

Секция «Цифровые коммуникации и искусственный интеллект в государственном управлении»

Социальные сети как новый канал политической коммуникации

Научный руководитель – Орлова Любовь Николаевна

Воронов Игорь Сергеевич

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет государственного управления, Москва, Россия

E-mail: vorigor2010@yandex.ru

Социальные сети как инструмент политической коммуникации в цифровую эпоху

1. Социальные сети как новый канал политической коммуникации

Социальные сети кардинально преобразовали политическую коммуникацию, став новым каналом взаимодействия между властью и обществом. В цифровую эпоху информация распространяется по сетевому принципу, стирая границы между межличностным и массовым общением. Аудитория теперь уже не пассивный потребитель повестки – каждый пользователь может выступить источником новостей и влиять на общественное мнение. В российских условиях, где традиционные медиа находятся под значительным государственным контролем, соцсети стали альтернативным пространством для политического дискурса. Опросы фиксируют постепенный отход аудитории от старых медиа к интернет-платформам: доверие к телевидению снижается, тогда как влияние интернета растёт. К концу 2010-х годов большинство россиян ежедневно пользовались интернетом, что означает формирование новой цифровой аудитории политики.

На международной арене социальные медиа зарекомендовали себя как мощный канал политического общения, позволяющий политикам напрямую обращаться к гражданам. Уже в кампании Барака Обамы 2008 года впервые масштабно использовались Facebook и Twitter для мобилизации избирателей. В последующее десятилетие соцсети стали катализатором массовых протестных движений – от «арабской весны» до митингов протеста в России 2011 года. Исследования подтверждают: рост проникновения социальных сетей способен стимулировать гражданскую активность. Так, расширение аудитории «ВКонтакте» в российских городах коррелировало с ростом протестной активности. Социальные платформы обеспечивают низкий порог участия и мгновенное распространение информации, благодаря чему протестные настроения и политические кампании могут распространяться «вирусно». Разумеется, влияние соцсетей не отменяет традиционных факторов – например, телевидение по-прежнему охватывает более широкую аудиторию, а онлайн-дискуссии остаются фрагментарными. Тем не менее, цифровые платформы прочно утвердились в роли нового канала политической коммуникации, расширив возможности как властей, так и гражданского общества.

2. Инструменты воздействия на общественное мнение

Таргетированная реклама. Цифровые платформы собирают колоссальные объёмы данных о пользователях, позволяя политическим силам тонко настраивать рекламные сообщения под конкретные аудитории. Такая микротаргетинговая стратегия получила известность после скандала с Cambridge Analytica, когда данные миллионов профилей Facebook были использованы для психологического профилирования избирателей и адресной агитации. Таргетированная политическая реклама даёт возможность донести нужный месседж до узких групп (например, колеблющихся избирателей в конкретном регионе), повышая эффективность убеждения. Однако переоценивать микронастройку не следует –

её реальная результативность оказывается ограниченной, хотя в целом она сделала цифровую агитацию более прицельной и малозаметной для широкой публики.

Инфлюенсеры и лидеры мнений. Популярные блогеры превратились в новых лидеров общественного мнения, особенно для молодёжи и активных интернет-пользователей. Политические акторы привлекают инфлюенсеров для продвижения своих идей – подчас негласно. В России сформировался рынок “политического инфлюенс-маркетинга”: известным блогерам платят за неочевидную агитацию в их контенте. Например, в кампании по поправкам в Конституцию 2020 года власти опирались на поддержку ряда популярных видеоблогеров. Аудитория больше доверяет любимым блогерам, чем официальным каналам, поэтому такое сотрудничество выгодно власти. Оппозиционные движения также используют сетевых знаменитостей, чтобы обходить цензуру и распространять свои призывы. Но существует и риск: если скрытая реклама вскрыется, репутация инфлюенсера и инициаторов кампании может пострадать из-за негативной реакции публики.

