

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования**

**РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
и ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ**

при ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Северо-Западный институт управления

На правах рукописи



Агарков Константин Юрьевич

**«Политические технологии управления
общественным мнением через социальные сети
(на примере г. Санкт-Петербурга и Ленинградской области)**

Специальность - 5.4.5. Политическая социология

Аннотация на диссертацию

на соискание ученой степени кандидата социологических наук

Научный руководитель:

доктор политических наук, доцент

Ветренко Инна Александровна

Санкт-Петербург 2026 г

Актуальность темы диссертационного исследования

За последние 20 лет социальные сети охватили большинство населения РФ и стали не только средством коммуникации, но и платформой для продвижения – в том числе политическим инструментом в выборном цикле. В агитационный период в них применяют политические технологии для формирования общественного мнения наряду с традиционными методами. Исследование посвящено роли соцсетей в агитационный период и способам оценки их эффективности. Развитие информационно-коммуникативных технологий привело к разделению политических коммуникаций на технологическую (передача информации) и смысловую (восприятие информации) составляющие. Роль традиционных СМИ снижается: телевидение ежедневно смотрят 65 % россиян, интернет-ресурсами пользуются более двух третей, соцсетями и мессенджерами – около 80%. Актуальность темы обусловлена недостаточной изученностью роли соцсетей в избирательном процессе и их влияния на получение голосов избирателей.

Степень разработанности проблемы. Проблема диссертационного исследования охватывает широкий круг вопросов, раскрываемых в трудах ряда учёных. М. Вебер изучал природу политической власти через призму государства, Ч. Р. Миллс – формирование политических элит, П. Бурдьё – социальное пространство как поле борьбы за ресурсы, что применимо к конкуренции за голоса избирателей. Г. Тард и Б. А. Грушин внесли вклад в понимание «общественного мнения», П. Сорокин – в изучение политической стратификации (в частности, показал, что формальное равенство в избирательном праве не гарантирует победу партии, устраивающей большинство). Т. Парсонс обосновал концепцию рационального выбора избирателя, Г. Зиммель – выражение интересов социальных групп в политике. К. Маркс трактовал власть как организованное насилие одного класса над другим; в исследовании это соотносится с использованием административного ресурса на выборах. Д. Истон рассматривал распределение ресурсов институтами власти, Г. Альмонд – динамику политического процесса через

коммуникацию власти и общества, Г. Спенсер – гармонию между властью и населением, П. Штомпка – проблему превосходства одних людей над другими в политике. Т. Гоббс и Ж.-Ж. Руссо сформировали концепцию «общественного договора», применимую к анализу запросов общества и предложений власти. Вопросы психологии масс и манипуляции исследовали Г. Лебон, С. Сигеле, Н. Макиавелли; современные российские учёные (И. А. Ветренко, А. И. Соловьёв, Г. В. Пушкарева и др.) – политические технологии и способы воздействия на социум. Проблематику манипуляций сознанием разрабатывали М. Кастельс, В. Н. Панин, А. В. Кива, С. Г. Кара-Мурза, В. М. Бехтерев, А. Грамши. Практическое применение политических технологий на выборах в России изучали М. Г. Анохин, В. В. Фёдоров, С. В. Львов и другие; зарубежные практики – О. В. Попова, И. М. Бунин и др. Вопросы социальных сетей и политической коммуникации освещены в работах Л. В. Сморгунова, Дж. Томпсона, Р.-Ж. Шварценберга, Я. Морено, Дж. Барнса, Г. Лассуэлла; использование соцсетей для агитации анализировали К. Л. Зуйкина, С. В. Володенков, А. Ю. Суворова и др. Таким образом, роль социальных сетей в избирательных кампаниях исследуется с разных позиций, однако остаётся сложной задачей определить их значение как площадки для продвижения партий и кандидатов с целью получения голосов избирателей.

