

## Медиапространства и политические коммуникации: каналы взаимодействия\*

### Media Spaces and Political Communications: Channels of Interaction

И. ФАРХУТДИНОВА, Г. САБИТОВ

**Фархутдинова Ильнара Рафкатовна**, канд. полит. наук, доцент кафедры социальных и политических коммуникаций Уфимского государственного нефтяного технического университета (УГНТУ). E-mail: cilena88@yandex.ru

**Сабитов Глус Радикович**, магистрант кафедры социальных и политических коммуникаций УГНТУ

*Статья посвящена исследованию роли медиапространства в политических коммуникациях, охватывая современные тенденции, преимущества и недостатки цифровых платформ в политическом процессе. В условиях глобализации и роста цифровизации медиа пространство стало важным инструментом, способствующим формированию общественного мнения, политической мобилизации и взаимосвязи между государством, политическими акторами и гражданами. Авторы отмечают, что социальные сети и цифровые платформы, с одной стороны, обеспечивают значительный охват аудитории и обратную связь, но, с другой стороны, подвержены распространению дезинформации. Анализируются также вызовы, связанные с контролем и регулированием цифрового контента, включая влияние законов, направленных на борьбу с внешним воздействием на политику.*

**Ключевые слова:** медиапространство, политические коммуникации, каналы взаимодействия, цифровизация, дезинформация.

*The article is devoted to the study of the role of the media space in political communications, covering current trends, advantages and disadvantages of digital platforms in the political process. In the context of globalization and the growth of digitalization, the media space has become an important tool contributing to the formation of public opinion, political mobilization and the relationship between the state, political actors and citizens. The authors note that social networks and digital platforms, on the one hand, provide significant audience coverage and feedback, but, on the other hand, are prone to the spread of misinformation. The challenges associated with the control and regulation of digital content are also analyzed, including the impact of laws aimed at combating external influence on politics.*

**Key words:** media space, political communications, channels of interaction, digitalization, disinformation.

#### Основные положения

1. Проведенное исследование по изучению каналов взаимодействия медиапространства и политических коммуникаций в настоящее время показало, что данные каналы могут применяться в широком спектре, привнося не только новые возможности, но и вызовы.
2. Изучение эффективности политических коммуникаций показывает необходимость разработки более эффективных методов контроля и регулирования контента, в частности, использования комбинированного подхода, который сочетает влияние в медиапространстве с традиционными формами взаимодействия.
3. Выявлено, что для полноценного использования потенциала медиапространства важно учитывать специфику аудитории, характер медиаплатформ и угрозы, связанные с цифровой средой.

\* Ссылка на статью: Фархутдинова И.Р., Сабитов Г.Р. Медиа пространства и политические коммуникации: каналы взаимодействия // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2025. № 1. С. 145–149. DOI: 10.34773/EU.2025.1.25.

## Введение

Современное общество находится в состоянии постоянного информационного обмена, что делает медиапространство важным инструментом и востребованной средой, которая активно используется в разных сферах жизни, включая образование, культуру, бизнес, науку и социальную активность. Отдельное место в медиапространстве уделяется политическим коммуникациям. В последние десятилетия развитие цифровых технологий и социальных медиа коренным образом изменило методы взаимодействия между государственными институтами, политическими акторами и гражданами. В условиях глобализации и стремительного роста информационных потоков медиапространства становятся не просто каналами передачи информации, а важными платформами для формирования общественного мнения и политической мобилизации.

Политические коммуникации играют ключевую роль в этом контексте, обеспечивая возможность не только информировать общественность о политических событиях и инициативах, но и получать обратную связь от граждан. Исследования О.Н. Подорова-Аникина показывают, что эффективное использование медиапространств может существенно повлиять на результаты электоральных процессов и уровень доверия к политическим институтам [6, 71]. Как отмечает О.Ю. Алексеев, взаимодействие через медиа позволяет политикам адаптировать свои сообщения под конкретные целевые группы, что, в свою очередь, усиливает их влияние и способствует более глубокому вовлечению граждан в политическую жизнь [1, 15].

В данной работе проведен анализ роли медиапространства в политических коммуникациях, рассмотрены основные каналы взаимодействия между государственными структурами и обществом, а также выявлены преимущества и недостатки при реализации политических коммуникаций. Особое внимание будет уделено новым вызовам и возможностям, возникающим в результате цифровизации, а также влиянию социальных медиа на политический процесс.

Подобное исследование необходимо для понимания не только текущего состояния политических коммуникаций, но и прогнозирования их развития в условиях динамичного изменения медийной среды и социальных практик.

## Текущая ситуация

Сегодня медиапространство выполняет множество функций: от расширения возможностей просвещения и культурной коммуникации до предоставления возможностей для развлечения и социальной мобилизации, что делает его неотъемлемой частью современной жизни. Рассмотрим более подробно некоторые из этих направлений.

*Социальные и культурные коммуникации.* Медиапространство служит платформой для обмена информацией, идеями и культурными ценностями между различными социальными группами и сообществами. Это способствует распространению культурных феноменов, музыки, фильмов, традиций и обычаев, создавая условия для культурного диалога и взаимопонимания. Социальные медиа позволяют людям по всему миру делиться своими взглядами, участвовать в культурных обменах и развивать чувство сопричастности к глобальному сообществу.

