющего методы политической науки, медиаисследований и digital humanities, с акцентом на эмпирический анализ цифровых платформ и их роли в трансформации публичной сферы.

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.

Важнейшим фактором проявления и развития медиасистемы являются информационно-коммуникативные технологии и масштабирование

медиапотребления, динамика коммуникационного воздействия на социальные процессы. Проведённое исследование вносит вклад в понимание медиатизации как ключевого фактора современной политики, определяющего не только формы коммуникации, но и саму структуру политического взаимодействия в условиях цифровой эпохи.

Перспективы развития медиатизированной политики в России будут зависеть от способности медиасистемы балансировать между государственным контролем, технологическими вызовами и запросами общества на информационную открытость, что определяет необходимость дальнейшего мониторинга и анализа этих процессов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ. И ЛИТЕРАТУРЫ

Нормативно-правовые акты и документы:

1. Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 23.07.2025) «О средствах массовой информации» // КонсультантПлюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511 (дата обращения: 29.09.2025).
2. Федеральный закон от 5 мая 2014 г. № 97-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам упорядочения обмена информацией с использованием информационно-телекоммуникационных сетей». // Система ГАРАНТ. URL: <https://base.garant.ru/70648932/> (дата обращения: 28.09.2025).
3. Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 № 149-ФЗ, // КонсультантПлюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798 (дата обращения: 29.09.2025).
4. Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 № 149-ФЗ // КонсультантПлюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798 (дата обращения: 29.09.2025).
5. Федеральный закон «О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам упорядочения обмена информацией с использованием информационно-телекоммуникационных сетей» от 05.05.2014 № 97-ФЗ // КонсультантПлюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_162586 (дата обращения: 29.09.2025).

Научные статьи и монографии:

6. Архипова Т. В. Цифровые медиа и политическая коммуникация: современные тенденции / Т. В. Архипова // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2019. – № 3. – С. 45–56.
7. Вартанов С. А., Нефедова Ю. С., Нефедов С. И. Интегральный индикатор медиакоммуникационной индустрии: инструмент анализа новой социально-экономической категории. / С. А. Вартанов, Ю. С. Нефедова, С. И. Нефедов // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2025 – № 4. – С. 3-24.
8. Вартанова Е. Л. Теория медиа: современные трансформации. / Е. Л. Вартанова // Вестник МГУ. Серия 10. Журналистика, – 2015. – №3, – С. 5-22.
9. Вартанова Е. Л., Дунас Д. В. Динамика развития российских медиаисследований: в поисках национальной идентичности. / Е. Л. Вартанова, Д. В. Дунас // Журнал «Меди@льманах», – 2024. – №5. – С. 8-18.
10. Волкова Е. Н. Социальные сети как инструмент политической коммуникации в современной России / Е. Н. Волкова // Политическая коммуникация и общество. – 2020. – № 3 (9). – С. 110-120.
11. Волкова Е. Н. Цифровая трансформация и медиасреда в современной России: вызовы и перспективы / Е. Н. Волкова // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2020. – № 2. – С. 45-60
12. Володенков С. В. Telegram как платформа конструирования контр-идентичностей: российский кейс / С. В. Володенков // Политическая наука. – 2023. – № 2. – С. 78-102.
13. Володенков С. В. Политика в цифровом формате в исследованиях российских и зарубежных ученых: представляю номер / С. В. Володенков // Вестник Российского университета дружбы народов. серия: Политология. – 2022. – т. 24, № 3 – с. 339-350.
14. Гавра Д. В. Трансакционная медиатизация политических конфликтов в цифровую эпоху / Д. В. Гавра // Политическая коммуникация. – 2024. – № 1. – С. 23-39

15. Гавра Д. П., Топилин Д. М. Институциональные факторы развития современных политических коммуникаций в России / Д. П. Гавра, Д. М. Топилин // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 6. Политология. Международные отношения. – 2017. – Т. 10, № 4. – С. 379-392.
16. Гилбоа Э. Медиа и международные конфликты: мультидисциплинарный подход / Э. Гилбоа // Журнал разрешения споров. – 2008. – № 1. – С. 1-16.
17. Горбачева Н. С. Законодательное регулирование цифровых медиа в России / Н. С. Горбачева // Право и СМИ. – 2020. – № 4. – С. 22-34.
18. Горбунова О. В. Цифровые технологии и протестное движение в России: новые формы политического участия / Горбунова О. В // Полис. Политические исследования. – 2021. – № 2. – С. 112-130
19. Горшков М. К., Петухов В. В. Цифровое неравенство в России: региональный аспект / М. К. Горшков, В. В. Петухов // Социологическая наука и социальная практика. – 2023. – Т. 11, № 2. – С. 56-75.
20. Гудков Л. Д. Динамика общественных настроений в России (2020–2023). / Л. Д. Гудков // Социологический журнал. – 2023. – Т. 29. – № 3. – С. 45-67.
21. Грибовод Е. Г. Медиатизация политики как институционально-коммуникативный процесс и информационно-стратегический ресурс: автореф. дис. канд. полит. наук: 23.00.02 / Грибовод Екатерина Григорьевна – Екатеринбург, 2017. – 21 с.
22. Дежина И. Г., Кузнецова Т. Е. Цифровая грамотность населения России: возрастной аспект / И. Г. Дежина, Т. Е. Кузнецова // Вопросы статистики. – 2021. – № 8. – С. 30-42. – С.32.
23. Дзялошинский И. М. Алгоритмический трайбализм: формирование и функционирование замкнутых политических сообществ в интернете. / И. М. Дзялошинский // Вестник Московского университета. – Серия 10. Журналистика, 2023. – № 2. – С. 112-130.
24. Дзялошинский И. М. Эмоционализация политики... / И. М. Дзялошинский // Социс. – 2021.– №8. – С.40-53.

25. Дзялошинский И. М. Современное медиапространство России. / Дзялошинский И. М. – Москва: Аспект Пресс, 2020 – 312 с.
26. Дзялошинский И.М. Философия цифровой цивилизации и трансформация медиакоммуникаций: монография. / И.М. Дзялошинский; под ред. Л.К. Лободенко. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2020. – 551 с.
27. Драгун Е. М. Инфотейнмент как явление современной медиакультуры Автореф. дис... канд. наук. / Драгун Евгения Михайловна. – М., 2015. – 34 с.
28. Загорский А. СНГ: от дезинтеграции к реинтеграции? Исследование Центра международных исследований МГИМО / А. Загорский – М. Моск. гос. ин-т междунар. отношений. –1994. – 35 с.
29. Засурский И. Н. Цифровая реальность и трансформация медиапотребления в России: монография. / И. Н. Засурский – М.: Факультет журналистики МГУ. 2023. – 320 с.
30. Засурский И. Н. Цифровые племена: новая социальная стратификация в эпоху алгоритмов / И. Н. Засурский // Журнал исследований социальной политики. – 2023 – Т. 21, № 3. – С. 45-68.
31. Засурский И. Н. Цифровая грамотность и приватность: парадоксы российского медиапотребления / И. Н. Засурский // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2023. – № 1.– С. 34-58.
32. Засурский И. Н. Цифровая грамотность и приватность: парадоксы российского медиапотребления / Засурский И. Н. // Вестник медиакоммуникаций. – 2023. – Т. 12, № 3. – С. 45-58.
33. Зотов В.В., Иванов А.П., Смирнова О.М. Образ цифрового будущего: формирование в медиапространстве и репрезентация в общественном сознании / В.В. Зотов, А. П. Иванов, О.М. Смирнова // Наука телевидения. – 2023. – Т. 19, № 4. – С. 63-115.
34. Иванов М.В. Концентрация медиасобственности и политическое влияние в России / М. В. Иванов // Медиаисследования. – 2019. –Т. 15, № 1. – С. 77-89.

