УДК 327

Иван СКРИПКА

ЭЛЕКТРОННЫЕ СМИ И СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ В ПОЛИТИКЕ: ЕВРОПЕЙСКИЙ ОПЫТ

Статья поступила в редакцию 02.06.2021

Аннотация. В статье проанализирована взаимосвязь политического процесса и развития «новых» средств массовой информации, под которыми подразумевают, прежде всего, социальные сети. Электронные медиа стали вызовом для сложившихся отношений в мировой и региональной политике. В связи с этим ряд государств (Белоруссия, Россия, Великобритания) и надгосударственные структуры (Европейская комиссия, ООН) вырабатывают цифровое законодательство для контроля за онлайн-пространством. Многие европейские политики и политические партии активно используют интернет-ресурсы и микротаргетинг для привлечения избирателей. Задача правительств и исследователей в этой сфере заключается в том, чтобы выявить плюсы и минусы наступившей «цифровой эры» и разработать план интеграции новых технологий в привычный политический процесс. Сделан вывод, что страны Евросоюза и другие государства находятся на стадии разработки единых правил регулирования интернета, а тенденция к формированию единого правового поля сочетается с принятием законодательства на национальном уровне, поскольку данная сфера затрагивает вопросы безопасности и суверенитета.

Ключевые слова: «новые» СМИ, цифровое законодательство, Европейская комиссия, Испания, Великобритания, Норвегия, протесты, избирательный процесс.

Влияние «новых» СМИ и других электронных средств коммуникации на общественно-политические процессы вызывает беспокойство в мире. Власти разных стран ведут дискуссию о выработке и изменении цифрового законодательства. Например, в апреле 2019 г. правительство Британии приняло Белую книгу «О вредоносном контенте онлайн» («*Online Harms White Paper*»)¹. В ней было закреплено требование к технологическим компаниям защищать интересы пользователей, а на социальные СМИ возлагалась ответственность за достоверность распространяемого контента. Другим важным аспектом стал контроль за иностранным влиянием на

¹ On-Line Harm White Paper. 2019 г. URL: <https://www.gov.uk/government/consultations/online-harms-white-paper/online-harms-white-paper#executive-summary> (дата обращения: 30.08.2021)

демократический избирательный процесс [Европа в поиске..., 2020: 65–66]. На основе этого документа 12 мая 2021 г. правительство подготовило проект закона «О безопасности в Интернете» («Online Safety Bill»)¹.

Летом 2020 г. Евросоюз выдвинул инициативу о разработке Закона о цифровых услугах (DSA)². 15 декабря 2020 г. Европейская комиссия опубликовала пакет законодательных инициатив, включая Закон о цифровых рынках (DMA)³. Главная цель – модернизация контроля за электронной торговлей и разработка правил, регулирующих контент, прозрачность рекламы и правдивость информации. В ходе обсуждения законопроект периодически сталкивался с критикой (например, с требованием установить четкие определения вредоносного контента), в связи с чем его отправляли на доработку. По прогнозам экспертов, закон будет принят лишь через полтора года⁴. В то же время в феврале 2021 г. члены Европейского парламента (ЕП) призвали ускорить принятие законодательства, касающегося «новых медиа», объясняя это необходимостью контроля за интернет-пространством со стороны демократических институтов.

Ранее ЕП вводил законодательные меры против вмешательства в выборы с помощью соцсетей, в частности, после скандала 2018 г. вокруг «Фэйсбук» и компании «Кэмбридж Аналитика». По результатам расследования было выявлено, что личные данные пользователей социальной сети попадали в кембриджскую компанию с помощью приложения «Это наша цифровая жизнь» (*thisisyourdigitallife*). Инцидент привлек особое внимание Европейского парламента. Сообщалось, что эти данные могли повлиять на результаты референдума о членстве Британии в ЕС. Компания, в частности, объясняла, как именно использовать персональные данные для влияния на поведение избирателей⁵. Кроме того, в 2019 г. проходили выборы в Европарламент, поэтому принятие мер по регулированию социальных сетей стало частью защиты этих выборов от вмешательства. В результате на социальные сети распространялись обычные правила предвыборных кампаний: прозрачность и границы расходов, соблюдение предвыборного молчания и равное отношение к кандидатам [Потемкина, 2019].