Вирусный контент и боты. Цифровая среда дала политикам новые форматы агитации, помимо традиционных плакатов и телероликов. Вирусность – способность контента быстро распространяться через репосты и лайки – позволяет политическим лозунгам и мемам охватывать миллионную аудиторию за короткое время. Штабы кандидатов создают специально для соцсетей короткие видеоролики, мемы, броские хештеги и онлайн-флешмобы. Например, в TikTok публикуются обращения кандидатов и кадры с митингов, способные собрать сотни тысяч просмотров и вовлечь молодёжь. Кроме того, широко применяются боты – автоматизированные аккаунты, которые тиражируют сообщения и создают иллюзию массовой поддержки (так называемый астротурфинг). Цифровая агитация теперь ведётся 24/7 и часто носит интерактивный характер: граждан вовлекают в обсуждения и онлайн-челленджи, что повышает их сопричастность политическим событиям.

3. Цифровые платформы как средство обратной связи

Социальные медиа служат не только каналом трансляции взглядов властей, но и обеспечивают беспрецедентные возможности для обратной связи от общества. В онлайн-среде руководители могут оперативно узнавать настроение аудитории, а граждане – донести свои запросы до власти. Одним из инструментов этого взаимодействия стали опросы в соцсетях – например, встроенные голосования в Twitter, «ВКонтакте» или даже в Telegram-каналах, позволяющие собрать мнение активной части пользователей по актуальным вопросам. Хотя такие опросы не являются представительной выборкой, они вовлекают аудиторию в обсуждение повестки. В некоторых странах практикуются и более формальные электронные плебисциты: например, онлайн-петиции при наборе определённого числа подписей способны инициировать парламентские слушания или референдум. В России для этих целей с 2013 г. функционирует государственный портал «Российская общественная инициатива» (РОИ), где инициатива, собравшая 100 тысяч голосов, передаётся на рассмотрение экспертной группе. За первые годы на РОИ были опубликованы тысячи гражданских предложений – от отмены спорных сборов до проектов благоустройства. Однако эффективность государственного портала оказалась невысокой: лишь единичные инициативы в итоге получили поддержку и реализацию. Гораздо чаще успеха добиваются петиции на независимых платформах (например, Change.org), когда благодаря широкой огласке в соцсетях наболевший вопрос попадал в повестку дня и вынуждал власти реагировать.

Цифровые площадки применяются и для публичных консультаций. Органы власти размещают проекты нормативных актов в интернете (на порталах вроде regulation.gov.ru или на официальных страницах в соцсетях) и предлагают гражданам обсуждать их. Пока что активность пользователей в таких обсуждениях невысока, особенно в России, и неред-

ко это носит формальный характер. Тем не менее, случается, что общественный резонанс в соцсетях вокруг законопроекта заставляет власти притормозить или пересмотреть его. Кроме того, обратная связь возникает и спонтанно: порой вирусное видео, выявляющее социальную проблему, вынуждает чиновников публично реагировать. В ответ государственные структуры начали активнее мониторить соцсети – создаются центры анализа обращений, некоторые руководители регионов лично ведут аккаунты и отвечают на жалобы жителей онлайн. Таким образом, социальные сети всё более выступают каналом двусторонней коммуникации, где граждане не только слушатели, но и участники формирования политической повестки.

4. Риски и вызовы цифровой политики

Стремительное проникновение цифровых технологий в политику породило и новые риски для общества. Один из главных вызовов – лавинообразное распространение дезинформации. Соцсети облегчили тиражирование ложных либо искажённых сведений: фейковые новости и конспирологические теории массово расходятся онлайн, тем более что алгоритмы нередко продвигают наиболее эмоциональный и скандальный контент. В результате значительная часть аудитории может быть дезинформирована относительно реальных событий. Это подрывает информированность граждан, сеет недоверие к официальным источникам и поляризует общество. Особенно остро проблема проявилась во время пандемии COVID-19 и избирательных кампаний последних лет, когда соцсети захлёстывали потоки фейковых сообщений.