Цель диссертационного исследования – изучение политических технологий управления общественным мнением для разработки методических рекомендаций, направленных на оценку эффективности применения социальных сетей в Интернете для продвижения политического актора на выборах различных уровней при высоком уровне политической конкуренции.

Важной частью исследования является изучение опыта применения политических технологий, используемых в социальных сетях в избирательных кампаниях, и их влияния на электорат.

Для достижения поставленной цели были определены и решены следующие **задачи диссертационного исследования**:

1. Определить социологические подходы к политическим технологиям в зарубежной и отечественной науке.
2. Исследовать политические технологии как инструмент реализации политики.
3. Рассмотреть способы формирования общественного мнения в социальных сетях с применением политических технологий.
4. Выявить специфику социальных сетей как пространства для проведения политических кампаний.
5. Провести эмпирическое социологическое исследование, направленное на выявление степени использования социальных сетей в агитационный период кандидатами на выборах разных уровней власти.
6. Выделить методы политической коммуникации, применяемые в социальных сетях для политической агитации во время агитационного периода на выборах различных уровней.
7. Определить фактор влияния применяемых политических технологий в социальных сетях на общественное мнение электората во время агитационного периода избирательных кампаний на выборах различных уровней власти.
8. Разработать методические рекомендации по оценке эффективности социальных сетей при продвижении политического актора на выборах при высоком уровне политической конкуренции на основе проведенного авторского исследования.

Объектом диссертационного исследования процесс управления общественным мнением посредством социальных сетей в Интернете.

Предмет исследования – политические технологии управления общественным мнением через социальные сети в электоральных кампаниях.

Область исследования соответствует направлениям исследований,
5.4.5. Политическая социология. Диссертационное исследование выполнено в научно-проблемном и смысловом содержании следующих позиций паспорта: «1. Специфика социологического подхода к изучению политических процессов

и явлений»; «16. Электоральное поведение как форма политического поведения»; «18. Общественное мнение как системный элемент властных отношений»; «19. Мобилизационные и манипулятивные политические технологии в формировании и управлении общественным сознанием и общественным мнением».

Теоретическая база и основные методы исследования. Теоретическую основу исследования составляют теория П. Бурдьё о политическом поле как рынке политического продукта и теория сетей, рассматривающая сообщества по интересам как площадку для политической коммуникации. На базе теории Г. Лассуэлла выделены функции массовой коммуникации в соцсетях (информирование, интерпретация, передача информации); коммуникационно-технологический подход включает соцсети в систему приёмов и методов коммуникации с применением технических средств. В методологическую базу входит сетевой подход для изучения взаимодействия социальных групп и кандидатов. Для эмпирических исследований применялись: контент-анализ соцсетей, анализ вторичных данных, сравнительный, частично разведывательный и когортный методы, анализ документов (для оценки финансовых расходов и результатов выборов), социологическое наблюдение (для оценки реакции пользователей на контент).

Информационная база включает в себя анализ агитационных публикаций политических партий в поддержку выдвинутых кандидатов, агитационный контент кандидатов на выборах на предмет востребованности избирателями в социальной сети Интернет. Исследуются итоговые финансовые отчеты кандидатов и политических партий на предмет финансирования продвижения агитационных публикаций в социальных сетях. На основании полученных голосов по результатам выборов косвенно делается вывод об эффективности использования социальных сетей во время проведения агитационной кампании. В работе анализируются выборы различных уровней: федеральные, выборы субъектов и муниципальные. К уровню федеральных выборов относятся выборы Президента Российской Федерации в 2024 г.

с участием четырех зарегистрированных кандидатов. В работе изучаются выборы в органы власти субъекта на примере выборов губернатора города Санкт-Петербурга в 2024 г. с участием четырех зарегистрированных кандидатов. Муниципальные выборы изучаются на примере 28 муниципальных образований Ленинградской области в 2024 г. с зарегистрированными девятьюстами девятью кандидатами.

