

2. Сёмина Л. И. Опыт Республики Корея по борьбе с эпидемией COVID-19: первые итоги. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/opyt-respubliki-koreya-po-borbe-s-epidemiey-covid-19-pervye-itogi> (дата обращения: 23.04.2023).

3. Мирзаян Г. В. политические жертвы коронавируса: влияние эпидемии на шансы трампа выиграть президентские выборы в США. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/politicheskie-zhertvy-koronavirusa-vliyanie-epidemii-na-shansy-trampa-vyigrat-prezidentskie-vybory-v-ssha> (дата обращения 23.04.2023).

4. Страновой обзор: Опыт США в борьбе с COVID-19. Материал подготовлен Департаментом международного и регионального сотрудничества СП РФ. – 2020. – С. 3-30.

БОТЫ КАК ЭЛЕМЕНТ ПАРТИЙНО-ПОЛИТИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЙ НА ПРИМЕРЕ СООБЩЕСТВА ПАРТИИ «НОВЫЕ ЛЮДИ» В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ» В 2020-2021 ГГ.

Голоскоков В. А.

wsewolod1998@mail.ru

**Институт философии и права Уральского отделения Российской академии наук,
Екатеринбург**

Аннотация. В статье рассматривается применение политическими партиями ботов в социальных сетях в качестве элемента партийно-политических коммуникаций. На основе текстов, опубликованных ботами в официальном сообществе партии «Новые люди» в социальной сети «ВКонтакте» во время предвыборных кампаний 2020 и 2021 годов, выявлены основные особенности и тактики речевого поведения ботов, а также их роль в партийно-политической коммуникации. Оставляя комментарии, связанные с деятельностью партии «Новые люди», боты становятся ретрансляторами, что позволяет им поддерживать и распространять основные нарративы политической партии, значительно повышая ее узнаваемость. Боты также посвящают адресатов своих сообщений в отдельные аспекты деятельности партии, что позволяет увеличить их вовлеченность в политические процессы.

Ключевые слова: партийно-политические коммуникации, политическая партия, Новые люди, бот, адресат-ретранслятор, ВКонтакте

Abstract: The article discusses the use of bots by political parties in social networks as an element of party-political communications. Based on the texts published by bots in the official community of the New People party on the VKontakte social network during the election campaigns of 2020 and 2021, the main features and tactics of the speech behavior of bots and their role in party political communication are revealed. By leaving comments related to the activities of the New

People party, bots become repeaters, which allows them to support and disseminate the main narratives of a political party, significantly increasing its recognition. Bots also dedicate the addressees of their messages to certain aspects of the party's activities, which allows them to increase their involvement in political processes.

Keywords: party-political communications, political party, New people, bot, addressee-relay, VKontakte.

За последнее десятилетие социальные сети стали важным инструментом российских партийно-политических коммуникаций. Присутствие в социальных сетях позволяет политическим партиям коммуницировать с избирателями напрямую, получая от них обратную связь и расширяя тем самым электоральную поддержку. Как отмечают исследователи ВЦИОМ, благодаря резкому увеличению своего присутствия в социальных сетях начиная с 2020 года, партия «Новые люди» добилась увеличения своей узнаваемости к выборам в Государственную думу 2021 года, что и позволило ей преодолеть 5% барьер и стать пятой партией, присоединившейся к устоявшейся еще с 2003 года четырехпартийной системе [1].

По данным портала Mediascope, на момент 2020 года одним из популярных медиаресурсов на территории России была социальная сеть «ВКонтакте», которую ежедневно посещало около 50% аудитории русскоязычного интернета, а за месяц – 78%. Если в мае 2020 года ресурс «ВКонтакте» ежедневно посещали 24 млн. человек, то уже к марту 2023 года ежедневная аудитория «ВКонтакте» составила 53,3 млн человек [2].

Одним из инструментов партийно-политической коммуникации в социальных сетях стало использование интернет-ботов. Как отмечает в своей работе Д.С. Мартьянов, понятие «бот» (от англ. «bot» — сокращенно от «robot»), изначально обозначающее автономное программное обеспечение, используемое для имитации дискуссии в чатах посредством использования искусственного интеллекта, постепенно стало обозначать работника сферы политического пиара в Интернет-пространстве [3. С.75].

