

Секция «Современная политическая коммуникация: новые модели и технологии»

## Влияние интернет-пространства коммуникации власти и общества на политические отношения

Научный руководитель – Брега Александр Васильевич

*Ковшов Максим Александрович*

*Аспирант*

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (Финансовый университет), Москва, Россия  
*E-mail: m.a.kovshov@gmail.com*

Развитие подхода Web 2.0 в организации различных интернет-ресурсов привело к формированию широкого интернет-пространства коммуникации [3], которое не могло не затронуть сферу политических отношений. Сегодня в интернет-пространстве существует множество различных каналов коммуникации между властью и обществом. Политическая коммуникация в интернет-пространстве происходит преимущественно на следующих видах платформ:

- Социальные сети (Facebook, Instagram, Twitter, Вконтакте);
- Видеохостинги (YouTube);
- Форумы (Reddit);
- Интернет-ресурсы традиционных СМИ.

Интернет-пространство политической коммуникации имеет ряд отличительных свойств, которые определяют не только форму коммуникации (односторонняя или с обратной связью), но и характеристики содержания коммуникации:

- **Интерактивность.** Контент, создаваемый на основе подхода Web 2.0, предлагает пользователю множество форм взаимодействия: чтение, просмотр, опросы через выбор ответа, обратная связь, гиперссылки, комментирование, распространение, формальное одобрение или неодобрение, создание нового контента.
- **Превалирование горизонтальных связей.** Взаимодействие между пользователями зачастую не предполагает различия в статусе в рамках коммуникативного акта (исключение составляет роль модератора или администратора).
- **Значительная роль создателей контента и формирование устойчивой аудитории вокруг них.** Создатели контента транслируют аудитории собственные ценности, взгляды, оценки. Пользователь, в свою очередь, выбирает контент, который коррелирует с его собственными взглядами. Суммарно действия создателей контента и пользователей приводят к формированию устойчивых сообществ [2].
- **Высокая степень доверия внутри устойчивых сообществ и низкое доверие к пользователям вне сообщества.** Доверие достигается тем, что участники разделяют общие ценности.
- **Низкий уровень готовности пользователей самостоятельно оценивать и проверять факты.** Рядовой пользователь не готов тратить время и внимание на проверку информации, так как политические вопросы требуют значительного погружения пользователя в проблему и обладание определенным набором знаний.

- **Сбор данных о пользователях.** Интернет-ресурсы на основе подхода Web 2.0 имеют возможность сбора данных о пользователях. При этом следует отметить, что собираются не только данные, которые ввел сам пользователь, но и метаданные, которые могут собираться интернет-ресурсом без ведома пользователя (геолокация, история поиска, время активности и так далее).
- **Коммуникация осуществляется в рамках правил интернет-ресурсов.** Данная особенность включает в себя не только возможность модерации активности пользователей на предмет распространения запрещенной информации, но также то, что от пользователя скрыты алгоритмы работы интернет-ресурса. Например, алгоритмы социальных сетей и видеохостингов предлагают контент на основе той информации, что была получена и просмотрена пользователем в прошлом.
- **Экстерриториальность.** Пользователи могут взаимодействовать с друг другом мгновенно, несмотря на возможное расстояние между ними.
- **Наличие доступа ко многим источникам информации.** Интернет является важным способом обеспечения прозрачности. Различные политические акторы и институты размещают какие-либо сведения в открытом доступе для того, чтобы получить определенную степень доверия своих контрагентов. Вместе с тем, и сами пользователи занимаются поиском и публикацией каких-либо данных, которые могут быть как положительными, так и отрицательными для политических акторов и институтов.
- **Высокая скорость распространения информации.**

Данные свойства интернет-пространства политической коммуникации оказывают влияние на характер политических отношений между властью и обществом.

Прежде всего, это выражается в том, что власть (важно помнить, что понятие «политическая власть» шире понятия «государственная власть») может использовать интернет-пространство для осуществления массовой коммуникации с обществом, распространяя необходимую для политического актора (группы акторов) информацию через интернет-ресурсы традиционных СМИ, социальные сети и видеохостинги. Вместе с тем, пользователи также имеют возможность осуществления коммуникации с властью, оценивая, комментируя и распространяя ту информацию, которая соответствует их ценностям.

Важно также отметить, что власть может использовать интернет-пространство для анализа активности пользователей и определения общественного настроения и отношения общества к конкретным действиям власти.

Вышеописанное можно отнести к положительным или нейтральным форматам коммуникации власти и общества в интернет-пространстве. К негативным форматам и последствиям можно отнести расширенные возможности для осуществления манипуляций общественным сознанием [1] и радикализацию общества.

Наличие доступа к различным исходным данным и широкое предложение контента от его создателей должно способствовать формированию политического плюрализма. Однако, более наблюдаемым следствием является то, что в интернет-пространстве политической коммуникации происходит поляризация и радикализация аудитории.

Те пользователи, которые изначально имеют сложившиеся политические взгляды и ценности, будут сплачиваться в сообщества вокруг тех создателей контента и других пользователей, которые разделяют данные ценности. Вместе с тем, алгоритмы социальных сетей и видеохостингов на основе данных и метаданных о пользователе будут предлагать вниманию пользователя индивидуализированный перечень контента, который соответствует его ценностям, так как он с большей вероятностью привлечет внимание пользователя. Таким

образом, пользователи в рамках определенного сообщества могут находиться в «пузыре» контента и взаимодействий одного и того же набора ценностей. Более того, алгоритмы с более низкой вероятностью предложат пользователю какой-либо контент с альтернативными ценностями и взглядами, а низкая степень доверия к другим «ценностным сообществам» еще больше оттолкнет сообщества от возможности обмена взглядами.

### **Источники и литература**

- 1) Володенков С.В. Технологии манипулирования общественным сознанием в интернет-пространстве как инструмент политического управления // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС. 2017. Т.13, № 3. С. 56–68.
- 2) O. Parakyriakopoulos, J.C.M. Serrano, S. Hegelich Political communication on social media: A tale of hyperactive users and bias in recommender systems // Online Social Networks and Media. 2020. №15.
- 3) What Is Web 2.0 // oreilly.com / URL: <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>