

УДК 070:004

ЦИФРОВЫЕ СМИ: ВОЗМОЖНОСТИ И РИСКИ

Платон Андреевич Поломошнов

Ростовский государственный экономический университет,

г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация

Аннотация. Введение. В статье рассматриваются особенности и роль цифровых СМИ в формировании общественного и индивидуального сознания. Анализируются основные современные тренды в развитии цифровых СМИ и формы информационной деятельности цифровых СМИ. Сопоставляются позитивные возможности цифровых СМИ в формировании общественного мировоззрения с потенциальными рисками негативного воздействия цифровых СМИ на общественное сознание.

Методология и методы. Используются методы аналитического обзора деятельности цифровых СМИ, обобщения трендов в развитии цифровых СМИ и критического прогностического исследования рисков, связанных с развитием цифровых СМИ.

Анализ. Под цифровыми средствами массовой информации понимаются СМИ, средством распространения которых являются современные сетевые технологии и коммуникации. В современном обществе цифровые СМИ составляют все более жесткую конкуренцию традиционным СМИ, вытесняют их на периферию информационного пространства. При этом происходит качественная трансформация способа подачи и самого содержания информации. Увеличивается роль визуального и мультимедийного контента, способствующего более эмоциональному восприятию информации, происходит фрагментация аудитории и формирование «информационных пузырей». Развитие современных цифровых СМИ связано с многочисленными рисками негативного воздействия на аудитории с помощью технологий фейков и дип-фейков. Существенный риск связан с продвижением инициатив и ценностей маргинальных социокультурных субъектов, внедряющих деструктивные взгляды и повестку ненависти и разобщения.

Результаты. Современные цифровые СМИ имеют и постоянно наращивают серьезный потенциал в сфере влияния на целостность общественного сознания. Этот потенциал несет в себе как позитивные возможности, так и серьезные риски негативного воздействия на общественное сознание. Все это требует совершенствования законодательного регулирования в сфере деятельности цифровых СМИ.

Ключевые слова: цифровые СМИ, общественное мировоззрение, информация, он-лайн коммуникация, риски, контент соцсетей, фейки.

UDC 070:004

DIGITAL MEDIA: POSSIBILITIES AND RISKS

Platon Andreevich Polomoshnov

Rostov State University of Economics,
Rostov-on-Don, Russian Federation

Abstract. Introduction. The article discusses the features and role of digital media in shaping public and individual consciousness. The main modern trends in the development of digital media and forms of information activities of digital media are analyzed. The positive opportunities of digital media in shaping public outlook are compared with the potential risks of the negative impact of digital media on public consciousness.

Methodology and methods. The methods of analytical review of digital media activities, generalization of trends in the development of digital media and critical predictive study of risks associated with the development of digital media are used.

Analysis. Digital media are understood as media whose means of distribution are modern network technologies and communications. In modern society, digital media are increasingly competing with traditional media, pushing them to the periphery of the information space. At the same time, a qualitative transformation of the method of presentation and the content of information occurs. The role of visual and multimedia content, which contributes to a more emotional perception of information, increases, audience fragmentation and the formation of «information bubbles». The development of modern digital media is associated with numerous risks of negative impact on audiences using fake and deep fake technologies. A significant risk is associated with the promotion of initiatives and values of marginal socio-cultural subjects who introduce destructive views and an agenda of hatred and disunity.

Results. Modern digital media have and are constantly increasing serious potential in the sphere of influence on the integrity of public consciousness. This potential carries both positive opportunities and serious risks of negative impact on public consciousness. All this requires improving legislative regulation in the field of digital media.

Keywords: digital media, public outlook, information, online communication, risks, social media content, fakes.

Введение. Изучение роли цифровых СМИ в формировании общественного сознания является насущной потребностью коммуникативных технологов и актуальной проблемой современного гуманитарного знания. Для исследования данной темы необходимо выполнить ряд задач: выявить ключевые тренды и особенности влияния онлайн-контента на ценности и

мировоззрение аудитории; оценить потенциал цифровых СМИ в плане определения конструктивных возможностей цифровых СМИ для продвижения позитивных социальных ценностей; выявить риски и негативные аспекты, связанные с распространением негативной (деструктивной для традиционных ценностно-мировоззренческих установок российского общества) информации. Практически ориентированный запрос общества в лице профессиональной среды цифровой журналистики заключается в разработке рекомендаций и конкретных предложений для усиления конструктивного влияния цифровых СМИ на целевую аудиторию, а также мер по минимизации деструктивного воздействия цифровой информационно-коммуникационной среды.

Цифровые СМИ – это мощный современный инструмент коллективной коммуникации и трансляции не только сведений, но и установок, ценностных констант, влиятельных мнений. Этот инструмент может, как поддерживать, так и разрушать социально значимые нормы и понятия. Необходимо стремиться к совершенствованию понимания механизмов и факторов его влияния, которые позволят эффективно контролировать и достигать планируемых результатов.

Методология и методы. Наше исследование опирается на анализ типов современных цифровых СМИ и форм их деятельности в информационном пространстве. На основе этого анализа проведено обобщение основных трендов в развитии цифровых СМИ и прогнозируются возможные позитивные и негативные воздействия цифровых СМИ на массовое и индивидуальное мировоззрение.

Анализ. Под цифровыми средствами массовой информации понимаются СМИ, средством распространения которых являются современные сетевые технологии и коммуникации. К цифровым СМИ могут быть отнесены как собственно сами сетевые мультимедиа платформы, такие как You Tube, Twitter (X), TikTok, Rutube, Telegram, Яндекс Дзен, ВКонтакте, Одноклассники и т.д., так и непосредственно субъекты-поставщики информационного продукта, медиа-организации и независимые блогеры и журналисты, транслирующие свой контент с помощью каналов на различных интернет-площадках.

Цифровые медиа существенно меняют подход к потреблению информации по сравнению с традиционными формами массовых коммуникаций, что выражается в следующих ключевых чертах:

- увеличение объема, доступность источников публичной информации, их распространенность приводит к тому, что потребители имеют доступ к информации в любое время и в любом месте по запросу, а не в предьявительном порядке;
- операционализация свободы выбора информационных источников за счет функционирования общедоступных платформ и каналов открывает возможность проявить активность и самостоятельность всем участникам процесса массовых коммуникаций;

- облегчение и расширение возможностей поиска, анализа, систематизации и презентации информации увеличивает количество субъектов процесса коммуникации и диверсифицирует их масштаб от наноблогеров до государственных структур и межнациональных корпораций;
- за счет облегченной обратной связи по сравнению с традиционными СМИ, цифровые СМИ становятся интерактивными, что создает возможность оперативно отслеживать ответы на запросы аудитории;
- активизация фидбэка размывает традиционные роли создателя и потребителя контента, порой уравнивая или даже меняя их местами;
- благодаря использованию цифровых инструментов анализа данных, предлагаемые сведения более метко могут быть сориентированы на определенный сегмент целевой аудитории. За счет точной связи источников с получателями информация часто предназначается для очень четко определенных групп людей;
- цифровая трансформация массовых коммуникаций характеризуется их более тесной интеграцией с бизнесом, происходит сближение, вплоть до слияния СМИ с цифровым интернет-маркетингом. Именно посредством цифровых каналов развивается современная деятельность по продвижению товаров и услуг, использующая точечное позиционирование информации.