*Образование и просвещение.* Медиапространство активно используется в образовательных целях. Платформы для онлайн-обучения, видеолекции, подкасты и специализированные сайты предлагают доступ к знаниям для людей любой возрастной категории. Образовательные медиа-ресурсы делают информацию доступной для широкой аудитории, независимо от географических и экономических условий, тем самым расширяя возможности для получения образования.

*Развлечения и индустрия контента.* Медиапространство играет центральную роль в индустрии развлечений. Телевидение, кино, видеоигры, потоковые сервисы создают возможности для досуга людей по всему миру. Медиаплатформы обеспечивают доступ к развлекательным шоу, спортивным событиям, концертам и другим формам контента, что способствует их массовому распространению и потреблению.

*Маркетинг и реклама.* Бренды и компании используют медиапространство для продвижения товаров и услуг. Цифровые платформы предлагают мощные инструменты для таргетированной рекламы, позволяющие эффективно доставлять сообщения нужным сегментам аудитории. Социальные сети, блоги и видеоплатформы играют ключевую роль в создании рекламных кампаний и увеличении узнаваемости брендов, а также в стимулировании покупательского поведения.

*Научная и исследовательская деятельность.* Ученые и исследователи активно используют медиапространство для публикации результатов своих исследований, обмена данными и обсуждения научных вопросов. Онлайн-журналы, научные сообщества и платформы способствуют распространению научной информации и междисциплинарным контактам. Это помогает ускорять научный прогресс и упрощает доступ к актуальным исследованиям и открытиям.

*Гражданская активность и патриотическое воспитание.* Медиапространство служит важным инструментом для активистов и общественных движений. Платформы социальных сетей и блогов позволяют мобилизовать людей для участия в акциях, распространении информации о социальных проблемах и поддержке определенных инициатив. Это особенно эффективно для реализации инициатив на местах и решения локальных проблем.

Представленные выше направления находят свое отражение и в политических коммуникациях, которые по своей сути являются отдельным направлением. Согласно Н.П. Пименову, политические коммуникации сегодня – один из главных ресурсов развития современного политического процесса, влияющий на взаимоотношения между социальными институтами и индивидами. Они играют первостепенную роль в процессе формирования политического пространства; кроме того, современные политико-коммуникативные технологии становятся одним из важнейших факторов завоевания, удержания и использования политической власти [5, 66].

Для углубления анализа текущей ситуации в политических коммуникациях через медиапространство, необходимо рассмотреть несколько ключевых трендов, которые определяют современные процессы взаимодействия власти, медиа и общества.

Одним из ключевых трендов является диджитализация политической коммуникации. С развитием интернета и цифровых технологий политические коммуникации претерпели значительные изменения. Как отмечают Э.Г. Арутюнян, А.В. Байчик, И.Н. Блохин, Д.В. Петросян, теперь политики и партии активно используют цифровые платформы для продвижения своих идей и политических программ. Социальные сети, мессенджеры и видеохостинги стали основными каналами передачи политической информации. Исследования подтверждают, что такие площадки, как YouTube, Telegram и другие аналогичные платформы оказывают огромное влияние на формирование политической повестки, а также на политическую мобилизацию граждан [2, 7].

С другой стороны, эти же площадки оказывают противоположное влияние в вопросе политических коммуникаций. В последние годы социальные сети нередко являются основными платформами для координации акций протеста, что делает их важным инструментом как для гражданского общества, так и для политических акторов. Примеры таких протестов можно найти в различных странах, где социальные сети играли ключевую роль в мобилизации активистов и распространении информации. Таким образом, медиапространство становится инструментом влияния на общественное мнение. В таких условиях политики и СМИ вынуждены адаптироваться к изменившемуся характеру коммуникации, где информационный поток становится многослойным и непредсказуемым.

Другим немаловажным трендом, который вытекает из предыдущего, является реагирование на вызовы и угрозы в контексте цифровой политической коммуникации. Несмотря на очевидные преимущества, связанные с цифровизацией политической коммуникации, существует и ряд вызовов. Одним из основных является проблема распространения дезинформации и фейковых новостей, которые могут существенно повлиять на восприятие политических процессов. В связи с этим возникают новые задачи для регулирования и контроля над контентом, распространяемым через новые медиа. Согласно А.А. Ковалеву, для ответа на этот вызов российская

власть в лице государственных институтов и госслужащих стремится контролировать СМИ, насколько это возможно в рамках конституционно признанного государства. Например, так называемый «закон об иноагентах» преследует цель контроля за информацией из различных источников. Причем с 2021 года иноагентами могут быть признаны не только юридические, но и физические лица. Подобная позиция российского государства наглядно демонстрирует ценность информации (способ и скорость ее подачи, охват аудитории и т.д.) в области политической коммуникации и важность разработки способов контроля данной сферы [4, 73].

