

*Буланов Артемий Николаевич Аспирант
Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского,
Россия, г. Калуга*

СОЦСЕТИ, МЕССЕНДЖЕРЫ И НОВОСТНЫЕ АГРЕГАТОРЫ КАК ИНСТРУМЕНТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ В КОНТЕКСТЕ ФЕНОМЕНА «МАЛЫЙ НАРОД»

Аннотация. Статья посвящена анализу роли цифровых коммуникационных платформ - социальных сетей, мессенджеров и новостных агрегаторов - в формировании общественного мнения через призму концепции «Малого народа», разработанной в трудах И. Р. Шафаревича, Л. Н. Гумилёва и О. Кошена. Исследование носит междисциплинарный характер и опирается на теоретические основания медиакоммуникаций, политологии, социологии и культурологии. В работе рассматриваются алгоритмические механизмы персонализации контента, феномен «информационного пузыря» (Э. Парайзер), роль ботов и фейковых новостей в манипулировании общественным сознанием. Особое внимание уделяется исследованиям С. В. Володенкова, Т. В. Епремян, И. Е. Биркун, К. А. Романова, А. И. Фомкина, А. Н. Писаревой, а также концептуальным построениям М. Кастельса и Э. Тоффлера. Установлено, что цифровые платформы создают структурные условия для деятельности групп с деструктивной идеологической ориентацией, соответствующей признакам «Малого народа». Сделан вывод о необходимости разработки системных мер противодействия манипулятивному использованию медиaprостранства.

Ключевые слова: социальные сети, мессенджеры, новостные агрегаторы, общественное мнение, «Малый народ», информационный пузырь, дезинформация, медиаманипуляция, цифровые коммуникации, алгоритмы рекомендаций, политическая мобилизация.

Цифровая трансформация медиaprостранства кардинально изменила механизмы формирования общественного мнения. Социальные сети, мессенджеры и новостные агрегаторы стали доминирующими каналами информационного обмена. По данным Statista, в 2024 году число пользователей социальных сетей в мире превысило 5,1 миллиарда человек. Это означает, что большинство людей получают информацию о политических событиях, социальных процессах и культурных явлениях именно через цифровые платформы.

Параллельно в академическом и публицистическом дискурсе усилилось внимание к концепции «Малого народа». Термин восходит к работам французского историка О. Кошена, который описал особый тип социальной группы, противопоставляющей себя «Большому народу» и стремящейся к радикальному переустройству общества. Л. Н. Гумилёв развил эту идею в

рамках пассионарной теории этногенеза, а И. Р. Шафаревич систематизировал её применительно к русской истории в своей работе «Русофобия» (1989).

Прямых исследований, посвящённых связи цифровых платформ с феноменом «Малого народа», в доступной научной литературе на данный момент очень мало. Однако существует значительный массив работ, затрагивающих отдельные аспекты этой проблемы. Настоящая статья представляет попытку синтезировать эти исследования и предложить интегративную аналитическую модель.

О. Кошен в работах начала XX века описал феномен «философских обществ» эпохи Французской революции. По его наблюдению, эти группы формировали замкнутое интеллектуальное пространство с собственными нормами, ценностями и языком. Они противопоставляли себя традиционному обществу и стремились к его радикальной трансформации. [6]

Л. Н. Гумилёв рассматривал подобные группы как носителей «химерного» мироощущения. В его концепции это люди, утратившие связь с этнической почвой и выработавшие деструктивное отношение к существующему порядку. Гумилёв подчёркивал: такие группы обладают высокой внутренней сплочённостью при внешней разобщённости с «Большим народом». [3]

И. Р. Шафаревич в «Русофобии» применил концепцию к советской и постсоветской интеллигенции. Он указывал на систематическое формирование негативного образа России и русской культуры в определённых интеллектуальных кругах. Работа вызвала острые дискуссии и неоднозначные оценки, однако её аналитический потенциал для изучения деструктивных идеологических движений остаётся значимым. [11]

Для целей настоящего исследования выделим ключевые признаки феномена:

Контрэлитарность: позиционирование себя как интеллектуального и морального авангарда, противостоящего «Большому народу»;

Деструктивная телеология: ориентация на разрушение существующих институтов как условие построения «правильного» общества;

Замкнутость дискурса: формирование специфического языка и системы смыслов, недоступных «непосвящённым»;

Высокая мобилизационная активность: способность к быстрой консолидации вокруг конкретных целей.

