

УДК 32

DOI: 10.34670/AR.2022.85.59.003

**Влияние социальных медиа на политическую жизнь в России****Го Чжи**

Магистрант,

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова,  
119991, Российская Федерация, Москва, Ленинские горы, 1;  
e-mail: 3187048709@qq.com

**Аннотация**

Статья посвящена изучению роли социальных медиа в РФ. Она содержит описание отличительных черт социальных медиа, оказывающих влияние на выбор пользователей. Автор описывает специфику политических процессов в России, а также роли социальных сетей в политической жизни России. Также на конкретных примерах было выявлено, как социальные медиа влияют на политические процессы. Автор рассматривает, какую роль играет использование социальных медиа политиками в ходе избирательных кампаний. Автор также описывает изменение правовых норм, контролирующих обмен информацией между пользователями в онлайн-пространстве. Автор акцентирует внимание, что данная тема недостаточно изучена специалистами в данной области, что является причиной более тщательного изучения той роли, которую играют социальные медиа в политических процессах, происходящих на современном этапе развития российского общества. Также статья включает описание изменений, происходящих с составом участников политических коммуникаций. Для более подробного анализа автором выделены особенности политических процессов, происходящих в российском обществе. В качестве итогов разработаны рекомендации использования социальных медиа политическими деятелями России.

**Для цитирования в научных исследованиях**

Го Чжи. Влияние социальных медиа на политическую жизнь в России // Теории и проблемы политических исследований. 2022. Том 11. № 5А. С. 21-29. DOI: 10.34670/AR.2022.85.59.003

**Ключевые слова**

Социальные медиа, политические акторы, социальные сети, контент, политические процессы.

## Введение

Социальные медиа характеризуются высоким уровнем развития, чему способствует активный рост вовлеченности общества в интернет-среду. Исходя из социологических исследований, организованных исследовательским центром ВЦИОМ, в 2019 году более 65% жителей РФ на ежедневной основе пользуются интернетом, что превышает данный показатель, полученный в 2010 г., более чем на 40%. Что касается пользователей социальных сетей, их количество практически приближается к общему количеству активных пользователей интернетом [Названы самые популярные социальные сети в мире, www].

Помимо изменений характера коммуникаций между людьми, происходит изменение правовых норм, которые являются контролирующей силой данных изменений. Сейчас в свободном доступе можно найти максимум информации о каждом человеке, при этом данная информация может быть использована в силу ее доступности и открытого характера, что свидетельствует о возникновении новых этических и правовых аспектов.

Мы можем наблюдать, как изменяется характер общественных отношений, эволюционируя от традиционного к информационному характеру. В таком обществе люди взаимодействуют между собой, в том числе с помощью социальных медиа, транслируя новые системы ценностей и установок. В том числе трансформации подвергается политическая сфера общества. При этом мы можем наблюдать, что данная тема недостаточно изучена специалистами в данной области, что является причиной более тщательного изучения той роли, которую играют социальные медиа в политических процессах, происходящих на современном этапе развития российского общества.

## Основная часть

Актуальные изменения в политической системе можно выразить через процесс «медиатизации», который заключается в оказании влияния на политическую сферу со стороны интернет-сообществ, блогов, социальных платформ и других интернет-площадок. Участниками политической коммуникации становятся не только члены политической элиты, политических партий, но и частные лица и группы, объединение которых произошло на интернет-площадках. Как мы можем наблюдать, пользователи Интернета все больше проявляют политическую активность, выражая в свободной форме свое мнение относительно происходящих в обществе политических событий. Социальные медиа претерпели значительные изменения: от площадки для общения до инструмента развития политических процессов, политических движений, набирающих популярность во всем мире [Тихомирова, 2017].

В России данный вопрос имеет иную интерпретацию и заключается в проблеме вовлечения граждан в процесс политической коммуникации и взаимодействие политических акторов. Зарекомендовавшим себя в мировом политическом пространстве инструментом политической мобилизации давно стали социальные медиа. При этом, согласно статистике, уровень вовлеченности граждан во взаимодействия в социальных медиа растет, что дает основание использовать их в качестве инструмента объединения и мобилизации граждан [Керимов, 2014].

