

В Диссертационный совет ФГБОУ ВО
«Российская академия народного хозяйства и
государственной службы при Президенте
Российской Федерации»

119571, г. Москва, проспект Вернадского, д.82

ОТЗЫВ

**члена диссертационного совета
Российской академии народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации
на диссертацию Агаркова Константина Юрьевича
«Политические технологии управления общественным мнением
через социальные сети (на примере г. Санкт-Петербурга
и Ленинградской области)»,
представленную на соискание ученой степени
кандидата социологических наук
по специальности 5.4.5. – Политическая социология**

Актуальность темы диссертационного исследования К. Ю. Агаркова не вызывает сомнений. В условиях стремительной цифровизации всех сфер общественной жизни, трансформации медиапотребления и возрастающего влияния социальных сетей на формирование общественного мнения проблема эффективного использования политических технологий в интернет-пространстве приобретает особую значимость. Как справедливо отмечает автор, традиционные средства массовой информации постепенно уступают место интернет-коммуникациям, а социальные сети становятся не только средством общения, но и мощным инструментом политической борьбы и агитации. В этой связи исследование, направленное на изучение роли социальных сетей в электоральных кампаниях разного уровня и разработку критериев оценки их эффективности, является своевременным и востребованным как в теоретическом, так и в практическом плане.

Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка источников и литературы, а также приложений. Структура работы логична и обусловлена поставленными целью и задачами. Автор последовательно

переходит от теоретико-методологического осмысления политических технологий к анализу эмпирических данных, полученных в ходе мониторинга избирательных кампаний федерального, регионального и муниципального уровней.

Во введении автором четко обоснована актуальность темы, определены объект и предмет исследования, сформулированы его цель и задачи, а также гипотезы. Хронологические рамки (2008–2024 гг.) охватывают период, когда социальные сети начали полноценно использоваться в качестве канала политического воздействия. Эмпирическая база исследования включает анализ выборов Президента Российской Федерации (2024 г.), губернатора Санкт-Петербурга (2024 г.) и муниципальных депутатов Ленинградской области (2024 г.), что обеспечивает сравнительный анализ и позволяет сделать обоснованные выводы. Научная новизна работы заключается в разработке авторской методики социологического изучения политических технологий в социальных сетях, а также в эмпирическом доказательстве зависимости эффективности агитации от уровня выборов.

Первая глава «Теоретико-методологические подходы к изучению политических технологий в социальных сетях» посвящена анализу научной литературы. Автор корректно рассматривает эволюцию понятия «политические технологии» в зарубежной и отечественной социологии, опираясь на труды П. Бурдьё, М. Вебера, Э. Дюркгейма, Ч. Р. Миллса, Т. Парсонса, П. Сорокина, а также российских исследователей – М. Г. Анохина, И. А. Ветренко, Г. В. Пушкаревой, А. И. Соловьева и др. Важным представляется вывод автора о необходимости социологического измерения политических технологий, поскольку именно социологический подход позволяет оценить их эффективность и влияние на электоральное поведение.

В главе убедительно обосновывается, что социальные сети являются не просто каналом коммуникации, но и пространством, где формируется общественное мнение, происходит борьба за символическую власть и конструируется политическая реальность. Автор справедливо отмечает, что алгоритмы социальных сетей создают «эхо-камеры», искажающие восприятие общественного мнения, что требует особого внимания при проведении

агитационных кампаний. Классификация политических технологий (легальные, «серые», «черные»), предложенная в работе, а также выделение манипулятивных приемов (подмена понятий, «магия чисел», эмоциональное воздействие) свидетельствуют о глубоком понимании автором предмета исследования.

Вторая глава «Характеристика основных этапов формирования общественного мнения в социальных сетях посредством политических технологий» носит аналитический характер. Автор детально рассматривает историческую ретроспективу манипуляции общественным мнением (от Античности до наших дней), что позволяет проследить эволюцию методов воздействия. Особое внимание уделено специфике социальных сетей как пространства для политических кампаний. Заслуживает поддержки тезис, согласно которому социальные сети, в отличие от традиционных СМИ, предоставляют возможность двусторонней коммуникации, оперативной обратной связи и таргетированного воздействия на целевую аудиторию.

В главе также проанализирован зарубежный опыт использования социальных сетей в избирательных кампаниях (Б. Обама, Д. Трамп, Э. Макрон), что позволяет автору выявить общие тенденции и специфические особенности. Важным является вывод о том, что политические технологии не статичны: они постоянно развиваются, а победа в информационной войне достается тому, кто владеет инициативой, ресурсом и временем.

Третья глава «Мониторинг общественного мнения в социальных сетях в период проведения избирательных кампаний разного уровня» представляет собой эмпирическую часть исследования. Автор проводит скрупулезный контент-анализ официальных сообществ кандидатов и политических партий в социальных сетях «ВКонтакте», «Одноклассники» и Telegram. Методология исследования включает количественный и качественный анализ реакций пользователей (просмотры, лайки, репосты, комментарии), а также сопоставление этих данных с итогами голосования.