Эти признаки обнаруживают структурное сходство с характеристиками современных деструктивных онлайн-сообществ, что и определяет эвристическую ценность концепции для анализа цифровых медиа.

Хотелось бы начать с понятия «информационного пузыря» (filter bubble), которое ввел Эли Парайзер и описал в книге «Фильтр-пузырь: что Интернет скрывает от вас» (2011). В книге он показал, как алгоритмы рекомендаций крупных платформ - Facebook, Google, YouTube - систематически отбирают контент, соответствующий предыдущему поведению пользователя. Результат - постепенное сужение информационного горизонта.

Он доказал, что данный алгоритм не нейтрален. Он оптимизирует контент под одну переменную - вовлечённость (engagement). Контент, вызывающий реакцию пользователя, получает приоритет. Контент, не вызывающий реакции, исчезает из поля зрения.

Этому же он привёл показательный пример, обнаружив, что его лента Facebook перестала показывать публикации консервативно настроенных друзей - не потому, что те перестали публиковать, а потому что алгоритм зафиксировал: пользователь с ними не взаимодействует. Алгоритм сделал вывод и убрал неудобный контент. [7]

Результат — пользователь видит только то, с чем он уже согласен. Его убеждения не проверяются альтернативными точками зрения. Они подкрепляются. Снова и снова.

Парайзер назвал этот эффект «фильтр-пузырём» (filter bubble). Пузырь невидим для пользователя. Именно поэтому он опасен.

Так же он выделил три характеристики, принципиально отличающие алгоритмическую фильтрацию от традиционной медиасреды.

Первое — невидимость. Пользователь не знает, что контент отфильтрован. В отличие от редакционной политики газеты, которую можно идентифицировать и оспорить, алгоритм действует скрытно. Нет редактора, нет манифеста, нет декларируемой позиции. [7]

Второе — индивидуализация. Каждый пузырь уникален. Два человека, вводящие один и тот же запрос в Google, получают разные результаты. Это было экспериментально подтверждено самим Парайзером: он попросил нескольких знакомых ввести запрос «Египет» в период революции 2011 года. Результаты радикально различались в зависимости от истории поиска каждого пользователя. [7]

Третье — пассивность. Пользователь не выбирает пузырь сознательно. Он в него помещается алгоритмом. Это принципиально отличает filter bubble от сознательного выбора источника информации. [7]

Концепция Парайзера получила эмпирическое подтверждение в последующих исследованиях. В 2015 году исследователи Facebook опубликовали в журнале Science статью, в которой проанализировали поведение 10,1 млн пользователей. Результаты показали: алгоритмическая фильтрация снижает воздействие «разнородного» контента на 8% для либеральных пользователей и на 5% для консервативных. Критики указали, что исследование преуменьшало эффект, поскольку анализировало только один из механизмов фильтрации.

В 2018 году Европейский парламент заказал независимый доклад о влиянии алгоритмов на политическую поляризацию. Доклад подтвердил: персонализированные алгоритмы YouTube последовательно направляют пользователей к всё более радикальному контенту — вне зависимости от их исходных политических взглядов. Механизм получил название «кроличья нора» (rabbit hole).

С. В. Володенков в монографии «Интернет-коммуникации в глобальном пространстве современного политического управления» (2015) детально

проанализировал механизмы политического влияния цифровых платформ. Он зафиксировал: персонализация контента создаёт условия для радикализации взглядов. Пользователь, демонстрирующий интерес к определённым идеям, получает всё более радикальные версии того же контента. [2]

Он доказывал в своих работах, что персонализация работает по принципу положительной обратной связи. Алгоритмы фиксируют поведенческие паттерны: время просмотра, реакции, репосты. Система интерпретирует интерес к теме как запрос на её углубление. Следствие предсказуемо: пользователь получает не разнообразие точек зрения, а нарастающую концентрацию однородного контента.

Критически важен градиент этого процесса. Радикализация не происходит мгновенно. Платформа последовательно смещает контентный порог: умеренный материал сменяется более жёстким, затем — предельно категоричным. Исследователь зафиксировал, что пользователь субъективно воспринимает каждый следующий шаг как незначительный. Именно постепенность делает механизм эффективным. [2]

А цифровая платформа в этом механизме выполняет функцию селективного усилителя. Носитель маргинальных взглядов изолируется в информационном пространстве, где его установки не оспариваются, а подтверждаются и интенсифицируются. Эффект «эхо-камеры», описанный Э. Паризером в концепции «пузыря фильтров» (2011), работает синергетически с механизмом радикализации: человек не только получает однородный контент, но и утрачивает когнитивный доступ к альтернативным позициям.

