

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор  
федерального государственного бюджетного  
образовательного учреждения высшего  
образования «Российская академия  
народного хозяйства и государственной  
службы при Президенте Российской Федерации»,  
доктор экономических наук, профессор



А.М. Марголин

20 26 г.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

**Федерального государственного бюджетного образовательного  
учреждения высшего образования «Российская академия народного  
хозяйства и государственной службы при Президенте Российской  
Федерации»**

Диссертация «Политические технологии управления общественным мнением через социальные сети (на примере г. Санкт-Петербурга и Ленинградской области)» выполнена в Северо-Западном институте управления - филиале РАНХиГС.

Агарков Константин Юрьевич в 1995 году окончил «Высшее военно-морское училище им. Фрунзе» по специальности «Вооружение кораблей», диплом специалиста ЦВ 557785, регистрационный номер 19629 от 1995 г. В 2016 году окончил «Российскую академию народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» по направлению подготовки «Государственное и муниципальное управление» (бакалавриат, 107724 1925292, регистрационный номер 0099-149/45 от 2016 г.).

С 2022 г. по 2025 г. обучался в очной аспирантуре по направлению подготовки 5.4.5 Политическая социология (Приказ о зачислении № 01-31297

от 31.10.2022 г.). По итогам освоения программы аспирантуры Агаркову К.Ю. было выдано свидетельство СОА 0000001 и Приложение СЛА 0000002 от 21.10.2025 г.

В Северо-Западном институте управления – филиале РАНХиГС К.Ю. Агарков работает с 2023 г., в настоящее время занимает должность преподавателя кафедры социальных технологий (по внешнему совместительству). Преподаваемые дисциплины – «Политическая социология», «Социология».

Научный руководитель – доктор политических наук, доцент, заведующая кафедрой социальных технологий Северо-Западного института управления Ветренко Инна Александровна.

**По итогам обсуждения принято следующее заключение:**

Диссертационное исследование Агаркова Константина Юрьевича является логически выстроенной научно-квалификационной работой, содержащей положения и выводы, свидетельствующие о личном вкладе автора в разрабатываемую научную проблематику – политические технологии управления общественным мнением через социальные сети на примере Санкт-Петербурга и Ленинградской области. В работе на основе теоретической базы были проанализированы политические технологии, применяемые в избирательной кампании и доказана социологическая составляющая применения политических технологий во время выборов. На основе количественных и качественных методов сбора и анализа информации были проанализировано использование социальных сетей, как составной части политических технологий, кандидатами на различных уровнях выборы в России. Была разработана методика оценки эффективности использования политических технологий в социальных сетях и установлена связь успешности применения социальных сетей с уровнем проводимых выборов в 2024 году.

**Актуальность темы исследования.** Участие политических партий в выборах является основным атрибутом демократического устройства государства. В России политические партии выступают важнейшей

составляющей политической системы, осуществляя политическую коммуникацию, занимая положение связующих звеньев между государством и гражданами.

Политические партиям необходима массовая вербовка сторонников, единое руководство и партийная дисциплина. При выдвижении во власть своих представителей в качестве кандидатов на выборы, прежде всего, необходимо ориентироваться на харизму и демагогические способности лидера. Но для получения поддержки партийных выдвиженцев необходимо получить голоса электората, который должен узнать о выдвигаемом кандидате и его партии. В условиях высокой политической конкуренции для получения голосов электората на выборах необходимо применять политические технологии.

Политические технологии, применяемые в избирательной кампании, строятся на трёх постулатах: изменение правил взаимодействия между участниками политических процессов, внесение в массы новых представлений о ценностях и приёмы манипуляций, направленные на поведение общественных масс.

Прорыв информационно-коммуникационных технологий, осуществлённых в начале третьего тысячелетия, определил состояние информационного общества. Мы наблюдаем, разделение политических коммуникаций на две составные части: технологическую, как средство передачи информации по коммуникационным каналам, и смысловую, способствующую восприятию полученной информации.

