

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования  
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»

*На правах рукописи*

Соколов Алексей Вячеславович

# БЛОГИНГ КАК СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН ЭПОХИ ЦИФРОВИЗАЦИИ

5.7.7. Социальная и политическая философия

АВТОРЕФЕРАТ  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата философских наук

Научный руководитель

Иоселиани Аза Давидовна,  
доктор философских наук, профессор

Москва – 2026

Диссертация представлена к публичному рассмотрению и защите в порядке, установленном ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» в соответствии с предоставленным правом самостоятельно присуждать ученые степени кандидата наук, ученые степени доктора наук согласно положениям пункта 3.1 статьи 4 Федерального закона от 23 августа 1996 г. № 127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике».

Публичное рассмотрение и защита диссертации состоятся 25 июня 2026 г. в 10:00 часов на заседании диссертационного совета Финансового университета Д 505.001.124 по адресу: Москва, Ленинградский проспект, д. 49/2, аудитория 406.

С диссертацией можно ознакомиться в диссертационном зале Библиотечно-информационного комплекса ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» по адресу: 125167, Москва, Ленинградский проспект, д. 49/2, комн. 100 и на официальном сайте Финансового университета в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» по адресу: [www.fa.ru](http://www.fa.ru).

Персональный состав диссертационного совета:

председатель – Губанов Н.Н., д.филол.н., доцент;  
заместитель председателя – Воденко К.В., д.филол.н., профессор;  
ученый секретарь – Кафтан В.В., д.филол.н., профессор;

члены диссертационного совета:

Волков Ю.Г., д.филол.н., профессор;  
Деникин А.В., д.филол.н., профессор;  
Деникина З.Д., д.филол.н., профессор;  
Ивлев В.Ю., д.филол.н., профессор;  
Иноземцев В.А., д.филол.н., доцент;  
Махаматов Т., д.филол.н., профессор;  
Ореховская Н.А., д.филол.н., профессор.

Автореферат диссертации разослан 29 апреля 2026 г.

Ученый секретарь диссертационного совета  
Финансового университета Д 505.001.124

В.В. Кафтан

## I Общая характеристика работы

Всеобщая информатизация, цифровизация и глобализация являются сегодня одними из главных тенденций развития мирового сообщества. Значение глобального информационного пространства растет с каждым днем. Развитие информационного пространства и повсеместное внедрение информационных технологий в повседневную жизнь индивидов привело к возникновению и стремительному распространению блогинга как специфического средства навигации в усложняющемся информационном поле.

**Актуальность темы исследования** обусловлена целым комплексом взаимосвязанных факторов теоретического и практического характера. Интернет стал частью повседневной жизни эпохи современности. В XXI веке общество характеризуется как информационное. Коммуникация в интернет-пространстве стала обыденным явлением, утратив характер чего-то исключительного и приобретает новые формы воздействия на человека и общество. Пространство человеческого существования с распространением информационных технологий претерпело радикальную трансформацию, обретя виртуальное измерение, которое во многих отношениях становится не менее значимым, чем традиционное физическое пространство.

Процесс интернетизации сопровождается значительными трансформациями в повседневной практике, что касается самых различных сфер деятельности человека и общества; тем самым формируется новое пространство, новая реальность, что проявляется в отношениях между людьми, социумами, народами и государствами. Это пространство обладает собственной логикой функционирования, отличной от логики традиционных медиа и форм социальной организации. Блогинг выступает одним из наиболее репрезентативных проявлений этой новой коммуникационной реальности.

Научно-технический прогресс привел к тому, что в XXI веке бытие является диджитализированным, то есть цифровым.

Современный прогресс стал основанием для формирования особого пространства, в котором, благодаря инновационным технологическим средствам,

появился и новый вид коммуникации в обществе, а также и общество нового типа, которое все чаще именуется цифровым обществом. Блоги возникают и развиваются вместе с цифровой цивилизацией, становятся неотъемлемой ее частью, влияют на трансформацию индивидуального и массового сознания.

Стремительное развитие блогов обусловлено развитием цифровой среды и увеличением количества пользователей Интернета в мире. Для более эффективного осмысления бытия необходимо иметь соответствующие инструменты, которые способны отражать его сложность. Блогинг стал феноменом, влияющим на индивидуальное и массовое сознание. Он участвует в формировании картины мира миллионов людей, определяет их ценностные ориентации, влияет на их поведенческие паттерны. Это делает изучение блогинга не просто академическим интересом, но насущной задачей, имеющей важное практическое значение.

Таким образом, становится очевидной крайняя необходимость в более глубоком изучении особенностей блогинга, его возможных направлений развития, а также влияния на общество и личность. При этом в рамках данного диссертационного исследования предпринимается попытка осмыслить блогинг как социокультурный феномен современного информационного общества эпохи цифровизации с позиций социальной философии.

**Степень разработанности темы исследования.** Коммуникация лежит в основании блогинга как социального феномена. Взаимодействие между блогером и его аудиторией является конституирующим для блогинга как процесса. Исследования социальной коммуникации имеют длительную историю, восходящую к трудам древнегреческих мыслителей: Платона, Аристотеля, Демокрита. Огромный пласт исследований был заложен в рамках классической немецкой философии (И. Кант, Г.В.Ф. Гегель). Теоретические построения мыслителей двадцатого века привели к появлению работ выдающегося философа и социолога Ю. Хабермаса, чья теория коммуникативного действия представляет особую ценность для понимания нормативных оснований коммуникации.