В данных условиях повышается конкретность среди источников в борьбе за внимание пользователей. И особую остроту эта проблема приобретает для некоммерческих, государственных и муниципальных, социально-направленных платформ и каналов информации, поскольку они вынуждены сражаться за экранное время с крупными агрессивными коммерческими агрегаторами, эксплуатирующими самые простые человеческие потребности и страсти в своих корыстных интересах, при этом не будучи облечены никакими ценностными регуляторами социальной направленности кроме стремления к собственной наживе. Продвижение социально-значимых образовательных и технологических инициатив, позитивных социальных ценностей является серьезным вызовом в условиях противостояния коммерчески-ориентированному контенту в открытом пространстве цифровых коммуникаций.

В современных реалиях общественных коммуникаций Интернет вытесняет традиционные институты трансляции социально значимой информации – семью, школу, церковь, друзей, университеты, традиционные СМИ. По данным германского фонда мирового населения (DSW) К началу 2024 года в мире проживало 8,083 миллиарда человек [26]. Большинство из них приобщены к Интернету. Анализ последних данных ITU, GSMA Intelligence, Eurostat и данных различных локальных государственных ведомств показывает, что за год число интернет-пользователей выросло на 1,8 % (+97 млн новых пользователей) и достигло 5,35 млрд в начале 2024 года [15]. По данным GWI, среднестатистический интернет-пользователь теперь проводит онлайн 6 часов и 40 минут каждый день [15]. Независимо от

содержания передаваемых ценностей можно отметить, что цифровые каналы связи будут демонстрировать чрезвычайный динамизм, их скорость передачи и изменения информации недостижима для традиционных форм. Это может говорить с одной стороны о потенциальном увеличении способности к адаптации и реакции на внешние изменения (природные и социальные), а с другой стороны влечет за собой риски дестабилизации информационной среды и размывания социокультурной идентичности российского общества, разрыва межпоколенческих культурных связей, преемственности традиционных непреложных культурных ценностей гуманизма, добросовестности, чести, ответственности, приверженности идеалам истины, добра, справедливости и красоты.

Исходя из указанного, можно сделать вывод, что цифровые СМИ сегодня играют существенную роль в формировании общественного сознания. Они оказывают серьезное влияние на ценностные ориентиры и мировоззрение широкой аудитории благодаря высокой скорости распространения информации, интерактивности и доступности контента. Концептуально цифровые СМИ можно рассматривать как культурный феномен, с одной стороны отражающий общественные ориентации и установки, а с другой, как поддерживающий и инструментально осуществляющий общественные преобразования.

Одним из главных трендов в развитии цифровых СМИ является рост значимости социальных сетей и платформ с пользовательским контентом как источником формирования убеждений и норм. В начале 2025 года в России насчитывалось 106 миллионов пользователей социальных сетей, что составляет 73,4 % от общей численности населения [22]. Этот рост демонстрирует увеличение роли цифровых социальных коммуникаций в жизни россиян. Статистика и анализ роста значимости социальных сетей в России в последние три года, основанные на актуальных данных из открытых источников, позволяют сделать некоторые наблюдения и выводы. В российских соцсетях отмечаются серьезные показатели роста. Увеличилось количество активных авторов: в октябре 2024 года в России насчитывалось 74,9 млн активных авторов в социальных медиа – это рекордный показатель за всё время наблюдений, что на 16 % больше по сравнению с октябрём 2023 года [12]. Растет объём контента: ежемесячный объём публичных сообщений увеличился на 16,8 % по сравнению с аналогичным периодом 2023 года, составив 1,8 млрд сообщений в месяц [14]. В 2020 году отмечался скачок активности из-за пандемии (+30 % авторов), в 2021 году наблюдалось затишье, а в 2022 году – новый резкий рост (+36 % сообщений) как реакция на общественно-политическую повестку [13]. В 2024 году тренд продолжился, несмотря на отсутствие внешних кризисов в России. Основными драйверами роста в последнее время являются Telegram и маркетплейсы. Именно рост Telegram наиболее заметно повлиял на статистику: прирост составил 72,6 % по авторам и 18,9 % по сообщениям по сравнению с предыдущим годом [14]. Маркетплейсы и отзовики также внесли значительный вклад: рост числа авторов составил 126 %, а количество сообщений – 292 %. На долю авторов отзовиков приходится 17 %

от всех авторов соцмедиа, а на их сообщения – 5 % от общего объёма [16]. Маркетплейсы активно конкурируют с традиционными соцсетями и Telegram за внимание пользователей, что говорит о расширении понятия «социальных медиа» и их роли в жизни пользователей.

Российские тренды находятся тут в рамках общемировых тенденций, отмечающих подобные процессы. В мире количество зарегистрированных учётных записей в соцсетях за год выросло на 5,6 % (более 266 млн новых пользователей только за 2023 год), а темпы роста в последние три месяца года ускорились до 9,4 новых пользователей в секунду [15]. Глобальные платформы, например, TikTok показывают устойчивый рост, по итогам 2024 года он насчитывает более 1,7 млрд пользователей и ожидается, что к 2027 году их число достигнет 2,25 млрд. [17].

Можно сделать промежуточный вывод, что в 2024 году в России наблюдался устойчивый рост значимости социальных сетей и социальных медиа. Количество активных авторов и объём контента достигли исторических максимумов. Основными драйверами роста стали Telegram и площадки с отзывами (маркетплейсы). Социальные медиа всё больше выходят за рамки традиционного общения, становясь инструментом для коммерции, обсуждения товаров и услуг, а также формирования общественного мнения.

Первым трендом является увеличение значимости соцсетей как основного канала коммуникации и источника новостей. Социальные сети и платформы с отзывами становятся ключевыми площадками не только для общения, но и для ведения бизнеса, формирования доверия и продвижения брендов в России и мире, что в целом говорит о коммерциализации контента и поощрении потребительского менталитета.

