

Для цитирования: Елохин, Е. А.
Возможности и риски распространения
идеологии в условиях цифровизации общества /
Е. А. Елохин // Социум и власть. — 2026. —
Т. 23. — № 1. — С. 129–140. —
EDN JPRJQF.

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ СТАТЬЯ

EDN JPRJQF
BAK 5.7.7
УДК 101.2

ВОЗМОЖНОСТИ И РИСКИ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ИДЕОЛОГИИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА

Елохин Евгений Александрович,
Южно-Уральский государственный университет
(национальный исследовательский универси-
тет),
соискатель кафедры философии.
Челябинск, Россия.
ORCID 0009-0003-8762-339X
E-mail: e.elohin1@mail.ru

АННОТАЦИЯ

Введение. В современном обществе функцию распространения информации, в том числе идеологической, взяли на себя цифровые платформы. В статье рассматриваются возможности и риски при распространении идеологий в условиях цифровой трансформации общества.

Материалы и методы. За основу исследования нами взят анализ существующих интерфейсов, способных распространить идеологическое влияние на локальные общественные группы. В статье подтверждается и развивается тезис о необходимости соблюдать баланс интересов между техническим и технологическим прогрессом и социальной ответственностью членов общества при использовании новых технических сервисов, а в идеологической сфере принять

превентивные меры против манипулятивных сценариев при распространении идеологий через цифровые платформы.

Результаты. В данной работе выявлена необходимость поиска баланса между развитием цифровых технологий и социальной (политической, ментальной, финансовой и т. д.) безопасностью общества. Определены основные возможности, риски и направления развития интернет-среды по распространению идеологий и недопущению гранулирования общества.

Обсуждение. В условиях цифровой модернизации, в рамках принятия взвешенных политических и управленческих решений, актуальность нахождения баланса в сфере распространения идеологий будет только возрастать.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

цифровизация,
цифровые платформы,
контент,
алгоритмы подбора,
фейк,
дезинформация,
эхо-камеры,
верификация информации,
идеология

КОНФЛИКТ ИНТЕРЕСОВ

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СРЕДСТВ ИИ

Автор заявляет о том, что при написании данной статьи не применялись средства генеративного искусственного интеллекта.

Статья поступила: 26.12.2025

Рецензии получены: 04.02.2026

Принята к публикации: 21.02.2026

Права: © Елохин Е. А. (2026).

Опубликовано Челябинским
филиалом РАНХиГС. Открытый доступ
на условиях лицензии CC BY-NC 4.0

Введение

Процесс модернизации, осуществленный в XVII–XVIII веках в период промышленных революций, кардинально изменил жизнь общества в целом и жизнедеятельность индивидуумов в частности. Культура в общем смысле, созданная модерном и постмодерном, изменила человеческие взаимоотношения. На наш взгляд, цифровизация является аналогичным процессом, в результате прохождения которого, также произойдет смена социальных, идеологических, экономических, государственных, мировоззренческих и т. п. моделей. Распространение идеологии в современном обществе невозможно представить без мессенджеров и цифровых платформ. Процесс цифровизации всех сфер жизнедеятельности человека также влияет и на способы распространения идеологий. С помощью алгоритмов информационных платформ человек сам формирует свое окружающее информационное поле. Однако объем и скорость, доступность и вариативность цифрового воздействия на человека несут не только значительные возможности, но и высокие риски. Т. Б. Бадмаццуренов, А. Б. Цыденов, Ф. В. Хандаров, в этой связи пишут о переизбытке информации: «Распространение и всеобщая доступность интернета как «третьего пространства» социальной жизни приводит к явному переизбытку информации» [1, с. 183–204]. Индивидуум, понимая, что такое количество информации ему просто не нужно, начинает избирательно подходить к источникам. В сфере идеологии такая выборка основывается на политических, идеологических и мировоззренческих установках человека. Таким образом человек сам, собственным выбором (зачастую неосознанным) создает для себя личную «эхо-камеру» и сужает свой кругозор по интересующему его вопросу. В начальной стадии цифровизации (в которой находится наше общество) регулирование контента цифровых платформ либо отсутствует, либо крайне затруднено, что безусловно несет социальные риски для общества. В этой связи, С. В. Володенков, С. Н. Федорченко, Н. М. Печенкин Т. н. указывают: «...часть ученых и экспертов, которая склонна оценивать влияние цифровой среды на ценностно-смысловые и мировоззренческие представления современного человека, формулирует весьма широкий спектр рисков, угроз и вызовов, связанных с интенсивной цифровизацией традиционных сфер жизнедеятельности общества, включая сферу формирования и сохранения традиционных систем мировоззрения, а также обеспечения общественного согласия» [3, с. 113–133]. Например, угрозой для пользователя могут являться принципы составления личного информационного потока. Ведь сам пользователь не разрабатывает алгоритм подбора информации, он просто идет в потоке информации, редуци-

рованной до заголовка. Такой сформированный поток ограничивает кругозор человека, формируя вокруг него личную «эхо — камеру». Аналогичным образом формируются информационные потоки на страницах общественных сообществ. Индивид, попадая в такое сообщество и принимая его мировоззренческие постулаты, может быть подвергнут внешним манипуляциям или даже сознательной дезинформации. Такого рода риски и обществу, и государству необходимо минимизировать, поскольку являются угрозами национальной безопасности, создают информационно фрагментированное пространство и способствуют формированию гранулированного общества по принципу «разделяй и властвуй».

В связи с вышеизложенным, становится актуальной задача поиска баланса между техническими и технологическими новациями и несущими ими социальными угрозами развитию общества.