Для принятия решения, как провести избирательную кампанию с положительным результатом, необходимо понимать, какой подход даёт наиболее успешный вариант, в частности какие каналы коммуникации будут наиболее эффективны. Такими каналами коммуникации могут быть социальные сети в Интернете.

Таким образом, актуальность темы связана с недостаточной исследованностью проблемы использования социальных сетей в период агитационной кампании на выборах различных уровней.

В настоящее время сложно выявить, какую роль играют социальные сети в избирательном процессе. Также остаётся неисследованным вопрос влияния предвыборной агитации в социальных сетях на получение голосов избирателя.

**Положения, выносимые на защиту и имеющие научную новизну (в соответствии с паспортом научной специальности 5.4.5. «Политическая социология»)**

1. На основе анализа научных работ в сфере политических технологий доказано, что данную область необходимо изучать с применением социологического подхода, а политические технологии рассматривать как объект социологического измерения. Публикация политического контента в социальных сетях является одним из видов политических технологий, позволяющим влиять на результаты выборов. Выявлены особенности специфики применения политических технологий, которые характеризуют их как социальное действие, направленное, на изменение политического поведения избирателей. При анализе проведения политических выборов за рубежом и в России за последние десять лет с использованием социальных сетей в Интернете обосновано, что применение политических технологий в социальных сетях способствует получению необходимого актору результата в день выборов. На основании изученных научных работ в области применения политических технологий в социальных сетях доказано, что в настоящее время не существует разработанных методик оценки эффективности применения таких технологий в социальных сетях в агитационном периоде избирательной кампании. (Полученный результат соответствует пункту 1 «Специфика социологического подхода к изучению политических процессов и явлений» Паспорта научной специальности 5.4.5 - Политическая социология).

2. Доказано, что в условиях высокой политической конкуренции преимущество имеет тот, кто использует современные средства

коммуникации с избирателями. На примере выборов федерального уровня, выборов в субъекте Российской Федерации и муниципального уровня установлено, что на эффективность использования современных средств коммуникации влияет уровень проводимых выборов. Доказано, что во время избирательной кампании Президента Российской Федерации в 2024 году, проводимой с использованием политических технологий в социальных сетях, воздействия на электорат они не оказали. Однако, на выборах Губернатора Санкт-Петербурга в 2024 году политические технологии, применяемые в социальных сетях, оказали влияние на избирателей, которые являлись пользователями социальных сетей в Интернете, что оказало влияние на победу действующего губернатора. Политические технологии в социальных сетях, применяемые на выборах в муниципальные органы власти в Ленинградской области в 2024 году влияния на избирателей, не оказали. Большинство кандидатов победивших на выборах агитацию в социальных сетях не проводили. (Полученный результат соответствует пункту 16 «Электоральное поведение как форма политического поведения» Паспорта научной специальности 5.4.5 – Политическая социология).

3. Разработана методика определения оценки эффективности применения политических технологий в социальных сетях во время агитационного периода избирательной кампании. Оценка эффективности построена на определении заинтересованности пользователей социальных сетей публикуемым политическим контентом, частотой публикаций, вложенными финансовыми ресурсами и результатом, полученным на выборах. Разработанная методика даёт относительные результаты эффективности применения политических технологий в социальных сетях во время агитационной кампании, в частности, и избирательной кампании в общем. (Полученный результат соответствует пункту 18 «Общественное мнение как системный элемент властных отношений» Паспорта научной специальности 5.4.5 – Политическая социология).

4. В ходе исследования выявлены факторы, которые влияют на результаты использования социальных сетей для агитации на выборах: а) эффективность использования социальных сетей зависит от изучения политических запросов избирателей, б) умения акторов довести политическую информацию до пользователей применяя, в том числе манипулятивные технологии. При проведении исследования выявлено, что во время агитационной кампании в социальных сетях спросом пользователей является не только политическая информация, но и события находящиеся в центре информационного поля, не касающиеся избирательной кампании. Умение использовать такие события с помощью политических технологий повышают успешность агитационной кампании в социальных сетях Интернета. (Полученный результат соответствует пункту 19 «Мобилизационные и манипулятивные политические технологии в формировании и управлении общественным сознанием и общественным мнением» Паспорта научной специальности 5.4.5 – Политическая социология).

