

УДК 32

DOI: 10.34670/AR.2022.89.90.018

Медиапространство в XXI веке: основные тенденции

Пань Вэньшо

Магистрант,
Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова,
119991, Российская Федерация, Москва, Ленинские горы, 1;
e-mail:535848775@qq.com

Аннотация

Во всем мире основным трендом современного общества становится обширная информатизация процессов и явлений общественной жизни, в результате которой происходит трансформация традиционных социальных директив. На сегодняшний день одной из основных технологий, идущих неразрывно с развитием инновационных каналов общественной коммуникации, является Интернет, на основе которого формируется коммуникационное пространство современности. Особое внимание в данной статье уделено анализу важнейших тенденций становления медиапространства, а также факторам, влияющим на его развитие. Актуальность исследования медиапространства состоит в том, что интернет-коммуникации до сих пор мало изучены, несмотря на то, что Всемирная сеть давно стала неотъемлемой частью нашей жизни не только как инструмент для учебы или работы, но и как возможность коммуникации. Особенность интернет-общения заключается в стремительном развитии социальных сетей, тонкости взаимодействия в которых еще не изучены достаточно тщательно и развернуто. Влияние Интернета пронизывает все общество, в том числе постепенно захватывая политическое пространство, а медиаграмотность становится одной из важных составляющих профессионализма практически в любой сфере, в особенности в политической.

Для цитирования в научных исследованиях

Пань Вэньшо. Медиапространство в XXI веке: основные тенденции // Теории и проблемы политических исследований. 2022. Том 11. № 4А. С. 154-161. DOI: 10.34670/AR.2022.89.90.018

Ключевые слова

Медиапространство, массовые коммуникации, интернет-сообщество, социальные связи, информационное пространство, виртуальная реальность, СМИ.

Введение

В современных реалиях мир столкнулся с информационной перегрузкой, новости поступают ежесекундно посредством различных СМИ и медиаканалов. Традиционные СМИ постепенно отходят на второй план, газеты, радио, журналы перестают быть единственным источником информации и постепенно превращаются в непопулярный ресурс. Интернет-СМИ, персонифицированный контент выходят на первый план, символизируя собой уникальный продукт, который востребован всеми социальными группами и сообществами. Соответственно, для грамотного управления медиaprостранством необходимо проводить анализ его формирования, изучать структуру и фиксировать изменения, происходящие в нем [Плахтий, 2017, 205].

Основная часть

Многообразие медиaprостранства позволяет делить его по возрастным группам, создавая контент под каждую отдельную платформу. К примеру, медиа, ориентированные на молодежь, продвигают аккаунты в Instagram (запрещена в РФ), Вконтакте, Facebook (запрещена в РФ), так как, по статистике, большая часть аудитории там – молодые люди до 35 лет [Самый свежий отчет Digital 2022 Global Overview, www]. Мы можем наблюдать соответствующий контент в виде опросов, конкурсов, фото- и видеоматериалов, которые могут понравиться и привлечь внимание молодежи, вовлечь их в социальную и политическую жизнь и зачастую навязать собственную точку зрения по разным вопросам.

Социальная сеть «Одноклассники», напротив, имеет более зрелую аудиторию, и здесь, соответственно, меняется контент в тему волонтерства, статей о здоровье, пенсионных вопросов, обсуждений жилищных условий и прочих насущных проблем.

Медиaprостранство можно рассматривать с точки зрения различных дискурсов – социального, геополитического и коммуникативного. С точки зрения социального дискурса это площадка взаимодействия между людьми, обществом и властью, сообществами и социальными группами. Это уникальный масштабный ресурс, и тот, кто им грамотно владеет, способен реализовывать все свои поставленные цели [Антюшев, 2017, 77].

Прекрасным примером грамотного владения всеми ресурсами медиaprостранства с точки зрения геополитики может служить сетевое сопровождение избирательной кампании Д. Трампа, характерной чертой которого была постоянная прямая связь с избирателями посредством Сети, в частности путем использования приложения Twitter (на данный момент заблокирован в России за распространение незаконной информации). Сам Дональд Трамп никогда не скрывал того, что социальные сети – это его лучшая площадка для агитации, которая позволяет избежать зависимости от государственных СМИ [Полозов, 2018, 62]. Таким образом, Интернет можно назвать мощным инструментом Д. Трампа при работе с различными слоями населения; кроме поддержки со стороны республиканцев, данному кандидату удалось получить часть голосов от демократических избирателей, что впоследствии сыграло решающую роль в его победе.

