

## ■ ■ ■ К проблеме институционализации социальных медиа

**Поляков А.К. Нигматуллина К.Р.**

Санкт-Петербургский государственный университет (СПбГУ), Санкт-Петербург, Российская Федерация.

**Аннотация.** Статья посвящена концептуализации социальных медиа как общественного института. В статье рассматриваются актуальные проблемы и перспективы институционализации социальных медиа в контексте трансформации современного медиапространства и развития цифрового общества. Авторы рассматривают процесс становления социальных медиа как социального института с позиций политологического, социологического и медиафилософского подходов. На основе метаанализа современной научной литературы авторами формулируются ключевые проблемы институционализации социальных медиа. Авторами выделяется роль государства и коммуникации с аудиторией в институционализации социальных медиа. На основе данных о внедрении социальных медиа в государственное управление различных стран формулируется вывод об эффективности нормативно-правового регулирования деятельности государственных органов в цифровой среде. Поднимаются проблемы социального влияния коммуникации внутри аудитории социальных медиа, а также аспекты дезинформации, постправды и воздействия нарративов на коллективную идентичность. Рассмотрены концептуальные подходы к осмыслению трансформации цифрового пространства и роли информационных технологий в развитии социальных медиа.

**Ключевые слова:** цифровизация, социальные медиа, институционализация, медиа-аудитория

*Для цитирования:* Поляков А.К. Нигматуллина К.Р. К проблеме институционализации социальных медиа // Коммуникология. 2024. Том 12. № 1. С. 28-37. DOI 10.21453/2311-3065-2024-12-1-28-37.

*Сведения об авторах:* Поляков Александр Константинович – преподаватель кафедры цифровых медиакоммуникаций, аспирант СПбГУ. Адрес: 199034, Россия, г. Санкт-Петербург, Университетская наб., 7/9. E-mail: alpolyakow@yahoo.com. ORCID: 0000-0003-0988-129X. Нигматуллина Камилла Ренатовна – доктор политических наук, профессор кафедры цифровых медиакоммуникаций СПбГУ. Адрес: 199034, Россия, г. Санкт-Петербург, Университетская наб., 7/9. E-mail: k.nigmatulina@spbu.ru. ORCID: 0000-0002-9146-1712.

*Статья поступила в редакцию:* 21.02.2024. *Принята к печати:* 18.03.2024.

**Введение.** В современном мире, в эпоху цифровизации, развитие онлайн-дискуссий происходит под влиянием значительных изменений социальной сферы, в частности в контексте взаимодействия между обществом, государственными институтами и медиа. С ростом популярности социальных сетей как платформ для обсуждения социальных и политических вопросов, возникает

необходимость более глубокого понимания динамики и особенностей развития онлайн-дискуссий. Многочисленные исследования отечественных и зарубежных ученых свидетельствуют о различных уровнях адаптации социальных медиа в общественно-политическую жизнь, связанных в том числе и с вопросами институционализации социальных медиа. Это подкрепляется нашим исследованием от 2023 года, где отмечалось наличие институционального вакуума в дискуссиях социальной сети VK [Nigmatullina et al.].

В условиях трансформации медиапространства социальные медиа и их роль в общественной коммуникации требуют актуального подхода к формализации. Методология настоящего исследования заключается в метаанализе современных подходов к изучению онлайн-коммуникации в условиях цифровизации, а также практик институционализации социальных медиа. На основе обзора научных публикаций по теме исследования предпринята попытка выявить ключевые элементы формализации социальных медиа как института, что может способствовать в дальнейшем решению проблем, влияющих как на онлайн-коммуникацию в целом, так и на развитие социальных медиа как общественного института. Под институционализацией социальных медиа принимаем подход к определению А.Н. Писаревой, выраженном в комплексе характеристик и признаков социальных медиа, соответствующем структурным компонентам социальных институтов [Писарева: 66]. Представленный нами анализ раскрывает некоторые проблемы, а также потенциальные пути их решения, касающиеся, в первую очередь, систематизации социальных сетей в институциональных рамках.