**Значение результатов исследования для теории и практики** заключаются:

- в определении социологических подходов в политических технологиях применяемых во время избирательных кампаниях;
- в применении политических технологий как инструмента реализации политики;
- исследовании политических технологий, как инструмента реализации политики;
- в применении способов формирования общественного мнения в социальных сетях с использованием политических технологий;
- в выявлении специфики социальных сетей как пространства для проведения политических кампаний;

- в разработке программы исследования для выявления степени использования социальных сетей в агитационный период кандидатами на выборах разных уровней власти;
- в проведении социологического исследования использования социальных сетей в агитационный период кандидатами на выборах разных уровней власти;
- в разработке методов определения влияния использования социальных сетей в Интернете во время агитационного периода на выборах различных уровней;
- в определении факторов влияния применяемых политических технологий в социальных сетях на общественное мнение электората во время агитационного периода во время избирательной кампании на выборах различных уровней власти;
- в составлении рекомендаций по оценке эффективности социальных сетей по продвижению политического субъекта при высоком уровне политической конкуренции.

**Теоретическая и практическая значимость диссертационного исследования Агаркова К. Ю.** заключается в предложенных метриках измерения эффективности использования социальных сетей в период агитации, оценка которых возможна по результатам выборов. Опираясь на предложенные показатели и сравнивая их с показателями конкурентов, можно сделать вывод об эффективности применённых политических технологий и задействованных ресурсов в социальных сетях для оценки эффективности проведённой агитационной кампании. Результаты и выводы исследования позволяют разрабатывать эффективные стратегии агитации в социальных сетях, решающие определённые задачи. Такими задачами могут быть не только публикации контента в агитационный период, но и привлечение сторонников в политические партии во всем выборном цикле. В своей работе это могут использовать, как политические консультанты, которые ведут избирательные кампании, так и сами кандидаты при планировании их.

### **Степень достоверности и методологическая составляющая**

Обоснованность положений и выводов диссертационного исследования обеспечивается обращением к широкому массиву зарубежных и отечественных источников, детальным теоретическим обзором и анализом кейсов. В исследовании используется комплекс методологических подходов к изучению политических коммуникаций и политического поля. Эмпирические исследования проводились методами контент-анализа социальных сетей, сравнительным методом для определения эффективности коммуникации в социальных сетях и анализом вторичных данных документов раскрывающих результаты выборов. Применяемые методы соответствуют современным требованиям социологической науки и исследованиям в сфере политических технологий.

**Апробация результатов диссертации.** Результаты проведённых исследований подтверждаются комплексным анализом эмпирических данных, непротиворечивостью полученных авторских результатов и ранее проведённых исследований на семинарах и конференциях. Основные положения диссертационной работы были представлены на Международных и Всероссийских конференциях: IV Международная научно-практическая конференция «Женщины на государственной службе»/ 4 марта 2022 г., Российская академия народного хозяйства и государственной службы, Международная научно-практическая конференция «Селезневские чтения» 2 ноября 2022г., Российская академия народного хозяйства и государственной службы, Первый международный конкурс научно-исследовательских работ по социологии имени Питирима Сорокина/ 1 февраля 2023 г., Российская академия народного хозяйства и государственной службы, V Международная научно-практическая конференция «Женщины на государственной службе» 3 марта 2023 г., Российская академия народного хозяйства и государственной службы, XIV Апрельская конференция 4 апреля 2023 г., Российская академия народного хозяйства и государственной службы, VII Международный Невский форум/ 21-23 июня 2023 г., Российская академия народного хозяйства