Вторым трендом в развитии цифровых СМИ является увеличение роли визуального и мультимедийного контента, способствующего более эмоциональному восприятию информации. В настоящее время визуальный и мультимедийный контент играют всё более значительную роль в эмоциональном восприятии информации. Это связано с тем, что визуальные и мультимедийные элементы способствуют более глубокому погружению в информацию и могут вызывать отклик у зрителей не только на уровне разумного понимания, но и на уровне чувств. Мировые и внутрироссийские статистические данные подтверждают эту тенденцию. Рынок визуального контента неуклонно расширяется: в 2022 году глобальный рынок визуального контента оценивался в 9,6 млрд. долларов США, а к 2030 году он ожидается в размере 23,6 млрд. долларов США [10]. Это свидетельствует о том, что визуальный контент становится всё более востребованным как для маркетинговых стратегий, так и для иных по целям форм обмена информацией. Это резкое увеличение связано с растущим спросом на высококачественные цифровые образы, которые используются в рекламе, социальных сетях, электронной коммерции и развлечениях. Визуальный и мультимедийный контент способствуют более насыщенно-эмоциональному восприятию информации, так как он может непосредственно влиять на аффективно-волевую сферу сознания зрителей. Это обусловлено тем,

что визуальная информация воспринимается и обрабатывается мозгом быстрее и более эффективно, чем текстовая. В 2025 году ожидается рост популярности лайфстайл-контента, который включает в себя элементы визуального и мультимедийного контента для отражения стиля жизни, привычек и интересов. Это ещё больше подчеркивает важность визуальных и мультимедийных элементов в контент-маркетинге. В России также наблюдается значительное увеличение роли визуального и мультимедийного контента в социальных сетях и онлайн-платформах. Визуальный контент, включая фото и видео, становится все более популярным. По данным Webfx, визуальный контент может увеличить потенциал распространения материала на 40 % [33]. Причем рост во многом обусловлен использованием нейросетевого контента, увеличивается доля мультимедийной информации сгенерированной нейросетями – это касается изображений, видео и анимации. С этим связан отказ от стоковых медиа: блогеры предпочитают уникальный дизайн, а не стоковые модели, одновременно уделяя большое внимание качеству фото и видео. Также, фиксируется рост коротких роликов, особенно до 1 минуты, которые показывают высокую вовлеченность аудитории. В пользу тезиса об увеличении доли медиаконтента говорят показатели платформы VK. В 2024 году VK Клипы и VK Видео продемонстрировали значительный рост. Среднесуточные просмотры VK Клипов достигли 2,5 млрд, а количество опубликованных клипов увеличилось почти в три раза [18]. Платформа RuTube также показывает рост, привлекая зрителей возможностью загрузки контента и новыми функциями монетизации. Месячная аудитория сервиса составляет более 70,5 млн. пользователей [1]. Платформа Telegram остается перспективной для продвижения, где инфокарточки вместо текста становятся более популярными в качестве способа разнообразить контент.

Вместе с тем, необходимо признать, что увеличение роли визуального и мультимедийного контента приводит и к его упрощению по сравнению с традиционными текстовыми формами. Тенденция к облегчению восприятия информации может способствовать усилению ее воздействующей силы, но снижает уровень понятийного критического мышления аудитории, поскольку баланс когнитивных функции чувственного восприятия, с одной стороны, и рационально-логического анализа, и рефлексии, с другой, утрачивается в результате превалирования входящих данных чувственно-эмоционального характера. В целом, во всем мире визуальный и мультимедийный контент играют значительную роль в формировании эмоционального восприятия информации и их популярность продолжает расти в связи с потребностями современного маркетинга и коммуникаций.

Третьим трендом в развитии цифровых СМИ является фрагментация аудитории и формирование «информационных пузырей». Фрагментация аудитории в цифровых медиа и формирование «информационных пузырей» стали важными аспектами, влияющими на общественное мнение и восприятие информации. Информационные пузыри – это состояния, при которых пользователи получают доступ только к информации, которая подтверждает их

существующие убеждения и взгляды. Данный феномен базируется на так называемой «эвристике доступности» информации [3, с. 189-232]. Это интуитивный процесс, в котором человек оценивает событие как вероятное по степени лёгкости, с которой ассоциированные события приходят на ум. Более вероятным или верным кажется то, что легче вспоминается. В групповом контексте это приводит к тому, что человек может считать определенные действия или мнения более вероятными или важными, если они часто встречаются в группе, даже если это не так. Такие пузыри часто формируются благодаря алгоритмам социальных сетей, которые адаптируют контент под интересы и предпочтения пользователей, что приводит к изоляции от альтернативных точек зрения, вплоть до поляризации мировоззренческих позиций.

Современные цифровые платформы, такие как социальные сети и новостные агрегаторы, могут способствовать, таким образом, фрагментации аудитории. Пользователи становятся частью определённых групп или сообществ, где общаются с единомышленниками и получают информацию, соответствующую их взглядам. Это приводит к росту однородных мнений и снижению разнообразия идей.

Фрагментация и формирование информационных пузырей могут усиливать поляризацию взглядов. Когда люди находятся в изоляции от различных мнений, это может привести к более агрессивным и крайним позициям. Исследования показывают, что пользователи, находящиеся в информационных пузырях, чаще подвержены радикализации и нетерпимости к альтернативным точкам зрения, что может быть питательной средой для развития ксенофобии, интолерантности и экстремистских взглядов.

Алгоритмы социальных медиа учитывают взаимодействие пользователей, чтобы предлагать контент, который вызывает наибольший интерес. Это может привести к тому, что пользователи получают информацию, соответствующую их уже сформированным, в том числе предвзятым взглядам, игнорируя более сбалансированные и объективные источники. В результате они могут оказаться в замкнутом круге однотипных мнений. Формирование информационных пузырей и фрагментация аудитории могут оказывать значительное влияние на общественные дискуссии и политику. Это явление способствует росту недоверия к традиционным СМИ и общественным институтам, а также может привести к увеличению социальной напряженности и конфликтам между различными группами.

Четвертый тренд в развитии цифровых СМИ – активное использование цифровых СМИ для продвижения социальных инициатив и ценностей. Цифровые СМИ играют ключевую роль в продвижении социальных инициатив и ценностей, предоставляя платформы для обсуждения, распространения информации и вовлечения граждан. Государственные и коммерческие ИТ платформы, социальные сети, блоги и видеохостинги, предоставляют площадки для запуска социальных кампаний. Государственные, некоммерческие организации и активисты используют эти платформы для распространения информации о важных социаль-

ных вопросах, в том числе, таких как противодействие преступности и кибермошенничеству, экология, забота о здоровье, образование, финансовая грамотность, изучение истории своей Родины и другие. Например, кампании, направленные на борьбу с насилием в отношении женщин или защиту окружающей среды, в зарубежном сегменте интернета становились вирусными именно благодаря активности пользователей в социальных сетях. Цифровые СМИ также используются для информирования и просвещения населения о социальных инициативах и актуальных темах. НКО, государственные организации и активисты публикуют статьи, видео и инфографику, чтобы донести до широкой аудитории информацию о своих проектах, целях и достижениях. Это помогает увеличить уровень осведомленности и поддержки среди граждан.

