

Роль социальных медиа в политической пропаганде: особенности и влияние российской пропаганды

.. люди уже тратят около 8 часов в день на цифровые медиа – вдвое больше, чем на традиционные

.. Facebook остается одной из самых массовых платформ для новостей (ею пользуется около 28% людей в ряде стран для получения новостей)

Социальные сети стали ключевым каналом распространения политической пропаганды, во многом оттеснив традиционные СМИ. Около двух третей населения мира пользуются соцсетями (1*), причем более половины взрослых, например в США, регулярно получают через них новости (2*). Алгоритмы платформ (Facebook, Twitter/X, TikTok, Telegram и др.) способствуют вирусному распространению контента – исследования показывают, что ложные новости распространяются в сетях быстрее, чем правдивые (3*). Такие механизмы, как ленты рекомендаций и группы по интересам, создают «эхо-камеры», в которых пользователи видят преимущественно информацию, подтверждающую их взгляды (4*). В этих условиях социальные сети стали мощнейшим инструментом влияния на общественное мнение, что активно используется в том числе для государственной пропаганды. Особое внимание в исследовании уделено российской пропаганде – её методам (бот-сети, “фабрики троллей”, таргетированная реклама, Telegram-каналы), конкретным кейсам влияния в разных регионах (мир, Европа, США) и мерам противодействия. *Выводы однозначны: сегодня соцсети превратились в наиболее мощное средство воздействия на умы, способствуя как распространению информации, так и дезинформации.*

Влияние соцсетей на политическую пропаганду: общий анализ

Рост влияния соцплатформ. Социальные медиа коренным образом изменили способы доступа людей к новостям и политическому контенту (5*). В последние годы аудитория массово мигрирует из традиционных источников (телевидение, печать) в онлайн-среду. В среднем по миру лишь 22% людей предпочитают начинать знакомство с новостями с сайтов или приложений новостных медиа – этот показатель существенно снизился за последние годы (6*). Для сравнения, подавляющее большинство пользуется так называемыми «боковыми дверями» – соцсетями, поисковиками и новостными агрегаторами – чтобы узнавать новости (7*). В США люди уже тратят около 8 часов в день на цифровые медиа – вдвое больше, чем на традиционные (8*), и 54% взрослых заявляют, что хотя бы иногда получают новости через соцсети (9*). Глобальная статистика также впечатляет: примерно 64% населения мира активно пользуется социальными сетями, проводя там в среднем по 2 часа 19 минут в день (10*). Особенно заметен сдвиг у молодежи: например, китайский видеосервис TikTok охватывает 44% людей в возрасте 18–24 лет, и около 20% молодых используют его в качестве источника новостей (11*). Таким образом, социальные сети стали важнейшим пространством информирования, конкурируя с телевидением и прессой за внимание аудитории.

Основные платформы и их особенности. Каждая крупная соцсеть играет свою роль в распространении политического контента. **Facebook** остается одной из самых массовых платформ для новостей (ею пользуется около 28% людей в ряде стран для получения новостей) (12*), однако ее влияние снижается, а сама компания смещает фокус от новостей к личному контенту (13*). **Twitter (X)** традиционно служил площадкой для политических обсуждений, оперативных новостей и официальных заявлений; там активно действовали как реальные лидеры общественного мнения, так и боты. **YouTube** и другие видеоплатформы (например, **Instagram** с функцией видео, **TikTok**) позволяют быстро распространять эмоционально насыщенный контент, ориентированный на визуальное восприятие – что хорошо работает для пропаганды. **TikTok** в особенности набирает влияние среди молодежи, где новости подаются через короткие видео и от лица популярных блогеров и инфлюенсеров, которым молодые люди зачастую доверяют больше, чем традиционным журналистам (14*). **Telegram** – мессенджер, который стал в том числе социальной сетью – играет особую роль: он предоставляет полу-публичные каналы распространения информации. Telegram получил большую популярность в России и соседних странах, особенно после того, как западные соцсети были ограничены; он превратился в одну из главных площадок для трансляции взглядов Кремля на войну и политику (15*). В целом, социальные платформы отличаются форматами и аудиториями, но все они дают возможность быстро донести политические сообщения до миллионов людей, минуя редакционный контроль, присущий традиционным СМИ.

Механизмы распространения политического контента. В соцсетях новости и пропагандистские заявления распространяются по сетевому принципу – через репосты, лайки, рекомендации алгоритмов. *Вирусный эффект* позволяет скандальным или эмоциональным сообщениям очень быстро охватывать широкую аудиторию. Исследования показывают, что ложная или сенсационная информация распространяется в социальных сетях **быстрее и шире, чем проверенные сведения** (16*). Автоматизированные алгоритмы (новостные ленты) усиливают этот эффект: они подсовывают пользователям контент, схожий с тем, что уже вызвало их интерес, тем самым удваивая экспозицию к определенной точке зрения (17*). Возникает «эхо-камера»: пользователи объединяются в группы по интересам, где доминирует однородный взгляд на события, постоянно подкрепляемый единомышленниками (18*). Например, сторонники той или иной теории заговора через группы и взаимные подписки практически изолируются от альтернативной информации. Кроме того, **микротаргетирование** – еще один механизм: платформа вроде Facebook позволяет показывать политическую рекламу строго определенным сегментам аудитории (по географии, интересам, возрасту), что активно используется пропагандистами для точечного воздействия. Таким образом, сочетание человеческих факторов (склонность верить знакомому нарративу) и технических возможностей соцсетей (алгоритмы рекомендаций, рекламный таргетинг) создает беспрецедентные условия для масштабного распространения политической информации – как достоверной, так и ложной.