**Политологический подход.** В рамках институционализации социальных медиа в государстве необходимо принимать во внимание значимость цифровых институтов и сетевых ресурсов для всех социальных групп в условиях становления современного информационного общества [Колесник и др.]. В работе Н. В. Колесник и коллеги приходят к выводу, что потребность в цифровых институтах прямо зависит от динамики социально-политического контекста и системы ценностных ориентаций [Колесник и др.]. Здесь мы можем говорить об уже привычных аспектах идеологии и общественного мнения в контексте цифровизации, с усиленной при этом ролью социального восприятия. Именно поэтому ключевую роль в институционализации социальных сетей будут играть не технические возможности социальных платформ, а качество коммуникации власти и общества. В данном контексте институциональный вакуум в социальных медиа определяется как недостаток активного участия государственных структур в дискуссиях и обмене информацией. Это может проявляться в отсутствии официальных каналов коммуникации, игнорировании обратной связи от граждан и дефиците прозрачности в процессах государственных учреждений, что снижает эффективность коммуникационных стратегий государства как следствие.

На прикладном уровне, тем не менее, необходимо рассмотреть институциональное развитие цифровых платформ на примере других стран. Так, Дж. Криадо

и коллеги в исследовании, посвященном формализации цифровых платформ в государственных организациях Нидерландов, Испании, Швеции и Соединенного Королевства, говорят о ведущей роли руководящих принципов политики в отношении тех или иных социальных платформ [Criado et al.]. Здесь же подчеркивается значение административных систем, где испанская «наполеоновская» традиция и шведская «скандинавская» традиция менее склонны к инновационным внедрениям, и, соответственно, проявляют меньший интерес к формализации социальных сетей в государственных организациях, равно как и обучению государственных служащих управлению социальными сетями [Criado et al.]. Цели институционализации социальных сетей в этом случае зависят от особенностей политического контекста. К примеру, в англосаксонской традиции США социальные сети активно используются в предвыборных кампаниях для усиления медийности их участников и привлечении голосов граждан. Как итог, подобное использование социальных сетей приводит к политической поляризации аудитории. И. Мергель в работе говорит об изначальных целях коммуникационной стратегии американского государственного сектора повысить прозрачность процессов и действий государственных служащих [Mergel]. Однако, как отмечается в работе, перманентное развитие технологий и изменение поведения граждан вызвали потребность в реорганизации государственных учреждений, что может привести к возвращению в перспективе к менее инвазивным практикам [Mergel]. Таким образом, можно предположить вероятное смещение акцента в сторону более закрытой политики в отношении публикаций в социальных сетях вследствие усиления позиций общества в политической коммуникации онлайн.

Иная ситуация наблюдается в России, где онлайн-коммуникация сегодня испытывает подъем интереса граждан к социальным медиа, а участие общества в онлайн-пространстве еще не производит таких негативных эффектов, которые присущи американскому полю коммуникации [Степанов, Степанова]. В России, согласно Федеральному закону от 14.07.2022 № 270-ФЗ, государственные органы, органы местного самоуправления и подведомственные организации обязаны использовать социальные сети для размещения информации и коммуникации с пользователями социальных сетей<sup>1</sup>. При этом в качестве особенности российской политической традиции следует выделить стремление к отказу от продуктов транснациональных медиакорпораций в пользу отечественных социальных платформ, в частности таких, как «ВКонтакте» и «Одноклассники». Присутствие государственных структур в социальных сетях способствует модернизации и цифровизации государственного управления, адаптируясь к современным технологическим и социальным реалиям. Внедрение же закона, обязывающего государственные структуры публиковать информацию на официальных платформах

---

<sup>1</sup> Федеральный закон от 14.07.2022 № 270-ФЗ. Официальное опубликование правовых актов [эл. ресурс]: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202207140024> (дата обращения: 18.01.2024).

в социальных сетях, является важным шагом на пути к повышению прозрачности государственного управления, о которой мы говорим ранее. Подобный закон позволяет обеспечить систематическое и организованное присутствие государственных учреждений в цифровом пространстве, что способствует более активному и эффективному взаимодействию с гражданами. Тем не менее, как мы указывали ранее, институционализация социальных сетей не ограничивается наличием нормативно-правовых актов и невозможна без активного участия государства в коммуникации с обществом, что особенно важно в контексте выстраивания ценностно-нормативных ориентаций.

