

DOI 10.35775/PSI.2025.118.6.022

УДК 32

А.С. СТАРОДУБЦЕВ

аспирант факультета государственного
управления МГУ имени М.В. Ломоносова,
Россия, г. Москва
E-mail: stardbtsv@gmail.com

СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА И ТРАНСФОРМАЦИЯ ПУБЛИЧНОГО ДИСКУРСА

Статья посвящена исследованию влияния социальных медиа на характер публичного дискурса. Автор ставит цель раскрыть информационно-коммуникативные свойства социальных медиа, позволяющие им эффективно воздействовать на массовую аудиторию. В статье проводится концептуальное разграничение таких понятий, как «цифровые социальные платформы», «социальные сети» и «социальные медиа», выделяются ключевые механизмы, посредством которых социальные медиа трансформируют публичный дискурс. К таким механизмам автор относит: использование интерактивных форматов, институализацию ритуализированных форм пользовательского взаимодействия и алгоритмическую сегрегацию аудитории в информационные пузыри. Показано, что совокупное действие этих механизмов приводит к усилению поляризации и возрастанию рисков эскалации социальных и политических конфликтов.

Ключевые слова: социальные медиа, цифровые социальные платформы, социальные сети, публичный дискурс, информационно-коммуникативный подход, интерактивность, ритуализация, информационные пузыри, поляризация.

Введение. За последние два десятилетия социальные медиа значительно изменили характер публичного дискурса. Если прежде информационное пространство было монополизировано традиционными медиаканалами с четко выстроенной редакционной политикой, то с распространением цифровых платформ границы между создателями и потребителями контента начали стираться. В современном медиaprостранстве пользователь становится одновременно источником информации и ее получателем, что принципиально отличает новую медиасреду от ее классического аналога линейного вещания.

Статистические данные подтверждают масштаб этих изменений. Согласно данным исследователей Оксфордского университета, на данный момент социальные медиа выступают главным источником новостей примерно для 29% взрослой аудитории в 47 странах мира [32. С. 21]. Российская медиасреда демонстрирует схожую тенденцию: к 2025 году число активных пользователей социальных платформ достигло порядка 106 миллионов человек (2), при этом четыре из десяти наиболее посещаемых российских интернет-ресурсов принадлежат к категории цифровых социальных платформ (3).

В этой связи **целью работы** является исследование информационно-коммуникативных свойств, посредством которых социальные медиа трансформируют публичный дискурс. Важным аспектом станет выявление последствий этой трансформации, в том числе институализацию интерактивных и ритуализированных форм пользовательского взаимодействия, а также алгоритмическую сегрегацию, приводящую к усилению поляризации и росту рисков эскалации социальных и политических конфликтов. Для реализации поставленной цели необходимо сначала раскрыть теоретические основания современной медиасистемы, четко определить место социальных медиа в ее структуре и концептуально разграничить понятия «цифровые социальные платформы», «социальные сети» и «социальные медиа».

Следует подчеркнуть, что в работах российских и зарубежных авторов, опубликованных в последние годы, освещается широкий спектр вопросов близких к данной предметной области [4; 6; 7; 8; 9; 11; 12; 13; 14; 19; 20; 21; 23].

Однако проблему влияния социальных медиа на характер публичного дискурса нельзя назвать однозначно исчерпанной. В силу многих объективных обстоятельств изучение обозначенной темы продолжает сохранять высокий уровень актуальности.

Социальные медиа в структуре современной медиасистемы. Современные социальные медиа занимают особое место в структуре современной медиасистемы. Их принципиальным отличием является активная роль аудитории, которая непосредственно включена в создание, распространение и интерпретацию контента. Концептуальные основания социальных медиа уходят корнями в парадигму Web 2.0, оформившуюся в начале 2000-х годов. Переход от линейной модели вещания, при которой информационная повестка задавалась исключительно редакционной политикой традиционных СМИ, к многостороннему взаимодействию существенно изменил характер медиакоммуникации. В условиях новых цифровых платформ пользователь перестал быть пассивным потребителем информации и приобрел роль полноценного соавтора.