Российская пропаганда в социальных сетях

Российская Федерация одной из первых начала системно использовать социальные сети для ведения информационных кампаний и дезинформации за рубежом (19*). Кремль рассматривает соцсети как эффективное оружие «гибридной войны» для продвижения своих геополитических интересов, влияния на выборы и раскола общественного мнения в других странах (20*). Ниже рассмотрены ключевые методы распространения пророссийской пропаганды через соцмедиа, конкретные примеры таких кампаний в мире, Европе и США, а также реакция властей и платформ на эту угрозу.

Методы и глобальный охват российской пропаганды

Сети ботов и “фабрики троллей”. Одним из основных инструментов являются фальшивые аккаунты – боты и тролли – которые массово наполняют соцсети пророссийскими сообщениями. Например, известная “фабрика троллей” в Санкт-Петербурге (Агентство интернет-исследований) координировала тысячи фейковых аккаунтов, выдававших себя за обычных граждан в США и Европе, чтобы влиять на общественные дискуссии (21*). Такие аккаунты создают иллюзию широкого общественного резонанса: они комментируют, «лайкают» нужный контент, запускают хештеги. В последние годы возможности таких сетей только расширились за счет технологий: в 2023 году обнаружено, что пророссийская бот-сеть использовала генеративный ИИ для создания фальшивых личностей (получены 968 поддельных аккаунтов), выдающих себя за жителей Запада и распространяющих кремлевские нарративы (22*)(23*). Эту сеть, по данным Минюста США, курировала российская спецслужба ФСБ совместно с медиа RT, нацеливая дезинформацию на аудиторию в США и других странах (24*). Масштаб вовлечения автоматизированных аккаунтов огромен: их присутствие фиксируется практически на всех платформах, от Twitter/X до Facebook. Скоординированные группы ботов могут разгонять выбранные темы в тренды, атакуя оппонентов и сея раздор в комментариях. По сути, “армии троллей” действуют как усилители – они многократно дублируют и распространяют меседжи официальной российской пропаганды, маскируясь под голос «народа».

Таргетированная реклама и фальшивые медиа-сайты. Еще один метод – использование рекламных инструментов соцсетей для продвижения дезинформации. Известно, что в ходе кампаний влияния россияне покупали политическую рекламу в Facebook, нацеленную на разные группы населения (по интересам, расе, региону), чтобы посеять рознь по социальным и этническим линиям (как это было, например, во время выборов в США 2016 года) (25*). Несмотря на меры платформ, такие практики продолжают. В Европе в 2023 году вскрыта операция “Doppelgänger”, где пророссийская сеть через подставные фирмы закупала рекламные объявления в Facebook, продвигая прокремлевские нарративы перед выборами в ЕС (26*). Исследование показало, что эта кампания охватила в 5–10 раз больше людей, чем считалось ранее (27*). При этом обнаружено, что до 65% политической рекламы пророссийского толка показывалось в лентах пользователей без необходимых пометок об источнике, а компания Meta удалила меньше 5% таких объявлений (28*). Помимо официальной рекламы, Кремль создает сеть **фейковых новостных сайтов**, имитирующих западные медиа. В утекших документах московского “Агентства социального проектирования” (Social Design Agency) раскрыто, что россияне запускали десятки сайтов, копирующих стиль известных изданий Европы, и через них распространяли ложные материалы в разных языковых зонах (29*). Эти материалы затем раскручивались через соцсети – зачастую с помощью все тех же ботов и фейковых аккаунтов – для придания им видимости легитимности. Такой подход позволяет масштабировать дезинформацию, обходя фильтры платформ по борьбе с фейками: на первый взгляд ссылки ведут на “новости” известного медиа, хотя на самом деле это подделка.

Telegram-каналы и альтернативные платформы. После полномасштабного вторжения в Украину (2022) Россия сделала ставку на Telegram и некоторые другие менее модерируемые сети для пропаганды, особенно в глобальном масштабе (30*). Telegram, изначально популярный на постсоветском пространстве, стал *цифровым фронтом* информационной войны. В первые месяцы войны Кремль заблокировал или ограничил доступ к западным платформам внутри России, одновременно поощряя использование Telegram (31*). В

