

## **Информационные войны в цифровую эпоху: использование ботов в социальных сетях на примере Судана**

**Научный руководитель – Павлюченко Александра Андреевна**

***Егорова Саида Самировна***

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет мировой политики, Кафедра информационного обеспечения внешней политики, Москва, Россия

*E-mail: akhmedbaeva@yandex.ru*

В прогрессирующей цифровизации общества информационное пространство становится самой крупной ареной для политического противоборства. Информационные войны разворачиваются не только в традиционных средствах массовой информации, но и в социальных сетях, где происходит активное формирование общественного мнения, особенно среди молодежи. Развитие интернет-технологий привело к появлению новых инструментов воздействия на аудиторию – ботов [4].

Боты представляют собой автоматизированные аккаунты, способные распространять сообщения, комментировать публикации и взаимодействовать с пользователями без непосредственного участия человека [1]. Использование таких инструментов позволило не только значительно усилить информационное воздействие, создавая иллюзию массовой поддержки определенных идей, но и сформировать в определенных случаях негативное отношение к политическим субъектам.

Цель исследования – анализ роли ботов как инструмента информационной войны в социальных сетях и описание основных механизмов их воздействия на общественное мнение.

Практические примеры применения подобных технологий можно наблюдать в различных современных конфликтах. Одним из актуальных кейсов является информационное противоборство, сопровождающее гражданский конфликт в Судане, начавшийся в 2023 году. В ходе противостояния между Суданскими вооруженными силами и военизированной группировкой СБР (Силы быстрого реагирования) социальные сети стали важнейшим инструментом информационной борьбы.

Исследования показывают, что стороны конфликта активно используют координированную работу аккаунтов в социальных сетях для распространения пропагандистских сообщений и дискредитации противников. В качестве примера: группы аккаунтов публикуют идентичные сообщения и видеоматериалы, демонстрирующие якобы успешное проведение военных операций, формируя иллюзию массовой поддержки и влияя на восприятие событий международной аудиторией [2].

Кроме того, в рамках информационного противоборства распространяются фальсифицированные материалы (фейки и дипфейки), включая старые видеозаписи или контент из других конфликтов, который выдается за актуальные события. Подобные публикации используются для дискредитации противника и формирования выгодного информационного образа сторон конфликта.

Эффективность ботов в условиях информационных войн объясняется особенностями функционирования социальных сетей – алгоритмы цифровых платформ продвигают контент, который активно комментируется, распространяется и вызывает эмоциональную реакцию пользователей. Координированные сети же способны искусственно повышать активность вокруг определенных публикаций, что приводит к их более широкому распространению в информационном пространстве [5].

Можно выделить два основных метода воздействия механизмов ботов [3]. Одним из самых распространенных методов является создание иллюзии «общественного консенсуса». Массовые комментарии и публикации от большого числа аккаунтов формируют впечатление, что определенная точка зрения является доминирующей, даже если настоящие люди, которые ее придерживаются, в меньшинстве. В результате пользователи могут воспринимать подобную позицию как мнение большинства.

Другим механизмом является так называемое «засорение информационного пространства». Боты публикуют большое количество сообщений, которые отвлекают внимание аудитории, усложняют поиск достоверной информации, особенно в комментариях, и создают информационный шум.

Боты стали важным инструментом современных информационных войн. Анализ современных конфликтов показывает, что социальные сети играют все более значимую роль в информационно-психологических операциях. Боты используются для в большинстве для распространения пропаганды, дискредитации противников и усиления поляризации общества. В условиях высокой скорости распространения информации подобные кампании способны оказывать влияние не только на внутреннюю аудиторию, но и на восприятие конфликта мировым сообществом.

Кроме того, использование автоматизированных аккаунтов способствует усилению информационного шума, затрудняет проверку правдивости сообщений и стимулирует обострение поляризации мнений в цифровом пространстве. В результате пользователи сталкиваются с большим объемом противоречивой информации, что усложняет формирование объективного представления о происходящих событиях.

В связи с этим одной из важных задач становится развитие механизмов выявления и противодействия подобным информационным кампаниям, а также повышение уровня медиаграмотности как официальных государственных аккаунтов, так и пользователей. Совершенствование алгоритмов обнаружения таких аккаунтов и развитие инструментов фактчекинга создаст возможность снизить негативное влияние подобных технологий на современное информационное пространство.

### Источники и литература

- 1) Брызгалов С. В., Мустакимова Я. Р., Рабчевский А. Н. Детектирование ботов в социальных сетях // NI Grigorov, E. Yu. Nikitina, AN Rabchevsky, AV Chernikov. – 2025. – С. 79.
- 2) Макарова Ю. О. Особенности осуществления информационных войн в Интернете // Вестник Забайкальского государственного университета. – 2014. – №. 5. – С. 72-78.
- 3) Толокнев К. А. Боты, ведущие народ? Модель влияния ботов на политическую мобилизацию и демобилизацию в социальных медиа // Вестник Пермского университета. Серия: Политология. – 2021. – Т. 15. – №. 4. – С. 16-29.
- 4) Assenmacher, D., Clever, L., Frischlich, L., Quandt, T., Trautmann, H. and Grimme, C. (2020) 'Demystifying social bots: On the intelligence of automated social media actors', *Social Media+ Society*, 6(3), pp. 1 [U+2012] 16. DOI: <https://doi.org/10.1177/2056305120939264>.
- 5) Woolley S. C., Howard P. N. (ed.). *Computational propaganda: Political parties, politicians, and political manipulation on social media*. – Oxford University Press, 2018.