

М.М. Абазалиева [M.M. Abazalieva],
А.Ю. Белоконь [A.Y. Belokon]

УДК 323
DOI: 10.37493/2307-910X.2022.4.21

СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МЕДИАТИЗАЦИИ ПОЛИТИКИ В РОССИИ

SOCIO-POLITICAL ASPECTS OF THE MEDIATIZATION OF POLITICS IN RUSSIA

Аннотация *Сущность и особенности функционирования медиатизированной политики в системе коммуникаций современной России определяются рядом факторов, к которым в первую очередь можно отнести формирование гражданского общества, становление демократических устоев, следование букве Конституции. Цель статьи - выявить определенные смысловые перестановки в коммуникационном взаимодействии общества и власти, которые предполагают наличие плюралистического множества политических сил и здоровую конкуренцию между ними, последовательное развитие самой системы проецирования политики в масс-медиа. Делается вывод, что в современной России можно констатировать тенденцию роста медиатизации политики в российском политическом пространстве, что выражается как в преобразовании политической системы, так и протекании политических процессов.*

Ключевые слова: масс-медиа, медиатизация политики, СМИ, информационное общество, пропаганда

Abstract

The essence and features of the functioning of mediatized politics in the communications system of modern Russia are determined by a number of factors, which primarily include the formation of civil society, the formation of democratic foundations, and adherence to the letter of the Constitution. The purpose of the article is to identify certain semantic permutations in the communication interaction of society and government, which presuppose the presence of a pluralistic plurality of political forces and healthy competition between them, the consistent development of the system of projecting politics in the mass media. It is concluded that in modern Russia it is possible to state the tendency of the growth of the mediatization of politics in the Russian political space, which is expressed both in the transformation of the political system and the course of political processes.

Key words: mass media, mediatization of politics, mass media, information society, propaganda

Введение. С распадом СССР идеологическая пропаганда исчезла, уступив место качественно другим механизмам сближения сфер политики и СМИ, нежели пропаганда. Становление гражданского общества и всесторонняя демократизация отношений потребовали построения системы, основанной на принципах крепких долгосрочных контактов по схеме: политическая элита, представляющая государство и общество, с использованием различных методов политического взаимодействия, в том числе и ранее перечисленных нами, которые характерны для демократического общества: установление «повестки дня», формирование общественного мнения, конструирование политической реальности и т.д., т.е. всего того, что наиболее естественно для владельцев масс-медиа в формате и в рамках политического взаимодействия.

Методы исследования. Рассматривая медийную сторону политики, мы считаем целесообразным опираться на проксеимический (пространственно-временной) подход Э. Холла [23], который в какой-то мере отражает проблематику связи политики и информационной обеспеченности общества. Наше исследование также подводит к работам

Т. Ричардсона и О. Дженсена, обосновавшим взаимосвязь политического дискурса и общественного пространства, в том числе информационного. По мнению Т. Ричардсона и О. Дженсена, именно политическая информация выступает одновременно базисом и материалом, из которых производится пространство социальной жизни человека и общества, его базисом *a-priori*, которое включает в себя и практики, и символические значения, сопровождающие коммуникацию, в том числе и политическую [24].

Степень научной разработанности темы. Противоречия поля политики и информационного воздействия, вкупе с медиатизацией политики рассматривают И.И. Засурский, В.М. Латенкова, А.И. Соловьев, А.Р. Тузиков и др. [5, 13, 18, 19]. Роль масс-медиа в политической жизни общества и их влияние на политическую систему изучают А.К. Боташева и С.В. Ануфриенко, К.Е. Виноградова, Б.И. Дубин, С.С. Щербаль, В.М. Юрченко и др. [3, 6, 10, 21, 22]. В работах С.С. Морозова, Н.Н. Нестеровой, О.Ю. Смысловой рассматриваются аспекты государственной информационной политики в условиях развития современного общества [14, 16]. Исследования проблематике медиатизации политики посвятили С.В. Ануфриенко и Е.Г. Грибовод [1, 9]. В тоже время медиатизация политики как стратегический ресурс политических коммуникаций рассматривается недостаточно обширно.

