

Секция «9.10 Государственная политика и управление: институциональное, ценностное и гуманитарное измерение в условиях глобальных трансформаций»

**Социальные медиа и управление общественным сознанием в условиях политического конфликта**

**Научный руководитель – Пушкарева Галина Викторовна**

*Стародубцев Алексей Сергеевич*

*Аспирант*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет государственного управления, Кафедра политического анализа, Москва, Россия

*E-mail: stardbtsv@gmail.com*

Политический конфликт всегда предполагает борьбу за интерпретацию событий, смыслов и границ групповой принадлежности. В таких условиях управление общественным сознанием становится ключевым измерением политического противостояния, а формирование образа врага – его основным инструментом. Через негативное обозначение «другого» стороны конфликта определяют «своих», задают моральные рамки поведения и формируют общее представление об угрозе. Образ врага выполняет несколько ключевых функций: упрощение сложной политической реальности, перевод в эмоционально понятные категории и выстраивание границ между группами. Именно поэтому в современных конфликтах образ врага становится центральным инструментом массовой коммуникации.

Социальные медиа усиливают эту логику. В условиях цифровизации они превращаются в самостоятельные медиаканалы, обладающие собственной логикой производства и распространения информации и выступающие важным инструментом воздействия на общественное сознание. Нерегламентированный характер, отсутствие строгих профессиональных стандартов и горизонтальная структура коммуникации делают платформы пространством, где конфликтная повестка распространяется и постоянно воспроизводится в эмоционально насыщенной форме. В отличие от традиционных СМИ, работающих в рамках институциональных ограничений, социальные медиа обеспечивают непрерывный поток интерпретаций, которые структурируют представления о политическом конфликте в общественном сознании и формируют устойчивые представления об «угрозе».

Ключевым инструментом конструирования образа врага становится язык вражды. В.В. Кажберова и соавт. определяют его как выражение дихотомии «мы - они» через нетолерантные высказывания, закрепляющие негативные характеристики противника [1, с. 29]. Исследование А.П. Чудинова и Н.А. Сегал на материале украинских Telegram-каналов демонстрирует, что демонизирующие метафоры формируют «фрейм уничтожения», переводя разовые эмоциональные реакции в устойчивые когнитивные структуры [2, с. 44]. Идеологизированные ярлыки, по А.С. Веретенникову, выполняют роль «лингвистического оружия» и задают морально-нормативную интерпретацию конфликта [3, с. 64].

Особую значимость приобретают практики дегуманизации. М.В. Никифорова показывает, что социальные медиа чаще всего представляют врага либо как разрушительную силу, либо как беспомощную массу, что дополнительно нормализует насилие [4, с. 127]. Исследования С.В. Колобовой и Л.Е. Малыгиной подтверждают, что архитектура Telegram способствует массовому распространению таких символических форм [5, с. 80].

Однако образ врага закрепляется не только через язык, но и через ритуальные практики вовлечения. Лайки, репосты и комментарии становятся символическими актами эмоциональной солидарности, создавая, по Р. Коллинзу, эффект «коллективной синхронизации»

(«collective effervescence») и усиливая внутригрупповую сплочённость [6]. Социальные медиа, таким образом, превращают образ врага в элемент цифровой повседневности через повторяющиеся действия участия.

На макроуровне закрепление враждебных образов усиливается алгоритмической логикой платформ. По М.М. Назарову, алгоритмы рекомендаций работают по принципу «look-alike», подбирая контент, который уже вызвал эмоциональный отклик пользователя [7, с. 118]. В итоге агрессивные материалы получают диспропорционально высокий охват, формируются «информационные пузыри», а альтернативные точки зрения вытесняются на периферию медиапотребления.

В совокупности эти процессы формируют ритуально-алгоритмическую модель закрепления образа врага. На первом этапе медиаканалы производят конфликтный контент, насыщенный языком вражды. На втором этапе аудитория воспроизводит этот контент через лайки, репосты и комментарии. На третьем этапе алгоритмы платформ усиливают именно тот контент, который генерирует наибольшую эмоциональную активность. Тем самым формируется самовоспроизводящийся цикл: эмоциональный импульс → коллективное вовлечение → алгоритмическое масштабирование → закрепление когнитивной рамки.

На уровне индивидуального сознания указанный процесс выражается в формировании целостной политической картины мира – когнитивного образования, которое, по Г.В. Пушкарёвой, складывается из индивидуальных представлений о политике и воспринимается субъектом как «данность», на которую он ориентируется при интерпретации событий и выборе моделей поведения [8, с. 394]. На финальном этапе образ врага становится элементом коллективной идентичности и ключевым механизмом управления содержанием общественного сознания в условиях политического конфликта.

### Источники и литература

- 1) Кажберова В. В., Чхартишвили А. Г., Губанов Д. А., Козицин И. В., Белявский Е. В., Федянин Д. Н., Черкасов С. Н., Мешков Д. О. Агрессия в общении медиапользователей: анализ особенностей поведения и взаимного влияния // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2023. № 3. С. 26–55. <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.3.2023.2656>.
- 2) Чудинов А. П., Сегал Н. А. Метафорический образ России в украинских каналах Telegram 2022–2024 гг. // Политическая лингвистика. 2024. № 3 (105). С. 42–48.
- 3) Веретенников А. С. Лексические средства создания образа врага на материале современных СМИ // Вестник Российского нового университета. Сер.: Человек в современном мире. 2023. № 1. С. 61–67. <https://doi.org/10.18137/RNU.V925X.23.01.P061>.
- 4) Никифорова М. В. Метафорические образы Вооружённых сил России в украинских Telegram-каналах (на материале публикаций за период с февраля 2022 по февраль 2023 года) // Политическая лингвистика. 2024. № 6 (108). С. 119–128.
- 5) Колобова С. В., Малыгина Л. Е. Инвективы как средство создания образа врага в информационной войне (на материалах телеграм-каналов военных корреспондентов) // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. 2024. № 3. С. 79–84. <https://doi.org/10.12737/2587-9103-2024-13-3-79-84>.
- 6) Collins R. Interaction rituals and the new electronic media [Электронный ресурс]. URL: <https://sociological-eye.blogspot.com/2011/01/interaction-rituals-and-new-electronic.html> (дата обращения: 04.02.2026).

- 7) Назаров М. М. Платформы и алгоритмизация в медиа: содержание и социальные следствия // Коммуникология. 2020. № 2. С. 108–124. <https://doi.org/10.21453/2311-3065-2020-8-2-108-124>.
- 8) Пушкарева Г. В. Идеи и ценности в политической картине современного человека // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС. 2018. Т. 14, № 3. С. 392–409. <https://doi.org/10.21638/11701/spbu23.2018.305>.