35. Иванова Д. В. Государственные СМИ и политическая легитимация в России / Д. В. Иванова // Политическая наука. – 2021. – № 4 (12). – С. 75-85
36. Иванова Д. В. Цифровые платформы и политическая активность в России / Д. В. Иванова // Журнал политических исследований. – 2021. – Т. 12, № 3. – С. 45-60.
37. Иванова Е. А. Визуальные нарративы в цифровой политике: анализ контента социальных сетей / Е. А. Иванова // Журнал политической науки. – 2021. – Т. 12, № 4. – С. 78-92
38. Иванова Е. А. Политические партии в цифровом медиапространстве России / Е. А. Иванова // Политическая аналитика. – 2022. – № 3. – С. 50–65.
39. Иванова Е. А. Языковая политика и цифровое медиапространство России / Е. А. Иванова // Журналистика и общество. 2022. – № 4. – С. 33-47.
40. Иванова Т. А. Медиаграмотность и цифровая политика / Т. А. Иванова // Журнал образовательных технологий. 2020. – № 3. – С. 130-140.
41. Киселев А. Г., Киричек П. Н. Тренды политической коммуникации в контексте социальной модернизации / А. Г. Киселев, П. Н. Киричек // Вестник РУДН. Сер.: Социология. – 2019. – Т. 19. № 2. – С. 322-336.
42. Козлов Р. И. Творческое меньшинство и политические инновации / Р. И. Козлов // Политическая наука. – 2018. – Т. 10, № 3. – С. 115-125.
43. Козлова О. В. Свобода слова в цифровом пространстве России / О. В. Козлова // Свободное слово. – 2022. – № 5. – С. 90-101.
44. Корконосенко С. Г. Медиатизация выборов: трансформация политического дискурса в цифровую эпоху / С. Г. Корконосенко // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 10: Журналистика. – 2022. – № 3. – С. 112-135.
45. Кочетков А. П. Государственная политика России в цифровую эпоху / А. П. Кочетков, А. Ю. Мамычев // Полис. Политические исследования. – 2023. – № 1. – С. 96-113.

46. Кравченко С. А. Переход к сложному, нелинейно развивающемуся социуму: вызовы для России / С. А. Кравченко // Вестник МГИМО-Университета. – 2012. – № 1(22). – С. 211-220.
47. Кузнецова А. Ю. Законодательство и цифровая политика в России / А. Ю. Кузнецова // Российский журнал права и политики. – 2021. – № 3. – С. 15-27.
48. Кузнецова И. Л. Междисциплинарный подход в медиаисследованиях / И. Л. Кузнецова // Журнал культурологии. – 2020. – № 1. – С. 205-215.
49. Кузнецова М. В. Цифровые технологии и электоральные кампании: опыт США и России / М. В. Кузнецова // Политическая наука. – 2020. – № 4. – С. 95-110.
50. Ларионов, В. И. Самоцензура как феномен современной журналистики / В. И. Ларионов // Медиа и власть. – 2022. – № 2. – С. 48-59.
51. Лебедев, П. А. Государственное влияние на цифровые платформы в России / П. А. Лебедев // Политическая аналитика. – 2023. – № 1. – С. 34-45.
52. Лебедева Т. А. Медиасреда и формирование образа врага в современном российском информационном пространстве / Т. А. Лебедева // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2022. – № 2. – С. 45-60.
53. Левандовски С., Экер У. К. Х., Кук Дж. За пределами дезинформации: понимание эпохи «постправды» и способы адаптации к ней / С. Левандовски, У. К. Х. Экер, Дж. Кук // Journal of Applied Research in Memory and Cognition. – 2017. – Т. 6. – № 4. – С. 353-369.
54. Лукина М. М. Политика как товар: коммодификация публичной сферы в цифровую эпоху / М. М. Лукина // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2022. – № 4. – С. 3-24.
55. Лукина М. М. Искусственный интеллект в политической коммуникации: технологии прогнозирования и управления / М. М. Лукина // Политика: Анализ. Хроника. Прогноз. – 2023 – № 2(109). – С. 89-112.

56. Лукина М. М. Трансформация медиапотребления в цифровую эпоху: традиции и инновации. / М. М. Лукина – М.: Факультет журналистики МГУ, – 2021. – 224 с.
57. Маслюк Д. С. Фактор зарубежных средств массовой информации в избирательных кампаниях современной России / Д. С. Маслюк // Вестник УМЦ. – 2025. – №1 (46). – с.19-23.
58. Медведев С. Н. Регулирование политической рекламы в интернете / С. Н. Медведев // Журнал цифровых медиа. – 2022. – Т. 8, – № 4. – С. 102-115.
59. Медиатизация социальности в платформенном обществе: процессы и эффекты: монография / Д. П. Гавра [и др.] / под общ. ред. проф. Д. П. Гавры. – СПб.: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2025. – 384 с.
60. Морозов О. В. Цифровое неравенство как новый социальный раскол: российский контекст / О. В. Морозов // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2022. – Т. 25, – № 3. – С. 78-102.
61. Морозов И. С. Русский язык в медиaprостранстве России / И. С. Морозов // Язык и коммуникация. – 2021. – № 2. – С. 22-33.
62. Недельченко О. И., Козлова Ю. Б., Байкова И. В. Медиатизация политики как актуальный коммуникационный тренд современного российского информационного поля / О. И. Недельченко, Ю. Б. Козлова, И. В. Байкова // Вестник БИСТ (Башкирского института социальных технологий). – 2023. – № 4 (61). – С. 21-26. – URL: <https://doi.org/10.47598/2078-9025-2023-4-61-21-26>. (дата обращения 12.07.2024).
63. Павлов, Д. А. Пропаганда и дезинформация в российском цифровом медиaprостранстве / Д. А. Павлов // Вестник социологических исследований. – 2021. – № 7. – С. 66-78.
64. Павлова Н. И. Государственные СМИ как инструмент формирования политической легитимности в современной России / Н. И. Павлова // Вестник политических исследований. – 2020. – № 4 (16). – С. 130-140.
65. Павлова Н. С. Государственные СМИ и политическая коммуникация в России / Н. С. Павлова Н. С. // Вестник СМИ. – 2021. – № 7. – С. 66-78.