результате аудитория пророссийских Telegram-каналов резко выросла. Например, 15 крупнейших российских каналов в Telegram увеличили просмотры с ~16 миллиардов в 2021 году до 95,5 млрд в 2022-м, и до 109 млрд в 2023 году (32*) – экспоненциальный рост, совпавший с активной фазой войны. Эти каналы (включая официальные госмедиа вроде РИА Новости и блогеров типа Соловьева) фактически образуют своеобразный замкнутый контур: они постоянно цитируют и пересылают материалы друг друга, создавая эхо-камеру, где доминируют кремлевские версии событий (33*). Через Telegram российская пропаганда не только влияет на внутреннюю аудиторию, но и пытается достучаться до мировой – особенно до стран, где Telegram популярен и где меньше доверия к традиционным западным СМИ. Кроме Telegram, в 2022–2023 гг. Россия активизировалась на TikTok и локальных социальных сетях в регионах мира. Когда RT и Sputnik были заблокированы в Европе, российские информационные операции переориентировались на площадки, популярные в Азии, Африке и Латинской Америке (34*)(35*). Например, фиксировалось увеличение пророссийского контента на арабском и испанском языках в Twitter и Facebook, а также создание новых каналов в местных соцмедиа. Благодаря этому Кремль стремится сохранить и расширить свое влияние в глобальном Юге, где его медиа все еще свободно работают и аудитория может менее критично относиться к их посылам (36*). В итоге российская пропаганда сегодня охватывает мировую аудиторию через разноплановый набор каналов: от открытых (официальные страницы RT в соцсетях, государственные деятели в Twitter) до теневого (анонимные Telegram-каналы, сети ботов, подставные сайты).

Влияние на общественное мнение: кейсы в разных странах

В глобальном масштабе. Российская дезинформация нацелена не только на Запад, но и на другие регионы, часто эксплуатируя локальные проблемы. В Африке Россия стала одним из главных источников онлайн-пропаганды: по состоянию на 2022 год выявлено не менее 16 скоординированных российских кампаний влияния на африканском континенте (37*). Эти операции поддерживали лояльные Москве режимы, продвигали антизападные и антидемократические идеи, используя соцсети для охвата миллионов людей с минимальными затратами (38*). Например, в странах, где действует группировка “Вагнер”, обнаруживались сети связанных с ней аккаунтов, распространяющих пророссийские нарративы и восхваляющих местных прокремлевских лидеров (39*). Цель часто состоит не столько в убеждении в пророссийской позиции, сколько в посеве путаницы и сомнений – тактика, называемая «амбигусная война»: распространять столько противоречивых сведений, чтобы люди перестали верить чему-либо (40*). Это ведет к росту апатии и равному недоверия ко всем сторонам, что выгодно авторитарным силам. Похожая стратегия наблюдается и в Латинской Америке и на Ближнем Востоке, где прокремлевские каналы на местных языках раздувают антипатию к США и Европе, пытаясь склонить общественное мнение на сторону России по вопросам вроде войны в Украине (41*). Яркий пример глобального воздействия – утечка документов о кампании Social Design Agency (2024): выяснилось, что в рамках этой кремлевской операции создавались вирусные мемы и ролики, очерняющие руководство Украины и Запада (42*). Один из таких мемов, высмеивающий президента Зеленского, случайно ретвитнул даже владелец X Илон Маск, в результате чего он получил 86 тысяч репостов (43*) – фактически дезинформация, созданная в Москве, была разошлена по миру влиятельным западным предпринимателем. Этот случай подчеркнул, как эффективно ложный контент, запущенный через соцсети, может проникать в информационное пространство даже без прямого участия российских СМИ.

Европа. В странах Европы российская пропаганда стремится расколоть единство по отношению к санкциям и поддержке Украины, а также усилить позиции популистских,

пророссийских сил. За последние годы зафиксированы вмешательства в общественное мнение вокруг важных событий: от референдума по Brexit и каталонского кризиса до выборов во Франции, Германии, Италии. Так, российские боты в 2016 году активно продвигали в Twitter тему Brexit, пытались влиять на настроение избирателей в Великобритании. В 2017 году перед выборами во Франции была обнаружена утечка и фабрикация документов (“*Macron Leaks*”), частично продвигавшаяся через соцсети и связанная, как считалось, с пророссийскими хакерами. Самый свежий фронт – это, конечно, информационная война вокруг **вторжения в Украину (2022–2023)**. Кремль развернул масштабную кампанию дезинформации, чтобы подорвать поддержку Украины среди европейцев: распространялись фейки о беженцах, о «нацистах» в Киеве, о виновности НАТО в конфликте и т.д. Эти нарративы продвигались через множество каналов – от официальных аккаунтов посольств РФ в соцсетях до локальных Telegram-каналов в разных странах. В Германии и Франции в 2023 наблюдались попытки повлиять на настроения фермеров и рабочих, убеждая их, что санкции против России бьют по ним самим; например, поддельные посты в Facebook на французском призывали выступить против поддержки Украины, якобы во имя спасения местного сельского хозяйства (44*). Власти Франции заявили, что страна «погружена в волну пропаганды и дезинформации», и несколько недель подряд фиксировались **еженедельно** новые скоординированные кампании, нацеленные на французское общество (45*). В Германии осенью 2022 разоблачена операция “Doppelgänger”, пытавшаяся через фейковые сайты, соцсети и печатные листовки дискредитировать украинских беженцев и правительство Германии – за ней, по данным разведки, стояли структуры, аффилированные с российскими спецслужбами (46*). Кроме того, российская пропаганда активно поддерживает в европейском онлайн-пространстве крайние правые и популистские движения, которые близки ей по взглядам. По данным утечки 2024 года, упомянутая московская *Social Design Agency* ставила задачей через соцсети **увеличить поддержку ультраправых партий в странах ЕС (47*)**. Таким образом, в Европе соцсети стали ареной постоянного «инфовойны»: ложные сюжеты о войне, энергокризисе, вакцинации и др. циркулируют онлайн, подогревая недоверие к правительствам и СМИ.