Степень обоснованности и достоверности результатов. Научная обоснованность и достоверность результатов исследования подтверждается совокупностью взаимосвязанных факторов. Теоретико-методологическая база исследования включает апробированные научные подходы и современные методы анализа, что обеспечивает надежность полученных выводов. Обоснованность выводов обеспечивается внутренней логикой исследования, последовательностью решения поставленных задач, а также соответствием разработанных рекомендаций заявленным целям. Дополнительную уверенность в достоверности результатов придает согласованность полученных выводов с положениями действующих стратегических документов и практикой применения коммуникации в социальных сетях. Такой подход подтверждает научную ценность и прикладную значимость результатов исследования.

Научная новизна. Политические технологии – объект междисциплинарных исследований, но их социологическое измерение недостаточно разработано. Авторская методика социологического изучения политических технологий в соцсетях позволяет эффективнее планировать агитационный контент. Хотя распространено мнение, что агитация в соцсетях влияет на результаты выборов, исследование его опровергло и выявило более сложные механизмы электорального поведения. Доказано, что эффективность агитации в соцсетях зависит от уровня выборов: наиболее результативна она на региональном уровне за счёт вовлечённости избирателей и поддержки административным и финансовым ресурсом. Определены критерии оценки эффективности политической коммуникации в соцсетях: востребованность публикаций, частота и качество контента, финансирование, выбор канала

подачи информации. Разработанная методика – новый инструмент для оценки роли соцсетей в формировании общественного мнения в период агитации. Сформулированы рекомендации по оценке эффективности соцсетей при высокой политической конкуренции: ключевыми факторами выступают качество контента, бюджет кампании и итоговый результат на выборах.

Основные научные результаты, полученные автором в ходе исследования и выносимые на защиту, состоят в следующем. Раскрыто понятие «политической борьбы» в демократическом обществе как конкуренции партий и лидеров, где общество оценивает востребованность их предложений. Подчёркнута важность каналов коммуникации с обществом – в частности, социальных сетей; при этом единого критерия оценки их эффективности пока нет. В ходе исследования определены параметры оценки эффективности соцсетей в агитационный период: частота и качество публикаций, вовлечённость пользователей, финансирование продвижения контента и результаты голосования. Также изучена роль партий в продвижении кандидатов. Результаты показали: на президентских выборах 2024 г. в России роль соцсетей была незначительной – при участии действующего президента и отсутствии противодействия со стороны традиционных СМИ соцсети не влияют на исход кампании;

на региональном уровне (на примере выборов губернатора Санкт-Петербурга) гипотеза о роли соцсетей подтвердилась: из-за конкуренции СМИ и размывания целевой аудитории соцсети оказались эффективнее, хотя действующему губернатору помогает административный ресурс;

на муниципальном уровне (выборы депутатов в Ленинградской области) соцсети оказались невостребованными: кандидаты и партии их практически не использовали, финансирования не было, желаемого эффекта агитация не дала.

Итого: гипотеза подтвердилась на 33% (региональный уровень) и не подтвердилась на 66% (федеральный и муниципальный уровни).

Теоретическая значимость заключается в том, что исследование можно использовать для дальнейшей разработки оценки эффективности

использования социальных сетей для продвижения политического субъекта при высоком уровне политической конкуренции. Результаты исследования можно использовать как в теоретических, так и в прикладных курсах при подготовке политологов и социологов, при чтении таких дисциплин, как «Политическое консультирование», «Политическая социология», «Электоральная социология», «Организация и проведение избирательных кампаний».

Практическая значимость работы. Предложены метрики для оценки эффективности соцсетей в агитационный период – их можно соотнести с результатами выборов и показателями конкурентов, чтобы оценить применённые политические технологии и ресурсы. Результаты исследования помогают выстраивать эффективные стратегии агитации в соцсетях – в том числе для привлечения сторонников в течение всего выборного цикла. Практическую пользу выводы несут для политических консультантов и кандидатов при планировании кампаний.

Апробация результатов исследования и публикации.