Основная часть исследования. По мнению исследователей, в России тесная связь между политикой и медийной составляющей начала формироваться в 1997 году [5, 81], и сегодня прочно охватывает политические унификации в системе политики, основанные на взаимодействии с медийным пространством. Как известно, эпоха СССР отличалась базовым алгоритмом взаимодействия ключевых фигур политического процесса, когда крупные субъекты политики, преследуя свои политические цели, активно использовали потенциал идеологии как главной формы символизации политических явлений и событий. Идеологи существовали как отдельная страта коммунистов и комсомольцев, которая высокопрофессионально распространяла в обществе идеологические ценности. Вся история построения социализма и коммунизма говорит о жесткой идеологической борьбе, которая служила важнейшим механизмом политической самоидентификации субъекта общества и позиционирования политических акторов.

Нельзя сказать, что в СССР связь между СМИ и политикой была меньше. В СССР главную роль играла пропаганда, как преднамеренно используемая политическая информация, задача которой была циркулировать между составляющими политической и общественной систем, как своеобразный процесс выдачи информации властными политическими структурами, а также общественными группами и индивидами. Политическая пропаганда, которая массовым порядком велась на телевидении и в печати, имела в наличии определенную аудиторию, вольно или невольно ориентированную на заданную информацию.

В современной России можно констатировать тенденцию роста медиатизации политики в российском политическом пространстве, что выражается как в преобразовании политической системы, так и протекании политических процессов. Так, политические процессы последних лет – выборы Президента РФ, выборы в Госдуму и выборы региональных уровней наглядно показали, что медийное интернет-пространство (интернет-журналистика, социальные сети, блогосфера и т.д.) – активно заявили о себе как полноправные субъекты политического процесса. Как полагает В.М. Латенкова, современное медийное интернет-пространство является полноправным политическим актором и одновременно идеальной площадкой для формирования политического дискурса, свободного комментирования актуальной «повестки дня» и воздействия на нее [13].

Можно сказать, что медиатизация политики в России проходит с участием всех компонентов системы СМИ, включая Интернет, причем процесс медиатизации эквивалентен усилению демократизации государственной системы, ассоциируется с необходимостью для политических элит «обеспечить одобрение» общества и коммуникативно их «регулировать» [18, 6], с чем мы, безусловно, согласимся.

Анализируя данные позиции, отметим, что современная эпоха в России порождает иные зависимости и новые принципы взаимодействия масс-медиа, индивида, власти и общества. Главный вопрос любой политики – это вопрос власти и доступа к ресурсам (экономическим, политическим, информационным и др.). На сегодняшний день сложилась такая ситуация, когда крупные политические партии, находящиеся у власти, имеют доступ к экономическим ресурсам, а крупные политики являются успешными бизнесменами и достаточно обеспеченной прослойкой общества. Естественно, что крупные субъекты политики используют все механизмы, чтобы сохранить власть или ее завоевать, захватить.

В таких условиях масс-медиа выступают благоприятной площадкой / механизмом для манипуляции сознанием масс на национальном уровне, как своего рода процесс, влияющий на когнитивные функции человека. Учитывая, что субъекты политики, которые имеют определенные ресурсы (финансовые, властные или иные) для того, чтобы использовать мощный потенциал масс-медиа с целью манипулирования аудиторией в свою пользу, никогда не упустят такую возможность, – в ситуации «свободных СМИ» речь идет не о взаимодействии, а об одностороннем воздействии со стороны субъектов политики (крупного капитала, политиков, партий), которые используют весь потенциал манипулятивного воздействия на сознание обывателя.

Коммерциализированная и деформированная публичная политика в России стала складываться с середины 90-х годов прошлого века, после президентских выборов 1996 года, когда медийным образом была сконструирована ситуация выбора между «добром» и «злом» (Б. Ельциным и Г. Зюгановым). Медиатизация политики была успешно освоена новой политической элитой, которая в полной мере использовала весь потенциал СМИ. В совокупности все эти факторы привели к тому, что в Российской Федерации государство контролировало 73% всех электронных СМИ, 78% региональной и 20% центральной прессы [10].