США. В Соединенных Штатах вмешательство России через соцсети приобрело широкую огласку после президентских выборов 2016 года. Тогда расследования показали, что российское «Агентство интернет-исследований» создавало тысячи фейковых аккаунтов в Facebook, Twitter, Instagram, которые *охватили до 126 млн американцев* на одной только платформе Facebook, сея разногласия на расовой и политической почве (48*). Российские тролли выдавали себя то за чернокожих активистов, то за ультраправых патриотов, разжигая обе стороны социальных конфликтов. Целью было посеять недоверие к демократическим институтам и расколоть общество (49*). Хотя прямое влияние на результат выборов остается предметом дискуссий, **факт массовой дезинформации** был признан спецслужбами. В дальнейшем аналогичные тактики применялись и в ходе выборов 2018 и 2020 годов: выявлялись сети аккаунтов, связанные с Россией, которые пытались влиять на дискурс вокруг кандидатов, COVID-19, движения BLM и пр. Например, в 2020 году Facebook заблокировал несколько страниц, действовавших от имени подставного медиа *Peace Data*, за которыми стояли россияне, ранее работавшие на “фабрике троллей”. К 2022–2023 гг. российские операции стали еще изощреннее – упомянутая выше бот-сеть с ИИ-аватарами пыталась вмешиваться в американское информационное пространство, продвигая позиции Кремля по войне и внутренним разломам США (50*)(51*). Тематика охватывала от критики американской помощи Украине до подогревания недоверия к выборам и вакцинам. Однако, американское общество и власти стали более настороженными: в преддверии выборов 2024 года Министерство юстиции и ФБР совместно с партнерами из Европы провели операцию по выявлению и **отключению пророссийской бот-сети** – были изъяты домены и удалены сотни

аккаунтов, задействованных в этой кампании (52*)(53*). Этот шаг, по словам генпрокурора Меррика Гарленда, нарушил планы Кремля использовать соцсети для «*подрыва демократии и сея раздор*» в США и союзных странах (54*). Несмотря на противодействие, российская пропаганда продолжает искать пути влияния: перемещается на менее контролируемые платформы (например, на Gab, Parler, локальные форумы), маскируется под внутренние американские голоса. Таким образом, **США остаются одной из главных целей** кремлевской информационной войны через соцсети, хотя осведомленность о проблеме там высока и крупные платформы (Meta, Google, X) в сотрудничестве с властями стараются оперативно убирать выявленные иностранные кампании.

Подрыв доверия и дезинформация

Масштабное проникновение пропаганды в социальные сети имеет серьезные последствия для **информационной экосистемы**. Одно из них – **подрыв доверия к традиционным источникам информации**. Поток противоречивых сведений, фейков, теорий заговора, который сталкивается пользователь в соцсетях, вызывает «*инфошум*» и дезориентацию. В африканском контексте исследователи отмечают, что засилье ложных постов в соцмедиа оказало “разъедающий эффект на общественное доверие, критическое мышление и способность граждан честно участвовать в политике” (55*). Эта характеристика верна и для Европы с США: люди, сталкиваясь с множеством версий событий онлайн, начинают сомневаться в объективности **любых** источников – в том числе и качественной журналистики. Российская пропаганда умышленно стремится дискредитировать западные медиа, называя их «*предвзятыми*» или «*русофобскими*», тем самым внушая аудитории, что правды нет нигде. Соцсети позволяют пропагандистам быстро распространять обвинения в адрес традиционных СМИ и официальных лиц – нередко политики сами (например, пророссийски настроенные) через Twitter или Facebook атакуют независимую прессу, усиливая кризис доверия (56*). В результате доля людей, доверяющих новостям, находится на исторически низком уровне (в среднем лишь 40% в мире доверяют новостям вообще (57*)).

Социальные медиа также *усиливают поляризацию* общества. **Эхо-камеры и фильтры** приводят к тому, что группы граждан живут в своих информационных реальностях, все меньше соприкасаясь с общими фактами. Это благоприятная почва для дезинформации: когда сообщество уже предрасположено верить определенным нарративам, пропаганде проще “заходить” – фейки встречают меньше скепсиса. Так, пророссийские мифы (например, о невиновности России в кибератаках или о «глубоком государстве» в США) часто подхватывались теми американскими сегментами соцсетей, которые и так скептически относились к правительству. Аналогично, в Европе ультраправые группы в онлайн готовы верить сообщениям из сомнительных источников, если те соответствуют их взглядам – например, о неонацистах среди украинских защитников.