Философия техники, представленная исследованиями М. Хайдеггера и К. Ясперса, предоставляет концептуальные ресурсы для понимания места

технических артефактов, включая цифровые платформы в человеческом существовании. Изучением информационного общества с философских позиций занимались такие крупнейшие исследователи, как Д. Белл, разработавший концепцию постиндустриального общества; Э. Тоффлер, предложивший метафору «третьей волны»; М. Кастельс, создавший теорию сетевого общества.

К этому же ряду относятся работы А.И. Черных, исследовавшей социологию массовых коммуникаций; Ф. Уэбстера, систематизировавшего теории информационного общества.

Вопросы медиафилософии рассматривали Н. Луман, разработавший системно-теоретический подход к пониманию массмедиа; Л. Флорид, предложивший концепцию инфосферы и философию информации. Их работы позволяют понять место блогинга в более широком контексте трансформации медиа и информационной среды.

Труды представителей постмодернистской мысли – Ж. Бодрийяра, Ф. Гваттари и Ж. Делёза, Ж. Деррида, Ж.-Ф. Лиотара, М. Фуко, У. Эко – позволяют рассмотреть блогинг с позиций постмодернизма, выявив в нем черты симулятивной культуры, ризоматических структур, дискурсивных практик власти. Концепции этих мыслителей, разработанные в конце двадцатого века, обретают новую актуальность применительно к анализу цифровой культуры.

Торонтская школа медиаисследований представлена работами Г. Инниса, разработавшего теорию медийных склонностей (bias), и М. Маклюэна, сформулировавшего тезис «medium is the message» и предложившего метафору «глобальной деревни». Идеи этих исследователей, опередивших свое время, оказываются чрезвычайно продуктивными для понимания специфики цифровых медиа и блогинга.

Вопросы исследования массовых коммуникаций рассмотрели К. Шеннон, заложивший математические основания теории информации, и П. Лазарсфельд, разработавший концепцию двухступенчатого потока коммуникации. Американский исследователь Р.Т. Крейг систематизировал теории коммуникации в работе «Теория коммуникации как область знания», выделив семь

коммуникативных традиций, каждая из которых позволяет выявить определенный аспект блогинга.

Отечественные исследователи внесли значительный вклад в изучение проблематики. А.Д. Иоселиани разработала философские основания понимания информационного общества, связав его с проблемами глобализации и культурной идентичности. Е.Л. Вартанова исследовала трансформации медиаиндустрии в условиях цифровизации. Г.У. Солдатова проанализировала особенности цифрового поколения России, выявив специфику его медиапотребления и цифровой компетентности.

К теоретико-методологическим основаниям исследования относятся также современные медиакоммуникативные теории: концепция экскоммуникации А. Галлоуэя, Ю. Такера и М. Уорка, анализирующая коммуникацию в условиях сетевого общества; теория блога Дж. Дин, рассматривающая блогинг как специфическую культурную практику. Эти работы позволяют осмыслить специфику коммуникативных практик в цифровой среде.

Особую значимость для настоящего исследования имеют работы в области метамодернизма – формирующейся культурной парадигмы, описанной Т. Вермюленом и Р. ван ден Аккером. Концепция «новой искренности» позволяет выявить специфику современных культурных практик блогинга, отличающихся от постмодернистской иронии и цинизма.

В связи с развитием информационного общества и глобальной цивилизации актуализируются вопросы, связанные с блогингом. Диссертационные работы Кульминской А.В., Нестеренок Ю.И., Попова А.А., Савенкова В.Д., посвящены проблематике, связанной с блогингом и блогерами. Исследование блогинга производится разными науками: политологией, социологией, культурологией, психологией, журналистикой. Однако количество монографий, особенно в области социальной философии, раскрывающих специфику блогинга как социокультурного явления, незначительно.

Важнейшими теоретиками коммуникации, как основы блогинга являются Т. Адорно, Н.Н. Богомолова, Ю. Хабермас, М. Хоркхаймер, У. Эко.

Психологический аспект личности при коммуникации в Интернете анализируется в работах Н.В. Гордеева, А.Е. Жичкина, Ю.С. Зотова, М.Ю. Сидорова.

Труды исследователей Ж. Бодрийяра, Ф. Гваттари, Ж. Делёза, Ж. Деррида, Ж.Ф. Лиотара, М. Фуко, У. Эко позволяют рассмотреть блогинг с позиции постмодернизма. Если рассматривать блогинг с точки зрения постмодерна, то он может быть описан как пространство симулякров (Ж. Бодрийяр), ризоматичность которого (Ж. Делёз, Ф. Гваттари) размывает границы между реальностью и ее репрезентацией.

Работы французского ученого П. Бурдьё помогают определить механизм и логику того, для чего блогеры набирают популярность. В работе П. Бурдьё «Формы капитала» описывается процесс конвертации культурного капитала в экономический, что применимо к анализу монетизации блогерской деятельности.

Теория метамодерна, авторами которой являются Р. ван ден Аккер, Т.Вермюлен, Л. Тернер, предполагает слияние массового и элитарного; в данной концепции потребитель контента не только получает его, но и активно участвует в процессе. Метамодерн характеризуется «новой искренностью», осцилляцией между иронией и серьезностью.