В научной литературе термин «социальные медиа» характеризуется множеством подходов и трактовок. Как отмечают М.М. Друкер и Г.В. Яновская, на сегодняшний день наиболее распространены три ключевых подхода к определению: инструментально-технологический, социально-коммуникационный и информационно-коммуникативный [10]. Для точности исследовательской рамки представляется целесообразным разграничивать категории «цифровые социальные платформы», «социальные сети» и «социальные медиа» в соответствии именно с этими подходами, чтобы избежать чрезмерной широты термина.

Цифровые социальные платформы раскрываются преимущественно в инструментально-технологическом измерении и трактуются как программно-аппаратные комплексы, обеспечивающие технические условия для виртуального взаимодействия. В классической работе А. Каплана и М. Хенлейна цифровые платформы представлены как интернет-приложения, которые реализуют технологии Web 2.0 и предоставляют пользователям условия для создания

и распространения собственного контента [30. С. 60]. Дж. Китцман с соавторами развивают эту идею и уточняют, что такие платформы объединяют различные веб- и мобильные технологии, что обеспечивает совместную работу над медиаматериалами и их распространение [31. С. 241]. Важно, что сами платформы выполняют роль инфраструктуры, на основе которой осуществляется медиакommunikация, однако сами по себе не формируют регулярных информационных потоков.

Социальные сети, в свою очередь, рассматриваются преимущественно с позиций социально-коммуникационного подхода, акцентирующего внимание на социальных связях и структурах. Д. Бойд и Н. Эллисон описывают социальные сетевые сервисы (Social Network Services, SNS) как веб-приложения, ключевыми функциями которых являются создание профилей, управление контактами и визуализация социальных связей [24. С. 211]. Российские исследователи Р.С. Селезнев и Е.И. Скрипак придерживаются аналогичного подхода и указывают, что социальные сети представляют сообщества, организуемые на технологической основе цифровых платформ [18. С. 125]. При этом информационно-коммуникативные функции социальных сетей выступают дополнительными по отношению к их основной социальной роли.

Собственно социальные медиа получают свое теоретическое обоснование именно в информационно-коммуникативном подходе, согласно которому они представляют собой новый тип медиаканалов, встроенных в инфраструктуру цифровых платформ и функционирующих на основе нерегламентированных коммуникационных потоков. Принципиальным отличием социальных медиа является отсутствие централизованного редакционного контроля и активное участие аудитории в создании информационного продукта. М.С. Будолак, а также И.А. Быков и О.Г. Филатова характеризуют социальные медиа как особую разновидность онлайн-СМИ, которая отличается массовым вовлечением пользователей и минимальными профессиональными барьерами для создания и распространения контента [2. С. 18; 3. С. 230]. Эту позицию также поддерживает И.Д. Фомичева, акцентируя внимание на децентрализованную и партиципаторную природу современных онлайн-коммуникаций [22. С. 67-68]. Вместе с тем, несмотря на отсутствие редакционного контроля, социальные медиа сохраняют ключевые признаки традиционных СМИ: регулярность информационных потоков, массовость охвата и способность формировать общественную повестку. Е.Л. Варганова дополнительно отмечает, что современные медиа представляют собой социально-символические пространства, в которых контент производится в режиме постоянного взаимодействия с аудиторией, при этом сохраняется цикличность, структурированность и публичность коммуникации [5. С. 16-18].

Механизмы трансформации публичного дискурса. Изменение характера публичного дискурса, вызванное активным распространением социальных медиа, обусловлено действием особых информационно-коммуникативных механизмов. Эти каналы максимально учитывают специфику восприятия и запросы современной массовой аудитории, что позволяет им эффективно

привлекать внимание пользователей и оказывать значительное влияние на формирование общественного мнения. Важнейшими среди таких механизмов являются интерактивность контента, инфотеймент, меметизация и формирование клипового восприятия информации, посредством которых социальные медиа адаптируют свои коммуникационные стратегии под изменившиеся условия медиапотребления.

Интерактивные форматы, такие как короткие видеоролики, сторис и прямые эфиры, получили широкое распространение благодаря тому, что они требуют минимальных когнитивных усилий от аудитории. Концепция У. Шрамма объясняет эту популярность естественной склонностью людей выбирать максимально простые и удобные для восприятия информационные формы [33. С. 19]. Современные эмпирические исследования подтверждают, что короткие видеоролики длительностью менее полутора минут удерживают внимание зрителей примерно вдвое эффективнее по сравнению с более продолжительными форматами (1). В результате социальные медиа закрепляют клиповое восприятие информации и создают условия для быстрого, эмоционально насыщенного и легко запоминающегося контента.