В странах СНГ также адаптируют законодательство, регулирующее информацию в интернет-сфере. Так, в РФ 18 марта 2019 г. были приняты два закона⁶, преду-

¹ Draft Online Safety Bill, 2021 г. URL:

https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/985033/Draft_Online_Safety_Bill_Bookmarked.pdf (дата обращения 30.08.2021)

² The Digital Services Act: ensuring a safe and accountable online environment. URL: https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act-ensuring-safe-and-accountable-online-environment_en (дата обращения: 08.05.2021)

³ The Digital Markets Act: ensuring fair and open digital markets. URL: https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-markets-act-ensuring-fair-and-open-digital-markets_en (дата обращения: 08.05.2021)

⁴ Плексиды Е. Новости Евросоюза: Закон о цифровых услугах. ICANN. 15.07.2020. URL: <https://www.icann.org/ru/system/files/files/ge-004-15jul20-ru.pdf> (дата обращения: 08.05.2021)

⁵ Bulletin Quotidien Europe, 05.06.2018.

⁶ Федеральный закон от 18.03.2019 № 28-ФЗ "О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях", 2019 г. URL:

считающие запрет на публикацию в СМИ и интернете недостоверной общественно значимой информации, а также информации, оскорбляющей общество, государство, органы власти и государственные символы. Президент Белоруссии А. Лукашенко 24 мая 2021 г. подписал закон о внесении изменений в законодательство о СМИ¹. Решение было принято на фоне протестов белорусской оппозиции после президентских выборов 2020 г. В результате был введен запрет на публикацию опросов общественного мнения, касающихся общественно-политической ситуации и проведенных без соответствующей аккредитации. СМИ лишили права размещать гиперссылки на материалы, распространение которых запрещено. Прокуратура получила право ограничивать доступ к интернет-ресурсам, через которые распространяется информация, направленная на пропаганду экстремистской деятельности или способная нанести вред национальным интересам.

В современной российской науке термином «новые» СМИ определяют все, что связано с интернетом и взаимодействием между технологией, изображениями и звуком [Манович, 2018: 46]. Другое определение «новых» СМИ оценивает их как приложения любого типа, предназначенные для передачи информации с помощью цифровой техники, компьютерных систем и сетевых баз данных. Помимо этого, существует мнение, что под «новыми» СМИ можно подразумевать динамичное сетевое образование, включающее в себя как сбор, обработку и распространение информации, так и функцию удобной обратной связи между аудиторией и автором, а также способность связывать людей друг с другом и обмениваться огромным объемом данных [Каминченко, 2013: 140]. Эти определения характеризуют новый феномен с позиций структурно-функционального подхода.

В рамках данной статьи мы рассматриваем «новые» СМИ (или «новые медиа») как формы коммуникации, которые способствуют созданию, распространению информации, в том числе общественно-политической, на электронных платформах и в социальных сетях [Балуев, Каминченко, 2016: 155].

Цифровые средства массовой информации имеют большое значение для современного демократического управления и политической практики. Они влияют на способы работы государственных институтов и формы общения политических лидеров между собой и с избирателями. Кроме того, «новые» СМИ изменяют роль журналистов в политической системе, способы проведения выборов и форму участия граждан в политике. Задача настоящей статьи – проанализировать взаимосвязь политического процесса и развития «новых» средств массовой информации на европейском опыте.