Конкуренция в социальных сетях за право формирования идеологических нарративов общества

Рассматривая цифровизацию, как новую модернизацию, мы неизбежно сталкиваемся с изменением жизнедеятельности самого человека. Уже сегодня, в условиях информационной перегрузки, изменена функция человеческого внимания. В большей части оно перестало быть мозаичным и способным собрать из разрозненных фактов целостную картину мира. Оно стало клиповым и калейдоскопичным. Знакомство с информацией редуцируется до заголовка или краткого визуального обзора. Борьба социальных сетей и СМИ за внимание пользователей вынуждает создателей интернет-контента, применять совмещение информационной функции подачи материала с функцией развлечения или с ассоциативным рядом основных биологических инстинктов и социальных доминант. Такой подход позволяет увеличить количество просмотров и шансов лучшей адаптации идеологических предпосылок под особенности современного восприятия. Эмоциональность контента способствует его быстрому распространению через алгоритмы рекомендаций. Визуальный контент также редуцирует передачу сложных идеологических понятий и моделей до фразы, лозунга или мема. А. А. Смирнов в данном контексте пишет: «Можно сказать, что СМИ играют непосредственную роль в артикуляции идеологических ценностей. СМИ способны пропагандировать и распространять определенную точку зрения о политических ценностях. Журналисты, блогеры, инфлюенсеры, как часть СМИ, также способны поддерживать те или иные ценности и распространять их в обществе» [14, с. 184–188]. После развала СССР и принятия новой Конституции РФ, государство отказалось

от проведения идеологической работы с гражданами страны. Это привело к потере социальных ориентиров как в обществе в целом, так и у отдельно взятого гражданина. Высшее политическое руководство страны осознало пагубность такой политики после начала СВО, когда более миллиона молодых людей покинули страну. И в рамках укрепления национальной безопасности Президент подписал Указ от 09.11.2022 № 809 «Об утверждении основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей», который должен стать консолидирующей силой между государством и обществом. Все это создает благоприятные условия для формирования устойчивых ментальных ассоциаций между образами и идеологическими установками.

Блогеры, лидеры мнений (инфлюенсеры) и журналисты могут играть если не ключевую, то достаточно сильную роль в продвижении и легитимизации идеологических конструктов. Доверие к ним со стороны аудитории (алгоритмически отфильтрованной) придает вес транслируемым идеям и способствует формированию среды («гранул») для распространения идей. В своей работе Б. А. Торопов и О. В. Филимонов указывают: «Социальные медиа выступают полноценными площадками общественно-политических коммуникаций, позволяющими существенным образом влиять на параметры коммуникационного взаимодействия...» [15, с. 118–122]. Инфлюенсеры используют эту особенность для продвижения идеологизированных и идеологических нарративов, создавая и влияя на групповые идентичности, а также на установку принципов взаимодействия между пользователями.

Визуализацией конкуренции социальных платформ являются количественные индикаторы («лайки», «репосты», количество постов под обсуждаемой темой), которые говорят о популярности контента и его убедительности. Автоматический подсчет индикаторов составляет представление аудитории о той, или иной идее и способствует их распространению в интернет-пространстве.

Эффекты и возможности цифровых платформ в сфере идеологического воздействия

Интерфейсы идеологического воздействия

Сегодня очевидно, что идеи, продвигаемые сообществами в мессенджерах, в социальных сетях, вообще в медиа-среде оказывают значительное влияние на социальную и политическую атмосферу общества, государства, а также на социальное бытие отдельных индивидов. Используя «эхо-камеры», как фильтры от нежелательной для конкретного сообщества, информации, социальные медиа являются эф-

фективными распространителями локальных идей. Некоторые из которых могут нести риски для безопасности государства, общества и отдельного человека. Об этом пишут в своей работе Т. Б. Бадмацыренов, А. Б. Цыденов, Ф. В. Хандаров: «Эффект социальных медиа проявился в так называемых «эхо-камерах», как возможности фильтрации нежелательной информации, которую предоставляют пользователям инструменты интернет-платформ» [1, с. 183–204].

Рассматривая формирование идеологических эхо-камер, мы имеем ввиду слияние определенного контента в один узел, отфильтрованного цифровыми алгоритмами. Но, чисто техническое воплощение эхо-камеры — это работа алгоритма подбора информации коммуникационной платформы. С одной стороны, алгоритм подбора информации для пользователя использует его взгляды, убеждения, интересы, социальную и политическую позиции и таким образом предоставляет возможности консолидации сил с другими пользователями. Но, с другой стороны, это приводит к минимизации возможностей знакомства с альтернативными точками зрения других социальных групп. Как отмечается исследователями, Л. М. Беленковой и С. Ю. Белоконовым: «...в теории массовых коммуникаций эхо-камера — это своего рода метафора условий и обстоятельств, в которых общение происходит внутри закрытой системы коммуникаций, где индивид ищет информацию, которая подкрепляет его существующие взгляды и сложившиеся убеждения»¹. Происходит гранулирование интернет — пространство по самым разным идеологиям (в т. ч. весьма специфическим). Способы шифрования и анонимность, доведенные в современных мессенджерах до гипертрофированного состояния, создают условия для распространения различных идеологий, обеспечивая своим пользователям возможность конфиденциального обмена информацией, без опасения быть идентифицированным и подвергнуться цензуре. К сожалению, те идеи, которые в публичном пространстве большинством общества, несомненно, будут отвергнуты, как неприемлемые, находят свою аудиторию и имеют возможности объединять своих адептов. Риск социального осуждения, а в некоторых случаях и уголовного преследования, становится в таких сообществах минимальным, что стимулирует сторонников на дальнейшую деятельность и способствует консолидации групп (иногда радикальных) вокруг идеологических концепций.

Высокая скорость передачи информации, мгновенное получение сообщений играет кри-

¹ Беленкова Л. М., Белоконов С. Ю. Социальные сети в информационной политике: формирование имиджа федеральных органов исполнительной власти // Гражданин. Выборы. Власть. 2020. №15. С. 11.

тическую роль оперативной мобилизации сторонников и позволяет быстро реагировать на актуальные события. Способность к быстрому распространению контента позволяет идеологам оперативно доносить свои послания до целевой аудитории. При развитии технических и технологических средств цифровизации информационные потоки постоянно обновляются, скорость становится ключевым фактором успеха для формирования и развития коллективной идентичности идеологического сообщества.