С точки зрения коммуникативного дискурса медиaprостранство представляет собой арену действий, где пользователи имеют возможность взаимодействовать друг с другом в любой момент времени, найти сообщество по интересам, политическим убеждениям и так далее.

Исследования медиaprостранства дают возможность увидеть и проанализировать все преимущества и недостатки социальных сетей как действенного механизма влияния на

общественное мнение и в дальнейшем пробовать создавать идеальную модель эффективного инструмента действий политических акторов, которая будет базироваться на особенностях менталитета населения страны, материальных возможностях и желаемой цели.

Несомненно, в политических технологиях используется большое количество всевозможных приемов и стратегий, влияющих на общество, но хочется отметить важность успешной деятельности в информационном поле интернет-технологий. Интернет на сегодняшний день оказывает революционное влияние на мир коммуникаций, не имеющее аналогов в истории.

Нельзя отрицать постепенную виртуализацию политики и общественной жизни в целом, смещение политической борьбы преимущественно в медиaprостранство.

Медиапространство несет в себе целый ряд функций: информационную, коммуникационную, развлекательную, функции формирования общественного мнения, политико-мобилизационную, маркетинговую, рекламную, политико-имиджевую и манипулятивную функции и многие другие.

Онлайн-площадки имеют очевидные преимущества в эффективности социальных сетей как политического инструмента благодаря интерактивности, скорости, независимости от административного ресурса, очевидной простоте, возможности создать наиболее выгодный имидж медийной личности, явному расширению границ социологических исследований.

Обширное внедрение интернет-технологий в политическую сферу ознаменовывает новый этап в современной политической активности, а доступность политической информации и возможность сформулировать огромной аудитории свою точку зрения в какой то степени способствуют политической активности обычных пользователей Сети.

По мнению большинства политтехнологов, интернет-пространство с большими сложностями контролируется властью из-за сложной структуры и других особенностей. Исходя из этого, регулировать процессы, происходящие в социальных сетях и прочих интернет-площадках, достаточно сложно.

Зачастую «информационное пространство» заменяется словосочетанием «виртуальная реальность», видимо, с целью указать на то, что информация, в том числе и новости, отличается от реальной действительности и должна восприниматься неоднозначно. Именно таким образом работает пропаганда, существующая и функционирующая для того, чтобы дискредитировать кого-либо или что-либо, создать у определенной части населения определенное отношение к какому-либо событию или персоне. В результате медийное пространство зачастую превращается в множество сфабрикованных фактов, чужих необоснованных мнений и позиций и настоящая правда теряется благодаря отражению объективной реальности в реальности виртуальной [Кириллова, 2017, 260].

Одной из юридических проблем, связанных с использованием медиапространства в сфере политтехнологий, является отсутствие должной правовой регламентации их применения, необходимо взять под правовой контроль наиболее востребованные у пользователей Сети порталы, такие как новостные рассылки, электронную почту, баннерную рекламу, создание интернет-сообществ, ведение форумов и блогов. Как уже было замечено, все интернет-технологии в данном случае позволяют проводить информационно-пропагандистскую и манипуляционную работу.

С точки зрения политологии в данной тематике мало лишь структурировать накопленный опыт и анализировать результат, важно на практике разрабатывать методологическую основу для будущих исследований, которые будут включать в себя всевозможные парадигмальные подходы для грамотного и досконального анализа сети Интернет как самого масштабного

социального явления, которое стало неотъемлемой частью политических и социальных процессов [Антюшев, 2017, 76].

Если говорить об особенностях формирования российского сегмента медиапространства, то они заключаются в том, что первоначально интернет-технологии стали применяться в политической сфере и медиасреде и только спустя время – в сфере бизнеса. Исходя из вышесказанного, ключевым фактором развития медиапространства стала активность крупных политических и медиаобъединений, а не коммерческих структур.

В процессе формирования сети Интернет как пространства политического и социального взаимодействия управление основной массой населения вышло на новый уровень. В результате интернет-технологии в вопросах влияния их на общественное сознание изучаются и применяются на уровне руководства страны.

Как следствие, возможность применения многообразия способов взаимодействия с большой аудиторией пользователей посредством социальных медиа количественно и качественно увеличивает потенциал сети Интернет в качестве поля для формирования избирательной и социальной активности.