С помощью цифровых платформ организовываются краудфандинговые кампании для сбора средств на социальные инициативы. Такие платформы, как GoFundMe и Planeta.ru, позволяют организациям и индивидуальным активистам привлекать финансирование от граждан, заинтересованных в поддержке социальных проектов. Таким образом, активное использование цифровых СМИ для продвижения социальных инициатив и ценностей значительно расширяет возможности для участия граждан в общественной жизни, способствует распространению информации и формированию сознательного отношения к важным социальным вопросам. Но, с другой стороны, инициаторами продвижения собственных инициатив и ценностей могут выступать и маргинальные социокультурные субъекты, внедряя деструктивные взгляды и повестку ненависти и разобщения, что создает серьезные риски для устойчивого общественного развития.

Несмотря на большой конструктивный потенциал, цифровые СМИ также несут серьезные риски, связанные с распространением деструктивной информации, которая может подрывать традиционные гуманистические ценностно-мировоззренческие установки российского общества. К таким аспектам могут быть отнесены следующие негативные явления и процессы в публичном интернет пространстве:

- распространение фейков, манипулятивных нарративов и пропаганды, искажающих реальность;
- усиление социального раскола через информационные пузыри и поляризацию;
- пропаганда экстремизма, насилия и антисоциального поведения;
- упрощение и дегуманизация коммуникации в целом, снижающие уровень критического мышления и общественного доверия.

Распространение фейковой информации и манипулятивных нарративов стало значительной проблемой как в мире, так и в России. Это явление подрывает доверие к средствам массовой информации и негативно сказывается на общественном сознании. Фейки — это ложные или вводящие в заблуждение сведения, созданные с намерением дезинформировать. Манипулятивные нарративы используют искаженную или селективную информацию для

формирования определённого мнения или реакции у аудитории. Эти практики становятся особенно актуальными в контексте социальных медиа, где информация распространяется мгновенно и без должной проверки. Уровень распространения фейковой информации в мире продолжает расти. Согласно результатам социологического опроса АНО «Диалог Регионы», 60 % граждан сталкиваются с фейковыми новостями как минимум раз в неделю. 66 % людей признаются, что хотя бы раз верили дезинформации, что подчеркивает масштаб проблемы [5]. За три месяца 2025 г. в России были выявлены 61 уникальный дипфейк и 2,3 тыс. их копий. Это равно 67 % от общего количества дипфейков, обнаруженных в 2024 г. и в 2,6 раза превышает объем дипфейков, зафиксированных за весь 2023 г. Такие данные из исследования, проведенного Международной ассоциацией по фактчекингу Global Fact-checking Network (GFCN), прозвучали в рамках сессии «Принципы противодействия цифровой дезинформации» на RIGF 2025. По данным исследования Global Fact-checking Network (GFCN), 89 % обнаруженных в этом году дипфейков связаны с политической сферой, силовыми структурами и государственной безопасностью, рассказала специалист в области геополитики и кибербезопасности, журналист Geopolitics360 (Сингапур/США), эксперт GFCN Лили Онг. Она утверждает: «фейки и дипфейки – это не только российская проблема. Это всемирный феномен. Увеличивается число дипфейков, в том числе благодаря техническому развитию. В 2024 году в мире число дипфейков выросло на 118 % по сравнению с 2023 годом. Использование искусственного интеллекта приходится на 42,5 % финансовых преступлений в мире» [11].

Распространение фейков и манипулятивных нарративов может существенно повлиять на общественное мнение и политическую ситуацию. Например, манипулятивные кампании могут подрывать доверие к традиционным СМИ, способствовать поляризации общества, осуществлять вмешательство в политические, культурные и экономические процессы, создавать конфликты на основе ложных сведений.

Цифровые платформы (соцсети, мессенджеры, видеохостинги) активно используются для распространения контента, который разрушает традиционные семейные ценности, пропагандируя экстремистские движения. Ультралиберальная, чуждая традиционным ценностям крепкой, дружной, многодетной, суверенной семьи, надежной опоры гражданского общества, повестка индивидуализма и гедонизма пропагандирует радикальный феминизм и гендерный нигилизм, насаждает западный культурный релятивизм, отрицает национальную идентичность, обесценивает религиозные нормы путем насмешки над традиционными религиями России (православием, исламом, национальными верованиями).

По данным Роскомнадзора за 2023 год в российском сегменте интернета выявлено свыше 12 тыс. материалов, нарушающих закон о запрете пропаганды нетрадиционных отношений среди несовершеннолетних, а Telegram-каналы с аудиторией более 500 тыс. подписчиков распространяли инструкции по смене пола [9].

Атака на институт семьи продолжалась также в TikTok и «Дзене», где в 2022–2023 гг. набрали популярность хештеги [4; 6] с деструктивным контентом о «ненужности детей». Негативное влияние на молодежь в том числе таких информационных воздействий отражается в статистике: 40 % россиян 18–24 лет в 2023 г. считали, что «брак – это устаревший институт» (против 25 % в 2018 г.) [2].

Насмешки происходят и над темой патриотизма и величия российской истории. В 2021–2023 гг. YouTube и Twitter стали платформами для мемов о «ненужности Дня Победы» (более 500 заблокированных роликов), очернения памяти советских героев (например, кампания против Зои Космодемьянской) [7]. За деструктивным контентом стоят чаще всего агенты влияния – иностранные НКО, они финансируют оппозиционных блогеров, «либеральные» (на самом деле вражеские) медиа, анонимные телеграмм-каналы и осуществляют координацию провокаций. Цифровые СМИ стали орудием гибридной войны против традиционных российских ценностей.

Информационные события времен Пандемии COVID-19 ярко иллюстрируют способность цифровых СМИ выступать источником ажиотажной, ложной и деструктивной информации, снижающей уровень критического мышления и вызывающей дефицит рациональной коммуникации. В период пандемии COVID-19 цифровые медиа стали ключевым каналом распространения дезинформации, что привело к формированию параллельной «инфодемии». Мониторинг соцсетей (Twitter, Telegram), отчеты фактчекинговых организаций (AFP, Reuters), научных публикаций по теме медиавоздействия (TheLancet, Nature) выявили несколько механизмов циркуляции ложных для общественного здоровья нарративов. Большой вред принесло распространение конспирологических теорий, например, о лабораторном происхождении SARS-CoV-2 (не подтверждено научным сообществом), мифы о чипировании через вакцинацию (опровергнуто ВОЗ), манипуляции на основе упрощенных объяснений о том, что вакцины меняют ДНК (опровергнуто в журнале Nature в 2021 г.), мифы о том, что вакцины вызывают бесплодие на основе фейковых статей о синхронизации с белком плаценты (официальные исследования опровергли в журнале WHO в 2021 г). Посредством ажиотажных новостных каналов в соцсетях, вирусных видеороликов, народных советов и «секретных» сообщений в мессенджерах распространялись откровенно лженаучные методы лечения, в частности такие представления: «Хлорка/спирт убивает вирус внутри организма» (приводило к отравлению и ожогам слизистых), «Ивермектин лечит COVID» (ветпрепарат) (в результате – печеночная недостаточность и отсутствие какой-либо эффективности), «Чеснок/имбирь заменяют вакцину» (нет никаких доказательств пользы как и вреда), «Горячая ванна/фен убивают вирус» (ожоги, тепловые удары). Но самое страшное, что под влиянием этих слухов множество людей отказывались от верифицированных средств медицинской помощи и понесли множество страданий, вплоть до смертельного исхода. Значимые социальные последствия фейков и мифов о COVID-19 – снижение вакцинации на 30–50 % в от-