А. В. Потапова обозначает такие признаки бота, как «минимально заполненный профиль, активность только с компьютера, малое количество записей и фотографий на стене, незначительное количество друзей, огромное количество несвязных групп и пабликов и т. д.» [4, С. 108]. Кроме внешних, визуальных признаков, боты имеют и другие характерные особенности, способствующие их выявлению, в том числе, поведенческие. Это может быть как высокие скорость и частота оставления комментариев в совокупности с отсутствием создания собственных публикаций и обновления информации аккаунта, так и внимание к текстам комментариев со стороны других ботов, наличие пиков активности, определяющихся.

В качестве объекта исследования нами рассматриваются боты в социальной сети «ВКонтакте», распространяющие тексты комментариев, связанные с деятельностью политической партии «Новые люди» в период 2020-2021 годов, предмет исследования представлен особенностями речевого поведения ботов.

Боты в социальной сети «ВКонтакте» могут быть представлены как недавно зарегистрированными аккаунтами, так и взломанными давно существующими учетными записями. Политическими партиями может быть создана целая группа подобных ботов, однако большинство таких аккаунтов своевременно выявляется и блокируется социальной сетью, что впоследствии облегчает их выявление.

Создавая и распространяя медиатексты в социальной сети, боты участвуют в политической коммуникации. Ряд исследователей, в том числе, В. В. Василькова, Н. И. Легостаева, определяют ботов в качестве коммуникационного инструмента, используемого для ведения «мягких информационных войн», пропаганды проправительственной точки зрения, астротурфинга, изменения общественного мнения путем конструирования агентов влияния, делигитимации властных структур, формирования повестки дня и ведения политических дискуссий [5].

Однако понимание бота в качестве простого инструмента или канала, опосредующего коммуникацию между партиями и их целевой аудиторией, значительно упрощает его понимание. Переход партий от ботов-алгоритмов к работникам сферы политического пиара не только позволяет избежать однотипности, примитивности и «наигранности» в создаваемых текстах, но и превращает ботов в одного из акторов политической коммуникации.

В своих трудах Г. Г. Почепцов предложил учитывать в коммуникативном акте не только «собственно адресата», которому предназначено то или иное сообщение адресанта, но и «адресата-ретранслятора», который должен передать информацию действительному адресату [6. С.11]. Боты партии «Новые люди» также играют роль ретранслятора, донося до избирателей предвыборную программу партии, освещая отдельные аспекты ее деятельности и вовлекая тем самым адресатов своих сообщений как в событийную наполненность жизнедеятельности партии, так и в избирательные процессы в целом.

Так, содержание текстов комментариев, оставляемых накануне выборов 2020 года ботами, отвечает на важные вопросы про партию и соответствует содержанию ее агитационных материалов. Некоторые тексты практически дословно повторяют предвыборные слоганы партии: *«Пора всё менять! Нужны Новые люди!»*, *«Мне нравится эта партия тем, что они энергичные, умные, смелые»*, *«Новые люди на деле доказывают, что партия готова работать на благо страны!»*. Подобные тексты публикуются ботами и в период предвыборной кампании 2021 года: *«Все думали, что есть зло и добро, это власть и*

оппозиция, но Новые люди - это нечто иное», «Здорово, что хоть кто-то учитывает мнение простых людей», «Новые Люди - это то новое время, которого мы так ждали».

В период с 18 по 20 июня 2020 года боты активно оставляют комментарии, содержащие вопрос-подводку о том, в каких регионах представлена партия «Новые люди»: *«Подскажите, а в какие регионы и города будут выдвинуты ваши кандидаты?»*, *«Подскажите, а нет отделения в Архангельске?»*. В ответ на данные вопросы официальной страницей партии «Новые люди» немедленно даются ответы, в том числе, отсылающие на агитационный видеоролик, опубликованный в котором партия объясняет избирателям, в каких регионах она открыла свои отделения и где планирует принять участие в выборах.

Помимо этого, боты партии «Новые люди» активно реагируют на другой проблемный вопрос, освещаемый в агитационных материалах как 2020, так и 2021 года – возможность создания «Новых людей» в качестве «партии-спойлера» и «проекта Администрации президента». При этом ботами зачастую используется речевая тактика агрессии.