Безусловно, взаимодействие с участниками онлайн-диалога, а также использование возможностей социальных сетей определяют значимость интернет-пространства в выстраивании отношений между обществом и властью. Особая роль социальных сетей во взаимодействии государства и общественности определяется высокими возможностями Сети в отношении оперативности освещения событий. Даже при наличии оппозиционных телеканалов, посредством телевидения не удалось бы оказывать столь быстрого воздействия на массы, освещая события определенным образом, как это удавалось посредством использования социальных сетей. В этой связи Интернет становится площадкой для онлайн-диалога с возможностью построения общественного мнения в нужное политическое русло [Антюшев, 2017, 79].

Хорошим примером могут служить политтехнологи США, использующие онлайн-пространство в качестве средства агитации электората уже с середины 90-х гг. прошлого века, делая это достаточно продуктивно, привлекая на свою сторону новые голоса, попутно осуществляя сбор пожертвований на избирательную кампанию. Электронные ресурсы превратились в новое средство, с помощью которого открываются безграничные возможности для политической деятельности.

Учитывая вышесказанное, можно утверждать, что использование медиапространства в политических целях играет решающую роль, так как дает возможность подходить индивидуально к каждому пользователю Сети, при помощи таргетированной рекламы аккумулируется тот контент, который будет интересен каждому человеку.

Нужно отметить и негативную тенденцию – люди перестали доверять традиционным СМИ, считая медиа частью правящей элиты, обращаясь к Интернету как к правдивому источнику информации, предпочитая больше доверять «независимым» комментаторам и друзьям в соцсетях. Нельзя не заметить, что такая отрицательная динамика является результатом качественного снижения уровня жизни и экономического кризиса, переживаемого обществом в последние годы [Елисеева, 2019, 5].

На сегодняшний день важно грамотно применять интернет-технологии, полностью используя их потенциал, сделав основным инструментом решения ключевых целей и задач, связанных с формулировкой и подачей информации для обычного пользователя Сети [Смоликова, 2017, 500].

Резюмируя, можно отметить, что с каждым годом во всем мире все интенсивнее используют

интернет-технологии, которые являются действующим инструментом, помогающим «достучаться» до общества, ранее слабо втянутого в политические противостояния, используя сетевые коммуникации, посредством которых пользователи Сети оказываются задействованными в сам ход событий, проявляя различную активность.

Под негативной составляющей мы понимаем неблагоприятное влияние, оказываемое участниками интернет-пространства на различные политические и социальные процессы. Те массивы социально-медийных сообществ, которые несут в себе негативный настрой на действие властей, медийных личностей, участвующих в скандалах, формируют сеть как пространство договоренностей, предусматривающих достижение определенных целей. Достижению поставленных целей способствуют уникальные свойства, характеризующие сетевые сообщества пользователей: широта охвата; постоянная возможность привлекать все новых участников; экономия денежных средств для передачи информации; «сетевая власть» каждого из участников онлайн-пространства [Антюшев, 2017, 77].

Также важно упомянуть о нездоровом пристрастии к видеоиграм, особенно среди подростков, что впоследствии приводит к утрате социальных связей личности и чрезмерной агрессивности. Для профилактики необходимо контролировать время нахождения ребенка перед монитором, переключая его внимание на различные хобби и совместные мероприятия [Найденова, 2021, 108].

Несомненными лидерами среди социальных сетей в мире является Facebook (запрещен в РФ) и видеохостинг YouTube. Возможности YouTube позволяют пользователям бесплатно размещать, просматривать и комментировать видеоконтент. Наряду с привлечением новой аудитории и возможностью снимать различные ролики, видеохостинг YouTube может использоваться в качестве провокационного контента против конкурентов. К примеру, после показа в марте 2017 года фильма «Фонда борьбы с коррупцией», набравшего более 36 миллионов просмотров на канале и повествующего о предполагаемом имуществе Дмитрия Медведева, социологи «Левада-центра» сразу отметили понижение рейтинга политика на 10% [Эффект от фильма «Он вам не Димон» почти прошел, www]. Таким образом, медиaproстранство показывает нам силу, способную одним роликом дискредитировать медийную личность или крупного политического деятеля.

На сегодняшний день существует тенденция к увеличению доли молодежи среди протестующих, это можно связать с тем, что большую часть аудитории YouTube составляет молодое поколение, и оно менее консервативно, обладая при этом такими социально-психологическими качествами, которые позволяют действовать порой достаточно радикально и без оглядки [Самый свежий отчет Digital 2022 Global Overview, www].

Интерес представляет тот факт, что молодое поколение в онлайн-пространстве по традиции является наиболее активной группой граждан, подчас негативно настроенной и оппозиционной по отношению к действующей власти. Созданный ими контент, размещенный в социальных сетях, способен влиять на представления о происходящих событиях в стране и политических реалиях других пользователей Сети, изначально лояльных к действующей власти [Остапова, 2019, 163].