и государственной службы, XVII Всероссийская научная конференция «Ковалевские чтения. Российское общество сегодня: институты, ценности, процессы». 16-18 ноября 2023 г., Санкт-Петербургский государственный университет, 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, VI Международная научно-практическая конференция «Женская повестка в современном мире» 6 марта 2024 г., Российская академия народного хозяйства и государственной службы, VIII Международный Невский форум 20-21 июня 2024 г., Российская академия народного хозяйства и государственной службы, VII Международная научно-практическая конференция «Женская повестка в современном мире» 6 марта 2025 г., Российская академия народного хозяйства и государственной службы, IX Международный Невский форум 26-27 июня 2025 г., Российская академия народного хозяйства и государственной службы.

**Материалы диссертации, опубликованные автором, включают:**

Статьи в изданиях, включённых в Перечень изданий, рекомендованных ВАК России для опубликования основных научных результатов диссертации на соискание учёной степени кандидата наук:

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.

**Личный вклад соискателя.** Работа выполненная лично автором: чётко сформулированы научные вопросы, обоснована концепция исследования, определены теоретические и методологические основы работы, предложены авторские решения- в частности методика оценки эффективности использования политических технологий в социальных сетях во время агитационного периода в избирательной кампании. Диссертационное исследование содержит новаторский подход к решению актуальной научной задачи и оригинальные положения, подтверждающие личный вклад автора.

**Рекомендации по использованию результатов исследования.**

Опираясь на полученные показатели исходя из методики оценки действия политических технологий в социальных сетях во время агитационной кампании и сравнивая их с показателями конкурентов, можно сделать вывод об эффективности применённых политических технологий и задействованных ресурсов в социальных сетях для оценки эффективности проведённой агитационной кампании. Результаты и выводы исследования позволяют разрабатывать эффективные стратегии агитации в социальных сетях, решающие определённые задачи. Такими задачами могут быть не только публикации контента в агитационный период, но и привлечение сторонников в политические партии во всем выборном цикле. В своей работе это могут использовать, как политические консультанты, которые ведут избирательные кампании, так и сами кандидаты при планировании их.

#### **Соответствие паспорту научной специальности 5.4.5. «Политическая социология»**

1. Диссертация «Политические технологии управления общественным мнением через социальные сети (на примере г. Санкт-Петербурга и Ленинградской области)» соискателя Агаркова Константина Юрьевича соответствует паспорту научной специальности 5.4.5 – Политическая социология:

2. - п. 16. «Специфика социологического подхода к изучению политических процессов и явлений».

3. - п. 18. «Общественное мнение как системный элемент властных отношений».

4. - п. 19. «Мобилизационные и манипулятивные политические технологии в формировании и управлении общественным сознанием и общественным мнением».

Диссертация «Политические технологии управления общественным мнением через социальные сети (на примере г. Санкт-Петербурга и Ленинградской области)» соискателя Агаркова Константина Юрьевича рекомендуется к защите на соискание учёной степени кандидата

социологических наук по научной специальности 5.4.5 – Политическая социология.

Заключение принято на заседании кафедры социальных технологий Северо-Западного института управления филиала ФГБОУ «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (РАНХиГС) 23 марта 2026 года, протокол № 6.

На заседании присутствовало 27 человек: «за» - 27 человек, «против» - 0, «воздержались» - 0.

Декан факультета  
социальных технологий, кандидат  
политических наук



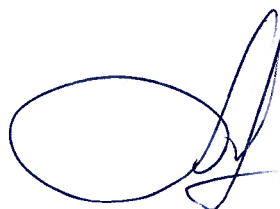
О. С. Кузин

Заведующая кафедрой  
социальных технологий, доктор  
политических наук, профессор



И.А. Ветренко

Заместитель директора  
Северо-Западного института  
управления-филиала  
ФГБОУ ВО «Российская  
академия народного  
хозяйства  
и государственной службы  
при Президенте Российской  
Федерации», доктор  
социологических наук,  
профессор



Ю.А. Тюрина