Так, на вопрос пользователя о том, является ли партия «прокремлевским проектом», бот дает ответ *«Разгавкались тролли, 15 рублей получают и пишут всякую чушь»*. В ответ на критику еще одним пользователем программы партии «Новые люди», назвавшим партию «партией клоунов», бот обвиняет пользователя в том, что его комментарий является проплаченным: *«Вот объясни, в чем смысл твоего бото-комментария? Клоун»*. А на заявление комментатора о том, что лидер партии «Новые люди» Алексей Нечаев, предлагая реформу полиции, *«рассуждает о вещах, о которых ничего не понимает»*, другим ботом дается ответ *«иди нафиг, кремлебот»*.

Таким образом, ботами часто используется в том числе и превентивное обвинение критикующих в том, что их критические замечания являются проплаченными [7]. Тема проплаченности активно поднимается ботами при освещении действий, направленных против партии, например, кражи агитационных плакатов: *«Ну пацанчики за 500 рублей все подряд снимают и сами снимаются за те же деньги»*, *«Чиновники из ЕдРа заслали какого то ручного пса, тот за 500 рублей сдернул баннер и кайфует»*.

Упомянув парламентские партии, боты обращаются к оппозиции «старое-новое», активно используемой партией «Новые люди» в ее предвыборной агитации. При этом боты ретранслируют нарративы партии «Новые люди» в отношении парламентских фракций. В то время как партия в своем агитационном ролике 2020 года называет «Единую Россию» партией чиновников, а КПРФ – показной оппозицией, боты доносят данную мысль до адресатов другим более простыми словами. В своих текстах боты подчеркивают, как сильно чиновники из старых партий держатся за свои «теплые насиженные места», ставя палки в колеса новой перспективной партии: *«Ну вот вам и коммунисты. Заодно с едрищем, так еще и за места*

крепко держатся», «Чиновники из ЕдРа заинтересованы, чтобы в думе сидели нагретые люди и будут препятствовать агитке», «Ожидаемо, что Едровцы на местах будут крепко держаться за свои места».

Боты поддерживают проекты партии, ретранслируя информацию о них и привлекая к ним внимание посетителей сообщества партии «Новые люди». Так, под постами с сообщением о выходе нового выпуска реалити-шоу «ДебатыКандидаты» 31 мая 2021 года, боты активно выражают свою заинтересованность данным событием, мотивируя адресатов рекомендуя ознакомиться с ним детальнее. привлекая к нему внимание посетителей сообщества: *«Есть у меня подозрения, что Алексеев, со своими 1,2 млн подписчиками выиграет», «А я уже проголосовала», «Я тоже первым делом после последней серии проголосовала. Болею за Виталия», «Вы прям крутое шоу сделали! Я за выходные все серии посмотрела. И плакала и смеялась, СПАСИБО!».*

При этом боты могут как единогласно поддерживать позицию партии по поводу тех или иных проблем, так и возражать ей, споря при этом друг с другом. Благодаря подобному речевому поведению ботов, в их спор могут быть вовлечены и другие участники, заинтересовавшиеся дискуссией о предвыборной программе партии «Новые люди» и предлагаемых ею инициативах.

Так, на призыв партии снять коронавирусные ограничения со сферы культуры, следует ответ бота: *«Как по мне, деятели культуры тоже имеют право на существование, ведь без них наша жизнь была бы более унылой. А получается так, что их может стать меньше, ведь они остались без денег».* Через некоторое время другой бот возражает первому, не критикуя при этом основные положения предвыборной программы партии – защиту интересов предпринимателей: *«Да чем мы сможем им помочь? Артистов и певцов полно, а смысла от них нету. Лучше бизнес продолжайте поддерживать».*

Выражая свою поддержку партийным инициативам, посвященным определенным слоям населения, боты оставляют комментарии от имени тех, на кого направлены те или иные проекты «Новых людей». При этом боты оставляют подробные правдоподобные истории о том, как живется людям тех или иных социальных групп, что позволяет им становиться не столько простыми ретрансляторами, сколько лидерами мнения, вызывая сочувствие и одобрение партийных инициатив со стороны простых адресатов.

Например, комментируя инициативы партии, направленные на поддержку предпринимателей, бот сетует на отсутствие поддержки со стороны государства: *«Я вот, честно говоря, вообще не поняла, зачем платила налоги со своего небольшого дела. У меня небольшая кофейня, которую я сейчас закрываю. До этого спокойно работала, в сезон окупалась на год, а теперь, когда в начале года я вбухала кучу денег в модернизацию и ремонт*

- все ушло в небытие». Под постом, посвященному инициативе партии «Новые люди» о включении основ предпринимательства и базовой финансовой грамотности в школьную программу, боты оставляют комментарии от лица заинтересованных лиц – школьников и студентов: «Если бы нас на деле учили финансовой осведомленности, эх, а то самим по итогу оказываться перед уплатой налогов в зрелом возрасте, распределять бюджет», «Я бы с радостью тоже научилась предпринимательству».