Всё это свидетельствует: **социальные сети усилили мощь дезинформационных кампаний**, позволив им действовать быстрее и тоньше, чем в эпоху традиционных медиа. Пропаганда в соцсетях может как убеждать, так и просто сеять сомнения – и последнее зачастую даже эффективнее. Сомневающийся, разобщённый народ легче поддается манипуляции или впадает в апатию, что на руку авторитарным силам (58*). Именно этого добиваются информационные операции: если невозможно убедить в “правде Кремля”, то задача – *запутать людей настолько, чтобы они ни чему не верили*. Такой цинизм и недоверие подтачивают демократические институты и **ослабляют общественный иммунитет** к любым влияниям.

Реакция властей и платформ

Мировое сообщество. Понимая угрозу, многие правительства и международные организации предпринимают шаги против распространения пропаганды в соцсетях. Создаются специальные центры по борьбе с дезинформацией – например, НАТО и ЕС учредили *центр стратегических коммуникаций* для мониторинга и разоблачения фейков. Проводятся просветительские кампании по повышению медиаграмотности граждан, чтобы те критичнее относились к контенту в интернете. В некоторых странах (например, странах Балтии, Украине) работают государственные программы по *выявлению и опровержению* наиболее опасных вбросов. На глобальном уровне техгиганты сотрудничают с правоохранителями: так, операцию против российского бот-синдиката в 2024 США проводили совместно с киберподразделениями Нидерландов и Канадой, а компания X (Twitter) добровольно заблокировала указанные фейковые аккаунты после получения информации от ФБР **(59*)**. Тем не менее, во многих регионах инфраструктура противодействия слаба – например, в Африке и Азии регулирование соцсетей минимально, поэтому российская пропаганда там чувствует себя вольно.

Европа. Европейский Союз после вмешательств 2016–2018 гг. существенно усилил борьбу с деструктивной дезинформацией. В 2022 году, вскоре после начала войны в Украине, *Евросоюз запретил вещание RT и Sputnik* на своих территориях (эти государственные СМИ РФ лишились лицензий во всех странах ЕС) **(60*)**. Также введены **санкции** против отдельных пропагандистов и агентов влияния. Еврокомиссия запустила *Кодекс практики по дезинформации* – соглашение с крупными интернет-компаниями (Meta, Google, Twitter и др.), предусматривающее добровольные меры: удаление фейковых аккаунтов, пометка государственного контента, поддержка независимых фактчекеров. С 2023 года вступил в силу новый закон ЕС – **Акт о цифровых услугах (DSA)**, обязывающий крупные соцсети оценивать риски распространения дезинформации и отчитываться о принятых мерах **(61*)**. Например, под действием DSA компания Meta должна маркировать политическую рекламу и быстро снимать нарушающий контент, иначе ей грозят штрафы. Национальные правительства тоже активны: во Франции принят закон против фейковых новостей в период выборов, в Германии – закон NetzDG, требующий от соцсетей оперативно удалять противоправный контент (в том числе разжигающую дезинформацию). Спецслужбы европейских стран пристальнее следят за деятельностью иностранных ботофабрик; в ряде случаев (как с “Doppelgänger”) была публично разоблачена причастность РФ, что позволило пресечь часть активности **(62*)**. Тем не менее, представители ЕС признают, что проблема сохраняется: кампании вроде упомянутой продолжают действовать полулегально, и «пропаганда захлестывает информационное пространство» быстрее, чем её успевают нейтрализовать **(63*)**.

США. В Соединенных Штатах сохранение баланса с правом на свободу слова усложняет прямое регулирование соцсетей. Конгресс обсуждает законы, но пока основная стратегия – **властное пресечение скрытых иностранных операций**. После 2016 года были возбуждены уголовные дела против десятков россиян, участвовавших в интернет-вмешательстве (в т.ч. против Евгения Пригожина, финансировавшего “фабрику троллей”). В 2022 Министерство юстиции создало спецподразделение по противодействию иностранному влиянию. В 2023 администрация ввела санкции против IT-структур, связанных с ГРУ и ФСБ за кибератаки и дезинформацию. Как отмечалось выше, летом 2024 удалось *вскрыть и нейтрализовать* крупную бот-сеть до того, как она нанесла ощутимый вред **(64*)(65*)**. Соцплатформы в США тоже предпринимают шаги: Facebook/Meta инвестировала в системы **искусственного интеллекта** для выявления фейков и закрыла сотни аккаунтов из России и других стран,

замешанных в скоординированных манипуляциях. Twitter (до смены руководства) удалял тысячи ботов еженедельно и вводил запрет на политическую рекламу. YouTube и TikTok помечают государственный контент (например, подписывают каналы RT как “государственное СМИ России”) и продвигают проверенные источники в поиске. Однако, часть экспертов критикуют платформы за недостаточность мер: как показал опыт, многие кампании выявляются уже *после* того, как они успели повлиять на дискурс. В целом, в США сформировалось понимание, что социальные сети стали ареной геополитического противоборства, и проблема российской (и китайской, и др.) пропаганды рассматривается как аспект национальной безопасности.

Заключение

Анализ показывает, что **социальные сети превратились в самый мощный инструмент воздействия на общественное мнение** в современном мире. Их глобальный охват, скорость распространения информации и возможность точечного таргетинга аудитории дали пропаганде нового качества. Если раньше государственная пропаганда ограничивалась контролем телевидения и прессы, то теперь, освоив Facebook, Twitter/X, YouTube, TikTok, Telegram и др., влиятельные игроки (такие как российские власти) способны напрямую коммуницировать с миллионами людей по всему миру, обходя традиционные фильтры правдивости.