Однако в последующие годы ситуация мало изменилась по сравнению с 1990-ми годами: медиа-холдинги принадлежали крупному политизированному капиталу, посредством чего осуществлялся контроль над процессом информационного воздействия по заданным параметрам. Медиапространство России начала 2000-х годов можно охарактеризовать, как поле борьбы между группами интересов внутри элиты и «кланами», где национальные масс-медиа (в особенности телевидение) служат интересам преимущественно крупных политических и экономических акторов, а также идеологическим и геополитическим интересам государства, которые тоже формируются в эшелонах власти. Как по этому поводу справедливо отмечает А.Р. Тузиков, политическая элита никогда не допустит к публичной политике «чужих», не принадлежащих к сконструированному консенсусу [19, 123].

На наш взгляд, подобная ситуация объясняется рядом факторов: ангажированностью, циркулирующей в российском медиапространстве массовой политической коммуникации и искусственным конструированием дефицита альтернатив. Эти обстоятельства современного развития медийного поля России не остались без внимания со стороны ведущих западных политических сил, которые в унисон продвигали и продвигают в мировых медиа идею о том, что в России отсутствует свобода слова, хотя в других государствах, включая западные, свобода слова, основанная на объективности и независимой позиции, не является незыблемым фактом. Так, еще в 2014 г. Международная неправительственная организация «Репортеры без границ» (Reporters Without Borders), которая представила очередной рейтинг свободы прессы в мире, определила России 148 место из 180 возможных в общемировом рейтинге. В отчете указывается на отсутствие плюрализма мнений, продолжение нападения на журналистов, существование негласных запретов на публикации, цензуру, особенно на телевидении [8].

В последующие годы значительное количество российских СМИ официально не принадлежали государству и имели независимый статус, закрепленный в Конституции РФ, согласно которой никакая идеология не может устанавливаться в качестве обязательной или государственной (пункт 2, ст. 13. Конституции РФ) [17]. В связи с независимой политикой РФ по урегулированию украинского кризиса и по вопросам борьбы с террористической

организацией ИГИЛ в Сирии, одной из актуальных тенденций проявления медиатизации политики в России, по нашему мнению, является столкновение медиатизированной внутренней (отечественной) и внешней (западной) массовой политической коммуникации, чьи дискурсы противостоят друг другу. В настоящее время Россия подвергается массивному агрессивному информационному воздействию, которое становится возможным в результате мировой медиатизации политической реальности.

В этой связи следует заметить, что российским экспертным сообществом, специализирующимся в области изучения национальной безопасности, как правило, анализируются такие категории как «информационная война», «информационное противоборство», «киберугрозы», «кибертерроризм», «информационная безопасность» и др., тогда как способы элиминации угроз медиатизации политической реальности остаются за пределами исследований системы общественно-научного знания.

С этой целью весьма актуально обратиться к такому механизму медиатизации политики, как пропаганда / контрпропаганда. Более подробное рассмотрение данного механизма медиатизации политики в ракурсе российских политических технологий целесообразно по причине того, что в настоящее время пропаганда является частью системы глобального информационного потока, контролирующей и воздействующей элементами которой вплетены в ткань всех социально и политически значимых функций развитых государств.

Данный уровень анализа подразумевает рассмотрение тех факторов заграничного пропагандистского воздействия, которые угрожают стабильному функционированию государства и органов власти, защите национальных интересов и т.д. Информационная безопасность политической системы – это система защиты национальных интересов, ценностей, целостности гражданского сознания людей, обеспечиваемая внутривнутриполитическими, идеологическими, в том числе и пропагандистскими методами. Механизмы отечественной пропаганды здесь рассматриваются как синонимы идеологической борьбы и защиты и становятся в один ряд с основными способами поддержки стабильного функционирования внутригосударственного информационного поля, что позволяет в определенной степени контролировать уровень гражданской лояльности властям и не допустить внутригосударственной протестные настроения, вызванные внешними источниками пропаганды [15, 20-21].