Адаптация личного контента под эффективный диалог

Любой пользователь, выбирая информацию из медиа-потока, так или иначе производит выбор согласуясь со своим внутренним убеждением или пониманием. Современные цифровые технологии, способные обрабатывать огромное количество различных данных, а алгоритмы анализа на основе запросов пользователя — формировать уникальную (для каждого пользователя отдельно) информационную среду. Личный контент формируется с учетом всесторонних (образовательных, этических, политических, социальных, медицинских и пр.) предпочтений пользователя с помощью оставляемых им электронных следов запросов, что в итоге подстраивает каждый аккаунт под своего пользователя и позволяет вести эффективный диалог на цифровых платформах. Идеологический контент не является исключением. Он также формируется алгоритмами на основе запросов индивидуума. Современные технологии подбора информации могут обеспечивать рассмотрение достаточно широкого спектра идеологических конструкций, соответствующих мировоззренческим установкам пользователя. По сути, посещение любой цифровой площадки пользователь начинает с регистрации своего профиля (кабинета), который в дальнейшем постоянно пополняется новыми данными по мере динамического обмена информацией пользователь — сеть. Алгоритмы позволяют производить подстройку профиля пользователя под интересующий контент. Современные алгоритмы имеют возможность не только осуществлять выборку интересующего контента или дискурса, но и стиль изложения материала с учетом когнитивных способностей человека. С точки зрения распространения идеологического контента такие возможности цифровых платформ повышают возможность положительной реакции пользователя на излагаемую идею. Основным параметром интерфейса в части конструирования эффективного диалога становятся технологии тонкой индивидуальной настройки динамического профиля пользователя.

Осуществляя подбор персональной информации с учетом когнитивных способностей восприятия индивидуума алгоритмы также

распознают стили подачи наиболее эффективного усвоения контента. Текстовая подача материала, плакатная, в форме аудио или видео роликов, в игровой форме — все это учитывается индивидуально. В свою очередь, это позволяет снять умственные барьеры познания при столкновении с другой мировоззренческой позицией и коррелировать новые идеи с существующими убеждениями пользователя. Такие технологии, особенно в сфере идеологического воздействия на массы, необходимо воспринимать как обоюдоострое оружие, и относиться к ним чрезвычайно внимательно. Необходимо понимать опасность идеологической перекодировки групп пользователей и своевременно принимать меры блокировки.

Распространение идеологического контента на цифровых платформах невозможно без обратной связи от пользователей. Такие инструменты, как лайки, комментарии, репосты, время и количество просмотров представленной информации дают количественную оценку. Соответственно анализ таких оценок позволяет вносить оперативные корректировки в стратегию распространения идеологий, вносить изменения в нарративы, улучшать качество обратной связи с членами сообщества. Постоянная оптимизация взаимодействия цифровой платформы и пользователей качественно повышает степень идеологического воздействия.

Идеологические концепции, как правило, сложны для понимания, поэтому нельзя не сказать об интерактивных формах, предлагаемых цифровыми платформами. Проведение он-лайн конференций, вебинаров, применение мультимедийных элементов позволяют приблизиться к пользователю и проводить идеологическую работу удаленно. Эффект присутствия лидеров общественного мнения резко увеличивает шансы позитивного восприятия идеологием и переводит процесс распространения идеологий в процесс обучения идеологиям, и в процесс пропаганды идеологий. Что мы и наблюдаем на примерах очень быстрого распространения, особенно, экстремистских идеологий.

Возможности мобилизации граждан через онлайн-инструменты

Одна из насущных проблем при распространении идеологического контента является возможность оперативной мобилизации сторонников на решение задачи либо проведения мероприятия. Напомню: именно с помощью социальных сетей и мессенджеров А. А. Навальный со своей командой за считанные часы собирали студентов на несанкционированные митинги. Фактически для любой политической партии или активного социального сообщества цифровые платформы значительно упрощают распространение важной информации и взаимодействия в группе. Каналы связи способству-

ют созданию единого информационного поля группы и влияют на принятие оперативных решений. Например, чат дома или платформы, аналогичные «Наш город» вовлекают людей в решение социальных задач и способствуют повышению качества жизни.

К успешным, именно с идеологической точки зрения, можно отнести проект «Русской общины» и «Северный человек». Они обладают значительным потенциалом для трансформации пассивных потребителей информации в активных участников движений. Это уже не просто распространение информации, это диалог и взаимодействие в социальной группе, основанное на определенных идеологических ценностях.

Нельзя не сказать о возможностях цифровых платформ по созданию закрытых сообществ. С одной стороны — это приватность обсуждений и возможность общения в узком кругу. С другой стороны — если у группы нет антисоциальных целей, то зачем делать ее закрытой? Наше общество находится в самом начале процесса цифровизации, поэтому тема функционирования закрытых платформ еще долго будут вноситься изменения (в том числе законодательные).

Алгоритмы рекомендаций как интерфейс идеологического воздействия

Как уже было сказано выше, современные алгоритмы способны произвести очень тонкую индивидуальную настройку информационного потока из электронной медиа-среды. В результате пользователи могут непреднамеренно оказаться в информационной замкнутой среде («эхо-камере»). Такие исследователи, как Т. Б. Бадмацыренов, А. Б. Цыденов, Ф. В. Хандаров, считают, что: «Эффект эхо-камер на примере политико-идеологического дискурса в социальной сети «ВКонтакте» проявляется в том, что пользователи — сторонники политических идей поляризуются, и у каждой группы ярко выражена тенденция иметь связи больше со своими единомышленниками, нежели оппонентами. Сообщества таких пользователей группируются в относительно замкнутые кластеры, объединенные общими подписчиками» [1, с. 183–204]. Можно сказать о, практически, автоматическом вытеснении потребителя в идеологическую среду, близкую к его мировоззрению. Вывод: алгоритм будет работать как интерфейс идеологического воздействия только в рамках, выбранной потребителем, идеологии. Таким образом алгоритмы, с одной стороны способствуют гранулированию общества через эхо-камеры, а с другой стороны дают возможность пользователю выбирать идеологемы, близкие к его миропониманию. Но, надо обязательно учитывать тот факт, что например, миропонимания взрослого челове-

ка и подростка очень разные. На мой взгляд, необходимо ввести в понятийный аппарат понятия «идеология созидания» и «идеология разрушения». И, последний вид должен быть отсечен от цифровых систем. В этой связи, исследователи А. Д., Лысенко, В. В. Миниханова в своей работе указывают: «С одной стороны, они делают взаимодействие удобным, с другой — могут ограничивать кругозор, формируя так называемый информационный пузырь, особенно опасный для подростков с неустойчивым мировоззрением и низким уровнем медиаграмотности» [10, с. 58–64].