<http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201903180010?index=0&rangeSize=1> (дата обращения 30.08.2021); Федеральный закон от 18.03.2019 № 30-ФЗ "О внесении изменений в Федеральный закон "Об информации, информационных технологиях и о защите информации", 2019 г. URL:

<http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201903180022?index=0&rangeSize=1> (дата обращения 30.08.2021)

¹ Закон Республики Беларусь 24 мая 2021 г. № 110-З «Об изменении законов по вопросам средств массовой информации», 2021 г. URL:

<https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=H12100110&p1=1> (дата обращения 30.08.2021)

Современная Европа, 2021, № 4

Угрозы и достоинства «новых медиа»

Появление «новых» СМИ усложнило устоявшуюся политическую медиа-систему. Традиционные средства массовой информации (газеты, радиопередачи, новостные телепрограммы) вынуждены сосуществовать с новыми источниками информации. Разница подходов состоит в том, что традиционные медиа поддерживают относительно стабильные форматы, а «новые медиа», которые включают веб-сайты, блоги, цифровые приложения и социальные сети, постоянно развиваются, благодаря появлению новых технологий [Stroud, 2011].

Принятие законодательства в этой сфере продиктовано потенциальными угрозами электронных СМИ и отсутствием возможности контроля над ними.

Во-первых, «новые» СМИ способствуют развитию «постправды». Под этим термином понимают обстоятельства, в которых объективные факты менее важны для формирования общественного мнения, чем воздействие на эмоции и личные убеждения» [Чугров, 2019: 46]. Это явление представляет собой информационный поток, который намеренно создается в современном обществе с помощью СМИ для формирования виртуальной реальности для манипуляции общественным сознанием [Николаевич, 2018].

Иллюстрацией концепции журналистики «постправды» является рост количества фейковых новостей. Современное понимание этого термина сложилось в ходе президентской кампании 2016 г. в США. Оно стало ассоциироваться с вымышленными историями, которые выглядели как настоящие новостные статьи. Эти истории распространялись на веб-сайтах, которые имели вид новостных платформ или авторитетных блогов. Наибольшее число фальшивых новостей появлялось о Хилари Клинтон. Два из наиболее популярных сюжетов утверждали, что Клинтон продавала оружие «Исламскому государству»¹, третий – что папа римский поддержал кандидатуру Трампа на пост президента США (что было опровергнуто самим понтификом)².

Людям становится трудно отличить актуальные новости о серьезных политических проблемах от сопутствующей шумихи, которая пронизывает СМИ. Качественные журналистские расследования затмевают потоки скандалов, которые занимают большое место в «новых» медиа. Например, в ходе кампании накануне референдума 2016 г. в Соединенном Королевстве организация «Голосуй за выход» (*Vote Leave*) неоднократно заявляла, что членство в ЕС обходится британцам в 350 млн ф.ст. в неделю. Многие СМИ не стали проверять эти данные. Институт фискальных исследований назвал эту сумму «заведомо неверной» [d'Ancona, 2017: 104], но сторонники брексита продолжали использовать их до голосования.

Во-вторых, современная система онлайн-СМИ способствует падению качества выпускаемого продукта как в интернете, так и в традиционных источниках. Новости, распространяемые через электронную сеть, охватывают большой диапазон данных – от основанных на фактах расследований профессиональных журнали-

¹ Террористическая организация, запрещенная в РФ.

² Ritchie H. Read all about it: The biggest fake news stories of 2016. CNBC. 30.12.2016 .URL: <https://www.cnbc.com/2016/12/30/read-all-about-it-the-biggest-fake-news-stories-of-2016.html> (дата обращения: 19.06.2021)

стов до провокационных измышлений или «альтернативных фактов»¹. Основной целью СМИ стало привлечение любой аудитории для получения рекламных контрактов. С этой целью авторы используют скандальные новости и провокационные высказывания политиков и экспертов.

Третья опасность «новых» СМИ – использование их как площадки для продвижения своих взглядов запрещенными организациями или политическими силами, готовящими социальные потрясения (перевороты, забастовки и т.д.). Электронные медиа помогают подобным организациям выступать координаторами и сохранять анонимность, а также во многих случаях не требуют личного участия организаторов. Проблема заключается в том, что, не имея устоявшегося цифрового законодательства, государство часто не может отслеживать такие противоправные действия и наказывать за них.