Особое значение для исследования имеют работы представителей Торонтской школы медиа исследований (М. Маклюэн, Г. Иннис), теории сетевого общества (М. Кастельс), критической теории цифровых медиа (А. Галлоуэй, Дж. Дин, М. Уорк). Проблематика информационных войн и дезинформации исследуется с опорой на классическую военную философию К. фон Клаузевица.

На сегодняшний день корпус научных трудов на тему блогинга стремительно расширяется, однако в области социальной философии остается ряд существенных нерешенных проблем, определяющих актуальность настоящего исследования:

– отсутствуют монографические исследования, раскрывающие специфику блогинга как социокультурного феномена современности с последовательных позиций социальной философии. Существующие работы, как правило, рассматривают блогинг в рамках отдельных дисциплин: социологии, психологии,

журналистики, не обеспечивая того уровня философской рефлексии, который позволил бы выявить сущностные характеристики феномена;

– недостаточно разработана проблема амбивалентной природы блогинга – диалектического соотношения его эмансипаторского и манипулятивного потенциала. Исследователи, как правило, акцентируют либо позитивные, либо негативные аспекты блогинга, не предлагая целостной концепции, которая объясняла бы их взаимосвязь и взаимообусловленность;

– требует концептуального осмысления механизм влияния блогинга на индивидуальное и массовое сознание в условиях распространения дезинформации. Существующие исследования фиксируют факт такого влияния, однако не раскрывают в полной мере его глубинные механизмы с использованием современного теоретического инструментария, концепций парасоциального взаимодействия, надж-технологий, когнитивных искажений;

– не получило должного философского осмысления соотношение постмодернистских и метамодернистских тенденций в современном блогинге. Между тем именно это соотношение, как мы полагаем, является ключом к пониманию амбивалентной природы блогинга и перспектив его развития.

Данные лакуны в существующем знании определяют актуальность и правомочность настоящего диссертационного исследования.

**Целью исследования** является социально-философский анализ блогинга как социокультурного феномена эпохи цифровизации, выявление его сущностных характеристик, функций и механизмов влияния на индивидуальное и массовое сознание в условиях современного информационного общества.

Для достижения поставленной цели определены следующие **задачи**:

1) Раскрыть генезис блогинга как социокультурного феномена, определить предпосылки и факторы его возникновения в контексте цифровизации общества и глобального развития.

2) Осуществить понятийно-категориальный анализ блогинга, сформулировать авторское определение и выявить его сущностные характеристики.

3) Исследовать механизмы влияния блогинга на индивидуальное и массовое сознание, включая формирование ценностных ориентаций и поведенческих паттернов.

4) Проанализировать проблему дезинформации («fake news») в блогосфере, систематизировать механизмы распространения и способы противодействия ложной информации.

5) Определить функции блогинга в социальном пространстве и исследовать морально-нравственные аспекты деятельности блогеров в контексте традиционных российских духовно-нравственных ценностей.

**Объект исследования** – блогинг как социокультурный феномен информационного общества эпохи цифровизации.

**Предмет исследования** – тенденции, динамика и сущность блогинга в его связи с индивидуальным и массовым сознанием человека и общества.

**Область исследования** диссертации соответствует п. 31. «Источники и механизмы социокультурного изменения» и п. 47. «Влияние массовых коммуникаций на социальные процессы. Социально-коммуникативные теории и практики» Паспорта научной специальности 5.7.7. Социальная и политическая философия (философские науки).

**Научная новизна исследования** выражается в следующих аспектах:

1) Выработано авторское определение блогинга как системно организованной деятельности в цифровом пространстве, направленной на создание и распространение контента с целью личностной самореализации, информационного обмена и монетизации.

2) Обоснована амбивалентная природа блогинга, проявляющаяся в диалектическом единстве постмодернистских (деконструкция, симулякр, ризома) и метамодернистских (новая искренность, аутентичность, осцилляция) тенденций. Показано, что амбивалентность раскрывает социокультурную составляющую блогинга, что он одновременно выступает пространством свободной коммуникации, самореализации личности и инструментом манипулирования сознанием.

3) Выявлены социальные и прикладные функции блогинга: информационная, образовательная, развлекательная, социализирующая, мобилизационная, интеграционная, навигационная, терапевтическая. Определены такие его параметры, как адаптивность, манипулятивность и влияние на формирование личности и общественного сознания.

4) Раскрыта специфика развития блогинга в Российской Федерации, обусловленная особенностями медиаландшафта, платформенной спецификой (доминирование национальных социальных сетей), нормативно-правовым регулированием и культурно-ценностным контекстом. Охарактеризованы ведущие платформы в России, описаны механизмы государственного регулирования блогосферы, проанализирована деятельность Национальной ассоциации блогеров. А также выявлены морально-нравственные аспекты деятельности блогеров в контексте традиционных российских духовно-нравственных ценностей, закрепленных в Указе Президента Российской Федерации № 809 от 09.11.2022 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей».

5) Раскрыт манипулятивный потенциал надж-технологий в контексте блогинга: показано, как «архитектура выбора» реализуется в алгоритмах рекомендаций, таргетированной рекламе и персонализации контента.

6) Дано авторское видение механизмов маркировки и защиты от сфальсифицированной в блогах информации: анализ эмоциональности заголовков, критический анализ источников, верификация первоисточника, распознавание AI-сгенерированного контента. Выявлены угрозы, связанные с технологиями генеративного искусственного интеллекта (дипфейки, синтетический контент).

