

■ ■ ■ Виртуальные сетевые коммуникации и политическая поляризация общества (на примере Соединенных Штатов Америки)

Фельдман П.Я., Завалишин Н.С.

Академия труда и социальных отношений, Москва, Российская Федерация.

Аннотация. Статья посвящена оценке степени влияния виртуальных сетевых коммуникаций на уровень идеологической поляризации общества. Теоретической базой исследования послужили труды зарубежных авторов, посвященные проблемам сетевого общества и сетевой коммуникации, а эмпирической базой – результаты наблюдения за информационно-коммуникационными процессами, сопровождавшими кампанию по выборам президента США 2020 г. Применение коммуникативного и сетевого подходов позволило проследить взаимосвязь между массовым использованием популярных интернет-сервисов и политической радикализацией граждан. Авторы приходят к выводу о том, что виртуальная сетевая коммуникация обладает высоким конфликтогенным потенциалом. Она обеспечивает кооперацию между группами политических единомышленников, но усугубляет поляризацию общества. Алгоритмы «новых медиа» априори настроены на стимулирование идеологического противоборства. Принцип максимальной персонализации контента погружает рядовых пользователей в «информационные коконы» («эхо-камеры»), где они оказываются изолированными от альтернативных взглядов на окружающую действительность.

Постоянно провоцируя аудиторию социальных сетей на эмоциональные реакции, политические акторы и средства массовой информации сознательно обостряют существующие в обществе противоречия. Они наполняют виртуальную среду резонансными заявлениями, взаимными оскорблениеми и «фейковыми новостями». Ощущение вседозволенности, испытываемое индивидами при использовании социальных сетей, способствует радикализации дискурса «новых медиа». Ключевая проблема заключается в том, что это положение дел устраивает ИТ-корпорации и отвечает партикулярным интересам субъектов политической борьбы. С точки зрения авторов статьи, объективно назрела необходимость внедрения жестких политико-управленческих механизмов, способных обеспечить упорядочение коммуникационных процессов в виртуальной среде. В современной России, как и в США, существуют предпосылки для идеологической поляризации общества. Велика опасность того, что в период судьбоносных электоральных кампаний федерального уровня идеологическая конфронтация в социальных сетях может перерасти в открытое силовое противоборство. Для предотвращения реализации этого негативного сценария требуется качественная модернизация существующей нормативной базы в сфере регулирования сетевых коммуникаций.

Ключевые слова: сетевое общество, сетевая коммуникация, политическая коммуникация, социальные сети, идеологическая поляризация общества

Для цитирования: Фельдман П.Я., Завалишин Н.С. Виртуальные сетевые коммуникации и политическая поляризация общества (на примере Соединенных Штатов Америки) // Коммуникология. 2021. Том 9. № 2. С. 98-109. DOI: 10.21453/2311-3065-2021-9-2-98-109.

Сведения об авторах: Фельдман Павел Яковлевич – кандидат политических наук, доцент, доцент кафедры философии и социологии Академии труда и социальных отношений; Завалишин Николай Сергеевич, аспирант кафедры философии и социологии Академии труда и социальных отношений. Адрес: 119454, Россия, г. Москва, ул. Лобачевского, 90. E-mail: pavelfeld@mail.ru, nikzavik@mail.ru.

Статья поступила в редакцию: 17.03.2021. Принята к печати: 28.04.2021.

Коммуникационная подсистема современного общества подвержена экзистенциальным рискам, связанным с широким внедрением цифровых технологий в повседневный обиход граждан. Среди прочих информационных вызовов и угроз наибольшую опасность, на наш взгляд, представляют социальные сетевые платформы и сервисы, которыми пользуются миллиарды людей по всему миру. Еще на заре «эпохи соцсетей» представители научно-экспертного сообщества предупреждали, что соответствующие ресурсы могут использоваться политическими субъектами в целях манипулирования массовым сознанием. Однако, как выяснилось позже, основополагающие принципы функционирования виртуальных коммуникационных платформ косвенно способствуют эскалации политических конфликтов и угрожают целостности общества. Авторы настоящей статьи видят своей целью оценку степени деструктивного влияния социальных сетей, популярных видеохостингов и поисковых систем на политическое сознание и поведение граждан. Теоретической базой исследования послужили труды зарубежных ученых, посвященные проблемам сетевого общества и сетевой коммуникации, а эмпирической базой – результаты наблюдения за информационно-коммуникационными процессами, сопровождавшими кампанию по выборам президента США 2020 г.