Другая проблема — это практически непрозрачная система алгоритмов рекомендательных систем. Пользователи не задаются вопросом о том, какие реперные точки использует алгоритм при отборе персональной информации и каким образом алгоритм присваивает приоритетность информации. Априори считается, что алгоритмические решения технически нейтральные, но ведь из этого не следует, что идеологические модели, продвигаемые через рекомендации, должны восприниматься как естественные. В отсутствии понимания о том, как работает алгоритм и какие приоритеты в нем заложены, пользователи не имеют возможности и технических средств, чтобы оценить степень влияния на их мировоззрение систем подбора информации. Следовательно индивид не может сформировать адекватное отношение к идеологическим конструктам, с которыми он ознакомлен. Дело ведь не в том, что в России нет государственной идеологии, а в том, что индивид не может (не хочет) соотносить свое мировоззрение с представленными идеологемами.

Распространение дезинформации и фейковых новостей через цифровые ресурсы

Созданная за последние три десятилетия цифровая среда полностью поменяла наше отношение к получению, хранению, воспроизводству и использованию информации. Социальные сети и мессенджеры, доступ к которым есть практически у всех, являются основным интерфейсом работы с информацией. Но у информации нет маркера, по которому ее можно отличить от дезинформации, у новостей нет маркера отличия от фейка. Поэтому все, что мы видим в цифровой среде — это серая масса разрозненных информационных копирований. Такому положению дел способствуют не только алгоритмы цифровых платформ, которые оптимизированы под охват наибольшей аудитории (под вирусность), но и сами пользователи, фиксируя свои реакции на цифровой платформе при этом не верифицируя информацию.

Любая запущенная в сеть дезинформация имеет целью введение в заблуждение пользователей и дискредитацию какого-либо

явления или факта. Само состояние информационной среды, как серой зоны, способствует распространению дезинформации и фейков, а также создает возможности для ведения информационной войны. Дезинформация в сфере распространения идеологий используется как инструмент дискредитации и присвоения негативных ярлыков. Создаваемый фейковый контент чрезвычайно опасен для социального здоровья общества. Как правило такой контент несет сильный эмоциональный заряд, направленный на проявление пользователями каких-либо действий деструктивного характера и на внедрение в сознание индивидуума разрушительных нарративов. В тоже время конструктивные идеи, требующие не сиюминутного действия, а кропотливой и вдумчивой работы остаются на специализированных страницах цифровых платформ и обсуждаются в среде специалистов. Разумеется, доступ на эти страницы открыт, но чтобы алгоритм вывел пользователя на необходимую информацию требуется время и желание детально разобраться в вопросе. Такое положение вещей нельзя отнести к сфере регулирования и ограничений, это вопрос к созданию культуры работы с верифицированной информацией.

А. П. Иванова в своей работе указывала: «Дипфейки — новая угроза в сфере информационной безопасности. По мере развития технологий автоматизация и искусственный интеллект теперь позволяют создавать дипфейки. Несмотря на то, что дипфейки — относительно новое явление, их дурная слава быстро распространилась. Термин «дипфейк» в лексиконе современного общества используется для описания убедительно реалистичных фальшивых видеороликов, которые были распространены через социальные сети и новостные СМИ» [5, с. 177–188].

Фейковые новости создаются с целью максимального тиражирования, а не с целью решения насущных проблем общества. Некоторые из них безобидны, но в сфере проработки идеологических проблем они весьма опасны, поскольку воздействуют на мировоззренческие устои самого индивида и социальную устойчивость всего общества. Из авторской работы А. А. Любимова: «Фейки провоцируют социальное напряжение, дестабилизируют общество, провоцируют недоверие к власти. Конечной целью некоторых фейковых сообщений является попытка разделить российское государство на несколько частей. И о вмешательстве во внутреннюю политику суверенного государства современные западные политики зачастую заявляют открыто» [11, с. 447–449].

Производство и распространение фейковых новостей в сфере идеологий имеет своей целью снизить доверие к официальным и специализированным источникам информации, отвлечь пользователя, увести от конструктивного рассмотрения и решения социальных

проблем общества, посеять сомнения в достоверности официальных заявлений и научных данных.

Атмосфера недоверия, созданная медиа-средой, позволяет осуществлять манипуляции общественным сознанием. Работы авторитетных и официальных экспертов размываются в информационном потоке. В результате гранулированное общество становится более уязвимым к внедрению деструктивных идеологических концепций.

Проблемы и препятствия при распространении идеологий в медиа-среде

Выделяя ключевые препятствия, мы акцентируем внимание на цифровой неграмотности и отсутствии критического анализа информации. Кажется, что цифровая некомпетентность, напротив, способствует распространению суггестивного заряда. В частности, на это указывали Joey G. Fernando и Sanjiv Kumar Jain [20, с. 22–23], D. Buckingham [19, с. 21–34], S. Bennett с соавторами [18, с. 775–786] и многие другие.

Однако дигитальная неграмотность видится нам не столь однозначной. Основной причиной отсутствия у большинства общества компетенций по безопасному и грамотному использованию интернет-среды, на наш взгляд, является сама по себе начальная стадия цифровизации общества. Мы вошли в новую эпоху развития и в этой эпохе нам необходимо разработать правила жизнедеятельности цифровизированного общества. Это совершенно новое социальное состояние общества, это новые условия существования государств, это другие формы взаимодействий и т. д. На данном историческом этапе общество в целом и каждый индивидум в частности не в состоянии сформулировать необходимые и достаточные условия для качественной и безопасной работы в медиа-среде. Всем приходится работать в «серой зоне» и это, безусловно, является препятствием для распространения сложных идеологических конструкций. Для примера, в России официально действуют четыре религиозные конфессии, а зарегистрировано в интернете более 34 тысяч религиозных сообществ. Какие мировоззренческие концепции транслируют эти сообщества никто не знает. На современном этапе, как правило национальными правительствами, предпринимаются попытки упорядочить работу интернет-ресурсов и в целом интернет-пространства, но это только начало пути к формированию созидательной формы медиа-среды. Отдельно надо отметить проблему технической цифровой неграмотности среди лиц старшего поколения, но она связана в основном с отсутствием навыков работы в информационном пространстве. Обучение данной группы лиц затруднено, поэтому их участие в современных идеологических про-

цессах ограничено. Более того, информационная среда старшего поколения отличается от современной информационной среды, что увеличивает идеологический разрыв между поколениями.

Другая проблема при распространении идеологий это некритичное восприятие пользователями идеологического контента и нарративов. Эмоциональное восприятие информации без проверки на достоверность формирует у индивидуума искаженное представление о социально-политической реальности. Манипуляторы и распространители радикальных идей и взглядов учитывают такую особенность пользователей и используют недостаточную осведомленность своей аудитории. Качество общественного диалога снижается, разбалансировка общества увеличивается.