66. Петров А. С. Медийное пространство и политическая власть в России / А. С. Петров // Политическая аналитика. – 2020. – № 2. – С. 33-47.
67. Петров М. Н. Социальные сети и политика в России / М. Н. Петров // Медиа и коммуникации. – 2021. – № 2. – С. 85-95.
68. Петров, М. Н. Социальные сети и политика в России / М. Н. Петров // Медиа и коммуникации. – 2021. – № 2. – С. 130-140.
69. Петров Н. В., Климов И. А. Трансформация доверия к политическим институтам в условиях цифровизации. / Н. В. Петров, И. А. Климов // Журнал НИУ ВШЭ «Полития». – 2023. – № 3(110) – С. 45-67.
70. Петрова А. С. Роль независимых СМИ в формировании политического дискурса в России: на примере «Медузы» и «Новой газеты» / А. С. Петрова // Журналистика и общество. – 2020. – № 2 (18). – С. 50-60.
71. Петрова Е. В. Цифровые платформы и политическая коммуникация / Е. В. Петрова // Журнал цифровых медиа. – 2020. – Т. 8, – № 4. – С. 102-115.
72. Петухов В. В. Роль телевидения в формировании общественного мнения в России. / В. В. Петухов // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2021. – № 2. – С. 46-67.
73. Петухов В. В. Цифровая идентификация и право на приватность: новые вызовы / Петухов В. В. // Социологические исследования. – 2023. – № 5. – С. 62-75.
74. Никипорец-Такигава Г. Ю. Политические институты в современном мире: коллапс или перезагрузка? / Г. Ю. Никипорец-Такигава. Под общей редакцией: Попова О. В. // Сборник материалов по итогам Всероссийской научной конференции, 12-13 октября 2023 года – СПб.: Скифия-принт, 2023.
75. Рогозина М. В. Социальные сети и цифровое поведение российской аудитории / М. В. Рогозина // Социология и интернет. – 2023. – № 1. – С. 50-65.
76. Силкин В.В., Шарков Ф.И. Наступление эры медиакommunikаций: унаследование права четвертой власти цифровой медиасферой / В.В. Силкин, Ф.И. Шарков // Коммуникология: электронный научный журнал. 2021. Том 6. № 3. С. 22-34.

77. Смирнов И. В. Роль мессенджеров в политической мобилизации: опыт протестных акций 2019–2021 годов / И. В. Смирнов // Современные коммуникации. – 2022. – № 1 (14). – С. 100-110.
78. Смирнов Д. А. Алгоритмы и политическая поляризация / Д. А. Смирнов // Журнал цифровых технологий. – 2022. – № 5. – С. 140-150.
79. Смирнов И. В. Роль мессенджеров в политической мобилизации: опыт протестных акций 2019–2021 годов / И. В. Смирнов // Современные коммуникации. – 2022. – № 1 (14). – С. 100-110.
80. Смирнов Н. В. Конструирование политических мифов в цифровой среде / Н. В. Смирнов // Известия РАН. Серия общественных наук. – 2022. – Т. 81, № 1. – С. 55-67.
81. Смирнова Е. В. Мемы как инструмент политической мобилизации молодежи в социальных сетях. / Е. В. Смирнова // Журнал политической коммуникации. – 2021. – № 3 – С. 45-59
82. Смирнова Е. В. Государственный контроль и цифровые медиа в России / Е. В. Смирнова // Вестник социологических исследований. – 2019. – Т. 15, № 4. – С. 75-85.
83. Смирнова Е. В. Государственный контроль и цифровые медиа в России / Е. В. Смирнова // Вестник социологических исследований. – 2019. – Т. 15, № 4. – С. 110-120.
84. Смирнова Л. Н. Региональные особенности медиапотребления в России / Л. Н. Смирнова // Медиаисследования. – 2022. – Т. 16, № 3. – С. 77-89.
85. Смирнова Н. В. Конструирование политических мифов в цифровой среде / Н. В. Смирнова // Известия РАН. Серия общественных наук. – 2022. – Т. 81, № 1. – С. 55-67.
86. Соловьева, Д. Ю. Новый историзм и репрезентации истории в цифровой среде / Д. Ю. Соловьева // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2018. – № 4. – С. 26-54.
87. Стрёмбек Й. Четыре этапа медиатизации политики // Журнал коммуникаций. – 2008. – Т. 58, № 2. – С. 209-237.

88. Троян И.А., Кравченко Л.А., Гиндес Е. Г. Цифровое неравенство и направления его преодоления в контексте развития человеческого капитала / И. А. Троян, Л. А. Кравченко, Е. Г. Гиндес // Народонаселение. – 2023. – Т. 26. – № 2. – С. 114-126.
89. Туфекчи З. Алгоритмические угрозы за пределами Facebook и Google: новые вызовы вычислительного агентства / З. Туфекчи // Colorado Technology Law Journal. – 2015. – Т. 13, № 2. – С. 203-218.
90. Ушкин С. Г., Сапон И. В. Протестные группы в социальной сети «ВКонтакте»: кластеризация пользователей и их типологические особенности. / С. Г. Ушкин, И. В. Сапон // Научный результат. Социология и управление. – 2022. – №2. – С. 97-111.
91. Федорова Е. А. Политическая цензура в цифровых СМИ России / Е. А. Федорова // Журнал политической науки. – 2020. – Т. 11, № 2. – С. 112-128.
92. Харари Ю. С. Медиатизация политики в цифровую эпоху / Ю. С. Харари // Журнал политических исследований. – 2020. – № 3. – С. 98-110.
93. Харари Ю. С. Международные аспекты медиатизации политики / Ю. С. Харари // Журнал политических исследований. – 2020. – № 4. – С. 100-110.
94. Чачба А. Н. Роль Интернета в росте активистской составляющей в политических культурах XXI века / А. Н. Чачба // Теории и проблемы политических исследований. – 2019. – Т. 8, № 6А. – С. 168-177.
95. Чугров С. В. и др. Quo vadis? Перспективы становления гражданского общества в России (Часть II). Круглый стол журнала «Полис / С. В. Чугров и др.» // Полис. Политические исследования. – 2012. – № 3. – С. 75-107;
96. Чугров С. В. Российская политика сквозь призму социологических замеров / Чугров С. В. // Полис. Политические исследования. – 2016. – № 5. – С. 183-191
97. Чугров С. В. Россия и Европа: диалог о ценностях в пространстве цивилизации / С. В. Чугров // Полис. Политические исследования. – 2015. – №4. – С. 157-169

98. Чугров С.В. Трансформация общественного мнения в эпоху глобальной нестабильности / С. В. Чугров // Коммуникология. – 2017. – Т. 5, № 4. – С. 25-32

99. Чугров С.В. Post-truth: трансформация политической реальности или саморазрушение либеральной демократии? / С. В. Чугров // Полис. Политические исследования. – 2017. – № 2. – С. 42-59;

100. Шариков А. В. Цифровые технологии в современных избирательных кампаниях: российская практика микротаргетинга / А. В. Шариков // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2023. – № 2. – С. 225-247.