Масштаб и состояние безопасности информационной системы зависят от типа политической системы страны, от особенностей политического режима. Так, тоталитарный режим предполагает большую закрытость информационной системы, что мешает проникновению чуждой политической пропаганды. С одной стороны, жесткая цензура со стороны государства является негативным фактором с точки зрения недоступности альтернативных источников информации, дефицита объективной информации, идеологизированности и предвзятости информационного поля, наличием сфабрикованных новостей и т.д. С другой стороны, все перечисленное способствует защищенности и безопасности медиaprостранства от медиатизированных внешних атак. Может именно поэтому США и «объявили войну» тоталитарным режимам, прикрываясь идеями демократии и свободы слова. Получается, что, в странах, где СМИ обладают реальной свободой слова, легче применять механизмы медиатизации политической реальности.

Как это ни парадоксально, но именно в России меньше всего используются методы контрпропаганды во внутривнутриполитической жизни, а масс-медиа нацелены на максимальную открытость информационной системы для внешних источников массовой информации. В пример можно привести изобилие в сети интернет призывов к джихаду или безнаказанное поведение сектантов различного толка. В пример приведем количество сайтов, которые были нами выявлены в сети. В поисковой системе «Яндекс» по запросу – «самостоятельно изготовить бомбу» – было найдено 593000 ответов, например, «Как изготовить взрывчатку в домашних условиях» (с подробным описанием как изготовить бомбу с часовым механизмом и как правильно маскироваться) [12], «как вести джихад» – 790000 ответов, из них 40000 видеороликов по теме, «на пути служения Богу» – 5 млн. ответов, где множество однотипных сайтов со стороны различных сект – «хочешь служить Богу? Войди в систему» [7] и т.д.

Еще большую настороженность в этом плане вызывает анализ сети «You Tube.ru», где по запросу, например, «изготовить бомбу» выходит множество видеороликов: «Как сделать бомбу с часовым механизмом и индикатором. Съёмочный макет» (выставлен 10 месяцев назад, 190 766 просмотров); «Как сделать простую бомбу» (выставлен год назад, 1 293 164 просмотра); «Как сделать химическую бомбу в домашних условиях. 18+!» (выставлен 7 месяцев назад, 10 456 просмотров); «Бомба с часовым механизмом. Часть 2» [2].

Анализ материалов, представленных в сети интернет, говорит о том, что, во-первых, речь идет о насаждении в России идеологии терроризма, который «стал важным элементом всего комплекса общечеловеческих, глобальных проблем» [4, 2319], во-вторых, идет целенаправленный процесс внедрения в российском политическом пространстве идей сепаратизма и протестного настроения. При этом цензура, даже более жесткая и решительная, не решит проблему, так как полностью запретить интернет ни одно демократическое государство не может себе позволить. В этой связи необходимо полнее использовать ресурсы идеологической контрпропаганды в сети Интернет, которая будет способствовать минимизации деструктивного влияния подобных сайтов на психику, в особенности, подрастающего поколения.

На наш взгляд, эффективная политическая пропаганда и контрпропаганда в медийном пространстве является приоритетным направлением в сфере защиты национальных интересов России и выступает первостепенным условием для стабильного развития общества, поскольку именно медиатизация политической реальности, используемая внешними акторами для достижения политических целей, представляет наибольшую угрозу в виду своей анонимности и недоказуемости. Исходя из российской практики медиатизации политики можно сделать вывод, что именно демократические формы правления меньше используют такие механизмы медиатизации политики, как пропаганда и контрпропаганда во внутривнутриполитической жизни, нацелены на максимальную открытость информационной системы, на разнообразие и альтернативность источников информации и предполагаемых воздействий извне. В стремлении создать полинациональные интересы и упрочить национальную безопасность, заметим, что существующая ныне политическая реклама и политические PR-технологии уступают по своей эффективности политической пропаганде и не в полной мере отвечают требованиям упрочения российской государственности в силу своей специфики.

Ученые констатируют, что механизмы пропаганды и контрпропаганды в системе современного российского общества отошли на задний план, используются неэффективно, незаслуженно забыты как самостоятельная политическая технология. Преданы забвению такие функции, как интеграция политического сознания и политической культуры, создание общепризнанной системы идеологии и социокультурных и политических ценностей. Кроме того, использование указанных видов политических технологий не входят априори в задачу государственных органов, как структуры, занимающейся решением иных вопросов, куда политическая пропаганда и контрпропаганда не входят.