Логическим развитием этой тенденции стало распространение инфотеймента и его специализированного варианта в виде политеймента. А.Б. Алексеев характеризует политеймент как формат медиакommunikации, объединяющий элементы политического, повседневного и развлекательного дискурсов [1. С. 131]. В такой среде сложные политические события упрощаются, приобретают эмоциональную окраску и легко воспринимаются аудиторией. В условиях экономики внимания подобная логика выгодна социальным медиа, поскольку эмоционально насыщенный и зрелищный контент повышает вовлеченность пользователей и обеспечивает его успешную монетизацию.

Еще одним важным механизмом адаптации социальных медиа к потребностям массовой аудитории является меметизация информации. Л.В. Моисеенко подчеркивает, что интернет-мемы выступают мощным инструментом символического и эмоционального воздействия, способным за короткое время широко распространить информацию и закрепить ее в коллективном сознании [15]. Мемы выступают как визуальные символы, способные формировать и закреплять устойчивые ассоциации в массовом сознании, повышать скорость и охват информационного воздействия.

Одновременно с описанными процессами формируется специфическая форма ритуализированной интерактивности. Вслед за Дж. Кэри, определявшим коммуникацию как символический и эмоционально значимый обмен сообщениями [26. С. 23], можно заключить, что типичные для соцмедиа действия (лайки, комментарии, репосты) приобретают характер повседневных ритуалов подтверждения. Они выполняют важную эмоциональную функцию и создают ощущение общей принадлежности и вовлеченности участников коммуникации. Р. Коллинз отмечает, что повторяющиеся действия с позитивной обратной связью формируют состояние «группового резонанса», что формирует и укрепляет

коллективную идентичность сообщества [28]. Однако в то же время этот механизм усиливает существующие межгрупповые противоречия и способствует разделению публичного пространства на конфликтующие сегменты.

Завершающим этапом рассматриваемых механизмов является алгоритмическое замыкание информационных потоков и формирование замкнутых медиасред («информационных пузырей»). Алгоритмы цифровых платформ адаптируют контент под предпочтения и модели поведения пользователей, тем самым закрепляя уже сложившиеся убеждения и ограничивая доступ к альтернативным точкам зрения. Ключевым когнитивным механизмом здесь выступает ошибка подтверждения (confirmation bias), заставляющая аудиторию выбирать только ту информацию, которая соответствует уже сложившимся стереотипам и ожиданиям [29]. Дополняет этот механизм концепция перцептивных экранов, которые блокируют диссонансную информацию и выступают фильтрами сознания [25. С. 72-96]. Более широко эту ситуацию описывает Г.В. Пушкарева через понятие «полиментальности», когда отдельные группы придерживаются несовместимых ментальных установок, которые препятствуют адекватному взаимопониманию [17. С. 61]. По словам М.М. Назарова, рекомендательные системы соцмедиа используют принципы социального бихевиоризма, что выражается в регулярном подкреплении повторяющихся моделей поведения и формировании устойчивых мировоззренческих установок [16. С. 121].

Итогом действия перечисленных механизмов становится глубокая поляризация публичного дискурса. Пользователи оказываются изолированы в сообществах единомышленников, что неизбежно усиливает эмоциональную напряженность и конфликтность коммуникации. Согласно эмпирическим исследованиям, социальные сети с выраженной идеологической однородностью демонстрируют более высокий уровень поляризации, чем случайно сформированные сообщества [27]. Символические формы коммуникации (хэштеги, логотипы, мемы) в такой ситуации служат четкими маркерами идентификации и разграничения, что подтверждают примеры движений #BlackLivesMatter и #FreePalestine.

Таким образом, социальные медиа трансформируют публичный дискурс через последовательные этапы: упрощение и эмоционализацию информационных форматов, закрепление их в ритуальных практиках взаимодействия и окончательное алгоритмическое замыкание аудитории в однородных информационных средах. В результате публичный дискурс становится фрагментированным, менее доступным для критического осмысления и продуктивного диалога. Формируется особый тип публичности, в котором преобладают эмоционально нагруженные сообщения, символическая идентификация и выраженная социальная поляризация.

