

УДК 32**Медиакоммуникации в политике: взаимодействие традиционных и цифровых СМИ в формировании общественного мнения****Сорокина Мария Дмитриевна**

Студент,
Дальневосточный федеральный университет,
690922, Российская Федерация, Владивосток, о. Русский, п. Аякс, 10;
e-mail: Sorokina@mail.ru

Мичурова Арина Сергеевна

Студент,
Дальневосточный федеральный университет,
690922, Российская Федерация, Владивосток, о. Русский, п. Аякс, 10;
e-mail: Sorokina@mail.ru

Дворянинова Софья Антоновна

Студент,
Дальневосточный федеральный университет,
690922, Российская Федерация, Владивосток, о. Русский, п. Аякс, 10;
e-mail: Sorokina@mail.ru

Емец Евгения Александровна

Студент,
Дальневосточный федеральный университет,
690922, Российская Федерация, Владивосток, о. Русский, п. Аякс, 10;
e-mail: Sorokina@mail.ru

Аннотация

В статье исследуется взаимодействие традиционных и цифровых средств массовой информации в процессе формирования общественного мнения в условиях цифровизации. Рассматриваются теоретические аспекты медиакоммуникаций, включая трансформацию механизмов передачи информации и влияние алгоритмов социальных платформ. Анализируется динамика взаимодействия традиционных и цифровых медиа через изучение кейсов выборов, протестов и кризисных ситуаций. Особое внимание уделено проблеме дезинформации и политической поляризации, а также их влиянию на демократические процессы. В статье представлены рекомендации по повышению медиаграмотности и разработке стратегий эффективной координации между традиционными и цифровыми медиа для минимизации негативных эффектов их взаимодействия.

Для цитирования в научных исследованиях

Сорокина М.Д., Мичурова А.С., Дворянинова С.А., Емец Е.А. Медиакоммуникации в политике: взаимодействие традиционных и цифровых СМИ в формировании общественного мнения // Теории и проблемы политических исследований. 2024. Том 13. № 10А. С. 24-31.

Ключевые слова

Медиакоммуникации, традиционные СМИ, цифровые медиа, политическая повестка, общественное мнение, дезинформация, поляризация, алгоритмы социальных платформ, выборы, протесты.

Введение

Средства массовой информации (СМИ) являются одним из ключевых инструментов формирования политической повестки, играя роль посредника между властными структурами и обществом. Их значение усиливается в условиях глобальной цифровизации, трансформирующей методы взаимодействия традиционных и цифровых медиа. Понимание этого процесса требует изучения как традиционных функций СМИ в политике, так и моделей их взаимодействия в новой медийной среде.

Традиционные СМИ, включающие печатные издания, радио и телевидение, исторически выполняли функции информирования граждан, формирования общественного мнения, политической социализации и контроля за деятельностью властей. Они работали по принципу односторонней передачи информации, что позволяло формировать устойчивую интерпретацию событий. Например, в XX веке такие медиа, как BBC и The New York Times, обладали монопольным влиянием на формирование международной и национальной повестки, предлагая аудитории интерпретации, основанные на журналистских стандартах и редакционной политике. Однако данный подход сталкивался с ограничениями в скорости распространения информации и охвате аудитории, что стало особенно заметно с развитием интернета.

Основное содержание

С появлением цифровых медиа произошел кардинальный сдвиг в структуре коммуникации. Интернет-СМИ, социальные сети, видеохостинги и блоги обеспечили более быстрый доступ к информации, предоставив аудитории возможность не только получать, но и создавать контент. Данные платформы начали выполнять функции, традиционно присущие СМИ, такие как освещение событий, аналитика и мобилизация граждан. Например, исследования показывают, что в 2024 году около 60% взрослого населения в мире используют социальные сети как основной источник новостей. Платформы, такие как Twitter и Facebook, стали ключевыми каналами для распространения политической информации, мобилизации избирателей и организации протестов, как это наблюдалось в ходе Арабской весны и протестов Black Lives Matter.