Из чего видно, что персонализация контента - не нейтральный технический инструмент. Это структурный механизм, способный системно трансформировать политические взгляды пользователя в направлении радикализации.

Переходя к исследованию, проведённому Массачусетским технологическим институтом в 2018 году (Vosoughi, Roy, Aral), которое установило, что ложные новости распространяются в Twitter в 6 раз быстрее достоверных. Причина - более высокое эмоциональное воздействие фейков. Этот факт имеет прямое отношение к проблеме «Малого народа»: деструктивные нарративы обладают более высоким вирусным потенциалом, чем конструктивные.

Отсюда мы можем сделать вывод, что деструктивные нарративы - дискредитация государственных институтов, демонизация традиционных ценностей, культивирование исторического нигилизма - обладают структурными свойствами, усиливающими их вирусный потенциал. Они апеллируют к негативным аффектам. Они предлагают упрощённые каузальные схемы. Они создают образ врага - когнитивный якорь, облегчающий запоминание и ретрансляцию сообщения.

Данные МТИ это подтверждают: алгоритмы платформ непреднамеренно усиливают именно такие сообщения. Метрика вовлечённости (лайки, репосты, комментарии) коррелирует с эмоциональной

интенсивностью контента, а не с его достоверностью. Из чего и создаётся системное преимущество для носителей деструктивной повестки.

Таким образом, исследование Vosoughi et al. Предоставляет нам количественное подтверждение тезиса о структурном превосходстве деструктивных нарративов в цифровой информационной среде. От чего феномен «Малого народа» получает в социальных сетях технологический мультипликатор, действие которого не требует координации - оно встроено в архитектуру самих платформ.

Т. В. Епремян в работах по цифровой коммуникации указывает на специфику мессенджеров как инструментов политической мобилизации. В отличие от открытых социальных сетей, мессенджеры (Telegram, WhatsApp, Signal) обеспечивают закрытые каналы распространения информации. Это создаёт условия, структурно аналогичные «философским обществам» Кошена. [4]

Telegram-каналы, в частности, позволяют формировать закрытые информационные сообщества с высокой степенью идеологической однородности. По данным исследования Digital News Report 2023 (Reuters Institute), Telegram занимает лидирующие позиции среди мессенджеров по использованию для получения новостей в России и ряде постсоветских стран.

И. Е. Биркун и К. А. Романов в совместных исследованиях анализируют роль закрытых онлайн-сообществ в радикализации политических взглядов. Они фиксируют характерную динамику: первоначально умеренные взгляды участников постепенно смещаются к экстремальным позициям под воздействием группового давления и информационной изоляции.[1]

Новостные агрегаторы — Google News, Яндекс.Новости, Apple News — осуществляют автоматический отбор и ранжирование новостного контента. А. И. Фомкин и А. Н. Писарева исследовали механизмы формирования новостной повестки через агрегаторы. Их выводы свидетельствуют: алгоритмический отбор новостей не является нейтральным. Он отражает как технические параметры (частота обновлений, количество ссылок), так и неявные ценностные приоритеты разработчиков.[10]

Это создаёт возможность систематического смещения информационной повестки. Группы, обладающие ресурсами для производства большого объёма контента, получают непропорционально высокое представление в агрегаторах. Данный механизм может использоваться для продвижения нарративов, характерных для «Малого народа».

Мануэль Кастельс в трилогии «Информационная эпоха» (1996–1998) разработал концепцию сетевого общества. Ключевой тезис: в информационную эпоху власть определяется контролем над информационными потоками, а не над материальными ресурсами. Кастельс ввёл понятие «сетевой власти» - способности структурировать информационные сети в соответствии с определёнными ценностями и интересами. [5]

Применительно к феномену «Малого народа» это означает: группы, контролирующие значимые информационные узлы в цифровых сетях,

получают непропорциональное влияние на формирование общественного мнения. Кастельс также указывал на формирование «коммуникативной власти» - способности определять, какие смыслы циркулируют в публичном пространстве.