**Социологический подход.** В данном контексте значительное место в системе «власть – СМИ – общество» занимает локальная журналистика. Функции локальных медиа переходят от традиционного информирования о региональной повестке дня в сторону вовлечения аудитории к наиболее значимым вопросам. Ценность локальных медиа лежит на пересечении чувства местной принадлежности и критическим наблюдением за общественными процессами [Morlandst et al.]. Исследуя *watchdog-function* локальной журналистики в медиаполе Норвегии А. Ларсен и А. Напер говорят о первостепенном значении локального патриотизма, на основе которого формируются сообщества с общей системой идеалов и видения нормативности [Larsen, Naper]. Локальные медиа используют площадки социальных сетей в качестве оперативного информирования о последних событиях и ситуациях вокруг приоритетных социальных проблем на местном уровне, вокруг которых формируются нарративные сообщества с общей системой ценностей и мнений по поводу решения тех или иных социальных проблем.

Здесь необходимо уделять отдельное внимание процессам в медиааудитории, и, в первую очередь, подчеркнуть, что с позиции общественного мнения социальные сети являются платформой для выражения критических взглядов аудитории. Это позволяет радикально настроенной аудитории не выплёскивать накопленные эмоции в реальной жизни, а использовать для этих целей площадки социальных сетей. Тем не менее, некоторые исследования сообщают об увеличении проблем психологического характера – депрессии, тревоги и стресса – на фоне использования социальных сетей [Shannon et al.]. При этом акцентируется внимание на явлении «проблемного использования социальных сетей» (*problematic social media use*) как зависимости от социальных сетей на основе поведенческих и психологических качеств личности [Shannon et al.]. Таким образом, можем наблюдать негативный эффект чрезмерного использования накопленных эмоций в социальных сетях, а также влияние информационного шума на действия медиааудитории.

Сегодня в медиасфере происходят значительные изменения, связанные с выражением недовольства гражданами. Л. Смит и коллеги в исследовании приводят аргументы в доказательство тезиса о том, что усиление взаимодействия внутри сообществ в онлайн-коммуникации ведет к офлайн-мобилизации

граждан через поляризацию мнений на основе коллективной идентичности [Smith et al., 2023]. Идентичность в этом случае рассматривается как способность осмысления человека как личности, окружающего мира, социума и места в нём с помощью нарратива [Bruner, 1990]. При построении смыслов общество ориентируется на накопленные критические пики в призме собственного жизненного опыта. Точно также и реакция на событие лежит в плоскости аффективного восприятия на базе накопленных мнений. Из каждого персонального нарратива складывается нарратив публичный, формируя определённый паттерн мнений по тому или иному поводу. Данный эффект и формирует своеобразное нарративное сообщество, в рамках которого локальная аудитория вовлекается в обсуждение актуальных вопросов повестки дня. Таким образом, вокруг каждого вопроса формируется фон определенных мотивов и сообщений на основе накопленных персональных мнений. В рамках социально-политических процессов жалобы могут рассматриваться как критические пики накопленного мнения внутри локальных нарративных сообществ. В данном контексте возможности выражения мнений сталкиваются с угрозой формирования ложных представлений.

В этой связи одной из важнейших проблем 2024 года в онлайн-коммуникации является проблема фейк-ньюс и постправды. Так, Г. Л. Тульчинский, рассматривая этическую сторону цифровой социальной коммуникации в призме ценностно-регулятивных систем, говорит о наслоении смысловых картин мира через сетевые коммуникации, в частности на примере трагедии во Франции, связанной с убийством Самюэля Пати [Тульчинский]. На примере столкновения европейской системы ценностей с проблемой оскорбления религиозных чувств мусульман подчеркивается значение исходного события и, как следствие, вопрос объективности и достоверности публикуемой информации о событии как одной из наиболее распространенных проблем социальных платформ, влияющих напрямую на общественное мнение. При попытке концептуализации феномена дезинформации в современном информационном поле К. Диас и коллеги говорят о том, что в условиях постправды объективные факты теряют свое влияние при формировании общественного мнения, что связано с ростом влияния фейк-ньюс в СМИ, а также ложных нарративов в социальных сетях и распространением дипфейков [Dias et al.]. В исследовании М. Сингх и коллеги, в свою очередь, подчеркивают, что фейковые новости являются скорее частью уже известных дискурсивных практик медиаинститутов, нежели каким-либо новым явлением, а противостоять этому возможно через различные лингвистические подходы [Singh et al.]. Таким образом, в условиях растущей тенденции развития постправды в онлайн-коммуникации сегодня можно выделить следующие ключевые аспекты:

1. Роль исходного события и распространение информации о нем в призме систем ценностей СМИ и онлайн-сообществ;
2. Эмоциональное воздействие транслируемой информации на медиааудиторию;

3. Влияние локальной власти на способы освещения информации, а также политическая предвзятость участников сообществ, влияющая на искажение распространяемой информации;

4. Технологическое развитие, включающие в себя рост дипфейков и искусственного интеллекта.

Современное развитие технологий обостряет вопрос борьбы с созданием фейк-ньюс. С развитием искусственного интеллекта увеличивается способность автоматически генерировать убедительные фейковые новости и манипулировать медиаконтентом, в том числе через дипфейк-технологии. Это усиливает риски распространения дезинформации, что может привести к серьезным социальным и политическим последствиям. Совершенствование же искусственного интеллекта требует больших объемов качественных данных. Помимо сложных этических и юридических вопросов, касающихся свободы слова, ответственности и права на правдивую информацию, фейковые новости и искаженная информация могут повлиять на данные, используемые для обучения искусственного интеллекта, что приведет к снижению качества и эффективности алгоритмов.

**Медиафилософский аспект.** Современная сфера коммуникации отличается глобальным сдвигом в сфере интернет-технологий. Одним из примеров является концепция Web 4.0, отражающая различные сценарии к развитию взаимодействия пользователя и искусственного интеллекта [Bahrke, Thomas]. В то время как Web 3.0 и Web 2.0 являются уже реализованными этапами развития интернета, Web 4.0 остается концепцией будущего, которая еще полностью не реализована. Конечными целями концепции являются гармоничное сочетание физического и цифрового мира в условиях эволюции искусственного интеллекта с дальнейшим формированием его автономной инфраструктуры, а также развитие возможностей расширенной реальности и взаимодействия сети блокчейн [Zhou et al.]. Подобные трансформации оставляют большое количество вопросов медиафилософам нового времени о гуманистических последствиях цифровизации мира и подходам к этическому использованию развивающихся цифровых продуктов. Так, Я. Фенг в исследовании выделяет концепт «фонового условия» (*background condition*), рассматривая последствия ускоренного развития технологий и эффекты трансгуманизма в цифровую эпоху [Feng].

В исследовании Д. Кокинг и Дж. Ван Ден Ховен отдельное внимание уделяется влиянию технологий на развитие медиаландшафта и коммуникации в социальных медиа, где ученые предлагают к изучению концепцию «морального тумана» (*Moral Fog*), который «затемняет» понимание ценностей и реальности, и, как следствие трансформирует самовосприятие людей, подвергая сознание аудитории большему влиянию от владельцев социальных платформ [Cocking, Van Den Hoven]. Таким образом, стремительное развитие технологий имеет потенциал принести как значительные выгоды, так и сложные вызовы для человечества.

**Результаты исследования.** Подводя итог на основе политологического, социологического и медиафилософского подходов к осмыслению формализации социальных медиа как институтов, можем выделить следующие ключевые проблемы.

Институциональный вакуум. Возможный недостаток активного участия государственных органов в диалоге с медиааудиторией порождает институциональный вакуум, что может снижать эффективность коммуникационной стратегии государственных органов и способствует деструктуризации социальных практик в онлайн-коммуникации.

Влияние «административных традиций» на процесс институционализации. Адаптация социальных сетей в структуру государственного управления характеризуется неоднородностью, сформированной под влиянием особенностей тех или иных административно-правовых систем.

Политическая поляризация. Вследствие активного использования социальных медиа различными политическими силами в продвижении собственных интересов возможен слом системы ценностных ориентаций в аудитории, который приводит к поляризации мнений в онлайн-коммуникации, что можно наблюдать на примере медиаполя США.