Концептуально-методологические аспекты изучения коммуникативных процессов в сетевом обществе

Знакомство с фундаментальными теоретическими работами, посвященными изучению сетевой коммуникации, приводит к выводу о том, что она таит в себе целый ряд скрытых угроз. Задолго до внедрения интернет-технологий в широкий социальный обиход западные авторы попытались концептуализировать существенные признаки общества, соответствующего сетевой модели устройства [Van Dijk; Wellman]. Подобное общество противопоставляется архаичным иерархическим структурам, которым присуща ярко выраженная дихотомия «центр – периферия». Американский исследователь Ф. Капра утверждает, что сеть представляет собой общий паттерн для всех видов жизни [Capra]. Согласно теории М. Кастельса, глобальный прорыв в сфере цифровых технологий совпал с изменением основополагающих принципов социальной организации в государственном управлении, бизнесе, культуре и частной жизни [Castells]. Появление развитленной цифровой инфраструктуры и так называемых «новых медиа» лишь за-

крепило наметившиеся тенденции. Тканью сетевого общества являются индивиды, интенсивно обменивающиеся информацией в рамках разного рода виртуальных ячеек. Эти иерархически неупорядоченные ячейки образуются по принципу схожести интересов, целей, пристрастий и мировоззренческих позиций их членов. Они служат интерактивными площадками для коллективного генерирования смыслов, идей и иных интеллектуальных продуктов. При этом внутренняя структура сети не предполагает наличия «командного пункта», который бы посыпал управленческие импульсы периферийным звеньям.

На первый взгляд, сетевое общество обладает колоссальным коммуникационным потенциалом, который реализуется в рамках межличностной и межгрупповой кооперации. В то же время, сам М. Кастельс отмечает, что сети не только сотрудничают, но и конкурируют друг с другом. Порой данная конкуренция принимает весьма деструктивные формы. Залогом сетевого сотрудничества испанский социолог видит использование общих протоколов межкультурной коммуникации, которые помогали бы носителям разных идентичностей находить взаимопонимание друг с другом [Castells]. Особенно сложно выработать подобные протоколы в политической сфере, где идет ожесточенная борьба за самый ценный в мире ресурс – власть. Существуют очевидные пределы бесконфликтного взаимодействия между сетями политических единомышленников. Например, в США левые либералы могут найти точки соприкосновения с умеренными (центристскими) демократами, но мировоззренческая пропасть между ними и правыми консерваторами («трампистами») непреодолима. Таким образом, крупные политические сети всегда формируются вокруг разных идеологических полюсов. Стремительный обмен информацией внутри конкурирующих сетей лишь ускоряет процесс поляризации общества.

Появление «новых медиа» подтвердило реалистичность футурологических сценариев развития системы сетевых коммуникаций. Присущий им высокий уровень интерактивности позволяет получателям информации в режиме онлайн взаимодействовать с ее источником и другими реципиентами. При этом адресаты сообщений в любой момент могут превратиться в создателей и распространителей общественно значимого контента. Внедрение цифровых технологий до предела снизило ценз на вхождение индивидов в публичное информационное пространство. Результатом снижения этого ценза стало появление безответственных лидеров мнений и сетевых демагогов, использующих ценностно-идеологические противоречия для расширения собственной аудитории. Обладая высокой конфликтогенностью, виртуальные коммуникационные сети практически не поддаются регулирующему воздействию со стороны государства, поскольку им чужды такие качества, как иерархичность и управляемость. До недавнего времени эта проблема оставалась на периферии политического дискурса и мало волновала экспертное сообщество. Однако теперь стало очевидно, что популярные интернет-сервисы и медиа-платформы образовали параллельную социальную реальность, где не действуют традиционные нормы политической этики и морали.