В то же время именно пропаганда является одним из эффективных способов формирования общественного мнения, привлечения максимально возможного количества сторонников. Пропаганду возможно осуществлять через различные каналы медиа: телевидение, печать, радио, интернет. Она может распространяться в виде идей, теоретических знаний, взглядов, убеждений и т.п. К сожалению, этот механизм как социально-коммуникативная технология используется недостаточно эффективно. Почти не существует научных работ, посвященных исследованию и систематизации успехов и достижений советского опыта политической пропаганды, предложений ее организации с учетом промахов и ошибок прошлого, с конкретными предложениями современных приемов пропаганды и контрпропаганды, отвечающих актуальным политическим реалиям. Поэтому было бы весьма востребовано и целесообразно пересмотреть методики советской пропаганды и контрпропаганды, предложить новые тактики и стратегии ее использования в государственной практике и в государственном управлении.

На наш взгляд, необходимо преодолеть стереотип негативной коннотации понятия

«пропаганда», который бытует со времен распада СССР, как в российском научном сообществе, так и в обществе в целом. Он накладывает свой отпечаток на восприятие политики и на использование ее ресурсов самим обществом. Более того, негативный смысл данного понятия также связан с наличием отрицательного опыта россиян во время избирательных кампаний постсоветского периода, когда субъекты политики активно использовали пропаганду в своих корыстных целях.

Пропаганду следует рассматривать как деятельность, направленную на создание и распространение определенной идеи в общественном сознании. Рассмотрим состояние пропаганды прошлых десятилетий. Выборы в Государственную Думу РФ 1999 г. стали полигоном для апробации новых политических технологий в сфере использования медиаресурсов. Как полагает С.С. Щербаль, одним из наиболее распространенных приемов в технологическом арсенале современной российской пропаганды является нагнетание атмосферы надвигающейся угрозы через материалы СМИ [21, 9]. И.И. Засурский констатирует, что медиатизация российской политики привела к торжеству компромата [11, 128]. По мнению В.М. Юрченко, российские политические партии в период избирательных кампаний используют широкий спектр приемов и методов с опорой на масс-медиа, а технологии политической пропаганды, применяемые российскими политическими партиями, за период 1999-2007 гг. значительно эволюционировали [22, 259]. Например, выборы 1999 г. изобиловали приемами «жесткой» пропаганды, для них была характерна резкая политическая поляризация телеканалов и ангажированность известных тележурналистов. В последние годы такая тенденция уже не наблюдается в связи с отсутствием достойной политической конкуренции.

Итак, сама трансформировавшаяся роль масс-медиа выдвигает на передний план необходимость проведения мониторинга кейсов, свидетельствующих о наличии медиатизации политики, случаях потери государственной властью своей автономности в вопросах принятия политических решений; анализа специфики данного феномена и разработки конкретных способов выявления, нейтрализации и парирования внешних угроз и вызовов безопасности РФ в контексте активизации процесса медиатизации мировой политической реальности.

В качестве еще одной тенденции развития медиатизации политики в России, можно назвать аспект формулирования через средства массовой информации политических вопросов, которые может инициировать практически каждый значимый политический актор. Так, говоря о властных структурах государства, собственные политические интересы («политические вопросы») могут возникнуть у власти разных уровней: федеральной, региональной, муниципальной. Уровень международных отношений обычно полисубъектен и значительно увеличивает количество «политических вопросов»: к традиционным институтам государственной власти добавляются многочисленные и разнообразные надгосударственные и негосударственные организации и объединения. Также собственные политические установки (и собственные «политические вопросы») могут иметь институты гражданского общества, бизнес-структуры, различные профессиональные и этнические сообщества, и т.д. Таким образом, деление «политических вопросов» на институциональные, общественные и медийные составляющие является лишь частью огромного спектра их разновидностей, а, следовательно, можно говорить о наличии множественности «политических вопросов».