Дезинформация и парадигма постправды. Распространение фейковых новостей, дипфейков и состояние постправды являются серьезными проблемами для целостности общественного сознания и основополагающего доверия к источникам информации, что также способствует деструктуризации онлайн-коммуникации в контексте обеспечения потребности аудитории в информации.

Этические и гуманистические проблемы технологического развития. Ускоренные процессы цифровизации поднимают вопросы относительно ее последствий для человека и общества, а также проблемы этического использования развивающихся цифровых продуктов, включая влияние на самовосприятие и систем ценностей медиааудитории.

**Выводы.** В условиях современной цифровизации усиливается роль онлайн-дискуссий на социальных платформах, в частности в контексте обсуждений социальных и политических проблем. С одной стороны, наблюдается институциональный вакуум, выраженный необходимостью государственных структур активнее участвовать в онлайн-дискурсах. С другой стороны, определённые традиции и локальные политические контексты влияют на степень и способы интеграции социальных медиа в государственное управление. Такие проблемы, как политическая поляризация медиааудитории, fake-news и постправда, выдвигают новые вызовы для общества и государства в управлении социальными платформами. При этом ускоренные процессы цифровизации и развитие новых технологий в рамках концепции Web 4.0 открывают новые горизонты для взаимодействия между пользователем и цифровым миром, одновременно порождая этические и философские вопросы. По мере того, как социальные медиа приобретают все

большее значение в социальной и политической сфере, процесс их институционализации сопровождаются рядом проблем, которые требуют инновационных и контекстно-зависимых подходов. Стратегии решений должны охватывать как коммуникативные, так и технологические аспекты социальных медиа, обеспечивая формирование и эффективное развитие сообществ, эффективную политику социальных медиа по противодействию фейковых новостей, а также этическое и методическое участие государственных механизмов в онлайн-коммуникации.

## Источники

Колесник Н.В., Корниенко А.В., Хосуева С.Д. (2022). Политическая социализация, социальные сети и коммуникации: основные направления исследования // Петербургская социология сегодня. № 18. С. 86-100.

Писарева А.Н. (2023) Институционализация социальных сетей в современной России как фактор формирования общественного мнения по политическим проблемам (на примере социальной сети «ВКонтакте»): дис. канд. полит. наук: 5.5.2. СПб.

Степанов А.С., Степанова Н.В. (2019). Социальные медиа в политической сфере России и США // Коммуникации. Медиа. Дизайн. № 4 (2). С. 73-93.

Тульчинский Г.Л. (2022). Цифровизация коммуникации и прикладная этика: ценностная регуляция, ответственность и парресия // Ведомости прикладной этики. № 60. С. 80-90.

Bahrke J., Thomas R. (2023). Towards the next technological transition: Commission presents EU strategy to lead on web 4.0 and virtual worlds. European Commission, Strasbourg, Tech. Rep.

Bruner J. (1990). Acts of meaning. Harvard University Press.

Cocking D., Van Den Hoven J. (2022). The Moral Fog of Social Media. *Journal of Practical Ethics*. No. 9 (2). DOI: 10.3998/jpe.1182.

Criado J.I., Villodre J., Gil-García J.R. (2022). Social media institutionalization in European local governments: a comparison of administrative traditions. The 23<sup>rd</sup> Annual International Conference on Digital Government Research. DOI: 10.1145/3543434.3543475.

Dias C.P., Reis B., Lopes P. (2022). Posverdad y democracia: una reflexión sobre los mecanismos de desinformación. *Revista De Investigaciones Políticas Y Sociológicas*. No. 21(1). DOI: 10.15304/rips.21.1.8198.

Feng Y. (2022). Media Ethics in the Digital World: Emerging Technology Concerns and Covid-19 Lessons. *Journal of Media Ethics*. No. 38 (1). P. 60-63. DOI: 10.1080/23736992.2023.2159102.

Larsen A.G., Naper A.A. (2022). Reporting Through Patriotic Lenses: How Journalists and Political Actors Understand and Assess the Community Role of Local Journalism. *Journalism Studies*. Vol. 23. No. 12. P. 1472-1487. DOI: 10.1080/1461670X.2022.2096099.

Mergel I. (2016). Social media institutionalization in the U.S. federal government. *Government Information Quarterly*. No. 33 (1). P. 142–148. DOI: 10.1016/j.giq.2015.09.002.