дельных регионах, рост недоверия к медицинским институтам и усиление политической поляризации.

Ресурсы распространения дезинформации, продемонстрировавшие наибольшую активность – это Telegram каналы с «альтернативной медициной» с охватом под 100 тыс. пользователей, Facebook/Instagram* (антивакцинные сообщества), боты в Twitter, You Tube – ролики с миллионами просмотров до удаления (например, «COVID – мировой заговор»), TikTok – короткие видео с хештегами #антипрививка, #COVIDобман. Распространением такого рода фейков занимают не только независимые субъекты коммуникации, но также боты и тролли – автоматизированные аккаунты и наемные комментаторы, распространяющие дезинформацию, которые могут использовать глубокую подделку (Deepfake) – AI-генерация фальшивых изображений и видео.

К сожалению, такие вредные мифы касаются не только COVID 19, но и других заболеваний, приводя к снижению коллективного иммунитета и распространению иррациональных и лженаучных заблуждений. В последние годы наблюдается рост антивакцинных настроений, во многом благодаря дезинформации, распространенной через цифровые СМИ. Сообщения о якобы опасных последствиях вакцинации и фейковые исследования привели к снижению доверия к прививкам, что, в свою очередь, способствовало вспышкам заболеваний, которые могли бы быть предотвращены вакцинацией. В 2023 г. только 68 % людей считали вакцины безопасными (в 2019 г. – 79 %). А в странах с высоким уровнем дезинформации (Франция, Россия, ЮАР) доверие упало на 15–30 % [25]. Пользователи, получавшие информацию о вакцинах из Facebook* и Twitter, на 45 % чаще отказывались от прививок. И каждый третий антивакцинный пост в 2020–2021 гг. распространялся через Telegram и TikTok [30]. Пандемия только продемонстрировала системные уязвимости цифрового информационного пространства, которые наметились еще до нее.

Из-за алгоритмов, усиливающих вовлечение, вирусный охват фейков оказывается гораздо выше, чем у правдивых новостей (исследование MIT, 2018) [34]. В данном исследовании говорится, что ложные новости распространяются в 6 раз быстрее правдивых, фейки получают на 70 % больше ретвитов, а особенно быстро распространяются новости, вызывающие страх или отвращение.

В условиях активного распространения цифровых СМИ информационные пузыри и поляризация взглядов стали важными факторами, способствующими социальному расколу. Эти явления оказывают значительное влияние на общественное сознание и взаимодействие между различными группами населения. Информационные пузыри – это ситуации, когда пользователи социальных медиа и других цифровых платформ получают доступ только к информации, которая подтверждает их уже существующие взгляды и убеждения. Это огра-

* Принадлежат Meta, признанной экстремистской и запрещенной на территории РФ.

* Принадлежит Meta, признанной экстремистской и запрещенной на территории РФ.

ничивает их восприятие альтернативных мнений и создает иллюзию, что их точка зрения является единственно правильной. В результате это приводит к поляризации взглядов – процессу, при котором мнения людей становятся все более крайними и непримиримыми. Это оказывает негативное воздействие на ценности диалога и открытой коммуникации. В результате фрагментации аудитории и создания информационных пузырей, пользователи все реже взаимодействуют с противоположными точками зрения, что усиливает конфликты и недопонимание между различными социальными группами при их непосредственном столкновении, ограничивает возможность нахождения компромиссов и соглашений. Социальные и политические последствия данного явления – это усиление социального раскола, что выражается во множестве негативных явлений. Поляризация и информационные пузыри способствуют снижению доверия к традиционным СМИ и институтам, поскольку различные группы начинают воспринимать информацию через призму своих убеждений. Усиление поляризации может привести к более агрессивным действиям и конфликтам между различными социальными группами, росту ксенофобии и культурной нетерпимости, что потенциально крайне опасно в условиях многонациональной и поликонфессиональной среды нашей страны. Подобные процессы наблюдаются во многих странах, где разделение по политическим, расовым или религиозным признакам приводит к насилию и социальным беспорядкам. В преддверии выборов в различных странах, включая Россию, информационные пузыри способствуют росту поляризации среди избирателей. Люди получают информацию, которая усиливает их предвзятые взгляды и снижает вероятность коалиционных соглашений. Поляризация по вопросам культуры и идентичности носит очаговый, но острый характер в результате комбинации фейковых деструктивных воздействий с изоляционистской тактикой информационных пузырей. Как следствие, социальные сети становятся ареной для споров между различными группами, что может приводить к обострению конфликтов. Алгоритмы социальных сетей эксплуатируют конфликтный контент для увеличения просмотров.

С другой стороны, алгоритмы социальных медиа играют значительную роль в создании и поддержании информационных пузырей, поскольку не противодействуют, а потворствуют им. Они направляют пользователей к контенту, который соответствует их интересам, что ограничивает их доступ к разнообразной информации. Это приводит к изоляции от других мнений и углубляет социальный раскол.

Распространение экстремистских идей и насилия через цифровые СМИ стало актуальной проблемой в современном обществе. Социальные платформы, блоги и мессенджеры используются для распространения контента, который может способствовать радикализации и антисоциальному поведению. Экстремизм включает в себя идеи, которые могут оправдывать насилие или ненависть к другим группам на основе различных признаков, таких как раса, религия или политические взгляды. Пропаганда экстремизма в цифровых СМИ может принимать различные формы, включая видео, посты, мемы и обсуждения на форумах.

