

Секция «Конфликты в цифровом обществе: источники, специфика, механизмы решения»

Стратегия популизма и тактика продвижения правых идей в социальных сетях: на примере выборов в Европарламент.

Научный руководитель – Пупыкин Роман Александрович

Чалый Александр Витальевич

Студент (бакалавр)

Южный федеральный университет, Институт философии и социально-политических наук, Кафедра теоретической и прикладной политологии, Ростов-на-Дону, Россия

E-mail: chalyi@sfedu.ru

Текущий XXI век называют веком компьютерных технологий, что прежде всего связано с их стремительным развитием, появлением различных средств фиксации и передачи информации, которые стали частью повседневности, расширив круг социальных практик человека. Важным элементом жизни стали социальные сети, что оказало свое воздействие на социум. Политическая сфера общества тоже претерпела изменения под их влиянием. От получения информации посредством линейной коммуникации с телевизионным продуктом, человечество шагнуло к нелинейному представлению информации с возможностью потребителя участвовать в её производстве и распространении. Следствием этого стало повышение количества политических акторов, причем их можно воспринимать и как субъекты, и как объекты в политическом процессе. Такая концентрация акторов не только значительно усложняет весь политический процесс, но и делает его более предсказуемым в части приемов, которые используются для достижения политических целей (Юшков, 2020). Такие приемы ложатся в основу тактик по продвижению политических партий в социальных сетях.

Ещё одним важным процессом нашего времени стала дестабилизация мирового порядка, что привело к росту популярности правых популистских партий. В то же время социальные сети доминируют в информационном обществе как средства передачи, обмена идей, формирования общественного мнения и организации мобилизации различных групп населения. В таких условиях становится крайне важным определение тенденций, эффективности и выявление перспектив этого канала коммуникации с электоратом. Понимание того, как социальные сети влияют на политические процессы, на примере правых популистских партий в Европе, имеет важное значение не только для Европейского союза (ЕС), т. к. на выборах в Европарламент изменяется баланс сил между ключевыми институтами ЕС (Европарламент, Европейский совет и Еврокомиссия), но и для России, которая заинтересована в лояльных отечественной внешней политике партнерах. Также рассмотрение опыта Европы в этом вопросе может обогатить отечественные тактики продвижения политических идей и оценить потенциальное воздействие на собственную политическую среду.

Основной электорат современных популистских партий – разочаровавшиеся или недовольные чем-то люди. В условиях, когда реальный уровень жизни снижается, радикальные перемены становятся шансом на ее улучшение, несмотря на возможные отрицательные последствия. Можно проследить, что на выборах в Европарламент 2019 г., среди тем, на которые делали упор правые популисты в своей риторике выделялись две: иммиграция и обвинение элит в неспособности решать актуальные социальные проблемы. Распространяется тезис о том, что люди достойны лучшей жизни, а действующая элита обвиняется в «краже» будущего. Популисты спекулируют на таком чувстве несправедливости – это один из их приемов.

Так как пользователи социальных сетей выбирают источники получения новостей – каналы, сообщества, аккаунты других пользователей в зависимости от своей идеологической предрасположенности, возникает феномен «идеологической сегрегации» (Надпорожский, 2020). Люди с противоположными политическими взглядами потребляют отличающуюся между собой информацию, при этом сами пользователи зачастую не пересекаются, что ведет к расколу в обществе и невозможности прийти к консенсусу. Помимо этого, в настоящее время на многих сайтах, поисковых системах, социальных сетях распространены алгоритмы, которые персонализируют получаемую информацию – люди часто находят именно то, что хотят видеть. Когда это касается какого-то политического вопроса, то это приводит к поляризации общества. Это также выгодно популистам, помимо привлечения людей, в условиях такого раскола общества партии могут также мобилизовать своих сторонников, создавая ощущение необходимости в защите своих интересов. Проблемы с миграцией в ЕС сохраняются, экономические – обостряются, уровень жизни снижается (Гуселетов, 2023), что позволяет говорить о будущем укреплении позиций популистских партий.

Таким образом, социальные сети прекрасно подходят для реализации стратегии популизма, так как являются важным инструментом воздействия на политические процессы. С помощью них продвигаются тезисы о виновности элит в ухудшении экономического положения, в случае европейского правого популизма также вине иммигрантов, что приводит к возникновению чувства несправедливости, кроме того, популистам выгодна происходящая в обществе поляризация. Можно говорить о том, что в настоящее время продвижение популизма стало эффективней.

Источники и литература

- 1) Алиаскарова Жамиля Агыновна Социальные сети в арсенале популистских партий Европы // ПОЛИТЭКС. 2019. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-seti-v-arsenale-populistskih-partiy-evropy>
- 2) Гуселетов Борис Павлович Праворадикальные общеевропейские партии накануне общеевропейских выборов 2024 г. // АПЕ. 2023. №4 (120). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pravoradikalnye-obscheevropeyskie-partii-nakanune-obscheevropeyskih-vyborov-2024-g>
- 3) Надпорожский Илья Александрович Особенности современного интернет-пространства как триггер распространения популизма // Скиф. 2020. №12 (52). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-sovremennogo-internet-prostranstva-kak-trigger-rasprostraneniya-populizma>
- 4) Юшков Игорь Валерьевич Феномен цифрового популизма: истоки и современное состояние // Обозреватель - Observer. 2020. №10 (369). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-tsifrovogo-populizma-istoki-i-sovremennoe-sostoyanie>
- 5) Pfetsch, B., Benert, V., & Heft, A. (2023). Same, same but different? Explaining issue agendas of right-wing parties' Facebook campaigns to the 2019 EP election. *Party Politics*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/13540688231184624>