Научные статьи и монографии на английском языке:

101. Abidin C. Visibility labour: Engaging with influencers' fashion brands and #OOTD advertorial campaigns on Instagram / C. Abidin // Media International Australia. – 2016. – Vol. 161, № 1. – P. 86-100.

102. Allcott H., Gentzkow M. Social Media and Fake News in the 2016 Election / H. Allcott, M. Gentzkow // Journal of Economic Perspectives. – 2017. – Vol. 31, No. 2. – P. 211-236.

103. Couldry N., Hepp A. Conceptualizing mediatization: Contexts, traditions, arguments. / N. Couldry, A. Hepp A. // Communication Theory, – 2013 – № 23 (3). – P. 191-214.

104. Dijck J. van., Poell T. Understanding Social Media Logic / J. van. Dijck, T. Poell // Media and Communication. – 2013. –1 vol, № 1. – P. 2-14.

105. Elias N. The Civilizing Process: Sociogenetic and Psychogenetic Investigations - An overview and assessment. / N. Elias // History and Theory. – № 49(3). – P. 384-411

106. Eppler M. J., Mengis J. The Concept of Information Overload: A Review of Literature from Organization Science, Accounting, Marketing, MIS, and Related Disciplines. / M. J. Eppler, J. Mengis // Information & Management. – 2004. – №40 (4). – P. 325-344.

107. Hamilton W., Garretson O., Kerne A. Streaming on Twitch: Fostering Participatory Communities of Play within Live Mixed Media / W. Hamilton, O. Garretson, A. Kerne // Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems. – 2014. – P. 1315-1324.

108. Hanson F., Seib P. Real-Time Diplomacy: Politics and Power in the Social Media / F. Hanson, P. Seib // The Hague Journal of Diplomacy Era. – New York: Palgrave-Macmillan, – 2012 – № 8(2). – P. 187-188.

109. Hjarvard S. Mediatization and cultural and social Change: an institutional perspective / S. Hjarvard // Mediatization of Communication / K. Lundby. — Berlin: De Gruyter Mouton, – 2014. – P. 199-226

110. Hjarvard, S. The mediatization of religion: A theory of the media as agents of religious change. / S. Hjarvard // Northern Lights: Film & Media Studies Yearbook, – 2008.– № 6 (1). – P. 9-26.

111. Hjarvard S. The mediatization of everything: An overview of the concept. In Mediatization: Concept, changes, consequences / S. Hjarvard // Peter Lang. – 2011 – P. 1-26.

112. Howard, P. N., Hussain, M. M. The uprisings in Egypt, Libya, and Tunisia: Social media's role. / P. N. Howard, M. M. Hussain // Journal of Democracy. – 2011 – № 22(3). – C. 35-48

113. Kahne J., Bowyer B. Educating for Democracy in a Partisan Age: Confronting the Challenges of Motivated Reasoning and Misinformation / J. Kahne, B. Bowyer // American Educational Research Journal. – 2017. – Vol. 54, № 1. – P. 3-34.

114. Mazzoleni, G., Schulz, W. Mediatization of Politics: A Challenge for Democracy? / G. Mazzoleni, W. Schulz // Political Communication. – 1999. – Vol. 16, No. 3. – P. 247-261.

115. McCombs M. E., Shaw D. L. The Agenda-Setting Function of Mass Media. / M. E. McCombs, D. L. Shaw // Public Opinion Quarterly. – 1972. – № 36 (2) – P. 176-187.

116. Mendes K., Ringrose J., Keller R. #MeToo and the Politics of Social Change: A Global Perspective / K. Mendes, J. Ringrose, R. Keller // Gender and Education. – 2018. – Vol. 30, № 3. – P. 1-15.

117. Nye J. S. Soft Power: The Means To Success In World Politics. / J. S. Nye // New York Public Affairs – 2004. – 191 с.

118. Ramsay G. Bellingcat and the New Age of Open-Source Investigations / G. Ramsay // Journalism Practice. – 2018. – Vol. 12, № 4. – P. 450-465.

119. Seeger M.W. Best Practices in Crisis Communication: An Expert Panel Process. / M.W. Seeger // Journal of Applied Communication Research. – 2006. – No 34(3) – P. 232-244

120. Seib P. Real-Time Diplomacy: Politics and Power in the Social Media. / Seib P. // The Hague Journal of Diplomacy Era. – New York: Palgrave-Macmillan. – 2012. – № 8(2). – С. 187-188.

Книги на русском языке:

121. Барт Р. Б. Избранные работы: Семиотика. Поэтика: Пер. с фр. / Р. Б. Барт Сост., общ. ред. и вступ. ст. Г. К. Косикова. – Москва: Прогресс: Универс, 1994. – с.78

122. Барт Р. S/Z / Р. Барт; [пер. с фр.] Г.К. Косиков. – Москва: Академический Проект, 2001. – 270 с.

123. Бик-Булатов А.Ш. История отечественной публицистики XIX – XX веков: дискурсы нигилизма. / А.Ш. Бик-Булатов– Казань: Казан. гос. ун-т, 2010. – С.124.

124. Вебер М. Избранные произведения. / Вебер М. – М.: Прогресс, 1990. – 808 с.

125. Горшков М.К., Петухов В.В. Российское общество в условиях цифровой трансформации: социологическое измерение / М.К. Горшков, В.В. Петухов. – М.: ФНИСЦ РАН., 2022. – 456 с.

126. Горшков М.К., Петухов В.В. Ценностные ориентации российской молодежи в условиях социальной трансформации / М.К. Горшков, В.В. Петухов. – М.: ФНИСЦ РАН., 2023. – 280 с.