Morlandstø L., Mathisen B.R. (2022). Blind spots and diversity in a local media landscape. *Journalism*. Vol. 24. Issue 12. 0(0). DOI: 10.1177/14648849221119603.

Nigmatullina K., Bodrunova S.S., Rodosky N., Nepiyushchikh D. (2023). Discourse of Complaining on Social Networks in Russia: Cumulative Opinions vs. Decentering of Institutions. In: A. Antonyuk, N. Basov (eds) Networks in the Global World VI. NetGloW 2022. Lecture Notes in Networks and Systems. Vol. 663. Springer, Cham. DOI: 10.1007/978-3-031-29408-2\_1.

Shannon H., Bush K., Villeneuve P.J., Hellemans K.G., Guimond S. (2022). Problematic Social Media Use in Adolescents and Young Adults: Systematic Review and Meta-analysis. *JMIR Mental Health*. No. 9(4). e33450. DOI: 10.2196/33450.



Singh M., Bhutia U., Moni Gogoi D. (2022). Além do discurso da pós-verdade: Algumas reflexões sobre a ideia de falsas notícias com base na linguística de corpus (uma análise educacional). *Revista on Line De Política E Gestão Educacional*. No. 26 (esp.1), e022032. DOI: 10.22633/rpge.v26iesp.1.16508.

Smith L. G. E., Piwek L., Hinds J., Brown O., Joinson A. (2023). Digital traces of offline mobilization. *Journal of Personality and Social Psychology*. No. 125 (3). P. 496-518. DOI: 10.1037/pspa0000338.

Zhou Z., Li Z., Zhang X., Sun Y., Xu H. (2023). A Review of Gaps between Web 4.0 and Web 3.0 Intelligent Network Infrastructure. In: *IEEE 9<sup>th</sup> World Forum on Internet of Things*, Aveiro, Portugal, 12–27 Oct 2023.

## ■ ■ ■ Institutionalizing Social Media

### **Polyakov A.K., Nigmatullina K.R.**

Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia.

**Abstract.** The article focuses on the conceptualization of social media as a social institution. The article addresses the current issues and prospects for the institutionalization of social media in the context of the contemporary media space transformation and the evolution of the digital society. The authors analyze the establishment of social media as a social institution from the perspectives of political, sociological, and media philosophical approaches. Employing a meta-analysis of current scientific literature, the authors delineate the principal issues associated with the institutionalization of social media. The authors highlight the role of the state and communication with the audience in the institutionalization of social media. The effectiveness of legal frameworks regulating government activity in the digital sphere is posited, drawing on examples of social media use within public administration across different nations. The social influence problems of intra-audience communication on social media are raised, as well as aspects of disinformation, post-truth, and the impact of narratives on collective identity. The article also explores conceptual approaches to the transformation of the digital space and the role of information technology in development of social media.

**Keywords:** digitalization, social media, institutionalization, media audience

*For citation:* Polyakov A.K., Nigmatullina K.R. (2024). Institutionalizing social media. *Communicology (Russia)*. Vol. 12. No. 1. P. 28-37. DOI 10.21453/2311-3065-2024-12-1-28-37.

*Inf. about the authors:* Polyakov Alexander Konstantinovich – lecturer and postgraduate student at the Department of Digital Media Communications, Saint Petersburg State University. Address: 199034, Russia, Saint Petersburg, Universitetskaya emb., 7/9. E-mail: [alpolyakov@yahoo.com](mailto:alpolyakov@yahoo.com). ORCID: 0000-0003-0988-129X. Nigmatullina Kamilla Renatovna – DSc (Polit.), Professor at the Department of Digital Media Communications, Saint Petersburg State University. Address: 199034, Russia, Saint Petersburg, Universitetskaya emb., 7/9. E-mail: [k.nigmatullina@spbu.ru](mailto:k.nigmatullina@spbu.ru). ORCID: 0000-0002-9146-1712.

*Received:* 21.02.2024. *Accepted:* 18.03.2024.