Технологии электронных медиа впервые наиболее масштабно проявили себя в американской политике, поэтому именно в США сложились основные концепции, раскрывающие их суть. Одним из критиков «новых» СМИ выступает Диана Оуэн, профессор кафедры политологии в Университете Джорджтауна. В своих работах она сформулировала идею «популизма новых медиа» [Owen, 2018]. Эта теория заключается в том, что современные медиа снижают порог входа читателей и авторов, предоставляющих информацию. Подобная ситуация ведет к бесконтрольной борьбе за аудиторию, которая провоцирует популистские материалы.

Другой точки зрения придерживаются такие исследователи, как Г. Рейнгольд, М. Андреевич и Д. де Керкхов. Согласно их выводам, социальные сети и интернет-ресурсы способствовали распространению политической информации, которая становится альтернативой основным СМИ, носит централизованный характер и имеет высокий порог вхождения [Andrejevic, 2013: 128–129].

Французский социолог Деррик де Керкхов описал новую технологию в СМИ как «осуществление мечты Карла Маркса в интернете» [de Kerckhove, 2015: 57]. Такой вывод он объяснил тем, что в сетевом обществе реальная передача власти происходит от производителя (авторы, издания) к потребителю (блогер–любитель, авторы комментариев под статьями), что способствует естественному перераспределению контроля и власти.

Другая важная дискуссия касалась того, способствуют ли электронные СМИ развитию демократии или создают новый инструмент цензуры и авторитаризма.

Теория о переходе «власти» от производителей контента к получателю оспаривается на основании данных международного опроса новостного агентства Рейтер (*Reuters*)², которые показывают, что аудитория электронных медиа в основном является пассивной, а контент создает небольшое количество пользователей. Таким образом, контроль над дискурсом осуществляет малое количество людей, которые определяют повестку и могут подвергаться влиянию различных сил.

Ряд исследователей (например, Т. Филер и Р. Фредхейм) считают, что воздействие социальных сетей и электронных ресурсов в разных странах отличается [Filer, Fredheim, 2016]. При этом форма подачи информации и тон «новых медиа» часто

¹ Graham D. 'Alternative Facts': The Needless Lies of the Trump Administration. The Atlantic. 22.01.2017. URL: <https://www.theatlantic.com/politics/archive/2017/01/the-pointless-needless-lies-of-the-trump-administration/514061/> (дата обращения: 19.06.2021)

² Newman, N.; Levy, D. (2013) "Reuters Institute Digital News Report 2013".

зависит от внутриполитических структур. Так, в демократически развитых странах интернет-СМИ имеют большую свободу. В авторитарных странах государство осуществляет контроль над цифровым пространством, создавая видимость политического разнообразия в информации.

«Новые медиа» в политическом процессе

По мере развития интернет-технологий и признания «новых медиа» полноценным политическим субъектом в европейских странах накапливается уникальный опыт. Для понимания роли электронных СМИ в политическом процессе Европы были проанализированы разные явления: общий уровень использования «новых медиа» гражданами, технологии протеста и использование во время избирательных кампаний.

Во-первых, интересно обратиться к сравнительному исследованию М. Салдана и Ш. Макгрегора, в котором они провели анализ чтения электронных средств массовой информации в США и Британии [Saldaña et al., 2015]. В этой работе приведены результаты одинаковых социальных опросов в обеих странах и статистические показатели политического участия граждан.