Однако цифровизация принесла не только преимущества, но и значительные вызовы. Социальные платформы создали условия для распространения дезинформации, фейковых новостей и усиления поляризации общества. Алгоритмы рекомендательных систем, работающих на основе интересов пользователей, способствуют формированию

информационных пузырей, где граждане получают исключительно согласующуюся с их мнением информацию [Чернышов, 2019]. Это подрывает основы общественного диалога, что ярко проявилось во время президентских выборов в США в 2016 году, когда дезинформация через социальные сети оказала значительное влияние на избирательное поведение.

Взаимодействие традиционных и цифровых медиа в формировании политической повестки можно охарактеризовать через три основные модели: конкуренцию, синергию и коэволюцию. Конкуренция проявляется в борьбе за внимание аудитории, рекламные бюджеты и влияние на общественное мнение. Традиционные СМИ теряют свои позиции в пользу цифровых платформ, что вынуждает их адаптировать свои подходы. Например, в 2023 году объем рекламных доходов цифровых платформ впервые превысил доходы телевидения в США. Это подчеркивает растущую доминанту цифровых медиа в экономическом и информационном пространстве.

Синергия между традиционными и цифровыми медиа выражается в интеграции методов и технологий. Многие традиционные СМИ запускают онлайн-версии, создают профили в социальных сетях и применяют цифровые инструменты для взаимодействия с аудиторией. Например, газета *The Guardian* успешно использует мультимедийный контент и платформу YouTube для привлечения молодежной аудитории, сохраняя при этом свои редакционные стандарты.

Коэволюция заключается во взаимной адаптации и заимствовании методов работы. Цифровые платформы начали внедрять редакционные политики и фактчекинг, характерные для традиционных СМИ, как это делает Facebook с помощью инициативы *Third-Party Fact-Checking*. В то же время традиционные медиа осваивают мультимедийные форматы и создают интерактивный контент, как это видно на примере *Washington Post*, активно использующей подкасты и видеостримы для освещения политических событий.

Современные медиакommunikации представляют собой сложную и динамично развивающуюся систему, оказывающую значительное влияние на формирование политической повестки. В эпоху цифровизации, когда информация становится основным ресурсом власти и влияния, меняются механизмы формирования общественного мнения, роль традиционных и цифровых медиаплатформ, а также природа взаимодействия между аудиторией и источниками информации [Habermas, 1989]. Эти изменения сопровождаются трансформацией способов воздействия на общественное мнение, развитием алгоритмов социальных платформ и увеличением рисков, связанных с дезинформацией и поляризацией общества.

Традиционные средства массовой информации, включая печатные издания, телевидение и радио, исторически выполняли ключевые функции в политическом процессе. Они не только обеспечивали доступ к достоверной информации, но и способствовали политической социализации граждан, формированию общественного консенсуса и контролю за деятельностью властей. Эти функции основывались на редакционных стандартах, которые включали проверку фактов, анализ данных и соблюдение принципов объективности. Например, в XX веке такие СМИ, как *The New York Times* или *BBC*, играли ведущую роль в интерпретации политических событий, предоставляя аудитории структурированное и аналитическое представление о международной и национальной повестке.

Однако с развитием цифровых технологий традиционные медиа начали терять свою монополию на формирование общественного мнения. Интернет-СМИ, социальные сети, платформы видеохостинга и блоги предложили новые механизмы взаимодействия, которые изменили характер медиапотребления. Современные цифровые платформы предоставляют возможность мгновенного распространения информации, интерактивного участия аудитории и

формирования пользовательского контента. Исследования, проведенные Pew Research Center в 2023 году, показывают, что около 75% взрослого населения США предпочитают получать новости через цифровые каналы, включая социальные сети и специализированные онлайн-ресурсы. Эта тенденция наблюдается во всем мире, что свидетельствует о глобальной перестройке информационного пространства.