7) Выявлен феномен блогинга, который состоит в проживании дорефлексного опыта: блогинг есть диалог «с Другим», непосредственный контакт, диалог. Такой непосредственный контакт предполагает не только обмен информацией, но и глубокое погружение в эмоциональную сферу, что актуализируется посредством анализа категорий «парасоциального взаимодействия» и «эмоционального вовлечения».

**Теоретическую основу** исследования составляет комплекс философских и научных концепций, позволяющих всесторонне осмыслить блогинг как социокультурный феномен. Для данного исследования главными теоретическими основаниями стали классические философские концепции, такие как:

- Теории информационного общества, в котором функционирует блогинг Д. Белл. Концепция «третьей волны» Э. Тоффлера. Теория сетевого общества М. Кастельса.

- Медиафилософские концепции позволяющие понять специфику блогинга как медийного феномена. (Теория медиаэкологии Г. Инниса и М. Маклюэна). Медиология Р. Дебрэ. Теория медиареальности Н. Лумана. Концепция инфосферы Л. Флориди.

- Современные медиакоммуникативные теории: концепция экскоммуникации А. Галлоуэя, Ю. Такера и М. Уорка. Теория блога Дж. Дин.

- Постмодернистские концепции: теория симулякров Ж. Бодрийяра. Концепция ризомы Ж. Делёза и Ф. Гваттари. Теория дискурса и власти М. Фуко. Концепция деконструкции Ж. Деррида.

- Метамодернистские концепции: теория мета модерна Т. Вермюлена и Р. ван ден Аккера. Концепция «новой искренности».

- Теория капиталов П. Бурдьё объясняет механизмы накопления и конвертации символического капитала, что позволяет понять, как блогеры наращивают свое влияние и монетизируют его.

- Теория парасоциального взаимодействия Д. Хортона и Р. Воля.

- Концепция «надж» (архитектуры выбора) Р. Талера и К. Санстейна.

- Военно-философская концепция К. фон Клаузевица для анализа информационного противоборства и кибервойны.

- Критический рационализм К. Поппера предоставляет эпистемологические критерии для анализа псевдознания в инфобизнесе.

- Экзистенциализм Ж.-П. Сартра. Сартровская концепция «дурной веры» (*mauvaise foi*) позволяет понять механизмы самообмана, характерные как для блогеров, так и для их аудитории.

Среди отечественных исследователей, работы которых имеют методологическое значение для данного исследования, следует отметить труды А.Д. Иоселиани по философии информационного общества, раскрывающие специфику современной социокультурной ситуации.

**Теоретическая значимость работы.** Материалы данного исследования могут быть основой для формирования нового видения блогинга в условиях эволюции современного общества в эпоху цифровизации. Предоставленные теоретические наработки в области осмысления феномена блогинга могут быть использованы для дальнейших научных исследований в области социальной и политической философии, культурологии, социологии коммуникаций.

Результаты исследования могут быть использованы при разработке философско-мировоззренческих принципов блогинга, стратегий и тактик его дальнейшего развития. Полученные в ходе исследования теоретические разработки могут быть использованы при изучении других современных информационно-коммуникационных явлений.

**Практическая значимость работы.** Практическая применимость результатов проведенного исследования состоит во внедрении в учебный процесс и практическую деятельность человека. Данное исследование способствует пониманию блогинга как сложной формы общественной коммуникации, имеющей большой потенциал влияния на индивидуальное и общественное сознание.

Полученные в результате настоящего исследования фактологические материалы и рекомендации могут быть использованы в разработке и преподавании курсов по систематической и социальной философии в учебных заведениях высшего образования. Систематизированные способы маркировки и защиты от дезинформации применимы для развития медиаграмотности населения. Данные результаты могут использоваться при разработке образовательных программ, тренингов, методических материалов, направленных на формирование критического отношения к информации.

**Методологию и методы исследования** составляет комплекс философских и общенаучных методов, позволяющих всесторонне осмыслить блогинг как

социокультурный феномен, таких, например, как: дескриптивно-аналитический, компаративный, логико-исторический, метод систематизации и классификации, понятийно-категориальный анализ, герменевтический и диалектический методы.

Системный подход обеспечивает целостное рассмотрение блогинга как социокультурного феномена, включенного в систему общественных отношений и культурных практик. Диалектический метод позволяет выявить внутренние противоречия в развитии блогосферы: между свободой самовыражения и социальной ответственностью, между аутентичностью и коммерциализацией, между демократизацией информации и распространением дезинформации.

Методы анализа и синтеза применены при исследовании структуры блогинга и интеграции его элементов в целостную концептуальную модель. Методы индукции и дедукции обеспечили движение от эмпирических наблюдений к теоретическим обобщениям. Герменевтический подход использован для интерпретации блогерского контента.

Дополнительно в исследовании применены: компаративистский анализ, позволивший сопоставить различные подходы к изучению блогинга; медиаэкологический подход (М. Маклюэн, Н. Постман), раскрывающий влияние медиатехнологий на социальную среду; концептуальный аппарат теории метамодерна (Т. Вермюлен, Р. ван ден Аккер); критическая теория медиа (А. Галлоуэй, Дж. Дин, М. Уорк).

