

**Дискурсы в информационных потоках российских социальных медиа о национальном мессенджере МАХ в условиях обеспечения технологического суверенитета России**

**Научный руководитель – Расторгуев Сергей Викторович**

*Коваленко Д.С.<sup>1</sup>, Сушкевич М.А.<sup>2</sup>*

1 - Финансовый университет, Факультет социальных наук и массовых коммуникаций, Москва, Россия, *E-mail: dmitriykov2002@gmail.com*; 2 - Финансовый университет, Факультет социальных наук и массовых коммуникаций, Москва, Россия, *E-mail: ssushkevich.m@yandex.ru*

Актуальность. На современном этапе развития цифровых технологий мессенджеры становятся одним из ключевых каналов передачи информации. По данным ВЦИОМ, абсолютное большинство россиян (85%) пользуется хотя бы одним мессенджером [12]. Однако стремительное развитие подобных, зачастую иностранных, платформ сопряжено с проблемами безопасности, что особенно важно в условиях обеспечения технологического суверенитета России. В этой связи было принято решение о создании отечественного мессенджера МАХ, который предполагает усиленное обеспечение безопасности коммуникаций и интеграцию с государственными сервисами. Несмотря на заявления о преимуществах использования нового сервиса, переход к нему сопровождается существенным негативом граждан в социальных медиа. Такие деструктивные оценки вступают в противоречие с оценкой, полученной в ходе классических опросных методик, которая свидетельствует об отсутствии существенных проблем с внедрением мессенджера [1]. Подобное несоответствие представляет проблему для популяризации сервиса, в особенности в контексте активного перехода на него федеральных и региональных госслужащих, а также представителей бюджетных организаций. Таким образом, исследование посвящено анализу наблюдаемого противоречия между продвижением мессенджера МАХ и репрезентацией этого процесса в российском сегменте социальных медиа.

Теоретический фундамент. Информационные потоки, по М.. Кастельсу, представляют собой запрограммированные, повторяющиеся взаимодействия между удаленными друг от друга участниками общественных процессов в рамках различных общественных структур [4]. Вопросы формирования цифрового доверия в обществе анализируются в трудах таких авторов, как Э. Роджерс [11], Т. Хагерстранд [10], Ф. Дэвис [9]. Российскими учеными тоже внесен вклад в изучение цифрового доверия, среди которых работы Ю. Веселова [1], Р. Нурмухаметова и Н. Торина [5], С. Чепелюка [8], О. Ерохиной и Д. Коваленко [3], выделяющих структуру цифрового доверия и модель его формирования и укрепления. Среди исследователей, занимающихся концептуализацией технологического суверенитета в условиях информационного противоборства, можно отметить С.В. Володенкова [2], Л.В. Сморгунова [6] и Л.В. Томина [7].

Методология и методы исследования. Исследование базируется на совокупности положений сетевого подхода и конструктивистского подхода в дискурсивно-психологической версии.

Методом исследования выступило когнитивное картирование. Для изучения отношения граждан к внедряемому национальному мессенджеру МАХ отобран перечень каналов и пабликов в Telegram, включающий основные тематические организации и новостные сообщества. В каждом сообществе были проанализированы релевантные посты, содержащие продвижение или дискредитацию мессенджера МАХ (600 постов по 300 постов продвигающего и дискредитирующего характера). Полученные результаты обработаны посредством использования программного пакета IBM SPSS Statistics V23.0.

Результаты и выводы. В ходе исследования было установлено, что на начало 2026 года в информационном пространстве преобладает деструктивный информационный поток о мессенджере МАХ, в то время как позитивный поток является слабым и представлен отдельными сообщениями (74% относятся критически, 26% поддерживают) Нейтральная же позиция не была зафиксирована, что свидетельствует о высокой степени поляризации информационного поля по указанной тематике.

Дискурсы противников внедрения мессенджера можно разделить на три сегмента:

- апеллирующие к техническим недоработкам новой платформы (“вирус под названием МАХ”, “троян под видом социальной сети”);
- апеллирующие к невозможности замены зарубежных мессенджеров отечественным аналогом (“блокировка Телеграма бесполезна, мах никогда не заменит его”)
- использующие политические мотивы (“мах чтобы следить за гражданами”).

Для повышения эффективности продвижения национального мессенджера МАХ необходимо работать как с конструктивным, так и деструктивным информационными потоками. И в первую очередь необходимо производить их мониторинг посредством специального ПО.

На текущий момент преобладающей стратегией продвижения отечественного мессенджера стала рациональная аргументация, а ее ключевыми формируемыми нарративами следующие акценты:

- Внедрение национального мессенджера необходимо для борьбы с мошенниками и поддержания безопасной коммуникации;
- Мессенджер, в отличие от зарубежных аналогов, хранит данные на территории РФ;
- Удобство использования мессенджера, так как в него интегрированы сервисы Госуслуг и иные значимые опции.

Полученные результаты говорят об актуализации вопроса обращения к отечественным разработкам в сфере коммуникаций, что во многом обусловлено необходимостью обеспечения технологической независимости России. Информационное пространство характеризуется преобладанием деструктивных сообщений о мессенджере МАХ, что негативно влияет на его репутацию. В этой связи авторы подчеркивают необходимость разработки комплексной стратегии информационного сопровождения мессенджера МАХ в социальных медиа.

### Источники и литература

- 1) Веселов Ю. Доверие в цифровом обществе. Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2020;(2):129–143
- 2) Володенков С.В. Феномен цифрового суверенитета современного государства в условиях глобальных технологических трансформаций: содержание и особенности. Журнал политических исследований. 2020. Т.4. №4. С. 3-11
- 3) Ерохина О. В., Коваленко Д. С. Модель формирования цифрового доверия в России. Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2023. №3. С. 21-26
- 4) Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. Пер. с англ. М.: ГУ ВШЭ; 2000. 609 с

- 5) Нурмухаметов Р. К., Торин С. С. Цифровое доверие (digital trust): сущность и меры по его повышению. Известия ТулГУ. Экономические и юридические науки. 2020;(1):32–38
- 6) Сморгун Л.В. Доказательная политика технологического суверенитета и ее дизайн. Южно-российский журнал социальных наук 2022. №3. С. 6-19
- 7) Томин Л.В. Дискуссии о технологическом суверенитете: анализ концептуальных различий и стратегий обоснования. Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС. 2023. Т.19. №1. С. 22-35
- 8) Чепелюк С. Г. Феномен «цифрового доверия» и его влияние на становление цифрового правительства в России. Вестник РУДН. Серия: Политология . 2022;(3):447–459
- 9) Davis F. D. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. MIS Quarterly. 1989;13(3):319–339
- 10) Hagerstrand T. Innovation Diffusion as a Spatial Process. Chicago: The University of Chicago Press; 1967. 334 p
- 11) Rogers E. Diffusion of Innovations. 5th ed. N.Y.: The Free Press; 2003
- 12) Национальный мессенджер: ожидания и перспективы / ВЦИОМ // [Электронный ресурс]. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/nacionalnyi-messenzher-ozhidaniya-i-perspektivy> (дата обращения: 28.02.2026)