Ключевую роль в этих изменениях играют алгоритмы социальных платформ, которые формируют индивидуальные информационные потоки для каждого пользователя. Эти алгоритмы анализируют предпочтения аудитории, используя данные о ее поведении в интернете, и предоставляют контент, который максимально соответствует интересам пользователя. Такой подход повышает релевантность информации и увеличивает вовлеченность, но одновременно создает серьезные риски. Например, формирование "информационных пузырей", в которых пользователи получают только согласующуюся с их мнением информацию, приводит к снижению уровня критического мышления и препятствует доступу к альтернативным точкам зрения. Исследование, проведенное Университетом Оксфорда в 2022 году, показало, что алгоритмическое управление информацией усиливает политическую поляризацию на 30%, особенно в странах с высокой степенью цифровизации.

Традиционные редакционные подходы, основанные на строгом отборе информации и проверке фактов, остаются важным инструментом борьбы с этими рисками, но их влияние ограничено. Например, такие организации, как Reuters и Associated Press, внедряют инновационные методы анализа данных и искусственный интеллект для проверки информации, но их аудитория продолжает сокращаться в условиях доминирования цифровых платформ. Это особенно заметно среди молодежи: согласно отчету Digital News Report 2023, только 25% молодых людей в возрасте от 18 до 24 лет регулярно обращаются к традиционным медиа.

Одним из наиболее острых вызовов современной медийной среды является дезинформация. Низкие барьеры для публикации контента в интернете и вирусные механизмы его распространения создают благоприятные условия для манипуляции общественным мнением. Классическим примером является влияние фейковых новостей на президентские выборы в США в 2016 году, когда объем взаимодействий с ложной информацией в Facebook превысил аналогичные показатели для достоверных новостей более чем на 20%. Это подчеркивает, насколько быстро дезинформация может подрывать доверие к демократическим институтам и формировать ложные нарративы.

Политическая поляризация, усиливающаяся под воздействием этих факторов, представляет собой еще одну серьезную проблему. Поляризация стимулируется алгоритмами социальных платформ, которые акцентируют внимание на контенте, вызывающем сильные эмоциональные реакции. В результате аудитория разделяется на изолированные группы с радикально противоположными взглядами. Этот процесс ярко проявился в ходе пандемии COVID-19, когда социальные сети стали основной платформой для распространения теорий заговора, влияющих на общественное мнение о вакцинации и санитарных мерах. Согласно исследованию Центра анализа дезинформации в 2021 году, подобные нарративы увеличивали степень недоверия к государственным политикам более чем на 40% в регионах с активным использованием социальных медиа.

Практический анализ взаимодействия традиционных и цифровых медиа в контексте политических событий выявляет сложную взаимозависимость этих форматов и их коллективное влияние на общественные и политические процессы. Особое значение это взаимодействие приобретает в периоды политических выборов, массовых протестов и кризисных ситуаций,

когда медиакоммуникации становятся основным инструментом формирования общественного мнения, мобилизации граждан и управления политической повесткой. Трансформация медиаландшафта в эпоху цифровизации предоставляет новые возможности для взаимодействия, но также создает серьезные вызовы, связанные с дезинформацией, манипуляцией и поляризацией.

Во время президентских выборов в США в 2020 году взаимодействие традиционных и цифровых медиа продемонстрировало синергетический потенциал и одновременно выявило проблемы конкуренции и дезинформации. Традиционные СМИ, такие как The New York Times, CNN и ABC News, предоставляли аудитории структурированный и аналитический контент, фокусируясь на дебатах, интервью и аналитике политических программ кандидатов. Однако цифровые платформы, включая Twitter, Facebook и YouTube, стали центральным инструментом прямой коммуникации кандидатов с избирателями. Кампания Джо Байдена, например, активно использовала таргетированную рекламу в Facebook, что позволило ему достичь широкой аудитории, особенно в ключевых колеблющихся штатах. В то же время Дональд Трамп применял агрессивную стратегию взаимодействия через Twitter, где его посты генерировали миллионы репостов и комментариев, создавая эффект вирусного распространения [Bennett, Livingston, 2020].