На современном этапе именно виртуальное пространство служит ареной и одновременно питательной средой для идеологического противоборства. Полагаем, что сама природа онлайн-коммуникации несет в себе мощные конфликтогенные факторы. Во-первых, Интернет дарит пользователям ощущение безнаказанности, что радикально понижает уровень их морально-этической ответственности друг перед другом. В личной переписке и комментариях они позволяют себе агрессивные выпады, которые никогда бы не смогли совершить в режиме живого общения. Во-вторых, «всемирная паутина» представляет собой настоящий театр военных действий, где специально подготовленные профессионалы систематически совершают информационные провокации, направленные на политическую дестабилизацию стран-противников. Они злонамеренно стравливают носителей противоположных взглядов, наполняя социальные сети «фейковыми новостями», слухами, резкими оценочными суждениями. В-третьих, сетевое пространство плохо поддается упорядочивающему влиянию со стороны государства и до сих пор остается «серой зоной» правового нигилизма. Вопросы регулирования коммуникативных процессов, разворачивающихся в Интернете, занимают приоритетное место в проблемной повестке всех мировых держав.

Информационно-коммуникационные предпосылки идеологической поляризации общества

Владение технологиями информационного обмена в сети Интернет является неотъемлемым атрибутом коммуникативной компетентности современного человека. Высокая степень доступности и удобства электронных ресурсов способствует виртуализации традиционных форматов общения во всех сферах жизнедеятельности общества. Дополнительную динамику этому процессу придала ситуация с COVID-19, которая до предела ограничила возможность онлайн-интеракции между людьми. На период пандемии пришлись политические события глобального масштаба, нуждавшиеся в коллективном осмыслении и обсуждении. Как следствие, в Интернете интенсифицировался обмен информацией, прямо или косвенно связанной с проблематикой власти. В англоязычном сегменте «всемирной паутины» ключевыми триггерами общественных дискуссий послужили такие события, как убийство афроамериканца Д. Флойда сотрудником полиции, протесты движения «Black lives matter», выборы президента США, штурм Капитолия сторонниками праворадикальных движений, попытка вынести импичмент Д. Трампу. Однако вместо конструктивных дебатов в онлайн-пространстве развернулась ожесточенная конфронтация, итогом которой стал глубокий идеологический разлом общества.

Основной причиной фрагментации и поляризации американской нации вполне оправданно считаются провокационные действия политических акторов, остро конкурирующих друг с другом [Heltzel, Laurin]. Некоторые эксперты возлагают персональную ответственность за это на Д. Трампа, чьи одиозные заявления и публикации в социальных сетях до предела обострили идеино-ценностные про-

тиворечия между избирателями [Reyes, Ross]. Эскалации политической напряженности косвенно способствовали американские СМИ, которые в погоне за вниманием аудитории насыщали свой эфир резонансными новостями и эмоционально окрашенными сообщениями. Будучи напрямую вовлечеными в электоральную борьбу, традиционные масс-медиа подавали информацию в максимально тенденциозном, ангажированном ключе [Kim; Hyun]. Специалист в области политической коммуникации М. Прайер отмечает, что одностороннее освещение президентской гонки ведущими телеканалами и печатными изданиями повлияло не столько на рядовых американцев, сколько на узкий сегмент политически вовлеченных граждан [Prior]. Впоследствии лидеры мнений перенесли агрессивную информационную повестку в социальные сети, где и развернулась конфликтная коммуникация.

Релевантный американский опыт убедительно свидетельствует о том, что виртуальная конфронтация в социальных сетях может стремительно конвертироваться в реальное политическое насилие и массовые беспорядки. Как следствие, актуализируется потребность в установлении скрытых, малоизученных причин идеологической фрагментации современного информационного общества. Помимо деструктивного поведения политических акторов, агрессивной риторики СМИ и конфликтогенных факторов, объективно присущих онлайн-коммуникации, очевидно, существуют и иные объяснения стремительно растущего уровня агрессии участников политических дискуссий в сети Интернет. По мнению авторов настоящей статьи, данная проблема уходит своими корнями в основополагающие принципы функционирования социальных сетевых платформ. Отчасти они сформировались стихийно, а отчасти были сознательно заложены IT-корпорациями в базовые алгоритмы таких сервисов, как Twitter, Google, Facebook и др.