Социальные сети **сместили баланс** в пользу потребителя – любой человек стал сам себе редактором новостной ленты. Однако этим воспользовались и недобросовестные акторы: используя ботов, фейковые аккаунты, скрытую рекламу, они массово внедряют выгодные им нарративы. Российская пропаганда – лишь наиболее яркий пример, показавший, как можно посеять раздор в чужом обществе, почти не прибегая к открытой агрессии, а действуя через клики и репосты. На аналогичные пути встают и другие государства и группы, увидевшие эффективность такого подхода **(66*)**.

Для демократических обществ это вызов: необходимо адаптироваться к новому информационному ландшафту, где *правда конкурирует с вымыслом на равных*. Усилия правительств, международных организаций и самих платформ уже приносят результаты в обнаружении и блокировке сетей дезинформации. Но борьба далеко не окончена – пропагандисты тоже осваивают новые технологии (включая ИИ) и ищут лазейки.

Вывод: Социальные медиа сегодня – это поле битвы за умы и сердца людей. Тот, кто умеет эффективно использовать алгоритмы и вирусный потенциал сетей, получает огромное влияние. Критически важно повышать устойчивость общества к информационным манипуляциям – через образование, прозрачность алгоритмов и международное сотрудничество – иначе риск остается высоким, что самые громкие голоса в соцсетях будут не носителями правды, а умелыми кукловодами общественного мнения.

Источники:

1. <https://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/new-global-social-media-research/#:~:text=Research%20by%20Global%20WebIndex%20that,this%20article%20shows%20that%20globally>
2. <https://www.pewresearch.org/journalism/fact-sheet/social-media-and-news-fact-sheet/#:~:text=Center%20www,with%20the%20last%20few%20years>

3. <https://www.pnas.org/doi/10.1073/pnas.2023301118#:~:text=information%20and%20how%20those%20decisions,a%20tendency%20to%20favor%20information>
4. <https://www.pnas.org/doi/10.1073/pnas.2023301118#:~:text=Online%20polarization%2C%20for%20instance%2C%20may,19%29%20and%20confirmation%20bias>
5. <https://www.pnas.org/doi/10.1073/pnas.2023301118#:~:text=Social%20media%20radically%20changed%20the,feed%20algorithms%20might%20limit%20our>
6. <https://mediaavataarme.com/news/print/19298/reuters-institute-digital-news-report-2023/#:~:text=Across%20markets%2C%20only%20around%20a,media%2C%20search%2C%20or%20mobile%20aggregators>
7. <https://mediaavataarme.com/news/print/19298/reuters-institute-digital-news-report-2023/#:~:text=Across%20markets%2C%20only%20around%20a,media%2C%20search%2C%20or%20mobile%20aggregators>
8. <https://www.statista.com/topics/1536/media-use/#:~:text=Media%20usage%20in%20the%20U,time%20invested%20in%20traditional%20formats>
9. <https://www.pewresearch.org/journalism/fact-sheet/social-media-and-news-fact-sheet/#:~:text=Center%20www,with%20the%20last%20few%20years>
10. <https://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/new-global-social-media-research/#:~:text=Research%20by%20Global%20WebIndex%20that,this%20article%20shows%20that%20globally>
11. <https://mediaavataarme.com/news/print/19298/reuters-institute-digital-news-report-2023/#:~:text=Facebook%20remains%20one%20of%20the,Pacific%2C%20Africa%2C%20and%20Latin%20America>
12. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023/dnr-executive-summary/#:~:text=Report%20reutersinstitute,but%20is>
13. <https://mediaavataarme.com/news/print/19298/reuters-institute-digital-news-report-2023/#:~:text=Facebook%20remains%20one%20of%20the,Pacific%2C%20Africa%2C%20and%20Latin%20America>
14. <https://mediaavataarme.com/news/print/19298/reuters-institute-digital-news-report-2023/#:~:text=youthfocused%20networks%20such%20as%20TikTok,Pacific%2C%20Africa%2C%20and%20Latin%20America>
15. <https://dfrlab.org/2024/06/10/another-battlefield-russian-telegram/#:~:text=,the%20war%20more%20than%20Telegram>
16. <https://www.pnas.org/doi/10.1073/pnas.2023301118#:~:text=information%20and%20how%20those%20decisions,a%20tendency%20to%20favor%20information>
17. <https://www.pnas.org/doi/10.1073/pnas.2023301118#:~:text=Online%20polarization%2C%20for%20instance%2C%20may,19%29%20and%20confirmation%20bias>
18. <https://www.pnas.org/doi/10.1073/pnas.2023301118#:~:text=Online%20polarization%2C%20for%20instance%2C%20may,19%29%20and%20confirmation%20bias>
19. <https://www.intelligence.senate.gov/press/senate-intel-committee-releases-bipartisan-report-russia%E2%80%99s-use-social-media#:~:text=%E2%80%99Russia%20is%20waging%20an%20information,and%20Iran%2C%20are%20following%20suit>