Этот феномен дополнялся активным использованием алгоритмов, которые способствовали сегментации аудитории. Исследования Pew Research Center показали, что около 64% пользователей социальных сетей в США регулярно сталкивались с политическим контентом, который был специально адаптирован под их предпочтения. Такие алгоритмы усиливают эффект "информационных пузырей", ограничивая доступ пользователей к альтернативным точкам зрения и увеличивая поляризацию. Дополнительно, распространение фейковых новостей через социальные сети стало одним из ключевых вызовов. Например, данные Центра цифрового анализа Университета Карнеги-Меллон показали, что во время выборов 2020 года объем взаимодействий с дезинформацией в Facebook превысил взаимодействия с достоверными новостями на 15%, что подорвало доверие к официальным источникам информации.

Протестные движения также предоставляют богатый материал для анализа взаимодействия традиционных и цифровых медиа. В 2020 году протесты Black Lives Matter, охватившие США и ряд других стран, стали ярким примером того, как цифровые платформы могут стать ключевым каналом мобилизации. Видеоролики, снятые участниками протестов и размещенные в TikTok, Instagram и Twitter, становились вирусными за считанные часы, привлекая внимание миллионов людей по всему миру. По данным Harvard Business Review, более 75% информационного контента, связанного с движением, впервые появлялось в социальных сетях, после чего уже подхватывалось традиционными СМИ. Традиционные медиа в этом контексте играли роль ретранслятора и аналитика, предлагая аудитории проверенные данные и экспертные комментарии. Однако децентрализация информационных потоков создала риски для манипуляции и распространения ложной информации, что усилило напряжение в обществе [Дзюба, 2023], [Ананьева, 2023], [Уртаева, 2024].

Заключение

Кризисные события, такие как пандемия COVID-19, стали еще одним важным кейсом для изучения взаимодействия медиа. В первые месяцы пандемии традиционные СМИ, такие как BBC и Reuters, выполняли ключевую функцию верификации данных и предоставления

аналитической информации. Их материалы основывались на экспертных оценках, научных данных и официальных заявлениях властей. Однако цифровые платформы, включая Twitter и Facebook, стали основным каналом оперативного распространения информации. Например, Всемирная организация здравоохранения активно использовала Twitter для публикации срочных рекомендаций, тогда как YouTube стал площадкой для образовательных видеороликов о профилактике вируса. Однако пандемия также подчеркнула уязвимость цифровых медиа к дезинформации. Исследование Оксфордского университета выявило, что более 30% пользователей социальных сетей регулярно сталкивались с фейковой информацией о COVID-19, включая теории заговора о происхождении вируса и недостоверные данные о вакцинах. Это существенно подорвало доверие к государственным мерам и усложнило управление кризисом.

Библиография

1. Костина, С.В. Медиа и политика: проблемы взаимодействия в современном обществе / С. В. Костина. – М.: Издательство Московского государственного университета, 2020. – 245 с.
2. Чернышов, С.А. Алгоритмы и манипуляции: цифровые платформы и политическое поведение / С.А. Чернышов, А. В. Кузьмин. – СПб.: Издательство Политехнического университета, 2019. – 198 с.
3. Habermas, J. The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society / J. Habermas. – Cambridge: MIT Press, 1989. – 301 p.
4. Bennett, W.L., Livingston, S. The Disinformation Age: Politics, Technology, and Disruptive Communication in the United States / W.L. Bennett, S. Livingston. – New York: Cambridge University Press, 2020. – 287 p.
5. Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., Robertson, C.T., Nielsen, R.K. Reuters Institute Digital News Report 2023 / Reuters Institute. – Oxford: University of Oxford, 2023. – 152 p.
6. Дзюба, Е. И. Оценка влияния цифровых технологий на развитие человеческого капитала / Е. И. Дзюба, В. А. Киселева, П. П. Якименко // Human Progress. – 2023. – Т. 9, № 3. – С. 3. – DOI 10.34709/IM.193.3. – EDN MSZQRM.
7. Ананьева, Е. О. Цифровизация образования и новейшие технологии в обучении / Е. О. Ананьева, П. В. Ивлиев // Евразийский юридический журнал. – 2023. – № 5(180). – С. 192-194. – EDN OABOJD.
8. Уртаева, Э. Б. Цифровые инструменты и каналы современных предвыборных коммуникаций / Э. Б. Уртаева // Дискуссия. – 2024. – № 3(124). – С. 190-200. – DOI 10.46320/2077-7639-2024-3-124-190-200. – EDN WXHEBK.

