

# ПРОБЛЕМА КОНСОЛИДАЦИИ ОБЩЕСТВА В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

*К. Л. Снисаренко*

*Центр политологии при Институте социологии  
Национальной академии наук Беларуси,  
ул. Сурганова, 1/2, 220072, г. Минск, Республика Беларусь,  
SNISARENKA@bsu.by*

Развитие социальных медиа привело к возникновению ряда явлений, которые снижают консолидацию общества. К ним относятся: рост горизонтальных каналов обмена информацией, возможность удаленной обработки информационного следа пользователя, снижение критической оценки информации. Автор видит возможности противодействия этим вызовам в новом подходе к формированию массовой политической мобилизации, усилении контроля государства над алгоритмами работы социальных медиа, изменении подхода к работе журналистов.

**Ключевые слова:** социальные медиа; контент; горизонтальные каналы коммуникации; информационный след; консолидация общества.

# THE PROBLEM OF SOCIETY CONSOLIDATION IN THE CONDITIONS OF SOCIAL MEDIA DEVELOPMENT

*K. L. Snisarenko*

*Center for Political Science at the Institute of Sociology  
of the National Academy of Sciences of Belarus,  
1/2, Sarganova Str., 220072, Minsk, Republic of Belarus  
Corresponding author: K. L. Snisarenko (SNISARENKA@bsu.by)*

The development of social media has led to a number of phenomena that reduce the consolidation of society. These include: the growth of horizontal channels for information exchange, the possibility of remote processing of the user's information trail, and a decrease in the critical assessment of information. The author sees opportunities to counter these challenges in a new approach to the formation of mass political mobilization, strengthening state control

over the algorithms of social media, and changing the approach to the work of journalists.

**Key words:** social media; content; horizontal communication channels; information trail; consolidation of society.

Согласно отчету сервиса DataReportal за 2023 г., количество пользователей социальных медиа в Беларуси составляет 4,27 млн. человек, или 44,9% общей численности населения страны [1]. Такое широкое распространение данного вида компьютерной коммуникации требует научного осмысления и ставит на повестку дня вопрос о его влиянии на отношения в обществе.

Наиболее емкое определение понятия «социальные медиа» дали немецкий и французский ученые А. Каплан и М. Хайнлайн. Они отметили: «По нашему мнению, социальные медиа – группа интернет-приложений, основанных на идеологических и технологических основах Web 2.0 и позволяющих создавать и обмениваться пользовательским контентом» [2, с. 61]. Один из идеологов концепции Web 2.0 Т. О’Рейли дал ей следующее определение: «Web 2.0 – методика проектирования систем, которые путем учета сетевых взаимодействий становятся тем лучше, чем больше людей ими пользуются. Особенностью Web 2.0 является принцип привлечения пользователей к наполнению и многократной выверке контента» [3]. В отличие от традиционных медиа, требующих значительных ресурсов для публикации информации, социальные медиа являются относительно недорогим инструментом, с помощью которого любое частное лицо может получать и публиковать информацию. Это обусловило их широкое распространение и рост влияния на общественные отношения.

На фоне спада эйфории от возможностей новых технологий ощутимыми стали вызовы для общества, обусловленные развитием социальных медиа.

Во-первых, применение технологий Web 2.0 стало одним из средств генерации контента – значимого для пользователей содержания. В обществе все большее значение приобрел горизонтальный уровень обмена информацией. В результате развития каналов связи между людьми усилилось не только межличностное взаимодействие, но и расширились возможности по получению сведений из альтернативных источников.

Это ослабило контроль правящей элиты за циркулирующей в обществе информацией.

Во-вторых, высказывания, реакции, связи пользователя сетевых медиа оставляют информационный след и становятся ключом к расшифровке его личности. Западные политики стали широко использовать маркетинговые приемы и технологии управления взаимоотношениями с клиентами (CRM-платформы) с целью повышения собственной популярности. Так, основанный в 2009 г. американский стартап Nation Builder разработал программное обеспечение, использующее сведения об избирателях (имя, адрес, электоральные предпочтения) с целью ведения централизованной политической кампании за счет интеграции различных средств коммуникации (веб-сайтов, текстовых сообщений, каналов социальных сетей) на одной платформе.

В-третьих, процесс постоянного умножения продуцирующих информацию источников и медийных технологий ведет к деградации критериев истинности при интерпретации событий. Согласно замечанию немецкого социолога Н. Лумана, общественное мнение становится все более зависимым от процедур отбора информации, которые, в свою очередь, определяются на основе специфических коммуникативных кодов, возникающих в рамках самой этой коммуникации [4, с. 62–64]. В таких условиях работа компьютерных алгоритмов может заметно влиять на настроения в обществе. В то же время, традиционное для классической науки восприятие истины как объективного и верифицируемого отражения реальности может отрицаться на основании чувств и порожденных ими стереотипов.

Превалирование горизонтальных каналов обмена информацией, которые противоречат иерархическому характеру отношений в государстве; рост зависимости коммуникации от программных алгоритмов, а не информационной стратегии государственных органов; уменьшение критичности восприятия информации населением, ориентирующимся на собственные предпочтения, снижают консолидацию общества.

Ответами на вышеуказанные вызовы могут стать следующие мероприятия в рамках государственного управления.

Во-первых, развитие горизонтальных каналов коммуникации открывает широкие возможности для формирования массовой политической мобилизации. Компьютерные сети могут содействовать выполнению функций политического процесса: распространению информации, объ-

единению интересов граждан, разработке путем совещания и принятию посредством цифрового голосования решений.

Во-вторых, информационный след пользователя должен обрабатываться на основе алгоритмов разработанных под контролем государства его проживания. Важными достижениями белорусских властей в этом направлении стали четкое определение принципа информационного суверенитета в «Концепции информационной безопасности Республики Беларусь» и утверждение Закона «О защите персональных данных» [5; 6].

В-третьих, преодоление своеобразного информационного кокона, в который может попасть пользователь социальных медиа, возможно не только посредством повышения медийной грамотности, но и в результате изменения характера работы журналистов. Передача информации должна уступить место передаче образа того или иного явления. Успешным условием такого перехода является упор на выражение эмоций при четкой оценке причин появления информационного повода и его влияния на аудиторию.

### Библиографические ссылки

1. Digital 2023: Belarus [Electronic resource]. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-belarus> (date of access: 25.05.2024).
2. Kaplan A. M., Haenlein M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media // Business Horizons. 2010. Vol. 53. Issue 1. P. 59–68.
3. O'Reilly T. What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software [Electronic resource]. URL: <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html> (date of access: 25.05.2024).
4. Луман Н. Реальность массмедиа / пер. с нем. А. Ю. Антоновского. Москва : Праксис, 2005. 256 с.
5. О Концепции информационной безопасности Республики Беларусь [Электронный ресурс] : постановление Совета Безопасности Респ. Беларусь, 18 март. 2019 г., № 1 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. URL: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=P219s0001&p1=1> (дата обращения: 30.05.2024).
6. О защите персональных данных [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 7 мая 2021 г., № 99-3 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. URL: [https://pravo.by/upload/docs/op/H12100099\\_1620939600.pdf](https://pravo.by/upload/docs/op/H12100099_1620939600.pdf) (дата обращения: 30.05.2024).