Таким образом, боты, представленные не программным алгоритмом, а людьми, работающими в сфере политического пиара, начинают играть особую роль в процессе партийно-политической коммуникации в медиaprостранстве. Создавая и распространяя тексты, посвященные программно-идеологической и событийной наполненности политической партии «Новые люди», боты являются не просто инструментом коммуникации, а одним из ее участников. Благодаря эксплуатации ботов в качестве ретрансляторов и «лидеров мнений», политические партии получают возможность более активно распространять свои основные нарративы, значительно повышая свою узнаваемость. Боты также позволяют политическим партиям отвечать на критику в их адрес в более резкой форме, не ограничиваясь рамками официально-делового стиля речи. Все это позволяет говорить о важности ботов как элемента партийно-политической коммуникации и об их определенном воздействии на формирование современного политического пространства в сети Интернет.

Литература

1. Партия "Новые люди" на выборах-2021// ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/presentation/prezentacii/partija-novye-ljudi-na-vyborakh-2021> (дата обращения: 08.04.2023)
2. Web-index Mediascope. Аудитория интернета в России. URL: https://mediascope.net/upload/iblock/fd8/RIF_mediapotreblenie.pdf.
3. Мартьянов Д. С. Политический бот как профессия // ПОЛИТЭКС. 2016. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/politicheskiy-bot-kak-professiya> (дата обращения: 10.05.2023).
4. Потапова А. В. Социоботы, как современная угроза: проблема выявления и распознавания // Вестник магистратуры. 2014. №12-1 (39). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsio-boty-kak-sovremennaya-ugroza-problema-vyyavleniya-i-raspoznavaniya> (дата обращения: 08.04.2023).
5. Василькова В. В., Легостаева Н.И. Социальные боты в политической коммуникации // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2019. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-boty-v-politicheskoy-kommunikatsii> (дата обращения: 04.05.2023).

6. Почепцов Г. Г. О коммуникативной типологии адресата // Речевые акты в лингвистике и методике: Сб. науч.тр. Пятигорск: Изд-во ПГПИИЯ. – 1986. – С. 11.

7. Лыфенко Н. Д. Виртуальные пользователи в социальных сетях: мифы и реальность // Вопросы кибербезопасности. 2014. №5 (8). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/virtualnye-polzovateli-v-sotsialnyh-setyah-mify-i-realnost> (дата обращения: 04.05.2023).

ФОРМИРОВАНИЕ ПОЛИТИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ У МОЛОДЕЖИ, КАК ФАКТОР УКРЕПЛЕНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СТРАНЫ

Денисов В. В.

denisovvictor1996@mail.ru

Кемеровский государственный университет

Аннотация: В статье рассматриваются методы влияния на политическое сознание граждан в условиях глобализации со стороны противоборствующих государств в борьбе за главенствующую роль. Основными причинами постоянных внешнеполитических баталий является стремление к максимальному контролю и обретение политического могущества, позволяющего жить за счет других. Учитывая, что процессы глобализации во многом положительно влияли на развитие сферы общественных отношений и, так или иначе, касаются всех представителей социума их используют для форматирования сознания, а все новое в основном больше перенимают молодые поколения. Это обстоятельство определяет негативные стороны процессов глобализации, ввиду значения молодежи во внутривнутриполитической жизни общества, формировании и укреплении основ государственности.

Ключевые слова: Глобализация, политическое сознание, гибридные войны, социально-культурные ценности, патриотизм.

Abstract: The article discusses methods of influence on the political consciousness of citizens in the context of globalization by opposing states in the struggle for a dominant role. The main reasons for the constant foreign policy battles are the desire for maximum control and the acquisition of political power, allowing you to live at the expense of others. Considering that the processes of globalization have largely positively influenced the development of the sphere of public relations and, one way or another, concern all representatives of society, they are used to format consciousness, and everything new is mostly adopted by the younger generations. This circumstance determines the negative aspects of globalization processes, in view of the importance of youth in the internal political life of society, the formation and strengthening of the foundations of statehood.