«Информационные коконы», «пузыри фильтров» и иные издержки виртуальной коммуникации

Важнейшая особенность интернет-коммуникации заключается в максимальной персонализации пользовательского контента. Более 10 лет назад американские исследователи А. Монтгомери и М. Смит справедливо назвали персонализацию ключевым компонентом интерактивной маркетинговой стратегии, ведь она позволяет с высокой точностью нацеливать рекламные сообщения на их потенциальных потребителей [Montgomery, Smith]. Не секрет, что медиа-гиганты в автоматическом режиме накапливают и обрабатывают информацию о своих клиентах. Они формируют их персональные профили на основе учета социально-демографических характеристик, потребительских решений, индивидуальных пристрастий, политических воззрений и иных личностных особенностей. Владея колossalным объемом персональных данных, онлайн-магазины, поисковые системы, видеохостинги и социальные сети рекомендуют целевой аудитории к просмотру лишь те материалы, которые соответствуют ее заранее сформированным интересам и потребностям. К примеру, человек, несколько раз

посмотревший на YouTube ролики с выступлениями Д. Трампа, в течение долгого времени будет автоматически получать в рекомендациях видео с участием 45-го президента США и других известных апологетов правоконсервативных идей.

В англоязычном дискурсе вышеописанное явление получило название «пузыри фильтров». Так, американский исследователь С. Эди утверждает, что Facebook заманивает пользователей в «ловушку фильтров», которая отражает лишь их собственные взгляды [Adee]. Оказавшись в этой ловушке, пользователи рисуют никогда не столкнуться с материалами, способными качественно изменить их мировоззрение и принципиально расширить кругозор. Как следствие, возникает угроза политической партикуляризации общества. Однако вышеупомянутый автор винит в этом не только IT-компании, но и потребителей их услуг, которые не желают прикладывать усилий для формирования многогранной и выпуклой картины реальности. Зачастую они банально ленятся искать информацию, которая бы отражала альтернативный взгляд на актуальные политические проблемы. Кроме того, владельцы аккаунтов в социальных сетях самостоятельно формируют свою новостную ленту, вступая в виртуальные группы по интересам и подписываясь на идеологически близкие им каналы. В результате вокруг индивидов формируются плотные «информационные коконы», очерчивающие границы их внутреннего мира. «Информационные коконы» и «пузыри фильтров» оказываются чрезвычайно комфортными для интеллектуальной жизни, ведь любые сообщения, поступающие сквозь них, лишь укрепляют убежденность пользователей в правильности их взглядов. В коммуникологии данный феномен называется «эффектом эхо-камеры». Переломить сложившуюся ситуацию в условиях, когда ни граждане, ни IT-компании не хотят ничего менять, крайне сложно. Для этого требуются волевые политico-управленческие решения со стороны государства.

О необходимости государственного регулирования виртуальных коммуникативных процессов на современном этапе говорят даже те исследователи, которые ранее выражали абсолютную приверженность либеральным ценностям. В частности, Ф. Фукуяма акцентирует внимание на необходимости жесткой административной регламентации деятельности IT-гигантов, владеющих социальными сетями и иными виртуальными ресурсами [Fukuyama, Richman, Goel]. До недавнего времени медиа-корпорации воспринимались исключительно как поставщики высокотехнологичных услуг, чья функция сводится к созданию цифровой инфраструктуры для горизонтальной и вертикальной коммуникации. Однако в ходе кампании по выборам президента США 2020 г. стало ясно, что Facebook, Google и Twitter являются заинтересованными субъектами американской политики и могут применять свои гигантские информационно-коммуникационные ресурсы для формирования электоральных предпочтений граждан. Указанные компании всячески способствовали ухудшению имиджа Д. Трампа, осуществляя нарочитое модерирование его сообщений в социальных сетях и снабжая их предупредительной маркировкой, как потенциально опасный контент. Twitter и вовсе удалил аккаунт 45-го президента США, без суда и следствия обвинив его в под-

стрекательстве сторонников правоконсервативных идей к штурму Капитолия. Впрочем, и ранее имелись веские основания полагать, что виртуализация массовой политической коммуникации чревата дивергенцией ценностных систем и снижением уровня гражданской сплоченности.