Ещё один риск – манипуляция общественным мнением с использованием цифровых технологий. Помимо откровенной лжи, применяются более тонкие методы скрытого воздействия. «Фабрики троллей» и сети ботов искусственно создают иллюзию массовой поддержки или консенсуса, генерируя тысячи однотипных комментариев в интересах своих заказчиков. Рекомендательные алгоритмы формируют эффект эхо-камеры, когда пользователям показывают преимущественно контент, подтверждающий их изначальные взгляды. А анализ больших данных о поведении граждан позволяет составлять психологические профили избирателей и незаметно влиять на них через персонализированные информационные кампании. Показательный пример – вмешательство через соцсети в президентские выборы в США 2016 года: связанная с Россией организация запустила в Facebook и Twitter масштабную дезинформационную кампанию, охватившую миллионы американцев, чтобы посеять раздор и воздействовать на исход голосования. Подобные операции отмечены более чем в 70 странах мира. Такие скрытые манипуляции искажают принципы рациональной дискуссии, навязывая обществу искусственные тренды и мнения. Противодействие требует как технологических решений (например, выявления и блокировки ботоферм), так и повышения медиаграмотности населения.

Наконец, цифровая эпоха породила и другие угрозы – от нарушения приватности до новых методов подделки информации. Персональные данные о политических взглядах избирателей могут попасть к третьим лицам и использоваться без их ведома. Появление технологии «deepfake» грозит сделать фальсификации ещё более изощрёнными, подрывая доверие к фото- и видеоматериалам. Закрытые онлайн-сообщества порой радикализируют часть пользователей, незаметно возвращая экстремистские настроения. Все эти риски составляют обратную сторону цифровизации политики и требуют адаптации демократических институтов к новым реалиям.

5. Государственное регулирование социальных сетей

Воздействие соцсетей на общественное мнение вынудило власти искать правовые механизмы контроля. Российский подход отличается особой жёсткостью. В стране принят ряд законов, ограничивающих свободу слова в цифровой среде под предлогом борьбы с экстремизмом и «фейками», что, по оценкам правозащитников, ведёт к цензуре. В 2019

году введены наказания за распространение «недостоверной информации» и «неуважение» к власти в интернете – эти нормы позволяют блокировать ресурсы и штрафовать граждан за неудобные властям публикации. Тогда же появился закон о «суверенном Рунете», давший возможность изолировать российский сегмент интернета под контролем Роскомнадзора (формально – для кибербезопасности, фактически – для цензуры). Одновременно ужесточён контроль за обходом блокировок (ограничены VPN, поисковые системы фильтруют запрещённые сайты). С 2021 года иностранные интернет-компании обязаны зарегистрировать представительства в РФ и хранить данные россиян на локальных серверах; за несоблюдение требований им грозят оборотные штрафы. В 2022 году российские власти, обвинив западные платформы в «враждебной информации», полностью заблокировали Facebook, Instagram и Twitter. Таким образом, курс РФ направлен на максимальную «суверенизацию» соцсетей – установление полного государственного контроля над национальным онлайн-пространством.

В демократических юрисдикциях акцент делается на прозрачности и ответственности интернет-платформ. Евросоюз в 2022 году принял Закон о цифровых услугах (DSA), обязывающий крупные соцсети (Facebook, YouTube и др.) удалять незаконный контент и раскрывать принципы работы алгоритмов. В 2018 г. в Германии вступил в силу закон NetzDG, требующий от соцсетей удаления экстремистских высказываний в течение 24 часов под угрозой штрафов. В США специальное регулирование пока отсутствует, но идёт дискуссия о реформе секции 230 Закона о коммуникациях, которая сейчас освобождает платформы от ответственности за пользовательский контент. Везде перед государством стоит задача обуздать деструктивные явления цифровой политики – вмешательство извне, дезинформацию, разжигание вражды – не ущемляя при этом легитимную свободу выражения мнений. Авторитарные режимы склонны решать эти проблемы методами цензуры и блокировок, тогда как демократии ищут более сбалансированные подходы, возлагая на платформы обязанности по модерации контента.

6. Будущее цифровой политики

Цифровая трансформация политики продолжается, и можно выделить несколько тенденций, которые определяют её будущее. Во-первых, коммуникация станет ещё более персонализированной и децентрализованной. Политики всё чаще будут обращаться к гражданам напрямую через соцсети, минуя СМИ и партии. Уже сегодня многие лидеры государств имеют многомиллионную аудиторию онлайн, а в перспективе могут появиться и «цифровые» политики, чей вес определяется поддержкой в интернете. Одновременно локальные проблемы благодаря соцсетям способны мгновенно получать общенациональный резонанс – это открывает новые возможности для гражданского общества.