#### **Положения, выносимые на защиту:**

1) Блогинг – это системно организованная деятельность людей в виртуальном пространстве, имеющая определенные цели, задачи, инструменты взаимодействия с аудиторией, направленная на увеличение количества потребителей контента с целью личностной самореализации, обмена актуальной для потребителей информацией и монетизации деятельности блогера (С. 84; 90; 145). Данное авторское определение отличается от существующих тем, что фиксирует не только технические, но и социальные, культурные, экономические аспекты блогинга, схватывая его как целостный социокультурный феномен.

2) Блогинг как сложно-социальное явление эпохи цифровизации является амбивалентным. Амбивалентность блогинга понимается, с одной стороны, как масштабное социальное явление, функционирующее стихийно и практически без ограничений со стороны государственных органов, но, с другой стороны, как локальное, сознательно регулируемое явление, подверженное строгой координации в соответствии не только с правовыми нормами, но и с нравственно-духовными особенностями общественного развития. Амбивалентность блогинга раскрывает его социокультурную составляющую сущность, что он одновременно выступает пространством свободной коммуникации, самореализации личности и инструментом манипулирования сознанием. Данная амбивалентность выражает диалектику свободы и необходимости, индивидуального и социального в блогинге. Авторское определение подчеркивает и фиксирует эту амбивалентность (С. 30; 65; 90).

3) Блогинг как социальное явление имеет свою социализирующую специфику и выполняет различные функции: информационную, образовательную, развлекательную, социализирующую, мобилизационную, интеграционную, навигационную, терапевтическую. Блогинг характеризуется такими параметрами, как адаптивность, манипулятивность и влияние на формирование личности и общественного сознания. В этом плане велика практическая роль блогера, которая выражается в том, что он, как субъект блогинга напрямую влияет на формирование нравственности и психики несовершеннолетних участников блога и молодой части его аудитории, а также существенно может повлиять на моральные, духовные установки и поведенческие паттерны людей. (С. 128-133). Блогинг укореняет человека в виртуальном пространстве; привязка подписчика блогера к потреблению интернет-контента может приводить к психологической зависимости (С. 116-118).

4) Развитие блогинга в Российской Федерации имеет свою специфику, которая обусловлена особенностями медиаландшафта, платформенной характеристикой (доминированием национальных социальных сетей), наличием существенного нормативно-правового регулирования и культурно-ценностного

контекста. Специфическими чертами блогинга в России являются: во-первых, высокая политическая ангажированность и институционализация данной профессиональной деятельности, во-вторых, высокая концентрация в нем традиционных СМИ, в-третьих, особая роль государства в информационном пространстве. Механизмы государственного регулирования блогосферы, деятельность Национальной ассоциации блогеров, а также моральные аспекты их деятельности блогеров должны соответствовать закрепленным в Указе Президента Российской Федерации № 809 от 09.11.2022 (С. 159-163), духовно-нравственным ценностям и этическому облику.

5) Блогинг имеет мощную манипулятивную силу, он оказывает существенное влияние на индивидуальное и массовое сознание, выполняя социализирующую функцию. Механизмы влияния включают парасоциальное взаимодействие, формирующее иллюзию личных отношений между аудиторией и блогером; надж-технологии, осуществляющие мягкое воздействие на поведение через архитектуру выбора; когнитивные эвристики (социальное доказательство, эвристика доступности), определяющие оценку информации; эмоциональное заражение, обеспечивающее передачу эмоций от блогера к аудитории. Блогер как субъект блогинга воздействует на формирование ценностных ориентаций, нравственных установок и поведенческих паттернов аудитории, особенно ее молодежной части, психика которой находится в процессе становления (С. 127-133).

6) Блогинг может использоваться как инструмент распространения сфальсифицированной информации («fake news»). С позиций военной философии К. фон Клаузевица кибервойна представляет собой «продолжение политики иными средствами», где традиционное насилие замещается информационным воздействием; дезинформация создает «туман войны», затрудняющий ориентацию в информационном пространстве; критическое мышление аудитории выступает «трением», препятствующим беспрепятственному распространению ложной информации. Развитие генеративного искусственного интеллекта (дипфейки, текстовые модели, синтез изображений) создает качественно новые угрозы,

требующие разработки специальных мер противодействия. Систематизированы четыре уровня защиты от дезинформации: анализ эмоциональности заголовков, критический анализ источников, верификация первоисточника, распознавание AI-сгенерированного контента. Развитие технологий генеративного искусственного интеллекта (дипфейки, синтетический контент) создает новые угрозы, требующие развития медиаграмотности (С. 133-144).

7) Блогинг возникает в условиях глобализации и цифровизации как специфический социокультурный феномен, представляющий собой форму коммуникации, в которой реализуется проживание дорефлексивного опыта – непосредственный диалог «с Другим». Контент, создаваемый от первого лица, позволяет аудитории «прожить» опыт блогера, что принципиально отличает блогинг от традиционных форм массовой коммуникации, характеризующихся объективизированным, дистанцированным изложением. Феноменологическое понимание блогинга позволяет объяснить высокий уровень вовлеченности аудитории и ее доверия к блогерам. (С. 49).

**Степень достоверности, апробация и внедрение результатов исследования.** Достоверность результатов исследования обеспечивается следующими факторами:

1) Применением апробированной методологии социально-философского анализа, включающей дескриптивно-аналитический, понятийно-категориальный, компаративный, логико-исторический методы, а также методы систематизации, классификации, герменевтики и диалектики. Комплексное использование этих методов обеспечивает многосторонний охват изучаемого феномена.