## References

- Bahrke J., Thomas R. (2023). Towards the next technological transition: Commission presents EU strategy to lead on web 4.0 and virtual worlds. European Commission, Strasbourg, Tech. Rep.
- Bruner J. (1990). Acts of meaning. Harvard University Press.
- Cocking D., Van Den Hoven J. (2022). The Moral Fog of Social Media. *Journal of Practical Ethics*. No. 9 (2). DOI: 10.3998/jpe.1182.
- Criado J.I., Villodre J., Gil-García J.R. (2022). Social media institutionalization in European local governments: a comparison of administrative traditions. The 23<sup>rd</sup> Annual International Conference on Digital Government Research. DOI: 10.1145/3543434.3543475.
- Dias C.P., Reis B., Lopes P. (2022). Posverdad y democracia: una reflexión sobre los mecanismos de desinformación. *Revista De Investigaciones Políticas Y Sociológicas*. No. 21(1). DOI: 10.15304/rips.21.1.8198.
- Feng Y. (2022). Media Ethics in the Digital World: Emerging Technology Concerns and Covid-19 Lessons. *Journal of Media Ethics*. No. 38 (1). P. 60-63. DOI: 10.1080/23736992.2023.2159102.
- Kolesnik N.V., Kornienko A.V., Khosueva S.D. (2022). Political socialization, social networks and communications: main directions of research. *St. Petersburg Sociology Today*. No. 18. P. 86-100 (in Rus.).
- Larsen A.G., Naper A.A. (2022). Reporting Through Patriotic Lenses: How Journalists and Political Actors Understand and Assess the Community Role of Local Journalism. *Journalism Studies*. Vol. 23. No. 12. P. 1472-1487. DOI: 10.1080/1461670X.2022.2096099.
- Mergel I. (2016). Social media institutionalization in the U.S. federal government. *Government Information Quarterly*. No. 33 (1). P. 142–148. DOI: 10.1016/j.giq.2015.09.002.
- Morlandstø L., Mathisen B.R. (2022). Blind spots and diversity in a local media landscape. *Journalism*. Vol. 24. Issue 12. 0(0). DOI: 10.1177/14648849221119603.
- Nigmatullina K., Bodrunova S.S., Rodosky N., Nepiyushchikh D. (2023). Discourse of Complaining on Social Networks in Russia: Cumulative Opinions vs. Decentering of Institutions. In: A. Antonyuk, N. Basov (eds) *Networks in the Global World VI. NetGloW 2022. Lecture Notes in Networks and Systems*. Vol. 663. Springer, Cham. DOI: 10.1007/978-3-031-29408-2\_1.
- Pisareva A.N. (2023) Institutionalization of social networks in modern Russia as a factor in the formation of public opinion on political problems (using the example of Vkontakte social network): phd diss. St. Petersburg (in Rus.).
- Shannon H., Bush K., Villeneuve P.J., Hellemans K.G., Guimond S. (2022). Problematic Social Media Use in Adolescents and Young Adults: Systematic Review and Meta-analysis. *JMIR Mental Health*. No. 9(4). e33450. DOI: 10.2196/33450.
- Singh M., Bhutia U., Moni Gogoi D. (2022). Além do discurso da pós-verdade: Algumas reflexões sobre a ideia de falsas notícias com base na linguística de corpus (uma análise educacional). *Revista on Line De Política E Gestão Educacional*. No. 26 (esp.1), e022032. DOI: 10.22633/rpge.v26iesp.1.16508.
- Smith L. G. E., Piwek L., Hinds J., Brown O., Joinson A. (2023). Digital traces of offline mobilization. *Journal of Personality and Social Psychology*. No. 125 (3). P. 496-518. DOI: 10.1037/pspa0000338.
- Stepanov A.S., Stepanova N.V. (2019). Social media in the political sphere of Russia and the USA. *Communications. Media. Design*. No. 4 (2). P. 73-93(in Rus.).
- Tulchinsky G.L. (2022). Digitalization of communication and applied ethics: value regulation, responsibility and parrhesia. *Journal of Applied Ethics*. No. 60. P. 80-90 (in Rus.).
- Zhou Z., Li Z., Zhang X., Sun Y., Xu H. (2023). A Review of Gaps between Web 4.0 and Web 3.0 Intelligent Network Infrastructure. In: *IEEE 9<sup>th</sup> World Forum on Internet of Things*, Aveiro, Portugal, 12–27 Oct 2023.