Вообще проблема существования цифровой среды это не только и не столько неграмотность, низкий уровень критического восприятия информации и слабый уровень контроля со стороны государства, а в самом понимании, что медиа-среда это среда жизнедеятельности человека. Какую среду мы построим, на каких принципах, на каких предельных философских основаниях — с таким уровнем комфорта и будем жить. Собственно нужна не защита информационного пространства, а построение своего цивилизационного информационного пространства.

Следующей проблемой распространения идеологий в цифровом пространстве является появление такого явления как эхо-камеры. Алгоритмическая персонализация контента в цифровой среде создает изолированные информационные пространства — «эхо-камеры». По сути, это отсечение алгоритмом подбора информационного потока по результатам анализа реакций пользователя. Исследователи, которые так или иначе, связаны с изучением феномена медиа-среды часто выявляют признаки отрыва общественных сообществ от реальностей современного мира и формированию идеологических групп (объединений) по принципу «свой-чужой». Этот процесс, как выше было отмечено, приводит к гранулированию общества и снижает возможности сообществ согласовать свои идеологические позиции и нарративы. Общественные дискуссии перемещаются пусть не в закрытые, но изолированные сегменты медиа-среды. Гранулирование общества проявляется в усилении радикальных позиций и снижении порога терпимости к инакомыслию. Как указывает С.В. Володенков, «формирование и поддержание политически поляризованного цифрового пространства приводит к расколам и противостоянию различных групп граждан» [2, с. 339–350]. Идеологические барьеры, выстроенные в цифровом пространстве, затрудняют (а иногда делают невозможным) достижение общественного согласия по ключевым нарративам развития общества.

Алгоритмические системы непреднамеренно (а возможно в определенных случаях — преднамеренно) создают условия, затрудняющие распространение идей за пределы сложившихся эхо-камер. У носителей разных идеологий отсутствуют общие дискуссионные площадки, что делает практически невозможным нахождение взаимопонимания между ними. Таким образом, общество не объединяется, а гранулируется, становясь рассыпчатой массой.

Регулирование и контроль контента как ответ на вызов

Для исследования проблем контроля контента в социальных сетях необходимо установить субъекты взаимодействия. М. А. Чаплыгина считает, что: «Наиболее интересными представляются: государство и пользователь, платформа и пользователь, остальные группы пользователей и сам пользователь. Все эти отношения выстраиваются как контроль контента со стороны государства, платформы и пользователей» [16, с. 49–51].

На мой взгляд, данную проблему необходимо рассматривать именно с точки зрения информационной среды, как среды жизнедеятельности человека. Это не природная среда, это культурная среда. Поэтому субъектом для информационной среды будет цивилизационная культура данного общества. Сама же среда — это объект управления. В таком варианте субъект взаимодействия не имеет значения. Любой субъект, войдя в среду, использует ее по установленным правилам и выходит. Взаимодействие в среде с любым другим субъектом априори не ограничено.

Такой взгляд категорически расходится с правилами транснациональных цифровых платформ, которые существуют в рамках глобалистской повестки и предлагают, как утверждается, оптимальное для любого пользователя комплексное решение. Этот тезис отражает пожелание глобальных цифровых платформ на эксклюзивность и доминирование в медиа-среде и совершенно далек от реальных потребностей различных цивилизационных обществ. Транснациональные цифровые платформы, при попытке регулирования идеологического контента по своим правилам неминуемо сталкиваются и будут сталкиваться с чуждым для себя пониманием о «дозволенном» и «недозволенном» в каждом отдельно взятом государстве. Общество рано или поздно установит для цифровой среды приоритеты своих ценностей в рамках своих национальных, конфессиональных, юридических норм и принципов. Унифицированная модерация имеет возможность существовать, но только в рамках официальных международных сегментов (например сегмент МИДа).

На сегодняшний день правовые и технологические механизмы в медиа-сфере несовер-

шенны и не дают возможности блокировать распространение идеологий нарушающих законы государств (что равносильно вмешательству во внутренние дела). Проблемы противодействия использованию социальных сетей для распространения экстремистской и террористической идеологии рассматривали в своих работах А. С. Ильницкий [6, с. 33–39], Б. М. Камергоев [7, с. 198–202], И. Б. Карамурзова и Ю. Г. Боэиева [8, с. 486–490], А. А. Карцхия [9, с. 19–31] и многие другие.

Также, системы автоматической модерации сталкиваются с техническими ограничениями при идентификации идеологических конструкций. Алгоритмы не всегда корректно могут распознать контекст и подтекст информации. Сложность анализа семантики и прагматики естественного языка приводят к ошибкам классификации контента. Автоматические системы модерации цифровых платформ создаются сотрудниками, которые в силу отсутствия четких критериев для определения вредоносного контента не способны учесть национальную специфику норм и ценностей культур разных народов и государств. Эти проблемы подчеркивают необходимость сочетания юридических, этических, технических экспертных оценок при осуществлении модерации.

Проблема регулирования и контроля контента, на мой взгляд, рассматривается несколько однобоко. Например, А. А. Любимов предлагает: «Необходима доработка эффективных политик и законодательства для регулирования распространения фейковой информации. Это может включать установление ответственности для платформ, содействие транспарентности алгоритмов ранжирования контента и налаживание международного сотрудничества в борьбе с дезинформацией. Существует необходимость продолжения исследований в области защиты от фейковой информации и дезинформации. Инновационные подходы, новые технологии и методы должны постоянно развиваться, чтобы противостоять изменчивым тактикам распространения дезинформации» [11, с. 447–449]. Таким образом, цифровая среда продолжает рассматриваться исследователями, как бизнес-процесс, а не как среда жизнедеятельности индивидуума.