2) Использованием широкого круга источников, включающего классические философские труды (Платон, Аристотель, И. Кант, Г.В.Ф. Гегель, М. Хайдеггер, К. Ясперс, Ю. Хабермас, М. Фуко, Ж. Деррида, Ж. Делез, Ж. Бодрийяр и др.), современные исследования в области медиафилософии и коммуникативистики (М. Маклюэн, Н. Луман, М. Кастельс, Л. Флориди и др.), социологические и психологические работы, эмпирические исследования блогосферы.

3) Привлечением эмпирических данных социологических исследований в том числе данных Всероссийский центр изучения общественного мнения, статистики аудитории интернета и социальных сетей, результатов изучения медиапотребления молодежи. Эмпирические данные служат основой для теоретических обобщений и проверки выдвигаемых гипотез.

Основные положения и результаты исследования рассмотрены и одобрены на научных конференциях: на Международно-практической конференции «III Соловьевские историко-философские чтения «Культура – национальное достояние народа: в рамках Года народного искусства и нематериального культурного наследия народов России» (Москва, Финансовый университет, 1-2 декабря 2022 г.): на IX Международной научно-практической конференции «Россия в эпоху глобальной структурной трансформации: новые исторические перспективы хозяйственного развития» (Москва, Финансовый университет, 3 марта 2023 г.).

Материалы диссертации использованы при выполнении научно-исследовательской работы, выполняемой Финансовым университетом по теме «Регулирование влияния фальсификации в информационной среде на сознание молодежи в процессе формирования гражданской позиции» (Государственное задание, приказ Финуниверситета от 26.04.2023 № 1174/о) в части рассмотрения и анализа критериев фейков в современной информационной среде как инструмента влияния на гражданскую позицию молодых людей.

Материалы диссертации используются в деятельности Автономной некоммерческой организации высшего образования «Институт информационных технологий, экономики и менеджмента». Предложенные методы воздействия на аудиторию посредством направленного блогинга применены для повышения заинтересованности обучающихся в освоении знаний, что обеспечило повышение эффективности учебного процесса в институте; на основе проведенного статистического анализа по разработанной соискателем схеме, построена эмпирическая модель обучающегося института, отражающая особенности контингент института; в диссертации даны рекомендации по использованию

блогинга для работы в молодежной среде, что позволяет совершенствовать воспитательную работу института, в том числе по развитию межнационального общения и адаптации иностранных обучающихся в российской социокультурной среде.

Материалы диссертации используются Кафедрой гуманитарных наук Факультета социальных наук и массовых коммуникаций Финансового университета в учебном процессе, результаты работы включены в дополнительные материалы к учебным дисциплинам «Философия», «Социальная философия».

Апробация и внедрение результатов исследования подтверждены соответствующими документами.

**Публикации.** Основные положения диссертационного исследования отражены в шести работах общим объемом 2,85 п.л. (авторский объем 2,35 п.л.), опубликованных в рецензируемых научных изданиях, определенных ВАК при Минобрнауки России.

**Структура и объем диссертации.** Диссертационная работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка литературы, включающего 156 наименований. Текст диссертации изложен на 185 страницах.

## **II Основное содержание работы**

**Во введении диссертации** обосновывается актуальность темы исследования, раскрывается степень разработанности проблемы, формулируются проблема и гипотеза исследования, обозначаются цель и задачи исследования, его объект и предмет, определяются методологические основы, раскрывается научная новизна исследования, формулируются положения, выносимые на защиту.

**В первой главе диссертации «Блогинг как социокультурный феномен современности»** проводится понятийный анализ, раскрываются основные категории, понятия и термины, используемые в процессе исследования блогинга как социокультурного феномена. Блогинг рассматривается как современное

социальное явление, оказывающее определяющее значение на формирование индивидуального и общественного сознания.

**В первом параграфе «Генезис блогинга как социокультурного феномена: предпосылки и факторы развития»** рассматриваются тенденции эпохи современности, повлиявшие на формирование блогинга как явления. Показан амбивалентный характер глобализации и ее влияние на возникновение блогинга. Выделены пять измерений влияния глобализации: обеспечение глобальной связи, культурный обмен, экономическая интеграция, проблематизация конфиденциальности и безопасности, политическое воздействие на массовое сознание.

Проведен анализ философских оснований блогинга в рамках постмодернистской парадигмы (концепции симулякра Ж. Бодрийяра, ризомы Ж. Делёза и Ф. Гваттари, деконструкции Ж. Деррида) и метамодернистской парадигмы (концепции «новой искренности», осцилляции Т. Вермюлена и Р. ван ден Аккера). Показано, что метамодернистская парадигма более адекватно описывает современные тенденции в блогосфере.

Блогинг как социокультурный феномен возникает в контексте взаимосвязанных процессов глобализации, информатизации и цифровизации общества. Он не является случайным или изолированным явлением, но представляет собой закономерный результат длительной эволюции способов коммуникации и медиа. Ключевыми предпосылками появления блогинга выступают развитие глобальной сети Интернет, формирование сетевого общества, радикальная трансформация способов коммуникации и производства информации.

Глобализация создает условия для блогинга через пять взаимосвязанных аспектов: обеспечение глобальной связи и коммуникации, культурный обмен и плюрализм ценностей, экономическую интеграцию и возможности монетизации, проблематизацию конфиденциальности и безопасности, политическое и социальное воздействие на массовое сознание. Каждый из этих аспектов определяет специфические характеристики современного блогинга.