Это исследование позволяет сделать ряд выводов об использовании «новых» СМИ британцами. Жители Соединенного Королевства, согласно опросам, менее глубоко погружаются в содержание политических новостей, нежели американцы. Подобная тенденция, по наблюдениям профессора Университета Калифорнии Даниэля Халлина и профессора Университета Перуджи Паоло Манчини, характерна для европейского континента, где люди довольствуются поверхностным знанием о ситуации в стране и мире [Hallin, Mancini, 2014]. В результате британцы имеют менее высокую политическую грамотность, чем американцы, несмотря на большую популярность СМИ¹. Другой вывод касается влияния «новых медиа» на политическое участие граждан. Существует тенденция к снижению активности избирателей. Результатом стала низкая явка на выборах, отсутствие общественной дискуссии при принятии политических решений. Более половины респондентов в Соединенном Королевстве объясняют свое нежелание участвовать в общественной жизни отсутствием времени и сложностью первичного входа. Падение политической активности прекратилось только с развитием «новых» СМИ и интернет-технологий в 2010-х гг. В Соединенном Королевстве 38% жителей принимают участие в политике только через электронную форму². Британцы отмечают, что они готовы больше влиять на политику, если это возможно осуществить в интернет-пространстве. Основной формой политического участия граждан становятся обсуждения новостей на сайтах СМИ или в социальных сетях, политические флэшмобы, которые проводятся на платформах «Фэйсбук» и «Твиттер».

Таким образом, на примере Британии можно сказать, что «электронные медиа» обеспечивают участие граждан в политическом процессе.

Второй важной сферой использования «новых» СМИ стала организация протестов и антиправительственных выступлений. Эта тенденция вытекает из нежелания

¹ Office for National Statistics. (2013). Internet access: Households and individuals. URL: <http://www.ons.gov.uk/ons/rel/rdit2/Internet-access---households-and-individuals/2013/stb-ia-2013.html> (дата обращения: 19.06.2021)

² Там же.

людей принимать первичное политическое участие в реальной жизни (офлайн). Гражданам проще ознакомиться с проблемой и сформировать свое мнение, сидя за компьютером, а уже затем предпринимать активные действия. Во-вторых, как правило, организаторы акций протестов (как санкционированных, так и нет) не имеют доступа к традиционным СМИ, которые часто находятся под контролем правительства.

Одна из первых массовых демонстраций, которая была организована при помощи коммуникационных технологий, – собрание людей 13 марта 2004 г. после терактов в Мадриде. Главными методами мобилизации участников стали общение людей на форумах и пересылка сообщений о готовящихся демонстрациях по электронной почте. Эти действия можно считать попыткой мобилизовать массы не традиционным путем, а с помощью использования новых технологий, являющихся первым этапом развития «новых» СМИ [Luengo, Fernández-García, 2017].

Эта технология развивалась параллельно с ростом доступности интернета и появления новых социальных сетей и электронных СМИ. Так, «марши свободы» в Каталонии были организованы и координировались через виртуальное пространство. Продвижению способствовали аккаунты в социальных сетях лидеров протеста (К. Пучдемон, К. Торре, О. Жункерас) и политических организаций Каталонии, а также новостные сайты, редакции которых поддерживали каталонцев. Первая акция протеста была спланирована группой онлайн-активистов, которая называет себя «Демократический цунами» (*Tsunami Democratic*). Эта организация создала приложение, с помощью которого можно было узнать о протестах в режиме реального времени. Испанское правительство обвинило группу в нарушении законодательства, призывая людей сообщать о своем текущем местоположении. Группировка сохраняет анонимность, но СМИ и испанские правоохранительные органы считают, что за этим движением стоят лидеры протеста, хотя это отрицалось в официальных заявлениях организации¹.

Через эти каналы распространялась информация о дальнейших действиях митингующих (перекрытие автомобильных дорог, нарушение работы железнодорожных станций), а также время и место сбора. Обсуждение происходящего перетекло на электронные ресурсы, где пользователям было проще оперативно получать актуальные новости и высказывать свое мнение.

Сейчас организаторы многих протестных акций координируют массы с помощью «новых медиа». Наиболее популярно создание групп, посвященных митингу или его причине, в социальных сетях, сбор данных сторонников и их последующее оповещение по телефону или через электронную почту. В последние годы эти технологии применялись в ряде постсоветских стран (Белоруссия², Армения). Такой метод характерен и для организации антиковидных протестов, когда удаленная координация стала особенно актуальной в целях безопасности [Атанесян, 2019].