Заключение. В результате проведенного исследования установлено, что социальные медиа, рассмотренные в рамках информационно-коммуникативного подхода, оказывают решающее влияние на современную конфигурацию публичного дискурса. Новая форма публичности характеризуется выраженной эмоциональной насыщенностью, активным использованием символических

форм коммуникации и заметным усилением поляризации виртуального пространства. Пользователи оказываются разделены на изолированные группы единомышленников, в которых диалог уступает место эмоционально заряженному взаимодействию и закреплению уже сложившихся установок.

Исследование позволило выявить несколько последовательных механизмов, лежащих в основе данной трансформации. Социальные медиа адаптируются к особенностям человеческого восприятия информации и используют интерактивные и упрощенные форматы, меметизацию и инфотейнмент для повышения уровня вовлечения и удержания внимания аудитории. Эти механизмы закрепляются через повседневные ритуалы взаимодействия пользователей, что создает ощущение эмоционального единства внутри отдельных сообществ и одновременно усиливает разделение между ними. Завершающим этапом становится алгоритмическое замыкание информационных потоков, вследствие чего формируются информационные пузыри, ограничивающие доступ аудитории к альтернативным взглядам и затрудняющие критический подход к восприятию информации.

Совокупность указанных факторов приводит к снижению качества публичного диалога и создает серьезные препятствия для достижения компромисса по социально значимым вопросам. В таких условиях возрастает риск возникновения и обострения социальных и политических конфликтов. С учетом этого, особую актуальность приобретает поиск механизмов минимизации негативных последствий описанной трансформации. Перспективной задачей дальнейших исследований становится поиск путей минимизации негативных факторов и выработка новых моделей публичного взаимодействия в условиях цифровизации медиaprостранства.

ПРИМЕЧАНИЯ:

- (1) 40+ Short Form Video Statistics: The Jaw-Dropping Numbers You Must Know in 2024 // Firework Blog // <https://firework.com/blog/short-form-video-statistics>.
- (2) Digital 2025: The Russian Federation // DataReportal. 2025 // <https://datareportal.com/reports/digital-2025-russian-federation>.
- (3) Most visited websites in Russia (May 2025) // Similarweb. 2025 // <https://www.similarweb.com/top-websites/russian-federation/>.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. **Алексеев А.Б.** Политейнмент как прагматически обусловленный гибридный дискурс // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики. 2020. № 2 (37).
2. **Будолак М.С.** Понятие «социальные медиа» / отв. ред. А.Д. Кривоносов // Петербургская школа PR: от теории к практике. СПб., 2009. Вып. 7.

3. **Быков И.А., Филатова О.Г.** Технологии Веб 2.0 и связи с общественностью: смена парадигмы или дополнительные возможности? // Вестник СПбГУ. Язык и литература. 2011. № 2.
4. **Валюкас Н.Н.** Проблематика социальных сетей в политической коммуникации // Вопросы национальных и федеративных отношений. 2024. № 9.
5. **Варганова Е.Л.** Развивая понимание медиа: от технологий к социальному пространству // Меди@льманах. 2020. № 5 (100).
6. **Васильева Т.А., Волжанин Д.А., Дубков Н.С.** Особенности использования социальных сетей как инструмента политической мобилизации в современной России // Вопросы политологии. 2023. № 12.
7. **Гавров С.Н., Еремкин М.П.** Использование технологий искусственного интеллекта в политической рекламе // Вопросы политологии. 2025. № 4.
8. **Дадаев З.А.** Роль новых медиа в формировании общественно-политических ценностей российской молодежи // Вопросы политологии. 2025. № 4.
9. **Дибров Е.А.** Специфика трансформации феномена русофобии в информационном пространстве Украины в условиях геополитического противостояния в Восточной Европе // Вопросы политологии. 2024. № 11.
10. **Друкер М.М., Яновская Г.В.** Социальные медиа: подходы к дефиниции понятия // Медиаскоп. 2021. Вып. 2.
11. **Иващенко З.С., Васильченко О.В., Григорян Д.К., Малявина А.Б.** Фейковые новости о ходе проведения Специальной военной операции как угроза национальной безопасности Российской Федерации // Евразийский Союз: вопросы международных отношений. 2024. № 9.
12. **Итиуридзе Л.А.** Технологии формирования гражданской и политической компетентности населения // Евразийский Союз: вопросы международных отношений. 2024. № 7.
13. **Каримов Э.Р.** Цифровые платформы и публичная политика: анализ роли и влияния // Вопросы национальных и федеративных отношений. 2024. № 9.
14. **Медведева В.К., Медведев Н.П.** Информационная политика государства: современные вызовы и направления совершенствования (Часть 2) // Вопросы национальных и федеративных отношений. 2025. № 1.
15. **Моисеенко Л.В.** Интернет-мем как единица социально-культурного контента // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2015. № 27 (738).
16. **Назаров М.М.** Платформы и алгоритмизация в медиа: содержание и социальные следствия // Коммуникология. 2020. № 2.
17. **Пушкарева Г.В.** Политический менталитет и ментальные ловушки политической коммуникации // Общественные науки и современность. 2023. № 3.
18. **Селезнев Р.С., Скрипак Е.И.** Социальные сети как феномен информационного общества и специфика социальных связей в их среде // СибСкрипт. 2013. № 2 (54).
19. **Серавин А.И.** О моделировании политических компаний в условиях цифровизации // Вопросы политологии. 2024. № 11.