20. <https://www.intelligence.senate.gov/press/senate-intel-committee-releases-bipartisan-report-russia%E2%80%99s-use-social-media#:~:text=%E2%80%9CRussia%20is%20waging%20an%20information,and%20Iran%2C%20are%20following%20suit>
21. <https://www.intelligence.senate.gov/press/senate-intel-committee-releases-bipartisan-report-russia%E2%80%99s-use-social-media#:~:text=%E2%80%9CRussia%20is%20waging%20an%20information,and%20Iran%2C%20are%20following%20suit>
22. <https://www.justice.gov/archives/opa/pr/justice-department-leads-efforts-among-federal-international-and-private-sector-partners#:~:text=The%20Justice%20Department%20today%20announced,according%20to%20affidavits%20unsealed%20today>
23. <https://www.justice.gov/archives/opa/pr/justice-department-leads-efforts-among-federal-international-and-private-sector-partners#:~:text=%E2%80%9CWith%20these%20actions%2C%20the%20Justice,%E2%80%9D>
24. <https://www.justice.gov/archives/opa/pr/justice-department-leads-efforts-among-federal-international-and-private-sector-partners#:~:text=Russia%E2%80%99s%20State,the%20United%20States%20and%20Elsewhere>
25. <https://www.intelligence.senate.gov/press/senate-intel-committee-releases-bipartisan-report-russia%E2%80%99s-use-social-media#:~:text=%E2%80%9CRussia%20is%20waging%20an%20information,and%20Iran%2C%20are%20following%20suit>
26. <https://www.politico.eu/article/russia-influence-hackers-social-media-facebook-operation-thriving/#:~:text=A%20well,investigation%20shared%20exclusively%20with%20POLITICO>
27. <https://www.politico.eu/article/russia-influence-hackers-social-media-facebook-operation-thriving/#:~:text=New%20research%20by%20not,more%20people%20than%20previously%20thought>
28. <https://www.politico.eu/article/russia-influence-hackers-social-media-facebook-operation-thriving/#:~:text=The%20Russian%20influence%20network%20was,of%20these%20ads%2C%20it%20said>
29. <https://www.rferl.org/a/russia-ukraine-disinformation-propaganda-campaign/33123498.html#:~:text=The%20campaign%20included%20a%20diverse,scale%20invasion%20in%20February%202022>
30. <https://www.atlanticcouncil.org/in-depth-research-reports/report/undermining-ukraine-how-russia-widened-its-global-information-war-in-2023/#:~:text=Russian%20tactics%20in%202023>
31. <https://dfrlab.org/2024/06/10/another-battlefield-russian-telegram/#:~:text=,it%20for%20its%20own%20purposes>
32. <https://dfrlab.org/2024/06/10/another-battlefield-russian-telegram/#:~:text=continued%20into%20the%20spring%20of,perhaps%20due%20to%20war%20weariness>
33. <https://dfrlab.org/2024/06/10/another-battlefield-russian-telegram/#:~:text=,for%20reinforcing%20overall%20Kremlin%20narratives>
34. <https://www.atlanticcouncil.org/in-depth-research-reports/report/undermining-ukraine-how-russia-widened-its-global-information-war-in->

- [2023/#:~:text=Western%20sanctions%20applied%20in%20the,Africa%2C%20and%20the%20Middle%20East](#)
35. <https://www.atlanticcouncil.org/in-depth-research-reports/report/undermining-ukraine-how-russia-widened-its-global-information-war-in-2023/#:~:text=Russian%20tactics%20in%202023>
 36. <https://www.atlanticcouncil.org/in-depth-research-reports/report/undermining-ukraine-how-russia-widened-its-global-information-war-in-2023/#:~:text=In%20the%20second%20year%20of,information%20spheres%20with%20sympathetic%20countries>
 37. <https://africacenter.org/spotlight/mapping-disinformation-in-africa/#:~:text=Russia%20has%20been%20the%20leading,actors%2C%20precipitating%20disillusion%20and%20apathy>
 38. <https://africacenter.org/spotlight/mapping-disinformation-in-africa/#:~:text=,%E2%80%9D>
 39. <https://africacenter.org/spotlight/mapping-disinformation-in-africa/#:~:text=,%E2%80%9D>
 40. <https://africacenter.org/spotlight/mapping-disinformation-in-africa/#:~:text=disinformation%20in%20Africa%20are%20adapted,actors%2C%20precipitating%20disillusion%20and%20apathy>
 41. <https://www.atlanticcouncil.org/in-depth-research-reports/report/undermining-ukraine-how-russia-widened-its-global-information-war-in-2023/#:~:text=In%20the%20second%20year%20of,information%20spheres%20with%20sympathetic%20countries>
 42. <https://www.rferl.org/a/russia-ukraine-disinformation-propaganda-campaign/33123498.html#:~:text=The%20campaign%20included%20a%20diverse,scale%20invasion%20in%20February%202022>
 43. <https://www.rferl.org/a/russia-ukraine-disinformation-propaganda-campaign/33123498.html#:~:text=for%20Ukraine%20after%20Russia%27s%20full,invasion%20in%20February%202022>
 44. <https://www.politico.eu/article/russia-influence-hackers-social-media-facebook-operation-thriving/#:~:text=Ukraine%20chickens%20and%20farmers%27%20protests>
 45. <https://www.politico.eu/article/russia-influence-hackers-social-media-facebook-operation-thriving/#:~:text=France%20is%20,coordinated%20disinformation%20campaign%20affecting%20France>
 46. <https://www.politico.eu/article/russia-influence-hackers-social-media-facebook-operation-thriving/#:~:text=First%20exposed%20in%202022%20and,German%20authorities%20in%20recent%20months>
 47. <https://www.rferl.org/a/russia-ukraine-disinformation-propaganda-campaign/33123498.html#:~:text=A%20trove%20of%20leaked%20records,parties%20in%20the%20European%20Union>
 48. <https://www.intelligence.senate.gov/press/senate-intel-committee-releases-bipartisan-report-russia%E2%80%99s-use-social-media#:~:text=%E2%80%9CRussia%20is%20waging%20an%20information,and%20Iran%2C%20are%20following%20suit>
 49. <https://www.intelligence.senate.gov/press/senate-intel-committee-releases-bipartisan-report-russia%E2%80%99s-use-social-media#:~:text=%E2%80%9CRussia%20is%20waging%20an%20information,and%20Iran%2C%20are%20following%20suit>