¹ Belén Couceiro. "Catalonia's Democratic Tsunami Movement – born in Geneva?" Swissinfo. 17.10.2019 URL: https://www.swissinfo.ch/eng/politics/unrest-in-spain_catalonia-s--democratic-tsunami--movement---born-in-geneva/45305162 (дата обращения: 19.06.2021)

² Александровская Б. IT-протест: как технологии помогают белорусам противостоять Лукашенко. DW. 23.11.2020. URL: <https://www.dw.com/ru/it-protest-kak-tehnologii-pomogajut-belorusam-protivostojat-lukashenko/a-55700780> (дата обращения: 19.06.2021)

Наиболее востребованными «новые» СМИ становятся во время избирательной кампании. Интерес людей к новостям возрастает, а кандидатам и партиям необходимо проводить агитацию и мобилизацию сторонников всеми доступными средствами.

Для примера можно рассмотреть действия политических деятелей Норвегии во время избирательных кампаний 2013 и 2017 гг. Наиболее активны политики в крупнейших социальных сетях «Фэйсбук» и «Твиттер». При анализе постов политических партий и их лидеров в сети «Фэйсбук» Андерс Улоф Ларссон выделил шесть главных направлений, которые они использовали во время избирательной кампании [Larsson, 2015: 461–463]. Любимой темой постов среди избирателей стали «благодарности». В них политики выражали признательность своим сторонникам за поддержку, гражданам за интерес к политике и даже другим партиям – за политическую конкуренцию. Такая риторика не вызывает негативной реакции и при этом создает определенный информационный повод. Другие два направления – информирование и мобилизация – связаны между собой. Информирование включает в себя сведения о предстоящих встречах с кандидатом, телевизионных эфирах и стримах в интернете. Эти действия ведут к этапу мобилизации сторонников и интересующихся людей. Публикации о предстоящих событиях создают дискуссию, которая способствует более активному политическому участию граждан.

Кроме того, с помощью электронных СМИ избиратели получают текущие данные о ходе избирательной кампании. Социальные сети и партийные ресурсы облегчают процесс передачи этой информации от партий к сторонникам.

В Норвегии важный элемент в электронном пространстве – личная информация, биография и публикации о частной жизни. Согласно опросам норвежских социологических служб, избиратели тщательно знакомятся с этой информацией и относятся с подозрением к кандидатам, которые не афишируют свою свободную от политики жизнь. Наиболее часто о своей личной жизни упоминают политики, представляющие не самые популярные партии. В 2013 г. Лив Сигне Наварсете из Центристской партии посвятила своей личной информации треть публикаций. А Эрна Сульберг и Йенс Столтенберг – лидеры ведущих партий Норвегии – делали акцент на своих предвыборных программах и ходе кампании.

Наименее популярное и не получившее одобрения избирателей направление – критика других кандидатов и партий. На выборах в Стортинг меньше половины политических партий посчитали нужным уделить внимание критике своих оппонентов, а не собственным преимуществам. Такая стратегия наиболее характерна для партий, которые не входят в парламент, или для новообразовавшихся партий (Партия ценностей, Норвежская партия).

Выводы

«Новые» СМИ стали важнейшим инструментом для политиков не только во время избирательных кампаний, но и в промежутке между электоральными циклами. Фактически полноценное участие кандидата или партии в политическом процессе невозможно, если они не представлены в интернете. Тем не менее «новые медиа» меняют поведение и самих избирателей. Вместе с развитием современных технологий люди становятся менее активными в политических действиях, которые требуют их физического участия (голосование, митинги, пикеты). Гораздо более востребованными становятся такие формы политического участия, как опросы,

электронные референдумы, политическая дискуссия в социальных сетях. Европейский опыт использования «новых медиа» специфичен. Политики в ЕС применяют этот инструмент с учетом накопленного ранее американского опыта и адаптируют его к реалиям своей страны.