### **Эффективность политических коммуникаций**

Эффективность политических коммуникаций через медиaprостранство по сравнению с другими вариантами (например, прямое взаимодействие с избирателями, участие в публичных мероприятиях, политические дебаты, партийные собрания и др.) зависит от множества факторов, включая цели кампании, целевую аудиторию, контекст и доступные ресурсы. Рассмотрим преимущества и недостатки коммуникаций через медиа и альтернативные варианты.

Одним из главных преимуществ медиaprостранства, особенно новых медиа (социальные сети, цифровые платформы), является огромный охват аудитории. С помощью онлайн-платформ политические деятели могут взаимодействовать с миллионами людей мгновенно и с минимальными затратами. Это особенно важно в условиях глобализации и цифровой трансформации, когда большинство людей получает информацию через интернет.

О.Е. Гришин и О.Е. Гудошникова в своей работе отмечают, что новые медиа позволяют специалистам в области политических коммуникаций мгновенно получать обратную связь от аудитории, что делает коммуникацию более интерактивной [3, 26]. Комментарии, лайки, репосты и обсуждения в социальных сетях позволяют политикам оперативно реагировать на мнения и настроения граждан.

Персонализация сообщений дает возможность адаптировать своё послание к различным демографическим группам, используя таргетированную рекламу в социальных сетях и алгоритмы платформ для персонализации контента. Это позволяет более эффективно донести политическую повестку до конкретных групп населения.

Недостатком выстраивания политических коммуникаций в медиaprостранстве, как уже ранее отмечалось, является проблема дезинформации. Хотя новые медиа предоставляют широкий доступ к информации, они также способствуют распространению дезинформации и фейковых новостей, что может негативно влиять на восприятие определенных политически значимых вопросов и исказить политический дискурс.

Кроме этого, недостатком является и низкая вовлечённость некоторых групп населения. Цифровые медиа популярны среди молодёжи и городских жителей, однако старшее поколение и жители отдалённых регионов могут по-прежнему предпочитать традиционные формы коммуникации, такие как телевидение, радио или личные встречи.

Эффективность политических коммуникаций через медиaprостранство зависит от конкретной ситуации. Новые медиа, безусловно, доминируют в современной политической коммуникации благодаря широкому охвату, скорости и возможностям интерактивного взаимодействия. Однако они могут быть менее эффективны для определённых групп населения и подвержены рискам дезинформации.

Наиболее эффективная стратегия – это комбинированный подход, при котором политики используют как медиа пространство, так и альтернативные формы коммуникации (личные встречи, традиционные СМИ, массовые мероприятия). Такой гибридный подход позволяет охватить различные демографические группы, снизить риски дезинформации и повысить доверие среди аудитории в вопросах, требующих их вовлеченности в политические процессы.

### **Заключение**

В результате проведенного исследования было доказано, что в условиях стремительного развития цифровых технологий и расширения медиaprостранства политические коммуникации

приобретают новые формы и возможности. Цифровизация способствует глобализации политических процессов, обеспечивая мгновенный доступ к информации и возможность для активного вовлечения граждан в политическую жизнь. Социальные сети, платформы для обмена информацией и мессенджеры позволяют политикам адаптировать свои послания под целевые аудитории и эффективно реагировать на их потребности и настроения.

Тем не менее, расширение медиапространства несет с собой не только возможности, но и вызовы. Одним из наиболее значимых вызовов является проблема дезинформации, которая может искажать восприятие политических процессов и снижать доверие к институтам. Это подчеркивает необходимость разработки более эффективных методов контроля и регулирования контента, а также использования комбинированного подхода в политических коммуникациях, который сочетает медиапространство с традиционными формами взаимодействия.

В заключение можно отметить, что медиапространство оказывает значительное влияние на политический процесс, способствуя открытости, скорости и интерактивности коммуникаций. Однако для полноценного использования его потенциала и минимизации рисков важно учитывать специфику аудитории, характер медиаплатформ и угрозы, связанные с цифровой средой. Эффективная стратегия политической коммуникации должна учитывать баланс между новыми и традиционными методами, чтобы укрепить взаимопонимание между обществом и политическими акторами и повысить доверие к политической системе в условиях современной медиасреды.

### Литература

1. Алексеев О.Ю. PR в системе политических коммуникаций современной России // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2008. № 67. С. 11–17.

2. Арутюнян Э.Г. Новые медиа как субъект политической коммуникации / Э.Г. Арутюнян, А.В. Байчик, И.Н. Блохин, Д.В. Петросян // Litera. 2024. № 7. С. 1–11. DOI: 10.25136/2409-8698.2024.7.71110.

3. Гришин О.Е., Гудошникова О.Е. «Новые медиа» и СМИ как инструменты политической коммуникации: параметры эффективного функционирования // Вестник университета. 2015. № 6. С. 24–28.

4. Ковалев А.А. СМИ и политическая коммуникация: новые возможности и ограничения // Вестник Поволжского института управления. 2022. Т. 22, № 3. С. 69–83.

5. Пименов Н.П. Современные тренды социодинамики политических коммуникаций в России // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭК. 2016. Т. 12, № 2. С. 66–75.

6. Подорова-Аникина О.Н. Современные политические коммуникации: главная цель – электоральный успех // Социум и власть. 2011. № 1. С. 66–71.