127. Горшков М.К., Петухов В.В. Российское общество в условиях цифровой трансформации: социологическое измерение. / М.К. Горшков, В.В. Петухов. – М.: ФНИСЦ РАН, – 2022. – С. 267-312.
128. Деррида, Ж. О грамматиологии / Ж. Деррида; [пер. с фр.] Н. Автономова. – Москва: Ad Marginem, 2000. – 512 с.
129. Дзялошинский И. М. Медиа и политика в условиях цифровизации: монография. / Дзялошинский И. М. – М.: Изд-во МГУ, 2021. – 280 с.
130. Дзялошинский И. М. Медиапространство России: коммуникативные стратегии социальных институтов / И.М. Дзялошинский. – Москва: АПК и ППРО, 2013. – 479 с.
131. Дугин А. Четвертая политическая теория. Россия и политические идеи XXI века / Александр Дугин. – СПб.: Амфора. ТИД Амфора, 2009 – 351 с.
132. Дюркгейм Э. О разделении общественного труда. / Э. Дюркгейм– М.: Канон, – 1996. – С. 87.
133. Дюркгейм Э. Элементарные формы религиозной жизни. / Э. Дюркгейм – М.: Восточная литература РАН, – 2018 – 808 с.
134. Засурский И.Н. Двухконтурная медиасистема России: государственные СМИ vs цифровые платформы. / Засурский И.Н. – Издательство: Факультет журналистики МГУ, 2023. – 312 с.
135. Зубовф Ш. Эпоха надзорного капитализма: Борьба за человеческое будущее на новом рубеже власти / Ш. Зубовф Пер. с англ. – М.: Изд-во Института Гайдара, 2020. – 704 с.
136. Иванов А.А. Цифровая трансформация общества: вызовы и перспективы. / А.А. Иванов – М.: Издательский дом ВШЭ, 2022. – 256 с.
137. Иванов, А. П. Политика и медиа в постсоветской России / А. П. Иванов. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 2018. – 220 с.
138. Козлов, Р. И. Аналитика политической коммуникации / Р. И. Козлов. – М.: Изд-во МГУ, 2018. – 250 с.
139. Лебедев, В. В. Символика и политика: культурные коды в медиа / В. В. Лебедев. – М.: РГГУ, 2019. – 180 с

140. Леви-Стросс, К. Структурная антропология / К. Леви-Стросс; пер. В.В. Иванов. – Москва: Главная редакция восточной литературы издательства «Наука», 1983. – 536 с.
141. Липман, М. Политика в эпоху медиатизации. / М. Липман – М.: Наука, 2017. – 312 с.
142. Лукина, М.М. Трансформация медиа потребления в цифровую эпоху: традиции и инновации. / М.М. Лукина – М.: Факультет журналистики МГУ, 2021. – 224 с.
143. Луман, Н. Реальность массмедиа / Н. Луман. – Москва: Праксис. Серия «Образ общества», 2005. – 256 с.
144. Маклюэн, М. Понимание медиа: расширение человека / М. Маклюэн. – М.: Прогресс, 1975. – 412 с.
145. Маркс, К. Восемнадцатое брюмера Луи Бонапарта // Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. – Изд. 2-е. – Т. 8. – С. 115-217.
146. Маркс, К. К критике политической экономии // Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. – Изд. 2-е. – Т.13. – С. 1-167.
147. Маркс, К., Энгельс, Ф. Немецкая идеология // Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. – Изд. 2-е. – Т. 3. – С. 7-544.
148. Ниссенбаум Х. Контекстуальная приватность: Технологии, политика и целостность социальной жизни / Х. Ниссенбаум. Пер. с англ. – М.: Изд-во «АСТ», 2021. – 432 с.
149. О реализации проекта «IT-куб» в 2023 году: аналитическая записка / сост. А.В. Смирнов. – М.: Минпросвещения России, 2023. – 48 с.
150. Паризер Э. Фильтр пузырь: что интернет скрывает от вас / Э. Паризер; пер. с англ. – М.: Издательство «Альпина Паблишер», 2012. – 288 с.
151. Паризер Э. Фильтровый пузырь: как новые персонализированные технологии меняют то, что мы читаем и как мы думаем / Э. Паризер. Пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2012. – 304 с.
152. Петров А. А. Алгоритмы цифровых платформ: российский контекст. / Петров А. А. – М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2022. – 210 с. – с.56

153. Петрова, Т. А. Цензура и цифровая оппозиция / Т. А. Петрова. – М.: Наука, 2017. – 150 с.
154. Смирнов, В. В. Медиаграмотность и цифровое разделение / В. В. Смирнов. – М.: Изд-во МГУ, 2021. – 200 с.
155. Современные международные отношения / под ред. А.В. Торкунова, А.В. Мальгина. – М., Издательство «Аспект Пресс»– 2017. – 688 с.
156. Тойнби А. Дж. Цивилизация перед судом истории: сборник Пер. с англ. / Тойнби А. Дж.; под ред. В. И. Уколовой и Д. Э. Харитоновича. – М.: Айрис пресс: Рольф, 2002- 588 с.
157. Федеральная служба государственной статистики. Доступ населения к информационным технологиям: // стат. сб. М., – 2023. – 86 с. – С.45.
158. Фуко, М. Археология знания / М. Фуко; [пер. с фр.] М. Сергеева. – Киев: Ника-Центр, 1996. – 208 с.
159. Фуко, М. Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы / М. Фуко; [пер. с фр.] В. Наумов. – Москва: Ad Marginem, 1999. – 480 с.

Книги на английском языке:

160. Altheide, D.L. Snow R.P. Media Logic. / D.L. Altheide, R.P. Snow – Beverly Hills: SAGE Publications, 1979. – 280 P.
161. Bourdieu, P. Distinction. / P. Bourdieu – London: Routledge & Kegan Paul, 1994. – 632 P
162. Some elements of a sociology of translation: domestication of the scallops and the fishermen of St Brieuc Bay. In: Law J, editor. Power, Action and Belief: A New Sociology of Knowledge? / M. Callon – London: Routledge; 1986. – P. 196-223.
163. Castells, M. Communication Power / M. Castells. – Oxford: Oxford University Press, 2009. – 552 P.
164. The Rise of the Network Society (2nd ed.). Wiley-Blackwell. Chapter 5: The Culture of Real Virtuality: The Integration of Electronic Communication. / M. Castells – 2010. – P. 355-406.
165. Chadwick A. The Hybrid Media System: Politics and Power. 2nd ed. / A. Chadwick – Oxford: Oxford University Press, – 2017. – 384 P.

166. Couldry N. *The Mediated Construction of Reality* / N. Couldry, A. Hepp. – Cambridge: Polity Press, 2018. – 290 P,
167. Deuze, M. *Media work.* / Deuze, M. – Cambridge: Polity, 2007. – 278 P.
168. Durkheim, E. *The Rules of Sociological Method.* / E. Durkheim – New York: Free Press. 1982 – 264 P.
169. Floridi, L. *The Ethics of Information.* / L. Floridi Oxford: Oxford University Press, 2013. – 384 P.
170. Foucault, M. Préface in Foucault (M.), *Folie et Déraillement. Histoire de la folie à l'âge classique. Dits et écrits I (1954 – 1969)* / M. Foucault. – Paris: Gallimard, 1994. – P. 159-167.
171. Freelon, D., McIlwain, C. D., Clark, M. *Beyond the hashtags: #Ferguson, #BlackLivesMatter, and the online struggle for offline justice.* / D. Freelon, C.D. McIlwain, M. Clark. – Center for Media & Social Impact. – 2016. – 92 P.
172. Gillespie T. *Custodians of the Internet: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions That Shape Social Media.* / T. Gillespie. New Haven: Yale University Press, 2018. – 272 P.
173. Gillmor, D. *We the media: Grassroots journalism by the people, for the people.* / D. Gillmor. – O'Reilly Media, 2004. – 336 P.
174. Gorwa R. *The Platform Governance Triangle: Conceptualising the Informal Regulation of Zuboff S. The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power.* / R. Gorwa – New York: PublicAffairs, 2019. – 691 P.
175. Grabe M.E., Bucy E.P. *Image Bite Politics: News and the Visual Framing of Elections.* / M.E. Grabe, E.P. Bucy. – New York: Oxford University Press, 2009. – 344 P.
176. Hjarvard S. *The Mediatization of Culture and Society.* / S. Hjarvard. – London: Routledge, 2013. – 198 P.
177. Hall S. *Encoding/decoding.* In: Hall S, Hobson D, Lowe A, Willis P, editors. *Culture, Media, Language.* / S. Hall. – London: Hutchinson; 1980. – P. 128-138.