Полученные результаты обладают несомненной научной ценностью. Автор приходит к выводу, что эффективность использования социальных сетей в агитационный период зависит от уровня выборов:

– на федеральном уровне (выборы Президента Российской Федерации) гипотеза о влиянии соцсетей не подтвердилась: победивший кандидат (В. В. Путин) вообще не вел агитацию в социальных сетях, а кандидаты с высокой цифровой активностью (Л. Э. Слуцкий, В. А. Даванков) не смогли получить решающего преимущества. Это объясняется возрастным составом электората и устоявшимися рейтингами;

– на региональном уровне (выборы губернатора Санкт-Петербурга) гипотеза подтвердилась: была выявлена прямая связь между активностью в социальных сетях, качеством контента, объемом финансирования и итоговым результатом на выборах. А. Д. Беглов, лидировавший по всем цифровым показателям, одержал победу;

– на муниципальном уровне (выборы в Ленинградской области) гипотеза не подтвердилась: большинство кандидатов (92 % из числа избранных) победили, не используя социальные сети для агитации. Это свидетельствует о том, что на местном уровне решающую роль играют личные встречи, «наземная» агитация и административный ресурс.

Данные выводы являются важным вкладом в политическую социологию, поскольку они эмпирически опровергают распространенный миф о всемогуществе социальных сетей и показывают границы их эффективности.

В заключении подведены итоги исследования, сформулированы практические рекомендации для политических консультантов и кандидатов. Автор делает обоснованный прогноз о том, что в дальнейшем, по мере взросления «цифрового» поколения, значимость социальных сетей в политике будет возрастать.

Достоверность и обоснованность результатов исследования обеспечивается опорой на широкий круг теоретических источников, использованием комплекса взаимодополняющих методов (контент-анализ, анализ статистических данных, вторичный анализ), а также репрезентативной эмпирической базой. Автором лично проведен сбор и анализ большого объема данных, что свидетельствует о высокой степени самостоятельности работы.

Научная новизна исследования заключается в следующем:

1. Разработана авторская методика социологического изучения политических технологий в социальных сетях, позволяющая оценивать эффективность агитационного контента.

2. Эмпирически доказано, что эффективность социальных сетей зависит от уровня выборов (максимальна на региональном уровне, минимальна на федеральном и муниципальном).

3. Установлены критерии оценки эффективности политической коммуникации (востребованность контента, частота публикаций, качество, финансирование).

4. Сформулированы рекомендации по оценке эффективности использования социальных сетей для продвижения политического субъекта.

Теоретическая значимость работы состоит в том, что она развивает социологическое понимание политических технологий и уточняет роль социальных сетей в формировании общественного мнения. Практическая значимость обусловлена возможностью применения полученных результатов в деятельности политических консультантов, избирательных штабов, а также в учебном процессе при подготовке политологов и социологов.

Замечания по диссертации:

1. В работе используется термин «политическая коммуникация» в широком смысле, однако автор не всегда четко разграничивает понятия «политическая коммуникация» и «политическая агитация». Хотелось бы уточнить, как автор определяет границы этих понятий применительно к социальным сетям.

2. При анализе федеральных выборов автор указывает, что агитация в поддержку В. В. Путина в социальных сетях не велась, однако это не означает отсутствие сетевой коммуникации в целом (например, через официальные каналы государственных СМИ или паблики). Следовало бы более четко разделить прямую агитацию кандидата и косвенное информационное сопровождение.

3. В работе приводятся данные о том, что 92 % победивших на муниципальных выборах кандидатов не использовали социальные сети.

Хотелось бы уточнить, является ли это следствием низкой цифровой грамотности кандидатов или же осознанной стратегией, обусловленной спецификой местного электората.

Вместе с тем указанные замечания носят дискуссионный характер и не снижают общей высокой оценки представленной работы.

Заключение: диссертационное исследование Агаркова Константина Юрьевича «Политические технологии управления общественным мнением через социальные сети (на примере г. Санкт-Петербурга и Ленинградской области)» является завершённой, самостоятельной научно-квалификационной работой, содержащей решение актуальной задачи, имеющей значение для развития политической социологии. Работа соответствует требованиям, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата социологических наук по специальности 5.4.5. – Политическая социология, а ее автор заслуживает присуждения искомой степени.

Представленная диссертация может быть допущена к защите на заседании диссертационного совета.

Вывод: диссертация Агаркова Константина Юрьевича «Политические технологии управления общественным мнением через социальные сети (на примере г. Санкт-Петербурга и Ленинградской области)» является научно-квалификационной работой, в которой содержится решение проблемы оценки эффективности роли социальных сетей в агитационной кампании в ходе выборов; содержится решение задачи, имеющей важное значение для развития политической социологии, что соответствует требованиям Положения о присуждении ученых степеней, утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 г. № 842 и Порядка присуждения ученой степени кандидата наук, ученой степени доктора наук в Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, утвержденного приказом ректора ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (в редакции приказа от 30 апреля 2025 г. № 02-763, приказ об изм. № 02-1313 от 10.07.2025; приказ

об изм. 02-1794 от 17.09.2025; приказ об изм. №02-01364/001 от 01.07.2026 г.), а Агарков Константин Юрьевич заслуживает присуждения ему ученой степени кандидата социологических наук по специальности 5.4.5. – Политическая социология.

Член диссертационного совета РАНХиГС,
доктор политических наук, профессор,
профессор кафедры теоретической политологии
факультета политологии
Института международных отношений
и политических наук
федерального государственного автономного
образовательного учреждения высшего образования
«Российский государственный
гуманитарный университет»



Михаил Николаевич Грачев



Почтовый адрес: 125047, Москва,
Миусская площадь, д. 6, стр. 6, Федеральное
государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский государственный
гуманитарный университет», Институт международных
отношений и политических наук, факультет политологии,
кафедра теоретической политологии
Телефон: +7 (495) 250-65-07
e-mail: grachev.mn@rggu.ru