50. <https://www.justice.gov/archives/opa/pr/justice-department-leads-efforts-among-federal-international-and-private-sector-partners#:~:text=The%20Justice%20Department%20today%20announced,according%20to%20affidavits%20unsealed%20today>
51. <https://www.justice.gov/archives/opa/pr/justice-department-leads-efforts-among-federal-international-and-private-sector-partners#:~:text=%E2%80%9CWith%20these%20actions%2C%20the%20Justice,%E2%80%9D>
52. <https://www.justice.gov/archives/opa/pr/justice-department-leads-efforts-among-federal-international-and-private-sector-partners#:~:text=The%20Justice%20Department%20today%20announced,according%20to%20affidavits%20unsealed%20today>
53. <https://www.justice.gov/archives/opa/pr/justice-department-leads-efforts-among-federal-international-and-private-sector-partners#:~:text=FBI%20and%20the%20Cyber%20National,%28formerly%2C%20T witter>
54. <https://www.justice.gov/archives/opa/pr/justice-department-leads-efforts-among-federal-international-and-private-sector-partners#:~:text=%E2%80%9CWith%20these%20actions%2C%20the%20Justice,%E2%80%9D>
55. <https://africacenter.org/spotlight/mapping-disinformation-in-africa/#:~:text=Disinformation%20is%20the%20intentional%20dissemination,lifeblood%20of%20a%20functioning%20democracy>
56. <https://mediaavataarme.com/news/print/19298/reuters-institute-digital-news-report-2023/#:~:text=In%20our%20extra%20analysis%20chapters,us%20of%20the%20different%20conditions>
57. <https://mediaavataarme.com/news/print/19298/reuters-institute-digital-news-report-2023/#:~:text=Trust%20in%20the%20news%20has,remains%20the%20country%20with%20the>
58. <https://africacenter.org/spotlight/mapping-disinformation-in-africa/#:~:text=disinformation%20in%20Africa%20are%20adapted,actors%2C%20precipitating%20disillusion%20and%20apathy>
59. <https://www.justice.gov/archives/opa/pr/justice-department-leads-efforts-among-federal-international-and-private-sector-partners#:~:text=FBI%20and%20the%20Cyber%20National,%28formerly%2C%20T witter>
60. <https://www.atlanticcouncil.org/in-depth-research-reports/report/undermining-ukraine-how-russia-widened-its-global-information-war-in-2023/#:~:text=Western%20sanctions%20applied%20in%20the,Africa%2C%20and%20the%20Middle%20East>
61. <https://www.politico.eu/article/russia-influence-hackers-social-media-facebook-operation-thriving/#:~:text=The%20dissemination%20of%20undeclared%20political,for%20very%20large%20online%20platforms>
62. <https://www.politico.eu/article/russia-influence-hackers-social-media-facebook-operation-thriving/#:~:text=First%20exposed%20in%202022%20and,German%20authorities%20in%20recent%20months>
63. <https://www.politico.eu/article/russia-influence-hackers-social-media-facebook-operation->

- [thriving/#:~:text=France%20is%20,coordinated%20disinformation%20campaign%20affecting%20France](#)
64. <https://www.justice.gov/archives/opa/pr/justice-department-leads-efforts-among-federal-international-and-private-sector-partners#:~:text=The%20Justice%20Department%20today%20announced,according%20to%20affidavits%20unsealed%20today>
65. <https://www.justice.gov/archives/opa/pr/justice-department-leads-efforts-among-federal-international-and-private-sector-partners#:~:text=%E2%80%9CWith%20these%20actions%2C%20the%20Justice,%E2%80%9D>
66. <https://www.intelligence.senate.gov/press/senate-intel-committee-releases-bipartisan-report-russia%E2%80%99s-use-social-media#:~:text=first%20to%20hone%20the%20modern,and%20Iran%2C%20are%20following%20suit>

Исследование подготовлено [Максимом Новичковым](#)