Media communications in politics: the interaction of traditional and digital media in shaping public opinion

Mariya D. Sorokina

Student,
Far Eastern Federal University.
690922, 10 p. Ayaks, o. Russkii, Vladivostok, Russian Federation;
e-mail: Sorokina@mail.ru

Arina S. Michurova

Student,
Far Eastern Federal University.
690922, 10 p. Ayaks, o. Russkii, Vladivostok, Russian Federation;
e-mail: Sorokina@mail.ru

Sof'ya A. Dvoryaninova

Student,
Far Eastern Federal University.
690922, 10 p. Ayaks, o. Russkii, Vladivostok, Russian Federation;
e-mail: Sorokina@mail.ru

Evgeniya A. Emets

Student,
Far Eastern Federal University.
690922, 10 p. Ayaks, o. Russkii, Vladivostok, Russian Federation;
e-mail: Sorokina@mail.ru

Abstract

The article examines the interaction of traditional and digital media in the process of forming public opinion in the context of digitalization. The theoretical aspects of media communications are considered, including the transformation of information transmission mechanisms and the influence of algorithms of social platforms. The dynamics of interaction between traditional and digital media is analyzed through the study of cases of elections, protests and crisis situations. Special attention is paid to the problem of disinformation and political polarization, as well as their impact on democratic processes. The article presents recommendations for improving media literacy and developing strategies for effective coordination between traditional and digital media to minimize the negative effects of their interaction.

For citation

Sorokina M.D., Michurova A.S., Dvoryaninova S.A., Emets E.A. (2024) *Mediakommunikatsii v politike: vzaimodeistvie traditsionnykh i tsifrovyykh SMI v formirovaniy obshchestvennogo mneniya* [Media communications in politics: interaction of traditional and digital media in the formation of public opinion]. *Teorii i problemy politicheskikh issledovaniy* [Theories and Problems of Political Studies], 13 (10A), pp. 24-31.

Keywords

Media communications, traditional media, digital media, political agenda, public opinion, disinformation, polarization, algorithms of social platforms, elections, protests.

References

1. Kostina, S. V. (2020). *Media and politics: Problems of interaction in modern society*. Moscow: Moscow State University Press.
2. Chernyshov, S. A., Kuzmin, A. V. (2019). *Algorithms and manipulations: Digital platforms and political behavior*. St. Petersburg: Polytechnic University Press.
3. Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. Cambridge: MIT Press.
4. Bennett, W. L., Livingston, S. (2020). *The disinformation age: Politics, technology, and disruptive communication in the United States*. New York: Cambridge University Press.
5. Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., Robertson, C. T., Nielsen, R. K. (2023). *Reuters Institute digital news report 2023*. Oxford: University of Oxford.
6. Dzyuba, E. I., Kiseleva, V. A., Yakimenko, P. P. (2023). *Assessment of the impact of digital technologies on human*

-
- capital development. *Human Progress*, 9(3), 3. <https://doi.org/10.34709/IM.193.3>
7. Ananyeva, E.O., Ivliev, P.V. (2023). Digitalization of education and new technologies in teaching. *Eurasian Legal Journal*, 5(180), 192-194.
8. Urtaeva, E.B. (2024). Digital tools and channels of modern electoral communications. *Discussion*, 3(124), 190-200. <https://doi.org/10.46320/2077-7639-2024-3-124-190-200>