Сетевое общество характеризуется признанием информации в качестве одного из четырех не менее важных секторов экономики. Фундаментом построения нового общества выступают знания и информация.

Так как мы рассматриваем политические процессы, происходящие в России, для нас важно

рассмотреть процесс перехода к информационному обществу России. В советском обществе все ресурсы были сосредоточены для развития научно-технического и производственного сектора экономики, включая военную промышленность [Шалимов, 2013].

После распада СССР заговорили о развитии рыночной экономики, а именно ее сырьевого типа. Российская экономика в этот период не только была основана на добыче природных ресурсов (газа и нефти), но и начинала свою трансформацию с целью перехода к информационному типу общества хотя бы по причине полного освоения ресурсной базы через определенный промежуток времени. Таким образом положено начало к развитию информационного общества, чему должны были способствовать происходящие также и в политической системе изменения. Так, предложены мероприятия, которые позволяют распределять полученные от добычи природных ресурсов средства в процесс повышения уровня жизни граждан. Не менее важной является поддержка образования и представителей интеллектуальной элиты с целью предупреждения «утечки мозгов» за рубеж [Ключников, 2018]. На протяжении нескольких десятков лет активно обсуждался вопрос поддержки как среднего, так и малого бизнеса в отношении разработки научных и технических инноваций, что позволит получить дополнительные налоговые исчисления в государственный бюджет.

В силу выработанного годами имиджа важно изменить отношение представителей мирового информационного сообщества к России, ее политической системе с целью признания ее в качестве полноправного равновесного партнера [Вызов, 2008].

К настоящему времени Россия обладает достаточным потенциалом и предпосылками для перехода к информационному типу общества. Однако внутри страны, в том числе и в рамках политического процесса, существует ряд препятствий для такой трансформации, на которые влияют особенности политических процессов, происходящих в российском обществе. Выделим следующие:

- неотделимость политики от иных сфер деятельности человека влияет на развитие общества в целом, а в частности влияет на процессы, происходящие в экономической сфере;
- конфликт между участниками политического процесса;
- отсутствие структуры самого политического процесса;
- отсутствие интеграции между участниками политических процессов;
- политика государства по пропаганде среди граждан общества необходимых взглядов и идеологий;
- концентрация властных полномочий у представителей политической элиты;
- своеобразный характер внешней политики.

Все вышеописанные особенности объединяет возрастающая роль политической власти, но нельзя утверждать, что это является признаком авторитарности власти, а, скорее, специфическим характером экономической ситуации и общественного устройства российского общества [Чугров, 2016].

Исходя из теоретического анализа, можем подытожить, что политические процессы претерпели серьезные изменения в период прихода к власти В.В. Путина, что привело к усилению роли государства в обществе. Это и ряд причин, которые мы указывали выше, приводит к усилению недовольства народа и укреплению оппозиции. В обществе бытует мнение о существующей проблеме преодоления институционального кризиса, что приводит к отсутствию эффективно работающих политических, государственных и общественных

институтов. Другими словами, доминирующую роль в современной политической системе РФ играет исполнительная власть, которая оказывает непосредственное влияние на демократические институты.

Для определения термина «социальных медиа» рассмотрим свойства им присущие, отличающие их от традиционных СМИ:

- интерактивный характер взаимодействий субъектов в сети,
- упрощение и видоизменение процесса общения,
- возможность выполнять каждым пользователем как роли читателя, так роли автора,
- вовлеченность,
- коммуникативный характер и возможность использования в ходе взаимодействия субъектов между собой интерактивных форм,
- универсальный характер, глобальность взаимодействий, тематическую разносторонность,
- получение контента по запросу,
- доступный характер информации [Тихомирова, 2017].

Данные факты свидетельствуют о глобальных изменениях, которым подвергается мировое сообщество. На постоянной основе каждый день устанавливается огромное количество горизонтальных контактов как между отдельными субъектами, так и между участниками сообществ, объединенных общими интересами. Такая система взаимодействий является прямым свидетельством существования и развития сетевого общества. Изменения касаются не только характера взаимодействий, но и самого участника общения. У человека формируется иная картина мира, иное восприятие окружающей действительности, что не может не повлиять на его оценку политических событий, происходящих в обществе, а также изменение политической позиции и, в общем, политической коммуникации.