Элвин Тоффлер в «Третьей волне» (1980) и «Метаморфозах власти» (1990) предсказал демассификацию медиа и появление множества конкурирующих информационных потоков. Он предупреждал: фрагментация информационного пространства создаёт риск распада общей реальности. Различные социальные группы начинают жить в принципиально разных информационных мирах.

Этот прогноз реализовался в форме, которую Тоффлер не мог предвидеть в полной мере: алгоритмическая персонализация сделала информационную фрагментацию не просто возможной, но неизбежной для большинства пользователей цифровых платформ.[8]

Оксфордский интернет-институт в серии докладов «Computational Propaganda» (2017–2019) задокументировал использование автоматизированных аккаунтов (ботов) для манипулирования общественным мнением в 70 странах мира. Боты выполняют несколько функций: искусственно повышают видимость определённого контента, создают иллюзию массовой поддержки тех или иных идей, подавляют альтернативные точки зрения через массовые жалобы.

Это создаёт инфраструктуру, которая может использоваться для продвижения идей, характерных для «Малого народа»: деструктивные нарративы приобретают видимость широкой общественной поддержки, хотя реально распространяются небольшой организованной группой.

Сопоставление признаков «Малого народа» с характеристиками деструктивных онлайн-сообществ обнаруживает значимые структурные параллели.

Замкнутость дискурса воспроизводится в закрытых Telegram-каналах, частных группах Facebook и Discord-серверах. Специфический язык, мемы и нарративы формируют символическую границу между «своими» и «чужими».

Контрэлитарность проявляется в систематическом производстве контента, дискредитирующего традиционные институты — государство, церковь, семью, национальную историю. Алгоритмы рекомендаций усиливают этот контент, поскольку он вызывает сильные эмоциональные реакции.

Деструктивная телеология транслируется через нарративы неизбежного краха существующего порядка и необходимости радикальных изменений. Новостные агрегаторы, отбирающие наиболее «кликабельный» контент, непропорционально усиливают катастрофические нарративы.

Мобилизационная активность обеспечивается мессенджерами, позволяющими быстро координировать действия больших групп людей без централизованного управления.

Ключевой вывод настоящего исследования состоит в следующем. Цифровые платформы не создают феномен «Малого народа». Они создают структурные условия, в которых деструктивные идеологические движения получают непропорциональные преимущества перед конструктивными.

И вот эти три механизма обеспечивают это преимущество:

Алгоритмическое усиление эмоционального контента: деструктивные нарративы, апеллирующие к страху и гневу, как мы уже говорили ранее они получают более широкое распространение;

Информационная изоляция: алгоритмы персонализации создают условия для радикализации взглядов внутри замкнутых сообществ;

Масштабирование малых групп: боты и координированные кампании позволяют небольшим группам создавать иллюзию массовой поддержки.

На основе нашего анализа существующих исследований мы выделили несколько направлений которые могут помочь противодействовать данным механизмам:

1. Регуляторное воздействие. Ряд государств уже ввёл требования к платформам раскрывать алгоритмы рекомендаций. Европейский акт о цифровых услугах (DSA, 2022) обязывает крупные платформы проводить оценку рисков, связанных с их алгоритмами.

2. Медиаграмотность. Исследования показывают: пользователи, прошедшие специальное обучение, значительно лучше распознают фейковые новости. Финляндия включила медиаграмотность в обязательную школьную программу и фиксирует устойчивые позитивные результаты.

3. Технические меры. Маркировка автоматизированных аккаунтов, замедление вирусного распространения непроверенного контента, предоставление пользователям инструментов управления алгоритмами - эти меры способны снизить структурное преимущество деструктивного контента.

На вывод из всего этого состоит в том, что социальные сети, мессенджеры и новостные агрегаторы формируют информационную среду, в которой деструктивные идеологические движения - в том числе соответствующие признакам «Малого народа» в концепции Кошена, Гумилёва и Шафаревича - получают структурные преимущества. Алгоритмы персонализации, вирусное распространение эмоционального контента и возможности для информационной изоляции создают условия для радикализации взглядов и мобилизации деструктивных сообществ.

Теоретические построения М. Кастельса о сетевой власти и прогнозы Э. Тоффлера о медиафрагментации получают в этом контексте новое аналитическое измерение. Работы С. В. Володенкова, Т. В. Епремян, И. Е. Биркун, К. А. Романова, А. И. Фомкина, А. Н. Писаревой фиксируют конкретные механизмы этих процессов применительно к российскому медиaprостранству.