Положение диссертационной работы отражены в ряде статей, в том числе опубликованных в журналах из перечня ВАК и РИНЦ:

1. Агарков К. Ю. Применение социальных сетей в принятии проектных решений: гендерное восприятие информации и не прямое воздействие в ходе избирательной кампании / К. Ю. Агарков // Управленческое консультирование. - 2022. - № 8 (164). - С. 28-35.

2. Агарков К. Ю. Влияние политической агитации в социальных сетях на симпатии избирателей во время агитационного периода выборов Президента России в 2024 году / К. Ю. Агарков // Социодинамика. - 2025. - № 1. - С. 54-68.

3. Агарков К. Ю. Социальные сети как канал политической коммуникации парламентских партий России / К. Ю. Агарков // Власть и управление на Востоке России. - 2025. - № 1 (110). - С. 136 -144.

4. Агарков К. Ю. Непрямое воздействие в избирательной кампании на пользователей социальных сетей / К. Ю. Агарков // Научные труды Северо-Западного института управления РАНХиГС. - 2023. - Т. 14, № 5 (62). - С. 44–48.

5. Агарков К. Ю. Политические коммуникации в социальных сетях органов местного самоуправления / К. Ю. Агарков // Российское общество сегодня: ценности, институты, процессы: Материалы Всероссийской научной конференции, Санкт-Петербург, 16–18 ноября 2023 года. - Санкт-Петербург: ООО Издательский дом «Сциентиа», 2023. - С. 188 -191.

6. Агарков К. Ю. Социальный капитал политиков и механизмы его конвертации в поддержку электората / К. Ю. Агарков // Роль России в формировании многополярного мира: вызовы, возможности, перспективы, управленческие решения: сборник статей по итогам VII Международного Невского форума, Санкт-Петербург, 21-23 июня 2023 года. - Санкт-Петербург: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», 2023. - С. 13-18.

Результаты работы также были предоставлены в ходе научных конференций:

1. IV Международная научно-практическая конференция «Женщины на государственной службе», 4 марта 2022 г., Российская академия народного хозяйства и государственной службы.

2. Международная научно-практическая конференция «Селезневские чтения», 17 ноября 2022 г., Российская академия народного хозяйства и государственной службы.

3. Первый международный конкурс научно-исследовательских работ по социологии имени Питирима Сорокина, 26 февраля 2023 г., Российская академия народного хозяйства и государственной службы.

4. V Международная научно-практическая конференция «Женщины на государственной службе», 3 марта 2023 г., Российская академия народного хозяйства и государственной службы.

5. XIV Апрельская конференция, 4 апреля 2023 г., Российская академия народного хозяйства и государственной службы.

6. VII Международный Невский форум, 21-23 июня 2023 г., Российская академия народного хозяйства и государственной службы.

7. XVII Всероссийская научная конференция «Ковалевские чтения. Российское общество сегодня: ценности, институты, процессы», 16–18 ноября 2023 г., Санкт-Петербургский государственный университет.

8. Научно-практический семинар СЗИУ РАНХиГС и Шанхайского административного института «Цифровизация социальной сферы жизни общества в России и Китае», 23 ноября 2023 г., Российская академия народного хозяйства и государственной службы.

9. VI Международная научно-практическая конференция «Женская повестка в современном мире», 6 марта 2024 г., Российская академия народного хозяйства и государственной службы.

10. VIII Международный Невский форум, 20-21 июня 2024 г., Российская академия народного хозяйства и государственной службы.

11. VII Международная научно-практическая конференция «Женская повестка в современном мире», 6 марта 2025 г., Российская академия народного хозяйства и государственной службы.

12. IX Международный Невский форум, 26-27 июня 2025 г., Российская академия народного хозяйства и государственной службы.

13. VIII Международная научно-практическая конференция «Женская повестка в современном мире», 5 марта 2026 г., Российская академия народного хозяйства и государственной службы.

Структура диссертационного исследования Работа состоит из трех глав, десяти параграфов, введения, заключения и списка источников и литературы и четырех приложений.