Конфликтогенные алгоритмы социальных сетей: основные угрозы и риски

Алгоритмы функционирования популярных интернет-сервисов и сетевых платформ, на наш взгляд, таят в себе существенную опасность. Они настроены таким образом, что вниманию аудитории автоматически предлагаются материалы, собирающие максимальное количество просмотров, «лайков», репостов и комментариев. Для продвижения контента в социальных сетях нужно постоянно провоцировать публику на бурную и молниеносную реакцию. Ничто не стимулирует политические дискуссии в Интернете лучше, чем деструктивные информационные вбросы. Как справедливо отмечают американские исследователи А. Хаселл и Б. Викс, современные политики, блогеры и СМИ сознательно раздражают обитателей сетевого пространства в расчете на их эмоциональный отклик [Hasell, Weeks]. Примет этот отклик форму агрессивного осуждения или воодушевленного одобрения – не столь важно. Главное, чтобы аудитория не оставалась индифферентной по отношению к информационным продуктам. Со временем чувствительность публики к внешним раздражителям падает, и тогда производителям контента приходится повышать уровень пикантности материалов. Систематически вызывая у аудитории острые переживания положительного и отрицательного свойства, социальные сети дестабилизируют психоэмоциональное состояние граждан и сеют раздор в обществе.

В условиях, когда популярность сетевого контента детерминируется силой и интенсивностью реакции на него, определяющую роль начинают играть пассивные пользователи, принимающие наиболее активное участие в виртуальных дискуссиях. Немецкие исследователи О. Папакириякопулос, Х. Карлос, М. Серрано и С. Хегелих называют таких пользователей «гиперактивными» [Papakyriakopoulos, Carlos, Serrano, Hegelich]. Они выступают лидерами общественного мнения и задают тон публичных политических дискуссий, формируя альтернативную информационную повестку. В современных коммуникационных реалиях едкие и островербальные комментарии под новостями в социальных сетях привлекают к себе едва ли не больше внимания, чем сами новости. По мнению вышеупомянутых экспертов, авторы подобных комментариев влияют на работу рекомендательных систем, чьи алгоритмы настроены на популяризацию контента, вызывающего широкий общественный резонанс. Именно «гиперактивные пользователи» в значительной мере определяют, какие информационные продукты будут автоматически рекомендованы к просмотру массовой аудитории. Финские эксперты И. Коиранен, А. Коивула, А. Сааринен и Т. Кейпи видят причиной сетевой «гиперактивности» граждан их принадлежность к партиям и общественным движениям [Koivula, Koiranen, Saarinen, Keipi]. Мы же полагаем, что она, скорее, об-

условлена одержимостью радикальными идеями, наличием материальных стимулов, либо выполнением определенных политических задач. В любом случае «гиперактивные пользователи» становятся клиньями, раскалывающими аудиторию на непримиримые фракции.

Можно согласиться с испанскими учеными М. Гояносом, П. Борой и Х. Цунигой, по мнению которых, в современном прогрессивно поляризованном обществе пользователи социальных сетей все чаще сталкиваются с оскорбительными нецивилизованными комментариями, радикальными идеями и шокирующим новостным контентом [Goyanes, Borah, Zuniga]. Остается лишь добавить, что подобное положение дел полностью отвечает интересам IT-компаний и политических блогеров, стремящихся любой ценой привлечь внимание аудитории. Исследователи из Южной Кореи С. Хон и С. Ким, обобщив богатый эмпирический материал, убедительно доказывают, что максимальное количество подписчиков в Twitter отмечается у политиков с наиболее радикальными взглядами (лучшим подтверждением этого тезиса до недавнего времени служил Д. Трамп). С их точки зрения, социальные сети способствуют идеологической поляризации общества и развитию политического экстремизма [Hong, Kim].