В условиях такой фрагментарности возникают случаи, когда формулирование тех или иных политических вопросов самыми различными политическими субъектами приводит к их общей разобщенности. Например, интересы и мотивация органов власти могут не совпадать с целями социума, либо не имеют «общего знаменателя» с установками этнических и профессиональных сообществ [20, 43].

Более того, такая множественность, на наш взгляд, серьезно осложнена тем, что порой сформулированные различными акторами политические вопросы бывают не только максимально разобщены, но и находятся в прямом противоречии друг к другу, что вполне

закономерно может привести к их конфликту. Так, например, если государство не в состоянии эффективно решать насущные социальные проблемы общества, оно может сделать попытку сфокусировать внимание социума на международных проблемах.

Результаты исследования. В совокупности с неограниченным ростом числа формулируемых различными силами политических вопросов подобные «конфликты» между ними часто приводят к видимой бессистемности и беспорядочности политического процесса в России. В связи с этим, одним из основных рычагов, с помощью которого можно ликвидировать подобную рассогласованность в российской действительности, могут стать СМИ, которые способны выполнять упорядочивающие и структурирующие функции в отношении всей совокупности самых разных «политических вопросов».

Следует отметить, что обеспечение национальной безопасности Российской Федерации в современном мире тесно коррелирует с тенденцией устойчивого роста влияния медиа на все сферы мировой политической реальности. На наш взгляд, значительное число внешних вызовов и угроз безопасности России лежит именно в информационном измерении (международный терроризм, экстремизм, сепаратизм, нравственно-психологическая и идеологическая экспансия, снижение духовного, интеллектуального и творческого потенциала российского общества и т.д.). При этом, если ранее угрозы данного вида всегда исходили из конкретного источника, пусть и не всегда известного, то в настоящее время опасность представляет сама трансформировавшаяся роль масс-медиа.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ануфриенко С.В. Медиатизация политики и политизация медиа. URL: <https://docs.yandex.ru/docs/view?tm=1670926351&tld=ru&lang=ru&name=12.pdf&text=статья%20медиатизация%20политики&url> (дата обращения 15.10.2022)
2. Бомба с часовым механизмом. Часть 2. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=FIjhBfNjHso> (дата обращения 15.10.2022)
3. Боташева А.К., Ануфриенко С.В. Медиapolитический процесс как фактор влияния на событийную сторону политической жизни (на примере событий на Украине 2014-2015 гг.) // Вестник Пятигорского государственного университета. 2019. № 1. С. 217-223.
4. Боташева А.К. Современный терроризм: проблемы классификации видов // Право и политика. 2008. № 10. С. 2311-2319.
5. Засурский И.И. Масс-медиа Второй Республики. М.: Изд-во московского ун-та, 1999. 270 с.
6. Виноградова К.Е. Роль масс-медиа в политической система общества // Журналистский ежегодник. 2013. № 2-1. С. 64-67.
7. Все христиане. URL: <https://vsechristiane.com/groups/91-khochu-sluzhit-bogu> (дата обращения 15.10.2022)
8. Всемирный индекс свободы прессы 2014 года // Репортеры без границ. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rsf.org/index2014/ru-index2014.php> (дата обращения 15.10.2022)
9. Грибовод Е.Г. Медиатизация политики как стратегический ресурс политических коммуникаций // Наука Красноярья. 2016. DOI: 10.12731/2070-7568-2016-6-48-57
10. Дубин Б. Масс-медиа и коммуникативный мир жителей России: пластическая хирургия социальной реальности // Полит.Ру. 2006. 6 сент. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://polit.ru/article/2006/09/06/dubin/>. (дата обращения 15.10.2022)
11. Засурский И.И. Масс-медиа Второй Республики. М.: Изд-во московского ун-та, 1999. 270 с.
12. Как изготовить взрывчатку в домашних условиях. URL: <https://telegra.ph/Kak-izgotovit-vzryvchatku-v-domashnih-usloviyah-03-02> (дата обращения 15.10.2022)
13. Латенкова В.М. Медиатизация политической сферы // Вестник электронных и печатных СМИ. 2014. № 19. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ipk.ru/index.php?id=2549> (дата обращения 15.10.2022)

