

Секция «Современная политика в условиях цифровых трансформаций и развития технологий искусственного интеллекта.»

Роль и функции искусственных аккаунтов в социальных сетях в процессе политической мобилизации: обзор научной литературы

Научный руководитель – Артамонова Юлия Дмитриевна

Хавроненко Максим Викторович

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет политологии, Кафедра истории и теории политики, Москва, Россия

E-mail: mxavronenko@mail.ru

На основе анализа существующих эмпирических исследований автоматизированных аккаунтов (ботов), в которых использовались данные из сети Твиттер, выявлены четыре основных механизма их влияния на политическую онлайн-мобилизацию: продвижение контента, контроль повестки, формирование и разрушение связей, астротурфинг.

Под онлайн-мобилизацией здесь мы понимаем переход людей и их групп к политическим действиям в Интернете (обсуждению политических процессов, проблем и событий, выражению собственной позиции по политическим вопросам и попыткам убедить других пользователей).

Во-первых, боты за счёт способности к быстрому распространению сообщений способны продвигать контент заданного содержания, в том числе негативного (например, побуждающий к борьбе против властей и правоохранительных органов [Stella, Ferrara, and De Domenico 2018], с критикой конкурирующих кандидатов на выборах [Mustafaraj, Metaxas 2010]) и/или основывающегося на информации из непроверенных источников [Shao et al. 2018]. В то же время способность продвигать контент и вызывать ответную реакцию пользователей-людей зависит от стратегий таргетирования [Stella, Ferrara, and De Domenico 2018; Freitas et al. 2016].

Во-вторых, боты могут влиять на вероятность вовлечения пользователей в онлайн-мобилизацию посредством воздействия на политическую повестку дня в социальных сетях. Так, повышенная по сравнению с обычными людьми активность ботов позволяет им увеличивать популярность хэштегов, сообщений по ключевым словам и тем (trending topics) [Stukal 2020], делая информацию по другим темам менее доступной для пользователей. Такие возможности позволяют ботам продвигать благоприятную для своих бенефициаров повестку. В то же время, контроль повестки может быть направлен и на вытеснение ее элементов, благоприятных для политических оппонентов, путём создания новостного “шума”, который увеличивает издержки поиска информации и затрудняет вовлечение в мобилизацию [Stukal 2020; Munger et al. 2018].

В-третьих, результаты эмпирического исследования показывают, что боты могут способствовать как созданию связей между людьми, так и их разрушению. С одной стороны, они могут налаживать коммуникацию между не связанными друг с другом аккаунтами, что способно трансформировать социальный граф в социальной сети в целом [Web Ecology Project 2011]. Создание связей между пользователями-людьми и их группами необходимо для координации между ними, которая создаёт возможность для коллективных политических действий [Tarrow, Tilly 2015]. С другой стороны, боты могут быть использованы и для затруднения коммуникации между сообществами людей, распространяя сообщения, провоцирующие конфликты между группами людей [Stella, Ferrara and De Dominico 2018].

В-четвёртых, группы ботов могут быть использованы для создания искусственного впечатления у пользователей о популярности политиков и/или политических позиций (астротурфинг), так как координированные выступления ботов похожи на активность множества людей [Ratkiewicz et al. 2011]. Такое воздействие способно создать ложное представление о популярности различных мнений в обществе, мобилизуя или демобилизуя людей в зависимости от их собственного отношения к продвигаемой ботами позиции

Наиболее перспективным направлением использования социальных ботов нам видится увеличение популярности отдельных хэштегов и политических деятелей, поскольку налаживание эффективной коммуникации с пользователями социальной сети сопряжено с большими материальными затратами создателей (в случае создания алгоритмов машинного обучения) или потенциальными рисками удаления аккаунта бота, в случае, если пользователь обнаружит, что его собеседник - искусственный, лоббирующий определенную политическую повестку, и в следствие, подаст жалобу на страницу в социальной сети.

5

Источники и литература

- 1) Akhremenko A. S., Stukal D. K., Petrov A. P. Network vs message in protest diffusion on social media: theoretical and data analytics perspectives //Polis. Political Studies. – 2020. – Т. 2. – №. 2. – С. 73-91.
- 2) Complete Source Code From Socialbots 2011: Web ecology project. [Электронный ресурс]. 2011. URL: <http://www.webecologyproject.org/2011/02/complete-source-code-from-socialbots-2011/> (дата обращения: 12.03.2021).
- 3) Freitas C. et al. An empirical study of socialbot infiltration strategies in the Twitter social network //Social Network Analysis and Mining. – 2016. – Т. 6. – №. 1. – С. 23.
- 4) Munger K. et al. Elites tweet to get feet off the streets: Measuring regime social media strategies during protest //Political Science Research and Methods. – 2019. – Т. 7. – №. 4. – С. 815-834.
- 5) Mustafaraj E., Metaxas P. T. From obscurity to prominence in minutes: Political speech and real-time search. – 2010.
- 6) Ratkiewicz J. et al. Detecting and tracking political abuse in social media //Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media. – 2011. – Т. 5. – №. 1.
- 7) Shao C. et al. The spread of low-credibility content by social bots //Nature communications. – 2018. – Т. 9. – №. 1. – С. 1-9.
- 8) Stella M., Ferrara E., De Domenico M. Bots increase exposure to negative and inflammatory content in online social systems //Proceedings of the National Academy of Sciences. – 2018. – Т. 115. – №. 49. – С. 12435-12440.
- 9) Talalakina E., Stukal D., Kamrotov M. Developing and Validating an Academic Vocabulary List in Russian: A Computational Approach //The Modern Language Journal. – 2020. – Т. 104. – №. 3. – С. 618-646.
- 10) Tarrow S., Tilly C. Politique (s) du conflit. De la grève à la révolution. – Sciences Po (Les Presses de), 2015.