178. Hepp A. *Cultures of Mediatization*. / A. Hepp. – Cambridge: Polity, 2013. – 180 P.
179. Hepp A. *Deep Mediatization*. / A. Hepp. – London: Routledge, 2019. – 260 P.
180. Hepp A., Krotz F., Thomas T. *Communicative figurations: Transforming communications in times of mediatization*. / A. Hepp, F. Krotz, T. Thomas – Palgrave Macmillan, 2015. – 444 P.
181. Innis H. A. *Empire & Communications* / H. A. Innis – Toronto: Dundurn Press, 2007. – P.35
182. Jenkins H. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide* / Henry Jenkins. – New York: New York University Press, 2006. – 280 P.
183. Jenkins H., Ito M., Boyd D. *Participatory Culture in a Networked Era*. / H. Jenkins, M. Ito, D. Boyd – Cambridge: Polity Press, 2018. – 240 P.
184. Latour B. *Reassembling the social: An introduction to actor-network-theory*. / Latour B. – Oxford University Press. – 2005. – 301 pp.
185. Lévi-Strauss C., Éribon D. *De près et de loin*. / C. Lévi-Strauss, D. Éribon. – Paris, 1988. – P. 158.
186. Livingstone S. *Parenting for a Digital Future*. / S. Livingstone – Oxford: Oxford University Press, 2019. – 272 P.
187. Manor I. *Digital Diplomacy: Theory and Practice*. / I. Manor – London: Palgrave Macmillan, 2019. – 327 P.
188. Michel Foucault. *Surveiller et punir: Naissance de la prison*. / Foucault Michel. – Paris: Gallimard, 1975. – 328 P.
189. Online Content / Internet Policy Review. 2019. – Vol. 8, № 2.
190. Picard R. G. *The economics and financing of media companies* / R. G. Picard – New-York: Fordham University Press, 2011. – 286 P.
191. Postman N. *The Ecology of Media: Understanding New Media*. / Postman N. – New York: Vintage Books, 1970.
192. Ricci F., Rokach L., Shapira B. *Recommender Systems Handbook*. / F. Ricci, L. Rokach, B. Shapira – Boston: Springer, 2015. – 758 P.

193. Schiller H. Communication and Cultural Domination / H. Schiller – White Plains, N.Y.: International Arts and Sciences Press, 1976. – 127 P.
194. Soldatov A., Borogan I. The Red Web: The Struggle Between Russia's Digital Dictators and the New Online Revolutionaries. / A. Soldatov, I. Borogan – New York: PublicAffairs, 2015. – 384 P.
195. Tomlinson J. Cultural imperialism a critical introduction / J. Tomlinson – Pinter Publishers, 1991. – 187 P.
196. Toynbee A. J. A Study of History. / A. J. Toynbee Oxford University Press. – 1947. – 12 vol. – 640 p.
197. Thussu, D. K. Mapping global media flow and contra-flow. In D. K. Thussu (Ed.), Media on the move: Global flow and contra-flow / D. K. Thussu. – London: Routledge, 2007 – С. 11-32 P.
198. Tufekci Z. Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest. / Z.Tufekci. – New Haven: Yale University Press, 2017. – 354 P.
199. Weber, M. The Theory of Social and Economic Organization. / M. Weber – New York: Free Press 1947. – 436 P.
200. Zuboff S. The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power. / Zuboff S. – New York: PublicAffairs, 2019. – 691 P.

Интернет-источники на русском языке:

201. Вартанова Е. Медиатизация политики [Электронный ресурс] / Е. Вартанова // Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова. – URL: http://www.journ.msu.ru/blog/blog_vartanovoy/20.php. (дата обращения: 04.05.2025).
202. Василенко, Я. И. Политейнмент в контексте медиатизации политики [Электронный ресурс] / Я. И. Василенко // Исследования молодых ученых: материалы XXXIII Междунар. науч. конф. (г. Казань, февраль 2022 г.). – Казань: Молодой ученый, 2022. – С. 32-37. – URL: <https://moluch.ru/conf/stud/archive/427/17019/> (дата обращения: 28.09.2025).
203. Вестник общественного мнения. [Электронный ресурс]. // Левада-центр. – 2023. – № 1-2. – С. 34-58. URL: <https://www.levada.ru/2023/08/29/vestnik-obshhestvennogo-mneniya-1-2-134-za-2023-god/> (дата обращения: 28.09.2025).

204. Володенков С. В. Влияние технологий интернет-коммуникаций на современные общественнополитические процессы: сценарии, вызовы и акторы [Электронный ресурс] / С. В. Володенков // Мониторинг. 2019. №5 (153). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-tehnologiy-internet-kommunikatsiy-na-sovremennye-obschestvennopoliticheskie-protsessy-stsenarii-vyzovy-i-aktory> (дата обращения 28.09.2025).

205. Володенков С. В. Особенности Интернета как современного пространства политических коммуникаций [Электронный ресурс] / С. В. Володенков // Российский социально-гуманитарный журнал. – 2017. – №4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-interneta-kak-sovremennogo-prostranstva-politicheskikh-kommunikatsiy> (дата обращения: 28.09.2025).

206. ВЦИОМ: Телевидение сохранило лидерство медиапотребления в России в 2024 году [Электронный ресурс] // Реальный Тагил: новости Нижнего Тагила. – URL: <https://realtagil.ru/news/vtsiom-televidenie-sohranilo-liderstvo-mediapotrebleniya-v-rossii-v-2024-godu>, (дата обращения 28.09.2025).

207. Затраты на развитие цифровой экономики в 2023 году. [Электронный ресурс] // Институт статистических исследований и экономики знаний. – URL: <https://issek.hse.ru/news/984068213.html?ysclid=mcx2f5kttl89434619> (дата обращения: 28.09.2025)

208. Иванов Д. В. Дополненная современность: эффекты постглобализации и поствиртуализации. [Электронный ресурс]. // Социологические исследования. – 2020. – № 5. – С. 44-55. – URL: <https://socis.isras.ru/files/File/2020/5/Ivanov.pdf> (дата обращения: 28.09.2025).