Этические стандарты регулирования алгоритмов и контента

Исследователь Д. В. Чижов в своей статье указывает: «Внедрение цифровых технологий приводит к возникновению целого ряда институциональных проблем. При этом наиболее серьезные риски и вызовы связаны не с технической стороной новых технологий, а с социальными и экономическими последствиями цифровизации» [17, с. 6–10]. Создание стандартов для цифровой среды — это всегда введение какого — либо ограничения с целью

получения определенного результата. Например, мы не сможем разместить рекламу в VK политического сообщества, при этом разместить рекламу бизнеса или страницы с сомнительным эстетическим содержанием — можно. В результате множество социально активных групп просто купируются. Такие правила, возможно, могут существовать в отдельно взятой стране, но нельзя распространять эту систему на весь мир. Этические стандарты в поисковых алгоритмах должны учитывать национальную, культурную, политическую, социальную специфику каждой страны. Они должны способствовать консолидации общества, нести объективную информацию, снижать (не допускать) воздействие деструктивных сил. Стандарты регулирования с одной стороны предполагают сотрудничество между разработчиками, пользователями и акторами платформ, а с другой — достаточно жестким государственным контролем. Назрела необходимость в государственном и общественном контроле за модерацией идеологического контента с целью снижения идеологических манипуляций. контроля за контентной модерацией с целью минимизации идеологических манипуляций. Государственный контроль обеспечит социальную, идеологическую, культурную, экономическую, геостратегическую и т. п. безопасность, а общественный — учет интересов различных социальных групп. Также, необходимо развитие законодательной базы в сфере информации и её распространения, внедрение в правоприменительную практику правовых актов регулирования работы информационных платформ. (На что указывают работы Т. А. Поляковой, А. В. Минбалева и Н. В. Кротовой [12, с. 75–87]). При этом, сами процессы модерации должны быть прозрачны для специализированных институтов, для выявления и корректировки предвзятостей.

Перспективные направления развития

Продвижение программ цифрового образования, интеграция медиаобразования в образовательные стандарты является ключевым направлением в развитии навыков анализа контента. Учебные программы должны включать модули медиаграмотности на всех ступенях обучения. Это позволяет сформировать у обучающихся навык к критической оценке информации и выявлять манипулятивные техники. Выполнение практических заданий по созданию и распространению контента помогают понять механизмы работы медиа-среды. Но А. П. Иванова в своей работе указывает: «...повышение медиаграмотности населения, хотя и помогает распознавать ложную информацию, мало что делает для того, чтобы свести на нет вред, который она наносит, поскольку на мнение пользователей в большей степени влияет их первое столкновение с ложной информа-

цией, чем ее последующее исправление» [5, с. 177–188]. Таким образом обучение должно быть не только техническим, а комплексным, затрагивающим все аспекты работы в информационной среде.

Обучающие программы цифровой грамотности должны иметь самый широкий охват населения, поскольку это жизненно необходимое условие для дальнейшего развития общества. Способность каждого пользователя вовремя верифицировать информацию может обеспечить устойчивость общества от идеологических манипуляций и негативного влияния цифровой среды.

Поиск возможного баланса между позитивными и негативными факторами внедрения идеологии через интернет — контент

Цифровые технологии распространения информации заняли ведущие позиции в сфере идеологического воздействия на потребителей. Медийные платформы предоставляют широкие возможности пользователям по организации их в устойчивые социальные структуры. Однако алгоритмы подбора персонифицированной информации работают на дезинтеграцию общества (например, вместо одной партии организуются пять групп, которые не взаимодействуют друг с другом). Исследователь Т. Н. Грубая отмечает: «Преобладание вертикальной мобилизации связано не только с успехом технологических платформ, но и с ослаблением социальной горизонтальности. Это можно объяснить как естественным снижением социальности в условиях эпидемии, так и поддержкой властями бдительных форм отношений» [4, с. 50–54]. Эти процессы могут и будут приводить к формированию изолированных малых информационных пространств и сообществ с радикальными взглядами, что, конечно, не будет способствовать общественному диалогу.

Рассмотрение цифровизации, как этапа цивилизационного развития, внедрение понимания медиа-среды, как объекта цивилизационной культуры, осознание, существующих на сегодняшнем этапе развития общества, угроз от способов распространения цифровыми платформами идеологических конструкций позволяют создать основу для стратегий управления медиа-средой с целью снижения давления на общество с помощью идеологических манипуляций.

Заключение

Наше общество находится в самом начале эпохи цифровизации, которая сама по себе является ответом на увеличивающийся объем информации, вырабатываемый цивилизацией. В сфере идеологического воздейст-

вия цифровизация создает беспрецедентные возможности с одной стороны для массового охвата пользователей, а с другой стороны, с помощью персонализации контента — для дробления общества на мелкие социальные группы, не связанные (либо слабо связанные) между собой. Самой медиа-средой создаются системные риски гранулирования общества и подрыва его социальной сплоченности.

Необходимо отметить высокую эффективность распространения идеологий и формирования идеологических нарративов в цифровой среде. Но нейтральность алгоритмов подбора информации на платформах обманчива. Информационная персонализация способствует созданию изолированных групп и информационных пространств.

Процесс развития цифровых технологий продвигается несоизмеримо более быстро, чем процесс получения обществом адекватного цифрового образования. В таких условиях общество становится более уязвимым к дезинформации и фейкам. Также необходимо отметить, что само понятие цифровой среды становится более объектным и, соответственно, управляемым.

Цифровая среда, рассматриваемая нами как объект культуры, открывает уникальные возможности внедрения идеологий через инструменты просвещения и интерактивные образовательные платформы. Однако это требует постоянного соблюдения баланса между технологическим прогрессом и высокой социальной ответственностью акторов цифровых платформ, а также мерами общественного и правового управления цифровой средой против манипуляций в идеологической сфере.

В связи с необходимостью принятия взвешенных управленческих и политических решений актуальность темы баланса в сфере распространения идеологий через цифровую среду будет только возрастать.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Бадмацыренов, Т. Б. «Третье пространство», «эхо-камеры» и онлайн-сообщества: воспроизводство политических идеологий в социальных сетях / Т. Б. Бадмацыренов, А. Б. Цыденов, Ф. В. Хандаров // Политическая наука. — 2021. — № 1. — С. 183–204. — DOI 10.31249/poln/2021.01.08. — EDN NXODZZ.
2. Володенков, С. В. Политика в цифровом формате в исследованиях российских и зарубежных ученых / С. В. Володенков // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. — 2022. — №3. — С. 339–350. — DOI 10.22363/2313-1438-2022-24-3-339-350. — EDN KVVUBE.
3. Володенков, С. В. Влияние цифровой среды на современное мировоззрение: pro et contra / С. В. Володенков, С. Н. Федорченко, Н. М. Печенкин // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. — 2023. — Т. 25. № 1. — С. 113–133. — DOI 10.22363/2313-1438-2023-25-1-113-133. — EDN QWTETU.
4. Грубая, Т. Н. Цифровые платформы как способ мобилизации населения в период чрезвычайных си-

туаций / Т. Н. Грубая // Русская политология — Russian political science. — 2020. — №4. — С. 50–54. — EDN VYTYLJ.