Выявлена специфика развития блогинга в России, обусловленная особенностями медиаландшафта (высокая концентрация СМИ, особая роль государства), платформенной спецификой (национальные социальные сети, роль Telegram), нормативно-правовым регулированием и культурно-ценностным контекстом. Российский блогинг характеризуется высокой политизацией и институционализацией как профессиональной деятельности.

Проведен компаративистский анализ дисциплинарного, междисциплинарного и наддисциплинарного подходов к изучению блогинга. Показано, что социально-философский подход позволяет интегрировать частные результаты в целостную концептуальную модель, учитывающую онтологические, гносеологические, аксиологические и праксиологические аспекты феномена.

Философское осмысление блогинга продуктивно осуществляется в рамках коммуникативных традиций (риторической, семиотической, феноменологической, кибернетической, социопсихологической, социокультурной, критической) и концепций Торонтской школы медиаисследований. Каждая из этих традиций и концепций выявляет определенный аспект блогинга, а их интеграция обеспечивает комплексное понимание феномена.

Параграф завершается выводами, фиксирующими решение первой задачи исследования.

**Во втором параграфе «Понятийно-категориальный анализ блогинга и его пространства»** проанализированы основные понятия, входящие в пространство блогинга. Дано авторское определение: «Блогинг – это системно организованная деятельность людей в виртуальном пространстве, имеющая определенные цели, задачи, инструменты взаимодействия с аудиторией, направленная на увеличение количества потребителей контента с целью личностной самореализации, обмена актуальной для потребителей информацией и монетизации деятельности блогера».

Рассмотрены аксиологические особенности блогинга: акцент на субъективном опыте и личных ценностях, демократизация информации и усиление маргинализированных мнений, изменение способов потребления информации.

Исследована когнитивистика блогинга: связь с клиповым мышлением, фрагментацией восприятия, характерной для цифровой эпохи.

Параграф завершается выводами, фиксирующими решение второй задачи исследования и содержащими авторское определение блогинга.

**Вторая глава диссертации «Блогинг как средство социокультурного воздействия человека на общество»** посвящена рассмотрению влияния блогинга на общественное сознание индивида, его восприятие общественных явлений, механизмов манипуляции и формирования ценностей.

**В первом параграфе второй главы «Влияние блогинга на индивидуальное и массовое сознание»** исследуются механизмы воздействия блогинга на сознание. Выявлен механизм формирования веры в авторитет блогера, включающий: парасоциальное взаимодействие (иллюзия личных отношений с блогером при односторонней коммуникации); когнитивные эвристики (эвристика репрезентативности, эффект ореола, эффект простого предъявления); эмоциональное вовлечение (приоритет аффекта над рациональным анализом). Показано, что эти механизмы особенно эффективны в отношении молодежной аудитории.

Раскрыт манипулятивный потенциал надж-технологий в контексте блогинга: показано, как «архитектура выбора» реализуется в алгоритмах рекомендаций, таргетированной рекламе и персонализации контента. Введено понятие «датификации» и показана его роль в формировании «информационных пузырей».

Параграф завершается выводами, фиксирующими решение третьей задачи исследования.

**Во втором параграфе второй главы «Место и роль блогинга в медиаманипулировании и распространении fake news»** анализируется проблема дезинформации в блогосфере. Блогинг рассмотрен как инструмент информационного противоборства (кибервойны). Применена концепция К. фон Клаузевица: «туман войны» соотнесен с целенаправленным распространением дезинформации, «трение войны» – с критическим мышлением аудитории и механизмами верификации информации.

Выявлены угрозы, связанные с применением технологий генеративного искусственного интеллекта: дипфейки, синтетический контент, автоматизированная генерация дезинформации. Определены критерии распознавания искусственно созданного контента.

Систематизированы механизмы защиты от fake news на индивидуальном уровне (анализ эмоциональности, критическая оценка источника, верификация первоисточника, распознавание синтетического контента) и институциональном уровне (факт-чекинг, алгоритмическая модерация, законодательное регулирование).

Параграф завершается выводами, фиксирующими решение четвертой задачи исследования.

**В третьем параграфе второй главы «Функции блогинга в социальном пространстве и морально-нравственный облик блогера»** определяются функции блогинга и исследуются этические аспекты деятельности блогеров.

Выявлены функции блогинга в социальном пространстве: информационная, развлекательная, образовательная, мобилизационная, интеграционная, навигационная, терапевтическая. Показано, что блогинг является формой навигации в условиях информационной перегрузки.

Исследована диалектика самообмана и аутентичности в метамодернистском блогинге. Показано, что «преднамеренный самообман» (в терминологии Р. Эшельмана) и «аутентичность» находятся в диалектическом единстве: аудитория осознанно принимает условность блогерского контента, а блогер честно признает перформативный характер своей деятельности.

Проанализированы морально-нравственные аспекты деятельности блогеров в контексте традиционных российских духовно-нравственных ценностей (Указ Президента Российской Федерации № 809 от 09.11.2022). Показана необходимость баланса между свободой творческого самовыражения и социальной ответственностью блогера. Рассмотрены правовые механизмы противодействия мошенничеству в блогосфере: применимость статей УК РФ и КоАП РФ,

требования Федерального закона № 38-ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006, роль саморегулирования блогерского сообщества (Национальная ассоциация блогеров).