Социальные сети и электоральная коммуникация

Значение социальных сетей как инструментов политической мобилизации стремительно возрастает в период избирательных кампаний. Как справедливо отмечают некоторые зарубежные авторы, стимулирование электоральной активности при помощи интернет-технологий подталкивает пользователей к идеологическим полюсам [Lee, Shin, Hong]. Стремясь обеспечить максимальную явку лояльного избирателя, политические лидеры и партии сознательно поднимают эмоциональный градус дискуссий в социальных сетях. Они пытаются создать у своих сторонников ощущение экзистенциального выбора, когда каждый голос важен для обеспечения победы «сил добра над силами зла». При этом главным стимулом электоральной активности выступает целенаправленно культивируемая неприязнь по отношению к оппонентам. У преданных сторонников тех или иных политических сил формируется негативный образ врага, олицетворяющего собой чуждые им идеалы и ценности. В социальные сети вбрасываются провокационные заявления и новости, которые всякий раз ставят потенциального избирателя перед необходимостью защищать свою политическую идентичность. Как следствие, антагонистически настроенные группы избирателей оказываются на разных полюсах идеологического спектра и переходят к открытой конфронтации. Особенно глубокая поляризация общества происходит в странах с двухпартийными системами, где все многообразие политических альтернатив сводится к дилемме «консерваторы – либералы».

Главная проблема заключается в том, что после окончания выборов противоборство в социальных сетях не только не угасает, но и получает дополнительную динамику. Ресентимент сторонников проигравшей партии изливается в Интер-

нет, принимая форму раздраженных постов и оскорбительных комментариев. Существенную угрозу представляют публикации, ставящие под сомнение официальные результаты голосования. Иллюстрацией вышеприведенных тезисов служит несогласие сторонников правоконсервативных идей с победой Д. Байдена на выборах президента США. Как показывает практика, это несогласие может принимать активные формы. В настоящий момент американская нация пребывает в состоянии беспрецедентной идеологической раздробленности. На одном политическом полюсе находятся условные «трамписты», а на другом – симпатизанты движения «Black lives matter» (BLM). Продолжение их ожесточенных батальев в Интернете свидетельствует о накапливании конфликтного потенциала, который рано или поздно прорвется из соцсетей на улицу. Примирение враждующих социальных фракций уже не представляется возможным.

Для снижения уровня политической поляризации современного сетевого общества необходимо разрушать «информационные коконы» и высвобождать пользователей из так называемых «эхо-камер». На первый взгляд, панацеей могла бы стать «бомбардировка» индивидов сообщениями, потенциально способными расширить их мировоззренческие горизонты. Однако результаты эксперимента, проведенного коллективом американских ученых, наглядно опровергают эту гипотезу. В рамках данного эксперимента преданным сторонникам Республиканской и Демократической партий было предложено материальное вознаграждение за подписку на ботов, которые в течение месяца наполняли их новостные ленты идеологически чуждыми материалами. В итоге республиканцы, следившие за либеральным Twitter-ботом, стали значительно более консервативными. Аналогичным образом демократы, потреблявшие правоконсервативный контент, еще прочнее укрепились на своих исходных позициях [Bail, Argyle, Brown, Bumpus, Chen, Hunzaker, Lee, Mann, Merhout, Volkovsky]. Вероятно, существует некая «точка невозврата», по достижении которой верных адептов политических идеологий уже невозможно переубедить. Более того, столкновение с альтернативной информационной реальностью в социальных сетях лишь повышает уровень их агрессии и радикализма.