По данным различных исследований, количество случаев пропаганды экстремизма через цифровые СМИ растет. Согласно исследованиям и отчетам международных организаций в последние годы наблюдается значительный рост онлайн-активности радикальных групп. В сети Telegram в 2021–2023 гг. число каналов, связанных с экстремистскими идеологиями, выросло на 300 % (Институт стратегического диалога, ISD) [27]. В 2024 г. выявлено свыше 800 активных каналов, пропагандирующих насилие (Counter Extremism Project) [21]. В 2023 г. Facebook* удалила более 26 млн единиц контента, связанного с терроризмом (+15 % к 2022 г.) [29]. В TikTok зафиксировано увеличение на 200 % экстремистских хештегов (2022–2023, а сама компания признала удаление 1,7 млн видео за экстремизм в 2023 году [32]. Число скрытых платформ, распространяющих инструкции по изготовлению оружия и взрывчатки, выросло в 5 раз с 2020 г. (Europol, 2023) [24]. В Германии в 2023 г. заблокировано более 1200 сайтов праворадикального содержания (BfV, 2024) [20]. В США активность ультраправых группировок в соцсетях выросла на 40 % после 2020 г. (SITE Intelligence Group) [31]. ИГИЛ и Аль-Каида* используют шифрованные мессенджеры (WhatsApp, Signal) для вербовки – их активность выросла на 25 % (2022–2023, ICT) [28]. В России в 2023 г. Роскомнадзор заблокировал свыше 5000 ресурсов за экстремизм (данные МВД) [8].

Причины роста тут не только радикализация населения, деятельность незаконных преступных организаций и обострение геополитической обстановки в мире, что конечно имеет место быть, но и собственно информационно-технологические. По исследованию международной организации Algorithm Watch, алгоритмы соцсетей сами по себе усиливают радикальный контент (исследование Algorithm Watch, 2023) [19].

Социальные медиа стали основным каналом распространения экстремистских идей. По данным отчета Европейской комиссии в 2020 году более 70 % контента, связанного с экстремизмом, распространялось через платформы такие как Facebook*, Twitter и YouTube [23]. Алгоритмы этих платформ могут способствовать распространению радикальных идей, так как они продвигают негативный контент, который, к сожалению, вызывает высокий уровень вовлеченности пользователей. Террористические организации, такие группы, как ИГИЛ и Аль-Каида*, используют цифровые СМИ для вербовки новых членов, распространения идеологии и организации атак. Они создают профессионально сделанные видео и пропагандистские материалы, которые становятся вирусными в интернете. Таким образом, пропаганда экстремизма, насилия и антисоциального поведения посредством цифровых СМИ представляет собой серьезную угрозу для общества.

Еще один аспект негативного влияния цифровых СМИ на мировоззренческие установки аудитории – это упрощение и дегуманизация коммуникации в целом, снижающая уро-

* Принадлежит Meta, признанной экстремистской и запрещенной на территории РФ.

* Экстремистские организации, запрещенные в России.

* Принадлежит Meta, признанной экстремистской и запрещенной на территории РФ.

* Экстремистские организации, запрещенные в России.

вень критического мышления и общественного доверия. Упрощение коммуникации в цифровых СМИ означает сведение сложных вопросов к простым лозунгам, мемам или эмоциональным реакциям, что может препятствовать глубокому анализу проблем. Дегуманизация, в свою очередь, заключается в обесценивании или утрате человеческого облика в общении, что приводит к снижению эмпатии и понимания. Современные цифровые СМИ часто прибегают к упрощению информации для привлечения внимания аудитории. Это проявляется в использовании кликбейтов, сенсационных заголовков и упрощенных новостных форматов, вроде информационных карточек, которые не могут учитывать все детали и нюансы обсуждаемых тем. Зато такой подход снижает возможность критического анализа информации и приводит к восприятию событий через призму эмоций, а не фактов, что неуместно при рассмотрении серьезных вопросов, к которым относится в том числе ценностно-смысловая сфера человеческой культуры. В социальных сетях и на форумах часто наблюдается дегуманизация участников дискуссий, когда оппоненты становятся объектами насмешек или агрессии, вплоть до попыток расчеловечивания своих идеологических оппонентов. Это приводит уже не просто к поляризации мнений и снижению доверия между группами, а к открытым конфликтам. Упрощение и дегуманизация коммуникации могут значительно снизить уровень доверия к информации и институтам. Когда пользователи видят, что обсуждения сводятся к эмоциональным выпадам или простым лозунгам, они начинают сомневаться в достоверности источников и информации. Это может привести к тому, что аудитория, в конечном счете перестает воспринимать серьезные обсуждения и исследования, считая их «недоступными» или «слишком сложными».

Примерами упрощения контента является массовое использование мемов и кликбейт-заголовков. В социальных медиа мемы часто используются для того, чтобы разбавить эмоциями коммуникацию, разрядить обстановку. Но когда происходит нарочитое изложение серьезных, сложных тем таким способом, это может исказить суть вопроса. Кликбейт-статьи, обещающие сенсационные откровения, но не предоставляющие фактической информации, также способствуют уменьшению критического восприятия и доверия к источнику информации. Во время выборов, политических противостояний и тем более военных противостояний в социальных сетях можно часто наблюдать чрезмерное упрощение позиций сторон до крайностей, что подрывает доверие к политическим дебатам, дипломатическим усилиям и аналитике как средствам разрешения конфликтов. Таким образом, упрощение и дегуманизация коммуникации в цифровых СМИ представляют собой серьезные проблемы, которые снижают уровень критического мышления и общественного доверия.

Заключение. Проведенный анализ позволяет сделать некоторые выводы. Современные цифровые СМИ следует рассматривать как инновационный и крайне эффективный культурный феномен, с одной стороны, отражающий общественные ориентации и установки, а с другой, как поддерживающий и инструментально осуществляющий общественные

преобразования. В развитии современных цифровых СМИ сложились следующие основные тренды:

- рост значимости социальных сетей и платформ с пользовательским контентом как источников формирования убеждений и норм;
- увеличение роли визуального и мультимедийного контента, способствующего более эмоциональному восприятию информации;
- фрагментация аудитории и формирование «информационных пузырей»;
- активное использование цифровых СМИ для продвижения социальных инициатив и ценностей. Однако, именно потому, что цифровые СМИ имеют серьезный потенциал в сфере влияния на целостность общественного сознания, необходимо искать меры снижения рисков, связанных с распространением деструктивной информации, которая может подрывать традиционные ценностно-мировоззренческие установки российского общества.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. В 2024 году аудитория Rutube достигла 70,5 млн. человек в месяц. URL: <https://sdelanounas.ru/blogs/167091/> (дата обращения: 17.04.2025).
2. Исследование ВЦИОМ «Семья в России: ценности и установки» (2023) URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/semja-v-rossii-cennosti-i-ustanovki> (дата обращения: 15.05.2025).
3. Канеман, Д., Словик, П., Тверски, А. Принятие решений в неопределенности: Правила и предубеждения / Пер. с англ. Харьков: Изд-во Институт прикладной психологии «Гуманитарный Центр», 2005. 632 с.
4. Мониторинг «Кибердружины» (2023). URL: <https://кибердружина.рф/reports> (дата обращения: 15.05.2025).
5. Новости цифровой трансформации телекоммуникаций, вещания и ИТЦБ РФ URL: <https://www.comnews.ru/content/238685/2025-04-07/2025-w15/1010/nachala-2025-g-obnaruzhenno-67-dipfeykov-ikh-obschego-kolichestva-za-2024-g> (дата обращения: 15.05.2025).
6. Отчет «Аналитики Безопасности» TikTok (2023) URL: <https://safe-analytics.ru/reports/tiktok-2023> (дата обращения: 19.05.2025).
7. Отчет Минцифры о блокировках (2023). URL: <https://digital.gov.ru/ru/events/45862/> (дата обращения: 19.05.2025).
8. Официальная статистика МВД РФ за 2023: URL: <https://мвд.рф/reports/item/32912222/> (дата обращения: 19.05.2025).
9. Официальная статистика Роскомнадзора (2023): URL: <https://rkn.gov.ru/news/rsoc/news89542.htm> (дата обращения: 19.05.2025).