Исследован морально-нравственный облик блогера: определены ключевые добродетели (эмпатия, аутентичность, ответственность, профессионализм). Блогер несет большую ответственность перед своими подписчиками и обязан сохранять профессионализм при осуществлении своей деятельности.

Параграф завершается выводами, фиксирующими решение пятой задачи исследования.

### **III Заключение**

В работе выявлен амбивалентный характер блогинга. Амбивалентность блогинга объясняется, с одной стороны, как масштабное социальное явление, функционирующее стихийно и практически без ограничений со стороны государственных органов, адаптируемое лишь к целям и задачам, поставленным блогером, но, с другой стороны, как локальное, сознательно регулируемое явление, подверженное строгой координации в соответствии не только с правовыми нормами, но и с нравственно-духовными особенностями общественного развития.

Выработано авторское определение блогинга: «Блогинг – это системно организованная деятельность людей в виртуальном пространстве, имеющая определенные цели, задачи, инструменты взаимодействия с аудиторией, направленная на увеличение потребителей контента с целью личностной самореализации, обмена актуальной для потребителей информацией и монетизации деятельности блогера».

Определена специфика блогинга как социального явления, выражающаяся в значимой роли в формировании личности и общественного сознания. Блогер как субъект блогинга напрямую влияет на формирование нравственности и еще неустоявшейся психики несовершеннолетних участников блога и молодой части его аудитории. А также существенно может повлиять и на моральные, духовные установки, и на поведенческие паттерны людей.

В ходе исследования установлено, что блогинг – сложнофункциональное явление, создающее и структурирующее свою пирамиду ценностей и выстраивающее иерархию личностных и общественных приоритетов. Блогинг укореняет человека в виртуальном пространстве; привязка подписчика блогера к потреблению интернет-контента может приводить к психологической зависимости. Наряду с общепринятыми морально-нравственными ценностями, генерируются такие, которые были чужды для традиционной интернет-коммуникации, например, искренность, отраженная в концепции метамодернизма, конкуренция, адаптивность. Пространство блогинга определено как среда для возможной фальсификации контента.

Существенным результатом исследования является выявление взаимосвязи между блогингом и актуальными социальными вызовами современности.

Во-первых, установлена связь блогинга с проблемой дезинформации. Блогосфера выступает одновременно средой распространения fake news и пространством для их разоблачения. Развитие технологий генеративного искусственного интеллекта (дипфейки, синтетический контент) создает новые угрозы, требующие развития цифровой грамотности населения.

Во-вторых, раскрыто применение надж-технологий для манипулирования поведением пользователей. Алгоритмы персонализации контента формируют «информационные пузыри», усиливая поляризацию общества и создавая предпосылки для манипуляций.

В-третьих, блогинг рассмотрен как инструмент информационного противоборства. Применение концепции К. фон Клаузевица позволило осмыслить информационные конфликты в блогосфере с позиций классической теории войны.

Блогинг исследован не изолированно, а в контексте глобальных трансформаций информационного общества. Показано, что он является продуктом эпохи цифровизации и одновременно фактором, определяющим ее характер.

Практическая значимость работы подтверждается разработкой конкретных механизмов защиты от дезинформации и рекомендаций по развитию медиаграмотности. Эти результаты могут быть использованы в образовательной и

просветительской деятельности, в работе по патриотическому воспитанию молодежи, в деятельности организаций, занимающихся противодействием деструктивному информационному воздействию.

Перспективы дальнейшего исследования связаны с изучением влияния новых технологий (искусственный интеллект, виртуальная и дополненная реальность, метавселенные) на трансформацию блогинга и его социокультурных функций.

Все вышеприведенные аспекты, взаимодополняя друг друга и образуя цельное единство, представляют собой исследовательский результат, который является итогом данной диссертационной работы. Данный результат может быть использован в теоретико-методологических и научно-практических изысканиях последователей.

#### **IV Список работ, опубликованных по теме диссертации**

*Публикации в рецензируемых научных изданиях,  
определенных ВАК при Минобрнауки России:*

1. Соколов, А.В. Генезис и эволюция категории «фейковые новости» / А.В. Соколов // Социально-гуманитарные знания. – 2022. – № 7. – С. 61-65. – ISSN 0869-8120.

2. Соколов, А.В. Блогинг как новое социальное явление эпохи цифровизации / А.В. Соколов // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия «Познание». – 2022. – № 9. – С. 108-112. – ISSN 2500-3612.

3. Соколов, А.В. Социально-философский анализ воздействия медиа на общество в эпоху цифровизации / А.В. Соколов // Социально-гуманитарные знания. – 2023. – № 6. – С. 71-75. – ISSN 0869-8120.

4. Соколов, А.В. Причины и последствия распространения «фейковых новостей» в глобальном техногенном мире: социально-философский анализ / А.В. Соколов, А.Д. Иоселиани // Социально-гуманитарные знания. – 2023. – № 11. – С. 130-132. – ISSN 0869-8120.

5. Соколов, А.В. Концептуальные предпосылки формирования направления медиафилософии: аспекты защиты общества от влияния фейковых новостей / А.В. Соколов, А.Д. Иоселиани // Социально-гуманитарные знания. – 2023. – № 12. – С. 111-114. – ISSN 0869-8120.

6. Соколов, А.В. Медиамиграция в российском блогинге: вызовы и стратегии / А.В. Соколов // Социология. – 2025. – № 11. – С. 289-292. –ISSN 1812-9226.