Выводы

Виртуальная сетевая коммуникация обладает высоким конфликтогенным потенциалом. Она обеспечивает кооперацию между группами единомышленников, но усугубляет политическую поляризацию общества. Алгоритмы популярных интернет-сервисов и «новых медиа» настроены на стимулирование идеологического противоборства. Принцип максимальной персонализации контента погружает рядовых пользователей в «информационные коконы» («эхо-камеры»), где они оказываются изолированными от альтернативных взглядов на окружающую действительность. Постоянно провоцируя аудиторию социальных сетей на эмоциональные реакции, политические акторы и средства массовой информации сознательно обостряют существующие в обществе противоречия. Они наполня-

ют виртуальную среду резонансными заявлениями, взаимными оскорблениеми и «фейковыми новостями». Иллюзорное ощущение вседозволенности, испытываемое индивидами при использовании социальных сетей, способствует радикализации дискурса «новых медиа». Ключевая проблема заключается в том, что это положение дел полностью устраивает IT-корпорации и отвечает партикулярным интересам субъектов политической борьбы.

В ходе электоральной кампании по выборам президента США 2020 г. внеподительно проявились негативные последствия всех вышеуказанных тенденций. Стала очевидной необходимость внедрения жестких регулятивных механизмов, которые идут вразрез с либеральными ценностями и фундаментальными принципами организации сетевого общества. Никто, кроме государства, не способен упорядочить коммуникационные процессы в виртуальной среде. Эта работа сопряжена с принятием непопулярных политических решений, техническими проблемами, ошибками и репутационными издержками для власти. Однако негативный опыт США служит весомым аргументом в пользу необходимости применения жестких контрольно-административных мер в отношении IT-гигантов (Twitter, Google, Facebook) и потребителей их услуг. Подобно тому, как американская нация оказалась расколотой на правых «трампистов» и сторонников BLM-движения, российское общество рискует распасться на враждующие фракции условных «консерваторов-патриотов» и «либералов». Если в официальных институтах политического представительства на данный момент преобладают первые, то в виртуальной среде доминируют вторые. Следовательно, велика опасность того, что в период судьбоносных электоральных кампаний федерального уровня идеологическая конфронтация в социальных сетях может перерости в открытое силовое противоборство. Для предотвращения реализации этого негативного сценария требуется качественная модернизация существующей нормативной базы в сфере регулирования сетевых коммуникаций.

Источники / References

- Adee S. (2016). Burst the filter bubble. *New Scientist*. Vol. 232. No. 3101. P. 24-25.
- Bail C., Argyle L., Brown T., Bumpus J., Chen H., Hunzaker F., Lee J., Mann M., Merhout F., Volkovskiy M. (2018). Exposure to opposing views on social media can increase political polarization. *PNAS*. Vol. 115. No. 37. P. 9216-9221.
- Capra F.(2002). *The Hidden Connections*. London: Harper Collins.
- Castells M. (2013) *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press.
- Fukuyama F., Richman B., Goel A. (2021). How to Save Democracy From Technology. *Foreign Affairs*. Vol. 100. No. 1. P. 75-91.
- Goyanes M., Borah P., Zuniga H. G. (2021). Social Media Filtering and Democracy: Effects of Social Media News Use and Uncivil Political Discussions on Social Media Unfriending. *Computers in Human Behavior*. Vol. 125. No. 2. P. 45-67.
- Hasell A., Weeks B. (2016). Partisan Provocation: The Role of Partisan News Use and Emotional Responses in Political Information Sharing in Social Media. *Human Communication Research*. Vol. 42. No. 4. P. 641-661.
- Heltzel G., Laurin K. (2020). Polarization in America: two possible futures. *Current Opinion in Behavioral Sciences*. Vol. 34. P. 179-184.