5. Иванова, А. П. Дезинформация в интернете: неизбежная реальность? / А. П. Иванова // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 4, Государство и право: Реферативный журнал. — 2023. — № 3. — С. 177–188. — DOI 10.31249/iajpravo/2023.03.15. — EDN UNSOWI.

6. Ильницкий, А. С. Противодействие криминальной идеологии в сети Интернет с использованием технологий антикриминальной пропаганды / А. С. Ильницкий // Общество и право. — 2022. — № 1 (79). — С. 33–39. — EDN EVFZXD.

7. Камергоев, Б. М. Об актуальных проблемах противодействия использованию социальных сетей для распространения экстремистской и террористической идеологии / Б. М. Камергоев // Проблемы в российском законодательстве. — 2022. — Т. 15, № 4. — С. 198–202. — EDN AJGBBE.

8. Карамурзова, И. Б. Основные направления противодействию идеологии терроризма и экстремизма в сети интернет / И. Б. Карамурзова, Ю. Г. Бозиева // Образование и право. — 2024. — № 11. — С. 486–490. — DOI 10.24412/2076-1503-2024-11-486-490. — EDN BZRRAW.

9. Карцхия, А. А. Правовые аспекты регулирования информационной среды / А. А. Карцхия // Правовая информатика. — 2025. — № 1. — С. 19–31. — DOI 10.24412/1994-1404-2025-1-19-31. — EDN EYKRMM.

10. Лысенко, А. Д. Влияние алгоритмов рекомендаций на формирование информационного пузыря у пользователя / А. Д. Лысенко, В. В. Миниханова // Форум молодых ученых. — 2025. — № 4 (104). — С. 58–64. — EDN SRCPAF.

11. Любимов, А. А. Опасности распространения фейковой информации в медиапространстве / А. А. Любимов // Цифровая журналистика: технологии, смыслы и особенности творческой деятельности: сб. материалов II Междунар. науч.-практ. конф., г. Екатеринбург, 26–29 марта 2025 г. — Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2025. — С. 447–449. — EDN MFXQVB.

12. Полякова, Т. А. Новые векторы развития информационного права в условиях цивилизационного кризиса и цифровой трансформации / Т. А. Полякова, А. В. Минбалева, Н. В. Кроткова // Государство и право. — 2020. — № 5. — С. 75–87. — DOI 10.31857/S013207690009678-7. — EDN ALULDI.

13. Сербабов, Д. С. Защита от распространения фейковой информации и дезинформации в цифровой среде / Д. С. Сербабов // Студенческий вестник. — 2023. — № 23–6. — С. 24–26. — EDN VSMSVR.

14. Смирнов, А. А. СМИ как фактор формирования идеологии / А. А. Смирнов // Культура. Политика. Понимание: сб. материалов X Междунар. науч. конф., г. Белгород, 27–28 октября 2023 г. — Белгород: Эпикентр, 2023. — С. 184–188. — EDN AVTTMF.

15. Торопов, Б. А. Модель оценки влияния виртуальных сетевых сообществ на мнения интернет-пользователей по общественно-политическим вопросам / Б. А. Торопов, О. В. Филимонов // Управление сложными системами. — 2021. — С. 118–122. — DOI 10.25586/RNU.V9187.21.01.P.118. — EDN OPDIBW.

16. Чаплыгина, М. А. Контент социальных сетей как пространство контроля пользователя / М. А. Чаплыгина // Вестник магистратуры. — 2020. — № 1–1 (100). — С. 49–51. — EDN XQNWID.

17. Чижов, Д. В. Цифровизация экономики, политики, гражданского общества: ключевые тенденции и коммуникационные технологии / Д. В. Чижов // Ин-

формационное общество. — 2018. — №4. — С. 6–10. — EDN YZMPFZ.

18. Bennett, S., Maton, K., Kervin, L. The 'digital natives' debate: A critical review of the evidence // British Journal of Educational Technology. — 2008. — 39 (5), pp. 775–786. — DOI 10.1111/j.1467-8535.2007.00793.x.

19. Buckingham, D. Defining digital literacy: What do young people need to know about digital media? // Nordic Journal of Digital Literacy. — 2015. — (4), pp. 21–34. DOI 10.18261/ISSN1891-943X-2006-04-03.

20. Fernando, J., Kumar Jain S. Digital Illiteracy of Teachers and its Impact in Online Learning // Technoarete Transactions on Intelligent Data Mining and Knowledge Discovery. — 2022. — 2(3). — DOI 10.36647/TTIDMKD/02.03.A003.

REFERENCES

1. Badmatsyrenov, T. B., Tsydenov, A. B., Khandarov, F. V. (2021). "Third space", "echo chambers", and online communities: Reproduction of political ideologies in social networks. *Political Science*, no. 1, pp. 183–204. <https://doi.org/10.31249/poln/2021.01.08>. <https://elibrary.ru/hxodzz>.

2. Volodenkov, S. V. (2022). Politics in digital format in the research of Russian and foreign scholars. *RUDN Journal of Political Science*, vol. 24, no. 3, pp. 339–350. <https://doi.org/10.22363/2313-1438-2022-24-3-339-350>. <https://elibrary.ru/kwvube>.

3. Volodenkov, S. V., Fedorchenko, S. N., Pechenkin, N. M. (2023). The impact of the digital environment on modern worldview: Pro et contra. *RUDN Journal of Political Science*, vol. 25, no. 1, pp. 113–133. <https://doi.org/10.22363/2313-1438-2023-25-1-113-133>. <https://elibrary.ru/qwtetu>.

4. Grubaya, T. N. (2020). Digital platforms as a means of mobilizing the population during emergencies. *Russian Political Science*, 4, 50–54. <https://elibrary.ru/vytylj>.

5. Ivanova, A. P. (2023). Disinformation on the Internet: An inevitable reality? *Social and Humanitarian Sciences. Domestic and Foreign Literature. Series 4, State and Law: Abstract Journal*, no. 3, pp. 177–188. <https://doi.org/10.31249/iajpravo/2023.03.15>. <https://elibrary.ru/unsowi>.