Во-вторых, в политике будут шире применяться новые технологии – искусственный интеллект, анализ больших данных, блокчейн. AI позволит глубже анализировать общественное мнение и даже автоматизировать общение с избирателями, а также поможет отслеживать ранние сигналы социальных кризисов. Блокчейн-технологии, уже протестированные в отдельных проектах, обещают безопасное электронное голосование, что может расширить участие граждан (например, дистанционное голосование). Однако технологический прогресс несёт и риски: реалистичные «дипфейки» затрудняют отличать правду от лжи, а непрозрачные алгоритмы могут скрыто влиять на информационную повестку. Потребуется этические нормы и контроль за внедрением AI и анализа данных в политические процессы.

В-третьих, усилятся практики прямой электронной демократии. Интернет-платформы уже сейчас позволяют жителям влиять на решения – будь то через онлайн-обсуждение бюджета или сбор подписей под петициями. В перспективе могут проводиться регулярные онлайн-референдумы по ключевым вопросам. Обсуждаются и концепции «ликвидной

демократии», предполагающей гибрид прямого волеизъявления и делегирования — когда граждане через приложение передают свой голос доверенным представителям по различным вопросам. Если государства интегрируют такие механизмы, политика станет более открытой: повысится прозрачность работы органов власти и подотчётность чиновников обществу, особенно перед молодёжью, для которой онлайн-среда — естественная сфера общения.

Наконец, ужесточится как внешнее регулирование, так и саморегуляция социальных платформ. Международное сообщество может выработать ограничения на наиболее агрессивные методы политической рекламы и манипулирования (например, отдельные виды микротаргетинга), ввести обязательное раскрытие финансирования онлайн-агитации и требовать верификации политических аккаунтов. Сами платформы, стремясь поддерживать доверие пользователей, будут активнее фильтровать контент: помечать дезинформацию, ограничивать продвижение токсичных материалов, удалять фальшивые аккаунты. Такие меры, вероятно, станут стандартом, хотя важно, чтобы борьба с злоупотреблениями не превратилась в подавление легитимной дискуссии.

Таким образом, социальные сети остаются двойственным фактором. Они могут стать опорой демократии, расширяя участие граждан и прозрачность власти, либо инструментом её подрыва — при неконтролируемом распространении лжи и манипуляций. Их влияние на политику неизбежно будет расти. Будущее цифровой политики зависит от того, удастся ли обществу выработать эффективные нормы использования соцсетей во благо открытого диалога и нейтрализации деструктивных воздействий.

Список литературы:

- 1) Афанасьев, В. Ю. Цифровая дипломатия и политическая коммуникация в условиях информационного общества // Вестник Дипломатической академии. — 2022. — №1.
2. Захаров, С. А. Информационно-коммуникационные технологии и трансформация политического пространства // Политическая наука. — 2020. — №2.
3. Курбан, В. А., Задорин, И. В. Политика в социальных сетях: стратегии, тренды, технологии. — М.: РГГУ, 2021.
4. Мельвиль, А. Ю., Юсупов, И. И. Политические последствия цифровизации: вызовы и риски // Вестник МГУ. Серия 12: Политические науки. — 2021. — №3.
5. Носенко, Е. В. Цифровая политическая культура: гражданская активность в сетевом обществе // Государственное управление. Электронный вестник. — 2021. — №88.
6. Мануйлов, Д. В. Государственное регулирование интернета: российский и зарубежный опыт // Общество и власть. — 2022. — №5.
7. Шелест, А. Ю. Политическая коммуникация в цифровом обществе: от одностороннего вещания к диалогу // Мир политики и социологии. — 2020. — №4.
8. DataReportal. Digital 2024: Global Overview Report. <https://datareportal.com/>
9. European Commission. Digital Services Act (DSA): New rules for digital platforms. <http://ec.europa.eu/>
10. Oxford Internet Institute. The Global Disinformation Order: 2020 Global Inventory of Organised Social Media Manipulation. — University of Oxford, 2020.
11. The Guardian. Cambridge Analytica whistleblower: 'We spent \$1m harvesting millions of Facebook profiles'. March 2018.
12. Госдума РФ. Федеральный закон от 18.03.2019 №31-ФЗ «О фейковых новостях».
13. Сайт «Российская общественная инициатива» (РОИ): <https://www.roi.ru/>