В связи с этим Интернет выступает в качестве объединяющей площадки для сил оппозиции за счет транслируемых ею в социальные сети и онлайн-пространство информационных вбросов. Сетевые коммуникации пользователей выступают в качестве мощного механизма формирования политических взглядов.

Кроме того, представляется важным упомянуть о том, что сетевые технологии могут быть опасными не только для политических институтов, но и любых других коалиций, так как на

сегодняшний момент пронизывают все человеческое общество. Различие заключается только в степени интенсивности охвата населения той или иной страны сетевыми технологиями.

Безусловно, широкий спектр форм и методов практического применения интернет-технологий в конечном итоге может не только явиться одним из ключевых факторов успешной политической борьбы, но и причиной вызванного интереса у политических, научных и журналистских сообществ к данным технологиям [Остапова, 2019, 165].

Нужно отметить, что в будущем возможно активное формирование инструментариев интернет-активностей медиaprостранства. Необходимо проводить качественное обучение SMM-специалистов, структурировать внедрение рекламы, находить новые инструменты для формирования свежих трендов в рекламе и продвижении новостной информации в Интернете.

Заключение

Суммируя вышесказанное, можно говорить о том, что медиaprостранство является целостной, постоянно развивающейся системой, в которой любой пользователь может создавать и продвигать свой информационный продукт благодаря интерактивности и ревалентности контента, а также узнавать новости в режиме реального времени, о чем можно судить по тому обстоятельству, что интернет-пользователи все чаще выбирают онлайн-видео вместо офлайн-телевидения.

Бесконечные потоки интернет-сообщений пользователей, содержащие различные точки зрения, призывы к агитации, мнения о том или ином персонаже или событии, являются источником для исследования ученых, так как медиaprостранство – это уникальная площадка, на которой возможен открытый обмен точками зрения и информацией по различным вопросам, а также обширное обсуждение индивидуальных и групповых политических и социальных стратегий.

Важно отметить, что характерной чертой формирования медиaprостранства в XXI веке является то, что в условиях информационной эпохи смещаются акценты в отношениях между властью и обществом с реального пространства в онлайн-среду, а процессы, протекающие в медиaprостранстве, ведут к изменению социальной реальности и трансформации моделей взаимодействия в ней.

Библиография

1. Антюшев И.И. Проблема истины в медиaprостранстве современности // Сборник научных статей «Поиск истины в пространстве современной культуры». СПб.: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2017. С. 76-83.
2. Елисеева М.А. Медиaprостранство: социально-философский анализ // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика. 2019. Т. 19. № 1. С. 4-7.
3. Кириллова Н.Б. Медиа – личность – общество: оценка социально-психологического взаимодействия // Парадоксы медицинской культуры. Екатеринбург, 2017. С. 258-261.
4. Найденова Ю.А. Культура потребления видеоконтента в современном медиaprостранстве // Труды молодых ученых Алтайского государственного университета. 2021. № 18. С. 108-110.
5. Остапова Л.Е. «Образ страны» в современном медиaprостранстве // Аллея науки. 2019. Т. 3. № 1 (28). С. 160-163.
6. Плахтий И.С. Развитие медиaprостранства в современном обществе // Молодой ученый. 2017. № 17 (151). С. 204-207. URL: <https://moluch.ru/archive/151/42922>.
7. Полозов В.М. Сравнительный анализ политических имиджей на примере В.В. Путина и Д. Трампа // Студенческий форум. 2018. № 10 (31). С. 55-62.
8. Самый свежий отчет Digital 2022 Global Overview. URL: <https://vc.ru/marketing/383351-samyi-svezhiy-otchet-digital-2022-global-overview>.

9. Смоликова Т.М. Интегрированные коммуникации медиапространства // XI Международная научно-практическая конференция «Культура. Наука. Творчество». Минск: Белорусский государственный университет культуры и искусств, 2017. С. 500-505.
10. Эффект от фильма «Он вам не Димон» почти прошел. URL: <https://www.levada.ru/2017/05/29/effekt-ot-filma-on-vam-ne-dimon-pochtiproshel>.