10. Постигание рынка визуального контента.

URL: <https://www.verifiedmarketreports.com/ru/product/visual-content-market/> (дата обращения: 19.05.2025).

11. С начала 2025 г. обнаружено 67 % дипфейков от их общего количества за 2024 г.

URL: <https://www.comnews.ru/content/238685/2025-04-07/2025-w15/1010/nachala-2025-g-obnaruzheno-67-dipfeykov-ikh-obschego-kolichestva-za-2024-g> (дата обращения: 19.05.2025).

12. Социальные сети в России: рост на 16% и ключевые платформы в 2024 году.

URL: <https://trends.rbc.ru/trends/social/67360b899a7947c0e0b72feb> (дата обращения: 25.05.2025).

13. Социальные сети в России: цифры и тренды, весна 2023.

URL: <https://brandanalytics.ru/blog/social-media-russia-spring-2023/> (дата обращения: 25.05.2025).

14. Социальные сети в России: цифры и тренды, осень 2024.

URL: <https://brandanalytics.ru/blog/social-media-russia-autumn-2024> (дата обращения: 12.06.2025).

15. Статистика интернета и соцсетей на 2024 год - цифры и тренды в мире и в России.

URL: <https://www.web-canape.ru/business/statistika-interneta-i-socsetej-na-2024-v-mire-i-v-rossii/> (дата обращения: 12.06.2025).

16. Число авторов в соцмедиа в РФ в октябре побило рекорд.

URL: <https://tass.ru/obschestvo/22396813> (дата обращения: 12.06.2025).

17. Что такое TikTok: особенности и возможности площадки, а также реклама на ней.

URL: <https://rocketscience.global/ru/cto-takoe-tiktok-osobennosti-i-vozmozhnosti-ploshhadki-a-takzhe-reklama-na-nej/> (дата обращения: 12.06.2025).

18. Что такое VK Клипы и как их использовать бизнесу.

URL: <https://ads.vk.com/insights/cto-takoe-vk-klipy> (дата обращения: 12.06.2025).

19. Algorithm Watch 2023 study on radicalization:

URL: <https://algorithmwatch.org/en/social-media-radicalization/> (дата обращения: 25.05.2025).

20. BfV report 2023. URL: <https://www.verfassungsschutz.de/SharedDocs/publikationen/EN/2023/annual-report-2023.pdf> (дата обращения: 25.05.2025).

21. Counter Extremism Project 2023 data. URL: <https://www.counterextremism.com/content/telegrams-role-spread-extremism> (дата обращения: 12.06.2025).

22. Digital 2025: ключевые данные из нового отчета Data Reportal.

URL: <https://www.byyd.me/ru/blog/2025/03/digital-2025-key-data-datareportal/> (дата обращения: 12.06.2025).

23. European Commission: «Terrorist Content Online Regulation» (2020).

URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/terrorist-content-online> (дата обращения: 14.06.2025).

24. Europol IOCTA 2023 report. URL: https://www.europol.europa.eu/cms/sites/default/files/documents/iocta_2023.pdf (дата обращения: 14.06.2025).
25. Gallup World Poll 2023. URL: <https://news.gallup.com/poll/510809/global-vaccine-confidence-declines-pandemic.aspx> (дата обращения: 25.05.2025).
26. Herausforderungen und Perspektiven. Weltbevölkerung. URL: <https://www.dsw.org/weltbevoelkerung/> (дата обращения: 25.05.2025).
27. Institute for Strategic Dialogue (ISD) 2023 report. URL: https://www.isdglobal.org/digital_dispatches/telegram-and-the-channelization-of-hate/ (дата обращения: 14.06.2025).
28. International Counter-Terrorism Center 2023 analysis. URL: https://www.ict.org.il/Article/2573/Digital_Jihad (дата обращения: 14.06.2025).
29. Meta Q4 2023 Transparency Report. URL: <https://transparency.fb.com/data/community-standards-enforcement/terrorist-propaganda/> (дата обращения: 14.06.2025).
30. Nature Human Behaviour (2021). URL: <https://www.nature.com/articles/s41562-021-01156-y> (дата обращения: 14.06.2025).
31. Rise of Far-Right Extremism Online 2021 Report. URL: <https://ent.siteintelgroup.com/> (дата обращения: 17.06.2025).
32. TikTok Transparency Report (2023). URL: <https://www.tiktok.com/transparency/en/terrorism-violent-extremism> (дата обращения: 17.06.2025).
33. Visual Content Statistics for 2025: Continue to Engage and Amaze. URL: <https://www.webfx.com/blog/content-marketing/visual-content-statistics/> (дата обращения: 17.06.2025).
34. Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). «The spread of true and false news online» Science, 359(6380), 1146-1151.

REFERENCES

1. V 2024 godu auditoriya Rutube dostigla 70,5 mln. chelovek v mesyats. URL: <https://sdelanounas.ru/blogs/167091/> (дата обращения: 17.04.2025).
2. Issledovanie VTsIOM «Sem'ya v Rossii: tsennosti i ustanovki» (2023) URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/semja-v-rossii-cennosti-i-ustanovki> (дата обращения: 15.05.2025).
3. Kaneman, D., Slovik, P., Tverski, A. Prinyatie resheniy v neopredelennosti: Pravila i predubezhdeniya / Per. s angl. Xar'kov: Izd-vo Institut prikladnoy psikhologii «Gumanitarnyy Tsentr», 2005. 632 s.
4. Monitoring «Kiberdruzhiny» (2023) URL: <https://kiberdruzhina.rf/reports> (дата обращения: 15.05.2025).