В итоге, мы можем констатировать трансформацию системы политической коммуникации, причиной чему стало появление и активное развитие социальных медиа. Произошло изменение структуры политических взаимодействий от «власть – общество», где общение происходило практически в одностороннем порядке, к «общество – власть – общество», в результате чего любой гражданин может стать активным участником политических взаимодействий, автором происходящих в обществе изменений.

Нельзя не отметить тот факт, что за столь короткий срок существования социальных медиа предпринято немалое количество попыток законодательно ограничить их деятельность, при этом «свободное выражение мнения» было тем самым преимуществом, которое стало одной из главных причин популяризации социальных сетей [Ключников, 2018].

Конечно, нельзя отменять функцию контроля за информацией, распространяемой в социальных медиа, так как только государственные органы безопасности обладают достаточными полномочиями для обеспечения общественной безопасности. Но при этом нельзя забывать о существовании свободы слова, которой нельзя пренебрегать в демократическом обществе. Социальные медиа должны стать дополнительным инструментом, позволяющим предотвратить совершение противоправных действий, не ущемляя свобод и прав человека. Не стоит пренебрегать социальными медиа в качестве инструмента обратной связи, так как это позволит решить информацию оперативно с минимальной оглаской, что позволит своевременно реагировать на возможные чрезвычайные информации.

С целью сохранения всеобщего благополучия правительству и его представителям стоит более тщательно подойти к вопросу мониторинга социальных медиа, а также их использования

с целью установления контакта с гражданами общества.

С точки зрения использования в кампании социальных медиа президентские выборы 2008 и 2012 гг. в США стали прорывными, так как именно в процессе данных избирательных кампаний можно произвести полный анализ эффективности использования данного медиа-источника для его дальнейшего задействования в других политических процессах.

Если обобщить вышеописанные доводы в пользу использования в предвыборной кампании социальных медиа через призму категориальности и понятийности, то с помощью инструментов социальных медиа происходит создание коммуникационной среды, для которой темы и вектор обсуждения создают сами политические акторы, а также политическая идентификация пользователей социальных медиа через взаимодействие с субъектами политических процессов [Социальные сети и беспорядки..., www].

Если более тщательно изучить создаваемую коммуникационную среду, то для нее характерно наличие у пользователей социальных медиа, инструментов и механизмов, с помощью которых они могут принимать активное участие в предвыборной кампании кандидатов. Также среди несомненно важных условий существования данной среды является открытый характер взаимодействия кандидата со своими сторонниками путем использования социальных медиа. Данные условия имеют место быть не только по причине их создания командой Б. Обамы с целью победить на президентских выборах, но и по причине наличия функциональных возможностей и характеристик, присущих социальным медиа.

Коммуникационная среда имеет гибкий характер и может иметь продолжение в офлайн среде, т.е. обсуждаемые сторонниками Б. Обамы идеи находят свое отражение в организуемых ими офлайн мероприятиях. При этом активность сторонников Б. Обамы явилась тем толчком, который сподвиг еще не определившихся избирателей не только ознакомиться с кампанией кандидата, но и начать активно взаимодействовать, принимать участие в избирательной кампании, а в дальнейшем ассоциировать себя с кандидатом, отождествляя себя со сторонниками Б. Обамы.

В целом, социальные медиа и после выборов 2012 года сохранили свою значимость как в самой деятельности Обамы, так и в ее восприятии американским обществом. Это может быть объяснено тем, что люди продолжили после окончания избирательной кампании активно участвовать в работе подобной уже применяемым в предвыборных компаниях Обамы системам платформе Organizing for Action, так, вероятно, и осознанием Обамой и его командой необходимости сохранения той активности и энергии своих сторонников в рамках подобных Organizing for Action платформ в выработке решений по наиболее значимым вопросам, а также в целях сохранения собственной поддержки [Ключников, 2018].