209. Иванов А. П. Информационная стратегия и формирование образа врага в российских СМИ в контексте специальной военной операции [Электронный ресурс] / А. П. Иванов // Российская газета. 2022. – URL: <https://rg.ru/2022/03/15/ivanov.html> (дата обращения: 24.05.2025).

210. Использование цифровых СМИ и политическая активность [Электронный ресурс] // Левада-Центр. 2024. – URL: <https://levada.ru> (дата обращения: 20.05.2025).

211. Критерии для блокировки сайтов о VPN-сервисах начнут действовать с 1 марта 2024 года [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс. 2024 – URL: <https://www.consultant.ru/legalnews/24502> (дата обращения: 28.09.2025).

212. Медиаскоп: отчет о медиапотреблении россиян в 2023 году. [Электронный ресурс] // Mediascope.net. 2021 – URL: <https://mediascope.net/upload/iblock/226/e71wh96qizxpwhf1rj2ttfzkwlie8vr8/медиапотребление%202020.pdf> (дата обращения: 28.09.2025)

213. Минюст России внес «Медузу» в перечень иноагентов [Электронный ресурс] // РБК.РУ. 2021 – URL: <https://www.rbc.ru/society/23/04/2021/6082b0b59a79470e206b2806?ysclid=mbf26okxn5798083501> (дата обращения: 28.09.2025).

214. Мониторинг и аналитика СМИ и соцмедиа [Электронный ресурс] // SCAN: система управления репутацией, мониторинга СМИ и соцмедиа. – URL: <https://scan-interfax.ru/media-monitoring> (дата обращения 12.07.2024).

215. Попова О. В. Потенциал политического протеста молодежи российских мегаполисов через призму анализа коммуникации ВКонтакте. [Электронный ресурс] // Южно-российский журнал социальных наук. 2020. №4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/potentsial-politicheskogo-protesta-molodezhi-rossiyskih-megapolisov-cherez-prizmu-analiza-kommunikatsii-v-vkontakte> (дата обращения: 28.09.2025).

216. Почепцов Г. Г. Сетецентричная война и протестные движения в свете теории Кастельса. [Электронный ресурс] // Интернет-журнал Релга. 2018. – URL: <https://relga.ru/articles/5503/?ysclid=mc7сарuevn763287283> (дата обращения: 28.09.2025).

217. Телевидение в цифровую эпоху. [Электронный ресурс] // ВЦИОМ новости. 2025. – URL-<https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/televidenie-v-cifrovuju-ehpokhu> (дата обращения: 28.09.2025).

218. Участие молодежи в политической жизни страны. [Электронный ресурс] // ФОМ.РУ: Фонд Общественное Мнение. 2023 – URL:

<https://fom.ru/Politika/14842?yqrid=SqVZI3BdYCK&ysclid=mb40zavvzr479424971>
(дата обращения 28.09.2025г.)

219. Шамшури́н Д.А. Цифровые медиа как фактор культурной глобализации. [Электронный ресурс] / Д.А. Шамшури́н // Международный научно-исследовательский журнал. 2018. – №6 (72). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovye-media-kak-faktor-kulturnoy-globalizatsii/viewer> (Дата обращения 28.09.2025).

220. Шкондин М.В. Лейтмотив научного исследования Я.Н. Засурского был тесно связан с осмыслением роли медиа. Интервью с Михаилом Шкондиным [Электронный ресурс] / М.В. Шкондин // Медиальманах. 2021. – Выпуск №5 (106). – С.32-34. – URL: http://mediaalmanah.ru/files/106/826.php?sphrase_id=3630 (Дата обращения 28.09.2025).

Интернет-источники на английском языке:

221. Anderson, R., et al. Measuring the Cost of Cybercrime. [Электронный ресурс] / R. Anderson et al.// Computer Science and Engineering (CSE) Department at the University of California, Riverside. – Academic Oxford. 2019. – № 5(1). – URL: <https://www.cs.ucr.edu/~nael/ee260/reading/cost-cybercrime.pdf> (дата обращения 28.09.2025).

222. Dhawan S. Online Learning: A Panacea in the Time of COVID-19 Crisis [Электронный ресурс] / S. Dhawan // Journal of Educational Technology Systems. 2020. – Vol. 49, № 1. – P. 5-22. – URL: <https://doi.org/10.1177/0047239520934018>. (Дата обращения: 28.09.2025.)

223. Digital 2024: основные выводы из ежегодного отчета DataReportal [Электронный ресурс] // byud: Мобильная рекламная платформа. 2024. – URL: <https://www.byud.me/ru/blog/2024/02/digital-2024-datareportal/> (Дата обращения: 28.09.2025).

224. Jenkins H., Ford S., Green. J. Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture [Электронный ресурс] // Google books. 2026. – URL: <https://books.google.ru/books?id=pq1oClUrhDgC> (Дата обращения: 21.03.2026).

225. Oxford Dictionaries. Word of the Year 2016 is... [Post-truth]. [Электронный ресурс] // Oxford languages. 2016. – URL: <https://languages.oup.com/word-of-the-year/2016/> (Дата обращения: 28.09.2025).

226. Pew Research Center's most-read research of 2016. [Электронный ресурс] // Pew Research Center. 2016. – URL: <https://www.pewresearch.org/short-reads/2016/12/29/pew-research-centers-most-read-research-of-2016> (дата обращения: 28.09.2025).

227. Smith J., Anderson M. Streaming is used not only for entertainment but also for education, marketing, and corporate communication [Электронный ресурс] // Название сайта или издания. 2018. – URL: <https://www.example.com/article>. (Дата обращения: 27.05.2025)

Приложение 1. Зарубежные и отечественные исследования медиапотребления.