Мы считаем, что данная проблематика требует дальнейших исследований. И на данный момент необходима дальнейшая разработка различных способов идентификации признаков «Малого народа» в цифровом контенте. Требуется изучение конкретных случаев использования цифровых

платформ для продвижения деструктивных нарративов. Нам это направление представляется перспективным для дальнейших научных изысканий на стыке медиакоммуникаций, политологии и культурологии.

Список литературы

1. Биркун, И. Е. Радикализация в закрытых онлайн-сообществах / И. Е. Биркун, К. А. Романов // Социологические исследования. — 2022. — № 7. — С. 112–124.
2. Володенков, С. В. Интернет-коммуникации в глобальном пространстве современного политического управления / С. В. Володенков. — Москва: МГУ, 2015. — 272 с.
3. Гумилёв, Л. Н. Этногенез и биосфера Земли / Л. Н. Гумилёв. — Москва: АСТ, 2016. — 704 с.
4. Епремян, Т. В. Цифровые коммуникации и политическая мобилизация в современном обществе / Т. В. Епремян // Политические исследования. — 2021. — № 4. — С. 45–58.
5. Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс ; пер. с англ. ; под ред. О. И. Шкаратана. — Москва: ГУ-ВШЭ, 2000. — 608 с.
6. Кошен, А. Малый народ и революция / А. Кошен; пер. с франц. — Москва: Айрис-пресс, 2004. — 288 с.
7. Парайзер, Э. Фильтр-пузырь: что Интернет скрывает от вас / Э. Парайзер ; пер. с англ. — Москва : Corpus, 2012. — 304 с.
8. Тоффлер, Э. Метаморфозы власти / Э. Тоффлер ; пер. с англ. — Москва : АСТ, 2009. — 672 с.
9. Тоффлер, Э. Третья волна / Э. Тоффлер; пер. с англ. — Москва: АСТ, 2010. — 784 с.
10. Фомкин, А. И. Алгоритмическое управление новостной повесткой / А. И. Фомкин, А. Н. Писарева // Медиаисследования. — 2023. — № 2. — С. 34–49.
11. Шафаревич, И. Р. Русофобия / И. Р. Шафаревич. — Москва : Алгоритм, 2014. — 288 с.
12. Bradshaw, S. The Global Disinformation Order: 2019 Global Inventory of Organised Social Media Manipulation / S. Bradshaw, P. N. Howard. — Oxford : Oxford Internet Institute, 2019.
13. Reuters Institute. Digital News Report 2023 / Reuters Institute for the Study of Journalism. — Oxford, 2023.
14. Vosoughi, S. The spread of true and false news online / S. Vosoughi, D. Roy, S. Aral // Science. — 2018. — Vol. 359, № 6380. — P. 1146–1151.

*Bulanov Artemiy Nikolayevich, Graduate student
Kaluga State University named after K.E. Tsiolkovsky
Russia, Kaluga
E-mail: Bulanovartemii1993@mail.ru*

SOCIAL NETWORKS, MESSENGERS, AND NEWS AGGREGATORS AS INSTRUMENTS OF PUBLIC OPINION FORMATION IN THE CONTEXT OF THE "SMALL PEOPLE" PHENOMENON

Abstract. The present article is devoted to the analysis of the role of digital communication platforms — social networks, instant messengers, and news aggregators — in the formation of public opinion through the conceptual lens of the "Small People" phenomenon, as elaborated in the scholarly works of I. R. Shafarevich, L. N. Gumilev, and A. Cochlin. The study is interdisciplinary in character and draws upon the theoretical foundations of media communications, political science, sociology, and cultural studies. The article examines the algorithmic mechanisms of content personalization, the phenomenon of the "filter bubble" (E. Pariser), and the role of bots and fake news in the manipulation of public consciousness. Particular attention is devoted to the research contributions of S. V. Volodenkov, T. V. Epremian, I. E. Birkun, K. A. Romanov, A. I. Fomkin, A. N. Pisareva, as well as to the conceptual frameworks advanced by M. Castells and A. Toffler. It has been established that digital platforms generate structural conditions conducive to the activities of groups characterized by a destructive ideological orientation corresponding to the defining attributes of the "Small People." The conclusion is drawn regarding the necessity of developing systemic countermeasures against the manipulative exploitation of the media space.

Keywords: social networks, instant messengers, news aggregators, public opinion, "Small People," filter bubble, disinformation, media manipulation, digital communications, recommendation algorithms, political mobilization.