5. Novosti tsifrovoy transformatsii telekommunikatsiy, veshchaniya i ITsB RF URL: <https://www.comnews.ru/content/238685/2025-04-07/2025-w15/1010/nachala-2025-g-obnaruzhenno-67-dipfeykov-ikh-obschego-kolichestva-za-2024-g> (data obrashcheniya: 15.05.2025).
6. Otchet «Analitiki Bezopasnosti» TikTok (2023) URL: <https://safe-analytics.ru/reports/tiktok-2023> (data obrashcheniya: 19.05.2025).
7. Otchet Mintsifry o bloirovkakh (2023). URL: <https://digital.gov.ru/ru/events/45862/> (data obrashcheniya: 19.05.2025).
8. Ofitsial'naya statistika MVD RF za 2023: URL: <https://mvd.rf/reports/item/32912222/> (data obrashcheniya: 19.05.2025).
9. Ofitsial'naya statistika Roskomnadzora (2023): URL: <https://rkn.gov.ru/news/rsoc/news89542.htm> (data obrashcheniya: 19.05.2025).
10. Postizhenie rynka vizual'nogo kontenta. URL: <https://www.verifiedmarketreports.com/ru/product/visual-content-market/> (data obrashcheniya: 19.05.2025).
11. S nachala 2025 g. obnaruzhenno 67 % dipfeykov ot ikh obshchego kolichestva za 2024 g. URL: <https://www.comnews.ru/content/238685/2025-04-07/2025-w15/1010/nachala-2025-g-obnaruzhenno-67-dipfeykov-ikh-obschego-kolichestva-za-2024-g> (data obrashcheniya: 19.05.2025).
12. Sotsial'nye seti v Rossii: rost na 16 % i klyuchevye platformy v 2024 godu. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/social/67360b899a7947c0e0b72feb> (data obrashcheniya: 25.05.2025).
13. Sotsial'nye seti v Rossii: tsifry i trendy, vesna 2023. URL: <https://brandanalytics.ru/blog/social-media-russia-spring-2023/> (data obrashcheniya: 25.05.2025).
14. Sotsial'nye seti v Rossii: tsifry i trendy, osen' 2024. URL: <https://brandanalytics.ru/blog/social-media-russia-autumn-2024> (data obrashcheniya: 12.06.2025).
15. Statistika interneta i sotssetey na 2024 god – tsifry i trendy v mire i v Rossii. URL: <https://www.web-canape.ru/business/statistika-interneta-i-socsetej-na-2024-v-mire-i-v-rossii/> (data obrashcheniya: 12.06.2025).
16. Chislo avtorov v sotsmedia v RF v oktyabre pobilo rekord. URL: <https://tass.ru/obschestvo/22396813> (data obrashcheniya: 12.06.2025).
17. Chto takoe TikTok: osobennosti i vozmozhnosti ploshchadki, a takzhe reklama na ney. URL: <https://rocketscience.global/ru/chto-takoe-tiktok-osobennosti-i-vozmozhnosti-ploshhadki-a-takzhe-reklama-na-nej/> (data obrashcheniya: 12.06.2025).
18. Chto takoe VK Klipy i kak ikh ispol'zovat' biznesu. URL: <https://ads.vk.com/insights/chto-takoe-vk-klipy> (data obrashcheniya: 12.06.2025).
19. Algorithm Watch 2023 study on radicalization: URL: <https://algorithmwatch.org/en/social-media-radicalization/> (data obrashcheniya: 25.05.2025).

20. BfV report 2023. URL: <https://www.verfassungsschutz.de/SharedDocs/publikationen/EN/2023/annual-report-2023.pdf> (data obrashcheniya: 25.05.2025).
21. Counter Extremism Project 2023 data. URL: <https://www.counterextremism.com/content/telegrams-role-spread-extremism> (data obrashcheniya: 12.06.2025).
22. Digital 2025: klyuchevye dannye iz novogo otcheta Data Reportal. URL: <https://www.byrd.me/ru/blog/2025/03/digital-2025-key-data-datareportal/> (data obrashcheniya: 12.06.2025).
23. European Commission: «Terrorist Content Online Regulation» (2020). URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/terrorist-content-online> (data obrashcheniya: 14.06.2025).
24. Europol IOCTA 2023 report. URL: https://www.europol.europa.eu/cms/sites/default/files/documents/iocta_2023.pdf (data obrashcheniya: 14.06.2025).
25. Gallup World Poll 2023. URL: <https://news.gallup.com/poll/510809/global-vaccine-confidence-declines-pandemic.aspx> (data obrashcheniya: 25.05.2025).
26. Herausforderungen und Perspektiven. Weltbevölkerung. URL: <https://www.dsw.org/weltbevoelkerung/> (data obrashcheniya: 25.05.2025).
27. Institute for Strategic Dialogue (ISD) 2023 report. URL: https://www.isdglobal.org/digital_dispatches/telegram-and-the-channelization-of-hate/ (data obrashcheniya: 14.06.2025).
28. International Counter-Terrorism Center 2023 analysis. URL: https://www.ict.org.il/Article/2573/Digital_Jihad (data obrashcheniya: 14.06.2025).
29. Meta Q4 2023 Transparency Report. URL: <https://transparency.fb.com/data/community-standards-enforcement/terrorist-propaganda/> (data obrashcheniya: 14.06.2025).
30. Nature Human Behaviour (2021). URL: <https://www.nature.com/articles/s41562-021-01156-y> (data obrashcheniya: 14.06.2025).
31. Rise of Far-Right Extremism Online 2021 Report. URL: <https://ent.siteintelgroup.com/> (data obrashcheniya: 17.06.2025).
32. TikTok Transparency Report (2023). URL: <https://www.tiktok.com/transparency/en/terrorism-violent-extremism> (data obrashcheniya: 17.06.2025).
33. Visual Content Statistics for 2025: Continue to Engage and Amaze. URL: <https://www.webfx.com/blog/content-marketing/visual-content-statistics/> (data obrashcheniya: 17.06.2025).
34. Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). «The spread of true and false news online» Science, 359 (6380), 1146-1151.

Информация об авторе

Платон Андреевич Поломошнов, кандидат философских наук, доцент кафедры философии и культурологии, Ростовский государственный экономический университет, 344002, ул. Большая Садовая, д. 69 г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация, platon_@list.ru, SPIN-код: 8929-1725.

Information about the Author

Platon A. Polomoshnov, Candidate of Philosophy Sciences, Associate Professor of the Department of Philosophy and Cultural Studies, Rostov State University of Economics, 344002, Bolshaya Sadovaya st., 69, Rostov-on-Don, Russian Federation, platon_@list.ru, SPIN code: 8929-1725

Для цитирования: Поломошнов П. А. Цифровые СМИ: возможности и риски // Парадигмы управления, экономики и права. 2025. Т. 6, № 3 (17). С. 24-44. URL: https://paradigmy34.ru/issues/Parad_2025_N3.pdf.