14. Морозов С.С. Проблемы правового регулирования интернет-СМИ в Российской Федерации в 2021 году // Вопросы российской юстиции. 2021. № 1. С. 541-548.
15. Назаров М.М. Медиа и власть в современной России // Социально-гуманитарные знания. 2014. № 1. С. 20-21.
16. Нестерова Н.Н., Смыслова О.Ю. Государственная информационная политика в новых условиях развития современного общества // ЭФО: Экономика. Финансы. Общество. 2022. № 1. С. 6-18.
17. Основы конституционного строя // Конституция РФ. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.constitution.ru/10003000/10003000-3.htm> (дата обращения 15.10.2022)
18. Соловьев А.И. Коммуникация и культура: противоречия поля политики // Политические исследования. 2002. № 6. С. 6-17.
19. Тузиков А.Р. Масс-медиа: идеология видимая и невидимая // Политические исследования. 2002. № 5. С. 123-133.
20. Харламова Ю.О. СМИ как инструмент реализации государственной политики // Власть. 2012. № 8. С. 41-45.
21. Щербаль С.С. Технологии политической пропаганды в избирательных кампаниях российских партий: автореф. дис. ... канд. полит. наук. Краснодар, 2012. 24 с.
22. Юрченко В.М., Щербаль С.С. Технологический аспект пропаганды российских партий в период парламентских выборов (1999-2007гг.) // Теория и практика общественного развития. 2012. № 2. С. 259-261.
23. Hall E., Hall M. Hidden Differences. Studies in International Communication. How to communicate with Germans. Hamburg, 1983. P. 122-129.
24. Jensen O.B. & Richardson T. Making European Space: mobility, power and territorial identity. Rutledge: London, 2004. 287pp.

REFERENCES

1. Anufrienko S.V. Mediatizaciya politiki i politizaciya media. URL: <https://docs.yandex.ru/docs/view?tm=1670926351&tld=ru&lang=ru&name=12.pdf&text=stat'ya%20mediatizaciya%20politiki&url> (data obrashcheniya 15.10.2022)
2. Bomba s chasovym mekhanizmom. CHast' 2. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=FIjhBfNJHso> (data obrashcheniya 15.10.2022)
3. Botasheva A.K., Anufrienko S.V. Mediapoliticheskij process kak faktor vliyaniya na sobytijnuyu storonu politicheskoy zhizni (na primere sobytij na Ukraine 2014-2015 gg.) // Vestnik Pyatigorskogo gosudarstvennogo universiteta. 2019. № 1. S. 217-223.
4. Botasheva A.K. Sovremennyy terrorizm: problemy klassifikacii vidov // Pravo i politika. 2008. № 10. S. 2311-2319.
5. Zasurskij I.I. Mass-media Vtoroj Respubliki. M.: Izd-vo moskovskogo un-ta, 1999. 270 s.
6. Vinogradova K.E. Rol' mass-media v politicheskoy sistema obshchestva // Zhurnalistskij ezhegodnik. 2013. № 2-1. S. 64-67.
7. Vse hristiane. URL: <https://vsehrisiane.com/groups/91-khochu-sluzhit-bogu> (data obrashcheniya 15.10.2022)
8. Vsemirnyj indeks svobody pressy 2014 goda // Reportery bez granic. [Elektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <https://rsf.org/index2014/ru-index2014.php> (data obrashcheniya 15.10.2022)
9. Gribovod E.G. Mediatizaciya politiki kak strategicheskij resurs politicheskikh kommunikacij // Nauka Krasnoyar'ya. 2016. DOI: 10.12731/2070-7568-2016-6-48-57
10. Dubin B. Mass-media i kommunikativnyj mir zhitelej Rossii: plasticheskaya hirurgiya social'noj real'nosti // Polit.Ru. 2006. 6 sent. [Elektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <http://polit.ru/article/2006/09/06/dubin/>. (data obrashcheniya 15.10.2022)
11. Zasurskij I.I. Mass-media Vtoroj Respubliki. M.: Izd-vo moskovskogo un-ta, 1999. 270 s.
12. Kak izgotovit' vzryvchatku v domashnih usloviyah. URL: <https://telegra.ph/Kak-izgotovit-vzryvchatku-v-domashnih-usloviyah-03-02> (data obrashcheniya 15.10.2022)
13. Latenkova V.M. Mediatizaciya politicheskoy sfery // Vestnik elektronnyh i pechatnyh