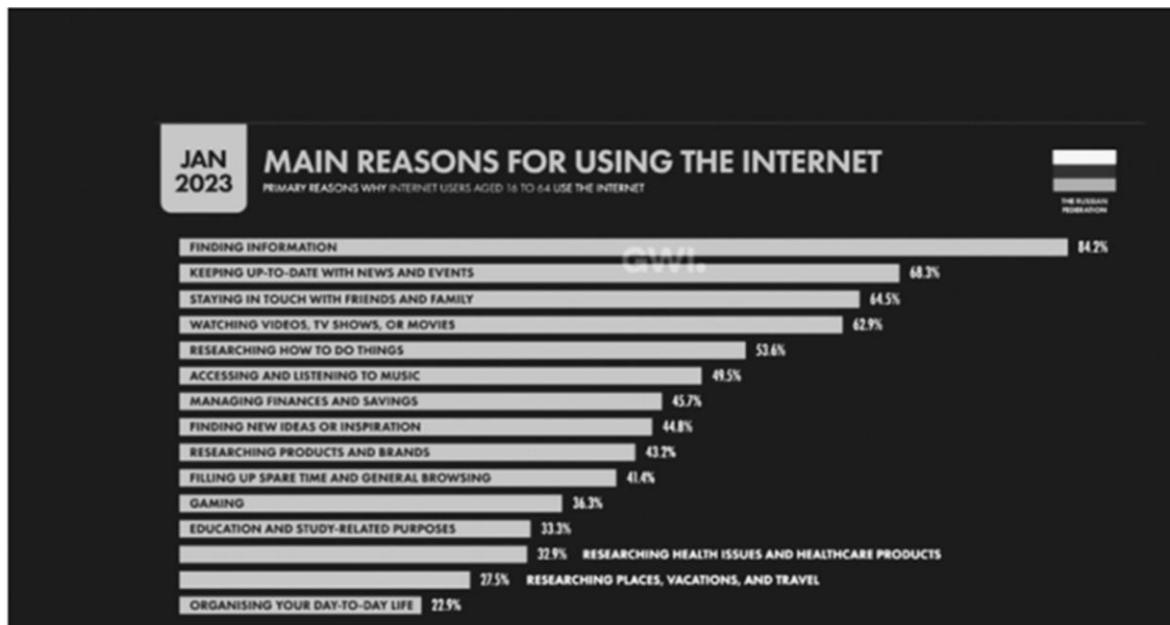


Рисунок 1 – Основные причины использования интернета.

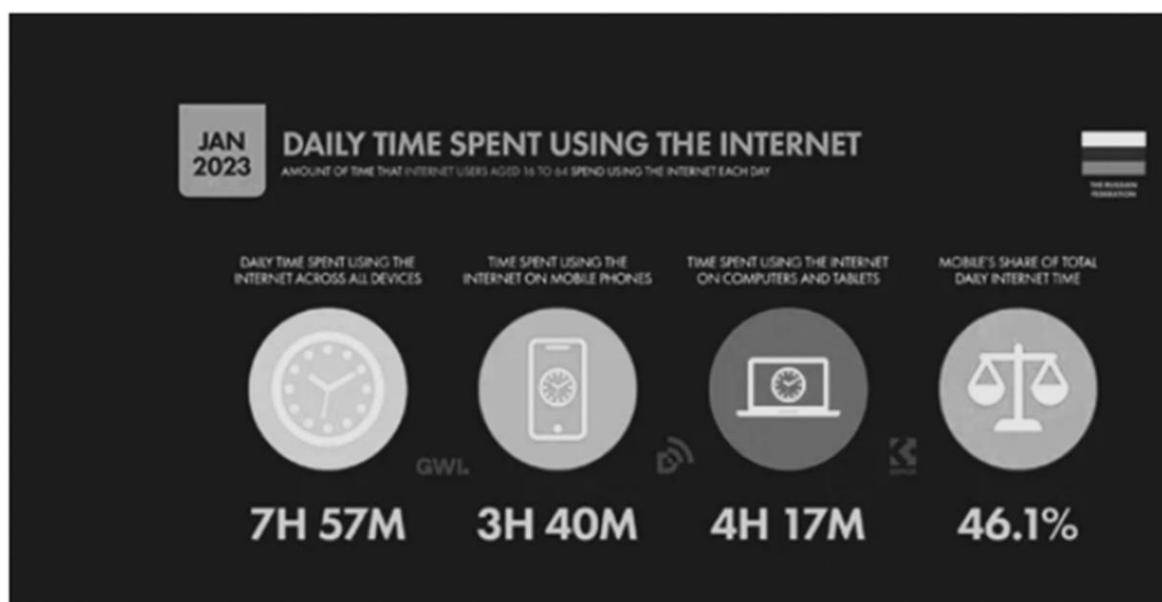


Рисунок 2 – Время ежедневно проведенное в интернете

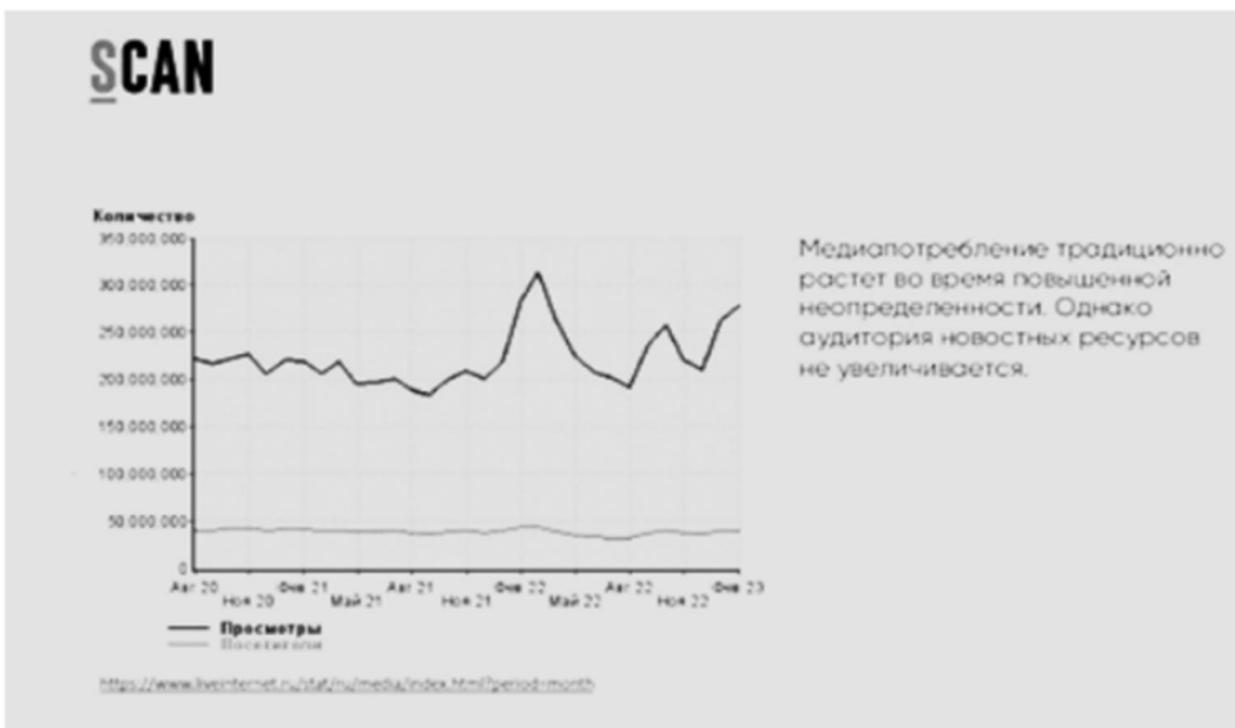


Рисунок 3 – Всплески активности в период медиапотребления