- Hong S., Kim S.H. (2016). Political polarization on twitter: Implications for the use of social media in digital governments. *Government Information Quarterly*. Vol. 33. No. 4. P. 777-782.
- Kim J., Hyun K.D. (2017). Political disagreement and ambivalence in new information environment: Exploring conditional indirect effects of partisan news use and heterogeneous discussion networks on SNSs on political participation. *Telematics and Informatics*. Vol. 34. No. 8. P. 1586-1596.
- Koivula A., Koiranen I., Saarinen A., Keipi T. (2020). Ideological motives, digital divides, and political polarization: How do political party preference and values correspond with the political use of social media? *Telematics and Informatics*. Vol. 46.
- Lee C., Shin J., Hong A. (2018). Does social media use really make people politically polarized? Direct and indirect effects of social media use on political polarization in South Korea. *Telematics and Informatics*. Vol. 35. No. 1. P. 245-254.
- Montgomery A., Smith M.D. (2009). Prospects for Personalization on the Internet. *Journal of Interactive Marketing*. Vol. 23. No. 2. P. 130-137.
- Papakyriakopoulos O., Carlos J., Serrano M., Hegelich S. (2020). Political communication on social media: a tale of hyperactive users and bias in recommender systems. *Online Social Networks and Media*. Vol. 15. P. 1-15.
- Prior M. (2013). Media and Political Polarization. *Annual Review of Political Science*. Vol. 16. P. 101-127.
- Reyes A., Ross A. (2021). From the White House with anger: Conversational features in President Trump's official communication. *Language & Communication*. Vol. 77. P. 46-55.
- Van Dijk J. (1999). The Network Society. London: Sage Publications.
- Wellman B. (1979). The Community Question: The Intimate Networks of East Yorkers. *American Journal of Sociology*. Vol. 84. No. 5. P. 1201-1231.

■ ■ ■ Virtual Network Communications and the Political Polarization of Society (on the example of the United States)

Feldman P.Y., Zavalishin N.S.

The Academy of Labor and Social Relations, Moscow, Russia.

Abstract. The article is devoted to assessing the degree of influence of virtual network communications on the level of ideological polarization of society. The theoretical basis of the research was the works of foreign authors devoted to the problems of the network society and network communication, and the empirical basis was the results of observation of the information and communication processes that accompanied the US presidential campaign in 2020. The use of communication and network approaches allowed to trace the correlation between the mass use of popular Internet services and the political radicalization of citizens. The authors conclude that virtual network communication has a high potential for conflict. It ensures cooperation between groups of like-minded political activists, but exacerbates the political polarization of the society. The algorithms of new media are designed to stimulate ideological confrontation. The principle of maximum personalization of content immerses ordinary users in «information cocoons» (echo chambers), where they are isolated from alternative views of the surrounding reality. By constantly provoking the audience of social networks to emotional reactions, political actors and the media deliberately exacerbate the contradictions existing in society. They fill the virtual environment with resonant statements, mutual insults and fake news.

The sense of permissiveness experienced by individuals using social networks contributes to the radicalization of the new media discourse. The key problem is that this state of affairs satisfies IT-corporations and meets the particular interests of the subjects of political struggle. From the point of view of the authors of the article, it is objectively necessary to introduce strict political and managerial mechanisms that can ensure the ordering of communication processes in the virtual environment. There are prerequisites for the ideological polarization of society in modern Russia, as in the United States. There is a great danger that during the fateful election campaigns at the federal level the ideological confrontation in social networks may develop into the violent struggle. To prevent the implementation of this negative scenario, a qualitative modernization of the existing regulatory framework in the field of regulation of network communications is required.

Keywords: network society, network communication, political communication, social networks, ideological polarization of society

For citation: Feldman P.Y., Zavalishin N.S. Virtual network communications and the political polarization of society (on the example of the United States). *Communicology (Russia)*. Vol. 9. No. 2. P. 98-109. DOI: 10.21453/2311-3065-2021-9-2-98-109.

Inf. about the authors: Feldman Pavel Yacovlevich – Cand. Sc. (Pol.), associate professor at the department of philosophy and sociology of the Academy of labor and social relations; Zavalishin Nikolay Sergeevich – postgraduate student at the department of philosophy and sociology of the Academy of labor and social relations. *Adress:* 119454, Russia, Moscow, Lobachevskogo str., 90. *E-mail:* pavelfeld@mail.ru, nikzavik@mail.ru.

Received: 17.03.2021. *Accepted:* 28.04.2021.