К числу проблем, связанных с растущей ролью интернет-медиа, относятся координация и организация незаконных акций и протестов, расширение возможности анонимного вмешательства в выборы из других стран и т.д. Эти проблемы имеют еще более серьезный характер из-за отсутствия полноценного международного цифрового законодательства. В настоящий момент Евросоюз и другие государства находятся на стадии разработки и вступления в силу единых правил регулирования интернета. Тенденция к формированию единого правового поля сочетается с законодательным регулированием на национальном уровне, поскольку данная сфера затрагивает вопросы безопасности и суверенитета. Примерами могут служить Россия и Белоруссия, которые приняли ряд законов, ограничивающих деятельность СМИ в электронном пространстве. Подобные правовые акты и выработка единых цифровых правил должны сократить количество угроз со стороны «новых» СМИ и дать толчок дальнейшему позитивному развитию этой сферы.

Список литературы

- Атанесян А.В. (2019) Влияние социальных сетей на протестное поведение (на примере Армении). *Социологические исследования*, № 3. С. 73–84. DOI: 10.31857/S013216250004280-1
- Балуев Д.Г., Каминченко Д.И. (2016) Сравнительный анализ «Новых СМИ» и социальных медиа в контексте социально-политического и исторического факторов. *Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология*, №1 (33). С. 153–160.
- Европа в поиске новых решений / отв. ред. Р.Н. Лункин, П.В. Осолков. М., ИЕ РАН, 2020. DOI: http://dx.doi.org/10.15211/report52020_372. 140 с.
- Каминченко Д.И. (2013) «Новые» средства массовой информации в контексте концепции общества риска. *Приволжский научный вестник*, №3 (19). С. 140–143.
- Манович Л. (2018) Язык новых медиа. Ад Маргинем. 400 с.
- Николаевич И.С. (2018) Как нас обманывают СМИ. Манипуляция информацией. Питер, С.-Петербург, Россия. 320 с.
- Потемкина О.Ю. (2019) Проблема регулирования социальных сетей накануне выборов в Европейский парламент. *Современная Европа*, № 2 (87). С. 52–60. DOI: <http://dx.doi.org/10.15211/soveurope220195061>
- Чугров С.В. (2019) Эпоха постправды как новая реальность. *Стратегические коммуникации в цифровую эпоху. Новые технологии: учебное пособие*. Под ред. Л.С. Сальниковой. Издательский дом «НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА», Москва, Россия. С. 45–59.

References

- Allcott H., Gentzkow M. (2017) "Social Media and Fake News in the 2016 Election". *Journal of Economic Perspectives*. Vol. 31. No 2, pp. 211–236.
- Andrejevic M. (2013). "Public Service Media Utilities: Rethinking Search Engines and Social Networking as Public Goods". *Media International Australia*. 146 (1), pp. 123–132. doi:10.1177/1329878x1314600116
- Atanesyan A.V. (2019) Vliyanie social'nyh setej na protestnoe povedenie (na primere Armenii), [Impact of social networks on protest behavior (on the example of Armenia)]. *Sociologicheskie issledovaniya*. No 3, pp. 73–84. (in Russ.). DOI: 10.31857/S013216250004280-1
- Baluev D.G., Kaminchenko D.I. (2016) Sravnitel'nyj analiz «Novyh smi» i social'nyh media v kontekste social'no-politicheskogo i istoricheskogo faktorov, [Comparative analysis of "New media" and social media in the context of socio-political and historical factors]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sociologiya. Politologiya*. No 1 (33). pp. 153–160. (in Russ.).
- d'Ancona M. (2017) Post-Truth: The New War on Truth and How to Fight Back. Random House. 176 pp.