Для политиков из США характерно наличие четко выстроенной системы использования социальных сетей: продумываются заранее публикации, их содержание, использование текста наравне с видео, т.е. в американской практике, как нами было выявлено ранее, социальные сети уже достаточно давно используют в качестве полноценного инструмента в предвыборной кампании. Любая транслируемая в социальных сетях информация тщательно подбирается, редактируется специалистами. К публикации готовятся на таком же высоком уровне, как к политическим дебатам, так как американскими политологами, и тем более опытом выборов США 2008 г., доказана высокая роль и сильное влияние социальных медиа на мнение электората, который является активным пользователем данных онлайн-площадок [Тихомирова, 2017].

Если рассматривать роль социальных медиа в предвыборной кампании кандидатов в

президенты на Выборах 2018 г. в России, то можно сделать ряд выводов, в том числе, что политики в России не используют в полном объеме тот инструмент, который наравне с остальными используют американские специалисты по связям с общественностью при подготовке предвыборной рекламной кампании, а именно социальные медиа.

Цифровые технологии, сетевое пространство, Интернет являются наиболее оптимальным в плане эффективности и затрат средством политической агитации. Среди кандидатов появляется необходимость не только в соперничестве в модели проведения выборов, но и при «выстраивании конкурентных отношений в коммуникативном Интернет-пространстве и отсутствии возможностей доминирования единственного актора политической пропаганды» [Смирнов, www].

Социальные сети, как значимая часть всего Интернет-пространства, также обладает свойством невозможности создания информационной монополии со стороны одного политика, напротив, все имеют примерно равные стартовые позиции и одинаковый набор возможностей и инструментов для установления контакта с гражданами.

### Заключение

Сетевое общество избавлено от таких понятий, как разница во времени и расстоянии, следовательно, можно предположить, что успешно действующие инструменты политической агитации в одной стране можно перенести на другую, и эффект будет примерно сопоставим. Таким образом, если мы возьмем более успешную американскую модель ведения социальных сетей в предвыборный период и начнем применять в реалиях современной России, то она принесет свои результаты. Основные пункты, на которые стоит обратить внимание: более частое обновление контента; создание небольших текстов, понятных большинству пользователей; более внимательный подход к качеству визуального оформления; сохранение функционала, позволяющего пользователям вести обсуждение информационной повестки дня [Ключников, 2018].

Это позволит:

- создать максимально реалистичный и приближенный к народу образ потенциального главы государства;
- создать контрастные образы других кандидатов;
- поможет сконструировать желаемую модель политической реальности и популяризовать ее ценности и предложения.

Отсюда мы можем сделать вывод о необходимости выполнения следующих разработанных нами методических рекомендаций:

- современным политическим деятелям следует организовывать неформальное идейно связанное сообщество в социальных сетях;
- использовать преимущественно короткий текст (200-300 символов без пробелов) и визуальное сопровождение: фото, видео, инфографика;
- оптимальная частота публикаций 1-2 в сутки;
- необходимо соблюдать тематический баланс публикаций по типу «работа/личная жизнь»;
- обращение к другим источникам и людям находит положительный отклик у аудитории;
- необходимость в четкой привязанности к той или иной местности, к носителям определенного языка, истории и менталитета.

Политические взгляды пользователей социальных сетей характеризуются большим

динамизмом, высокой степенью эмоциональности, которая носит волнообразный характер. Ее всплески становятся реакцией на конкретный, как правило, резонансный событийный контекст современной российской политики. При этом большая часть транслируемой информации носит невербальный фоновый или контекстный характер (например, демотиваторы, лайки, мемы).

Наконец, социальные сети и блоги, обладая функцией ретрансляции общественных настроений, имеют высокий уровень мобилизационного воздействия, группы в социальных сетях играют роль площадок для выражения недовольства политикой действующей власти.