SMI. 2014. № 19. [Elektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <http://www.ipk.ru/index.php?id=2549> (data obrashcheniya 15.10.2022)

14. Morozov S.S. Problemy pravovogo regulirovaniya internet-SMI v Rossijskoj Federacii v 2021 godu // Voprosy rossijskoj yusticii. 2021. № 1. S. 541-548.

15. Nazarov M.M. Media i vlast' v sovremennoj Rossii // Social'no-gumanitarnye znaniya. 2014. № 1. S. 20-21.

16. Nesterova N.N., Smyslova O.YU. Gosudarstvennaya informacionnaya politika v novyh usloviyah razvitiya sovremennogo obshchestva // EFO: Ekonomika. Finansy. Obshchestvo. 2022. № 1. S. 6-18.

17. Osnovy konstitucionnogo stroya // Konstituciya RF. [Elektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <http://www.constitution.ru/10003000/10003000-3.htm> (data obrashcheniya 15.10.2022)

18. Solov'ev A.I. Kommunikaciya i kul'tura: protivorechiya polya politiki // Politicheskie issledovaniya. 2002. № 6. S. 6-17.

19. Tuzikov A.R. Mass-media: ideologiya vidimaya i nevidimaya // Politicheskie issledovaniya. 2002. № 5. S. 123-133.

20. Harlamova YU.O. SMI kak instrument realizacii gosudarstvennoj politiki // Vlast'. 2012. № 8. S. 41-45.

21. SHCHerb'al' S.S. Tekhnologii politicheskoy propagandy v izbiratel'nyh kampaniyah rossijskih partij: avtoref. dis. ... kand. polit. nauk. Krasnodar, 2012. 24 s.

22. YUrchenko V.M., SHCHerb'al' S.S. Tekhnologicheskij aspekt propagandy rossijskih partij v period parlamentskih vyborov (1999-2007gg.) // Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya. 2012. № 2. S. 259-261.

23. Hall E., Hall M. Hidden Differences. Studies in International Communication. How to communicate with Germans. Hamburg, 1983. R. 122-129.

24. Jensen O.B. & Richardson T. Making European Space: mobility, power and territorial identity. Rutledge: London, 2004. 287pp.

Российская Федерация является зоной интереса многих глобальных игроков, заинтересованных в ее ослаблении. Как следствие, Россия ежедневно сталкивается с вызовами, которые сопряжены с информационной безопасностью, с целями других стран усилить информационную войну против России. Но, несмотря на то, что Российской Федерацией запущен процесс выстраивания защищенной от вызовов информационного измерения среды, понимание уровня потенциальной угрозы, исходящей от медиатизации политической реальности, по причине новизны феномена, находится на достаточно низком уровне.

ОБ АВТОРАХ / ABOUT THE AUTHORS

Абазалиева Мадина Мухтаровна, кандидат политических наук, доцент, доцент кафедры философии и гуманитарных дисциплин Северо-Кавказской государственной академии; тел.: 89283921456; E-mail: abazalieva@mail.ru

Abazalieva Madina Mukhtarovna, candidate of political Sciences, associate Professor, Professor of philosophy and humanitarian disciplines of North Caucasian state Academy; tel.: 89614833806; E-mail: abazalieva@mail.ru

Белоконь Анна Юрьевна, старший преподаватель кафедры международных отношений, политологии и мировой экономики Института международных отношений Пятигорского государственного университета; тел.: 89286333133; E-mail: annbelokon@mail.ru

Belokon Anna Yuryevna, Senior lecturer, Department of international relations, political science and world economy, Institute of international relations, Pyatigorsk state University; tel.: 89286333133; E-mail: annbelokon@mail.ru

Дата поступления в редакцию: 07.10.2022

После рецензирования: 22.11.2022

Дата принятия к публикации: 03.12.2022