- de Kerckhove D. (2015). E-motivity: the social impact of the Internet as a limbic system. *Matrizes*. 9 (1), pp. 53–65. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v9i1p53-65.
- Filer T., Fredheim R. (2016). "Sparking debate? Political deaths and Twitter discourses in Argentina and Russia". *Information, Communication & Society*. 19 (11), pp. 1539–1555. doi:10.1080/1369118X.2016.1140805
- Hallin D.C., Mancini P. (2004) Comparing media systems: Three models of media and politics. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kaminchenko D.I. (2013) «Novye» sredstva massovoj informacii v kontekste koncepcii obshchestva riska, ["New" media in the context of the concept of risk society]. *Privolzhskij nauchnyj vestnik*. No 3 (19), pp. 140–143. (in Russ.).
- Larsson A.O. (2015) Pandering, protesting, engaging. Norwegian party leaders on Facebook during the 2013 'Short campaign', *Information, Communication & Society*, 18:4, pp. 459–473, DOI: 10.1080/1369118X.2014.967269
- Luengo O., Fernández-García B. (2017). Political Participation and New Technologies of Communication in Spain. *Przegląd Politologiczny*. 3, pp. 21–31. DOI: 10.14746/pp.2017.22.3.2.
- Lunkin, R.N., Oskolkov, P.V. (eds.) (2020) Evropa v poiske novyh reshenij [Europe in search of new solutions]. Moscow. (In Russian). DOI: 10.15211/report52020_372.
- Nikolaevich I.S. (2018) Kak nas obmanyvayut SMI. Manipulyaciya informaciej, [How the media deceive us. Manipulation of information.] Piter, S.-Petersburg, Russia. P. 320. (in Russ.).
- Owen D. (2018) "The New Media's Role in Politics", *The Age of Perplexity: Rethinking the World We Knew*, Penguin Random House Grupo Editorial, Barcelona, pp. 106–123.
- Potemkina O.Yu. (2019) Problema regulirovaniya sotsialnykh setey nakanune vyborov v Evropeyskiy Parlament. *Sovremennaya Evropa*, [The problem of regulation of social networks on the eve of the elections to the European Parliament]. No 2 (87), pp. 52–60. (in Russ). DOI: <http://dx.doi.org/10.15211/soveurope220195061>
- Saldaña, M., McGregor, S., & Gil de Zúñiga, H. (2015) «European Public Sphere| Social Media as a Public Space for Politics: Cross-National Comparison of News Consumption and Participatory Behaviors in the United States and the United Kingdom». *International Journal of Communication*, 9, 23.
- Stroud N.J. (2011) *Niche News: The Politics of News Choice*. Oxford University Press. p. 277. DOI:10.1093/acprof:oso/9780199755509.001.0001

Electronic Media and Social Networks in Politics: European Experience

Received 02.06.2021

Author: Skripka I., Junior researcher at the Department for Country Studies, Institute of Europe, Russian Academy of Science. **Address:** 11-3, Mokhovaya str., Moscow, Russia, 125009. **E-mail:** iv.skripka@yandex.ru

Abstract. The article outlines the relationship between the political process and the development of "new" mass media which mainly means social networks. Electronic media, including social networks, pose a challenge to the current state of international relations. In this regard, a number of states (Belorussia, Russia, Great Britain) and supranational structures (European Commission, UN) are developing a digital legislation envisaging control over the online space. In addition to the negative aspects, the development of "new" media helps political forces in their activities. Many European politicians and political parties actively use Internet resources and micro-targeting to attract voters. The challenge for governments and researchers in this field is to understand the pros and cons of the new digital era and to develop a plan for integrating new technologies into the familiar political process. It is concluded that the European Union and other states are at the stage of development and entry into force of uniform rules regulating the Internet. The trend towards the formation of a single legal field is combined with legislative regulation at the national level, since this area affects issues of security and sovereignty.

Key words: "new" media, digital legislation, European Commission, Spain, Great Britain, Norway, protests, electoral process.

DOI: <http://dx.doi.org/10.15211/soveurope42021184193>