## Библиография

1. Апресян Р.Г. Гражданское общество: Неконцептуальный сборник. М.: Аслан, 1997. 256 с.
2. Вызов Л. От кризиса ценностей к кризису институтов // Свободная мысль. 2008. № 4. С. 24.
3. Керимов А.А. Политический процесс в современной России: особенности и перспективы // Вопросы социологии, политологии, философии и истории. М.: Аспект Пресс, 2014. 129 с.
4. Ключников Д.Д. Влияние социальных медиа на современный политический процесс в России // Журналистика. Филологический аспект. 2018. № 4 (36). URL: <http://scipress.ru/philology/articles/vliyanie-sotsialnykh-media-na-sovremennyyj-politicheskij-protsess-v-rossii.html>
5. Названы самые популярные социальные сети в мире. URL: [http://mignews.com/news/lifestyle/110114\\_203624\\_38294.html](http://mignews.com/news/lifestyle/110114_203624_38294.html)
6. Смирнов Ф.О. Языковая и коммуникативная агрессия в Рунете. URL: [www.library.by/portalus/modules/psychology/readme](http://www.library.by/portalus/modules/psychology/readme)
7. Социальные сети и беспорядки – какой урок следует извлечь? URL: [http://dovzhik.info/riots\\_london](http://dovzhik.info/riots_london)
8. Тихомирова Е.И. Теория коммуникации и новые медиа // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2017. № 3 (25). С. 218-221.
9. Чугров С.В. Российская политика сквозь призму социологических замеров // Полис. Политические исследования. 2016. № 5. С. 183-191.
10. Шалимов А.Б. Человек в социальных сетях // Современные исследования социальных проблем. 2013. № 9. URL: [www.sisp.nkras.ru](http://www.sisp.nkras.ru)
11. Шестеркина Л.П. Основные характеристики новых социальных медиа // Ученые записки ЗабГУ. Серия: «Филология, история, востоковедение». 2014. № 2. С. 107-111.
12. Чжан М. Исследование национализма основного политико-культурного концепта России – на примерах посланий Путина о положении страны на 2015-2020 гг. // Исторический бюллетень. 2021. Т. 4. № 3. С. 49 – 58.
13. Володина О.В., Барабанова И.Г. Проблема сохранения экспрессивности языковых средств воздействия в текстах СМИ общественно-политической направленности при переводе // Современный ученый. 2021. № 3. С. 213 – 217.
14. Прудников А.Д. Ключевые аспекты развития политических отношений между Украиной и КНР в 2014-2020 гг. // Исторический бюллетень. 2021. Т. 4. № 3. С. 7 – 14.
15. Карпенко Е.В., Симутин М.С. Коллективно-синергетический подход к природе политического лидерства // Russian Economic Bulletin. 2021. Т. 4. № 4. С. 28 – 33.
16. Большаков Я.О. Вологодская реклама периода новой экономической политики в газете «Красный север» 1921-1924 года // Исторический бюллетень. 2021. Т. 4. № 1. С. 170 – 175.

## The impact of social media on political life in Russia

**Guo ZhiYi**

Master Student,

Lomonosov Moscow State University,

119991, 1, Leninskie Gory, Moscow, Russian Federation;

e-mail: 3187048709@qq.com

## Abstract

The article is devoted to the study of the role of social media in the Russian Federation. The article contains a description of the distinctive features of social media that influence the choice of users. The author describes the specifics of political processes in Russia, as well as the role of social networks in the political life of Russia. Also, using concrete examples, it was revealed how social media influence political processes. The author examines the role of the use of social media by politicians during election campaigns. The author also describes the change in legal norms that control the exchange of information between users in the online space. The author emphasizes that this topic has not been sufficiently studied by specialists in this field, which is the reason for a more thorough study of the role played by social media in the political processes taking place at the present stage of development of Russian society. The article also includes a description of the changes taking place with the composition of participants in political communications. Social networks and blogs, having the function of relaying public sentiments, have a high level of mobilization impact, groups in social networks play the role of platforms for expressing dissatisfaction with the policies of the current government.

## For citation

Guo ZhiYi (2022) Vliyanie sotsial'nykh media na politicheskuyu zhizn' v Rossii [The impact of social media on political life in Russia]. *Teorii i problemy politicheskikh issledovaniy* [Theories and Problems of Political Studies], 11 (5A), pp. 21-29. DOI: 10.34670/AR.2022.85.59.003

## Keywords

Social media, political actors, social networks, content, political processes.