Media space in the XXI century: main trends

Pan Wenshuo

Master Student,
Lomonosov Moscow State University,
119991, 1 Leninskie gory, Moscow, Russian Federation;
e-mail: 535848775@qq.com

Abstract

Bo All over the world, the main trend of modern society is the extensive informatization of the processes and phenomena of public life, which results in the transformation of traditional social directives. Today, one of the main technologies that go inextricably with the development of innovative channels of public communication is the Internet, on the basis of which the communication space of modernity is formed. Particular attention in this article is paid to the analysis of the most important trends in the formation of the media space, as well as the factors influencing development. The relevance of the study of the media space lies in the fact that Internet communications are still little studied, despite the fact that the World Wide Web has long become an integral part of our lives, not only as a tool for studying or working, but mainly as an opportunity for communication. The peculiarity of Internet communication lies in the rapid development of social networks, the subtleties of interaction in which have not yet been studied thoroughly and extensively. The influence of the Internet permeates the entire society, including gradually capturing the political space, and media literacy is becoming one of the important components of professionalism in almost any field, especially in the political one.

For citation

Pan Wenshuo (2022) *Mediaprostranstvo v XXI veke: osnovnye tendentsii* [Media space in the XXI century: main trends]. *Teorii i problemy politicheskikh issledovaniy* [Theories and Problems of Political Studies], 11 (4A), pp. 154-161. DOI: 10.34670/AR.2022.89.90.018

Keywords

Media space, mass communications, Internet community, social connections, information space, virtual reality, mass media.

References

1. Antyushev I.I. (2017) Problema istiny v mediaprostranstve sovremennosti [The problem of truth in the media space of modernity]. In: *Sbornik nauchnykh statei "Poisk istiny v prostranstve sovremennoi kul'tury"* [Collection of scientific articles "The search for truth in the space of modern culture"]. Saint Petersburg: Saint Petersburg State University of Economics, pp. 76-83.
2. *Effekt ot fil'ma "On vam ne Dimon" pochti proshel* [The effect of the film "He is not Dimon to you" has almost passed].

- Available at: <https://www.levada.ru/2017/05/29/effekt-ot-filma-on-vam-ne-dimon-pochtiproshel> [Accessed 04/08/2022].
3. Eliseeva M.A. (2019) Mediaprostranstvo: sotsial'no-filosofskii analiz [Media space: socio-philosophical analysis]. *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya. Seriya: Filosofiya. Psikhologiya. Pedagogika* [Bulletin of the Saratov University. New series. Series: Philosophy. Psychology. Pedagogy], 19(1), pp. 4-7.
 4. Kirillova N.B. (2017) Media – lichnost' – obshchestvo: otsenka sotsial'no-psikhologicheskogo vzaimodeistviya [Media – personality – society: assessment of socio-psychological interaction]. *Paradoksy meditsinskoi kul'tury* [Paradoxes of medical culture]. Ekaterinburg, pp. 258-261.
 5. Naidenova Yu.A. (2021) Kul'tura potrebleniya videokontenta v sovremennom mediaprostranstve [The culture of video content consumption in the modern media space]. *Trudy molodykh uchenykh Altaiskogo gosudarstvennogo universiteta* [Proceedings of young scientists of the Altai State University], 18, pp. 108-110.
 6. Ostapova L.E. (2019) "Obraz strany" v sovremennom mediaprostranstve ["The image of the country" in the modern media space]. *Alleya nauki* [Alley of Science], 3(1), 28, pp. 160-163.
 7. Plakhtii I.S. (2017) Razvitie mediaprostranstva v sovremennom obshchestve [The development of media space in modern society]. *Molodoi uchenyi* [Young scientist], 17 (151), pp. 204-207. Available at: <https://moluch.ru/archive/151/42922> [Accessed 04/08/2022].
 8. Polozov V.M. (2018) Sravnitel'nyi analiz politicheskikh imidzhei na primere V.V. Putina i D. Trampa [Comparative analysis of political images on the example of V.V. Putin and D. Trump]. *Studencheskii forum* [Student forum], 10 (31), pp. 55-62.
 9. *Samyi svezhii otchet Digital 2022 Global Overview* [The most recent Digital 2022 Global Overview report]. Available at: <https://vc.ru/marketing/383351-samyi-svezhiy-otchet-digital-2022-global-overview> [Accessed 04/08/2022].
 10. Smolikova T.M. (2017) Integrirovannye kommunikatsii mediaprostranstva [Integrated communications of the media space]. In: *XI Mezhdunarodnaya nauchno-prakticheskaya konferentsiya "Kul'tura. Nauka. Tvorchestvo"* [Proc. Int. Conf. "Culture. The science. Creation"]. Minsk: Belarusian State University of Culture and Arts, pp. 500-505.