6. Ilnitkiy, A. S. (2022). Countering criminal ideology on the Internet using anticriminal propaganda technologies. *Society and Law*, no. 1(79), pp. 33–39. <https://elibrary.ru/evfzxd>.

7. Kamergoev, B. M. (2022). Current problems in countering the USE of social networks to spread extremist and terrorist ideology. *Gaps in Russian Legislation*, vol. 15, no. 4, pp. 198–202. <https://elibrary.ru/ajgbbe>.

8. Karamurzova, I. B., Bozieva, Yu. G. (2024). Main directions of countering terrorism and extremism ideology on the Internet. *Education and Law*, no. 11, pp. 486–490. <https://doi.org/10.24412/2076-1503-2024-11-486-490>. <https://elibrary.ru/bzrwaw>.

9. Kartskhiya, A. A. (2025). Legal aspects of regulating the information environment. *Legal Informatics*, no. 1, pp. 19–31. <https://doi.org/10.24412/1994-1404-2025-1-19-31>. <https://elibrary.ru/eykrmm>.

10. Lysenko, A. D., Minikhanova, V. V. (2025). The influence of recommendation algorithms on the formation of an information bubble for the user. *Forum of Young Scientists*, no. 4(104), pp. 58–64. <https://elibrary.ru/srcpaf>.

11. Lyubimov, A. A. (2025). The dangers of spreading fake information in the media space. In *Digital Journalism: Technologies, Meanings, and Features of Creative Activity* (pp. 447–449). Proceedings of the II International Scientific and Practical Conference, Yekaterinburg, March

26–29, 2025. Yekaterinburg, Ural University Press. <https://elibrary.ru/mfxqvb>.

12. Polyakova, T. A., Minbaleev, A. V., Krotkova, N. V. (2020). New vectors of information law development in the context of civilizational crisis and digital transformation. *State and Law*, no. 5, pp. 75–87. <https://doi.org/10.31857/S013207690009678-7>. <https://elibrary.ru/aluldi>.

13. Serobabov, D. S. (2023). Protection against the spread of fake information and disinformation in the digital environment. *Student Bulletin*, no. 23–6, pp. 24–26. <https://elibrary.ru/vsmsvr>.

14. Smirnov, A. A. (2023). Media as a factor for forming ideology. In *Culture. Politics. Understanding* (pp. 184–188). Proceedings of the X International Scientific Conference, Belgorod, October 27–28. Belgorod, Epicenter. <https://elibrary.ru/avttmf>.

15. Toropov, B. A., Filimonov, O. V. (2021). A model for assessing the influence of virtual network communities on the opinions of Internet users on socio-political issues. *Management of Complex Systems*, pp. 118–122. <https://doi.org/10.25586/RNU.V9I87.21.01.P.118>. <https://elibrary.ru/opdibw>.

16. Chaplygina, M. A. (2020). Social network content as a space for user control. *Vestnik Magistratury* [Bulletin of Magistracy], no. 1–1(100), pp. 49–51. <https://elibrary.ru/xqnwid>.

17. Chizhov, D. V. (2018). Digitalization of economics, politics, civil society: key trends and communication technology. *Information Society*, no. 4, pp. 6–10. <https://elibrary.ru/yzmpfz>.

18. Bennett, S., Maton, K., Kervin, L. (2008). The 'digital natives' debate: A critical review of the evidence. *British Journal of Educational Technology*, vol. 39, no. 5, pp. 775–786. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8535.2007.00793.x>.

19. Buckingham, D. (2015) Defining digital literacy: What do young people need to know about digital media? *Nordic Journal of Digital Literacy*, no. 4, pp. 21–34. <https://doi.org/10.18261/ISSN1891-943X-2006-04-03>.

20. Fernando J., Kumar, Jain S. (2022) Digital Illiteracy of Teachers and its Impact in Online Learning. *Technoarete Transactions on Intelligent Data Mining and Knowledge Discovery*, no. 2(3). <https://doi.org/10.36647/TTIDMKD/02.03.A003>.

For citing: Elokhin, E. A. (2026) Opportunities and risks of disseminating ideology in the context of the society digitalization. *Sotsium i vlast/Society and Power*, 23 (1), pp. 129–140. <https://elibrary.ru/jprjqf>.

SCIENTIFIC ARTICLE

EDN JPRJQF
HAC (Higher Attestation Commission) 5.7.7
UDC 101.2

**OPPORTUNITIES AND RISKS
OF DISSEMINATING IDEOLOGY
IN THE CONTEXT
OF THE SOCIETY
DIGITALIZATION**

Evgeniy A. Elokhin

South Ural State University (National Research
University),
Applicant at the Department of Philosophy.
Chelyabinsk, Russia.
SPIN 0000-0000
ORCID 0000-0000-0000-0000
E-mail: e.elohin1@mail.ru

ABSTRACT

Introduction. In modern society, digital platforms have assumed the function of disseminating information, including ideological information. The article examines the opportunities and risks of disseminating ideologies in the context of the society digital transformation.

Materials and Methods. The study is based on the analysis of existing interfaces capable of spreading ideological influence to local social groups. The article confirms and develops the thesis of the need to maintain a balance between technical and technological progress and the social

responsibility of society members when using new technical services, and to take preventive measures against manipulative scenarios in the ideological sphere when disseminating ideologies through digital platforms.

Results. The paper identifies the need to find a balance between the development of digital technologies and the social (political, mental, financial, etc.) security of society. The main opportunities, risks, and development directions of the online environment for disseminating ideologies and preventing societal granulation are identified.

Discussion. In the context of digital modernization, as part of making sound political and managerial decisions, finding a balance in the dissemination of ideologies will only increase in importance.

KEYWORDS

digitalization,
digital platforms,
content,
selection algorithms,
fake news,
disinformation,
echo chambers,
information verification,
ideology

CONFLICT OF INTEREST

The author declares that there is no conflict of interest.

USE OF AI TOOLS

The author declares that no generative artificial intelligence tools were used while writing the article.

Article received: 26.12.2025

Reviews received: 04.02.2026

Accepted for publication: 21.02.2026

Copyright: © Elokhin E. A. (2026).

Published by Chelyabinsk branch of RANEPa.

Open access under CC BY-N