20. **Славова Н.А., Новосельский С.О., Алеева С.С., Марухленко А.Л., Генералов Р.О.** Организационно-правовые аспекты политики цифровой трансформации государственного управления // Вопросы политологии. 2024. № 10.
21. **Степанов С.А., Иванова Е.А.** Социальные сети как поле информационных войн в современной политике // Вопросы политологии. 2023. № 11-2.
22. **Фомичева И.Д.** СМИ среди средств социальной коммуникации // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2012. № 1.
23. **Форов И.Н.** Государственная политика в области развития информационных технологий в период санкций // Вопросы политологии. 2024. № 10.
24. **Boyd D.M., Ellison N.B.** Social network sites: definition, history, and scholarship // Journal of Computer-Mediated Communication. 2007. Vol. 13, No. 1.
25. **Campbell A., Converse P., Miller W., Stokes D.** The American Voter. New York: Wiley, 1960.
26. **Carey J.** Communication as Culture: Essays on Media and Society. Boston: Unwin Human, 1989.
27. **Chueca Del Cerro C.** The power of social networks and social media's filter bubble in shaping polarisation: an agent-based model // Applied Network Science. 2024. Vol. 9.
28. **Collins R.** Interaction rituals and the new electronic media // Randell Collins Official Website // <https://www.drRANDALLcollins.com/sociological-eye/2011/01/interaction-rituals-and-new-electronic.html>.
29. **Fernandes M.** Confirmation bias in social networks // Mathematical Social Sciences. 2023. Vol. 123.
30. **Kaplan A., Haenlein M.** Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media // Business Horizons. 2010. Vol. 53.
31. **Kietzmann J., Hermkens K., McCarthy I., Silvestre B.** Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media // Business Horizons. 2011. Vol. 54.
32. **Newman N., Fletcher R., Robertson C., Nielsen R.** Reuters Institute Digital News Report 2024. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford, 2024.
33. **Schramm W.** How Communication Works // The Process and Effects of Mass Communication / ed. W. Schramm. Urbana: University of Illinois Press, 1954.

A.S. STARODUBTSEV

Postgraduate student, School of Public Administration, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

SOCIAL MEDIA AND THE TRANSFORMATION OF PUBLIC DISCOURSE

The article addresses changes in public discourse resulting from the widespread adoption of social media. It aims to examine the information and communication features of social media that enable them to effectively influence mass audiences. The main objectives of the study are to conceptually differentiate between the notions of «digital platforms», «social networks», and «social media», as well as to identify the key mechanisms through which social media transform public discourse. These mechanisms include the use of interactive formats, the institutionalization of ritualized forms of user interaction, and the algorithmic segregation of audiences into information filter bubbles. It is demonstrated that the combined effect of these mechanisms leads to increased polarization and heightened risks of escalating social and political conflicts.

Key words: social media, digital platforms, social networks, public discourse, information and communication approach, interactivity, ritualization, filter bubbles, polarization.