## References

1. Apresyan R.G. (1997) *Grazhdanskoe obshchestvo: Nekontseptual'nyi sbornik* [Civil Society: A Non-Conceptual Collection]. Moscow: Aslan Publ.
2. Chugrov S.V. (2016) Rossiiskaya politika skvoz' prizmu sotsiologicheskikh zamerov [Russian politics through the prism of sociological measurements]. *Polis. Politicheskie issledovaniya* [Polis. Political studies], 5, pp. 183-191.
3. Kerimov A.A. (2014) Politicheskii protsess v sovremennoi Rossii: osobennosti i perspektivy [Political process in modern Russia: features and prospects]. *Voprosy sotsiologii, politologii, filosofii i istorii* [Issues of sociology, political science, philosophy and history]. Moscow: Aspekt Press Publ.
4. Klyuchnikov D.D. (2018) Vliyanie sotsial'nykh media na sovremenniy politicheskii protsess v Rossii [The influence of social media on the modern political process in Russia]. *Zhurnalistika. Filologicheskii aspekt* [Journalism. Philological aspect], 4 (36). Available at: <http://scipress.ru/philology/articles/vliyanie-sotsialnykh-media-na-sovremennyj-politicheskij-protsess-v-rossii.html> [Accessed 09/09/2022]
5. *Nazvany samye populyarnye sotsial'nye seti v mire* [The most popular social networks in the world were named]. Available at: [http://mignews.com/news/lifestyle/110114\\_203624\\_38294.html](http://mignews.com/news/lifestyle/110114_203624_38294.html) [Accessed 09/09/2022]
6. Shalimov A.B. (2013) Chelovek v sotsial'nykh setyakh [Man in social networks]. *Sovremennye issledovaniya sotsial'nykh problem* [Modern studies of social problems], 9. Available at: [www.sisp.nkras.ru](http://www.sisp.nkras.ru) [Accessed 09/09/2022]
7. Shesterkina L.P. (2014) Osnovnye kharakteristiki novykh sotsial'nykh media [The main characteristics of new social media]. *Uchenye zapiski ZabGU. Seriya: «Filologiya, istoriya, vostokovedenie»* [ZabSU Scientific Notes. Series: Philology, history, oriental studies], 2, pp. 107-111.
8. Smirnov F.O. *Yazykovaya i kommunikativnaya agressiya v Runete* [Linguistic and communicative aggression in Runet]. Available at: [www.library.by/portalus/modules/psychology/readme](http://www.library.by/portalus/modules/psychology/readme) [Accessed 09/09/2022]
9. *Sotsial'nye seti i besporyadki – kakoi urok sleduet izvlech'?* [Social media and turmoil: what's the lesson to be learned?]. Available at: [http://dovzhik.info/riots\\_london](http://dovzhik.info/riots_london) [Accessed 09/09/2022]
10. Tikhomirova E.I. (2017) Teoriya kommunikatsii i novye media [Theory of communication and new media]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya* [Sign: problematic field of media education], 3 (25), pp. 218-221.
11. Vyzov L. (2008) Ot krizisa tsennostei k krizisu institutov [From the Crisis of Values to the Crisis of Institutions]. *Svobodnaya mysl'* [Free thought], 4, p. 24.



- 
12. Zhang M. The study of nationalism of the main political and cultural concept of Russia - on the examples of Putin's messages on the state of the country for 2015-2020. // *Historical Bulletin*. 2021. Vol. 4. No. 3. pp. 49-58.
  13. Volodina O.V., Barabanova I.G. The problem of preserving the expressiveness of linguistic means of influence in the texts of the socio-political media in translation // *Modern Scientist*. 2021. No. 3. pp. 213 – 217.
  14. Prudnikov A.D. Key aspects of the development of political relations between Ukraine and China in 2014-2020. // *Historical Bulletin*. 2021. Vol. 4. No. 3. pp. 7-14.
  15. Karpenko E.V., Simutin M.S. Collective-synergetic approach to the nature of political leadership // *Russian Economic Bulletin*. 2021. Vol. 4. No. 4. pp. 28 – 33.
  16. Bolshakov Ya.O. Vologda advertising of the period of new economic policy in the newspaper "Red North" 1921-1924 // *Historical bulletin*. 2021. Vol. 4. No. 1. pp. 170 – 175.