

Н. А. Антанович

д-р полит. наук, зав. каф. политологии
Белорусского государственного университета
e-mail: ninaant66@yandex.ru

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СТАНОВЛЕНИЯ И ПРИКЛАДНОГО ПРИМЕНЕНИЯ «ЦИФРОВОЙ ПОЛИТОЛОГИИ»

Поставлена цель рассмотреть основные направления становления и прикладного применения «цифровой политологии». Показано, что в социальных науках сформировались концепции новой социальной дифференциации и новых форм эксплуатации в силу низкой компьютерной грамотности («компьютерной бедности»). Приведено авторское определение и выявлены основные направления «цифровой политологии»: 1) изучение новых социальных медиа (Web 2.0), 2) разработка технологий воздействия на социальные группы и отдельных индивидов посредством применения новых социальных медиа, 3) разработка цифровых методов изучения социума в целом и его отдельных подсистем. Особое внимание уделено SMM-политологии и цифровому маркетингу в политических кампаниях. Выявлено, что наиболее значимым направлением «цифровой политологии» является разработка цифровых методов изучения политического пространства, таких как сбор данных цифровых следов, анализ социальных сетей, компьютерная обработка естественного языка и анализ текстов, интеллектуальный анализ данных, геопространственный анализ. Обозначена проблема для политологов и представителей других социальных наук: специфика разработки и применения цифровых технологий в полной мере осознается лишь специалистами, обладающими профессиональными знаниями в сфере производства компьютерных систем и программного обеспечения к ним.

Введение

Развитие социальных наук в той или иной стране в значительной степени определяется как наличием прикладных разработок для решения общественных проблем, так и уровнем развития самого социума. Аксиомой стало положение: чем сложнее социум, тем более дифференцированной становится социальная наука, тем детальней дробятся предметные исследовательские поля между отдельными научными дисциплинами (а далее будет востребован их междисциплинарный синтез). Меняется социальная действительность – меняются и теории, ее объясняющие, и методы, позволяющие собирать эмпирическую информацию. Информационное общество, стремительно ставшее реальностью XXI в., изменило наш образ жизни, порядок выстраивания отношений с окружающим миром, дифференциацию реальности и ее сконструированных виртуальных презентаций. Границы между «офлайн»- и «онлайн»-феноменами стали предметом пристального внимания и изучения. Новая конфигурация социальности в сравнении с предыдущими эпохами, даже периодом XX в., провоцирует переосмысление методологического инструментария познания социально-политических явлений, специальных методов получения и переработки информации, а также самих новых социальных медиа, их влияния на поведение индивидов. Указанные трансформации цифровой эпохи нашли отражение в новом широком направлении развития социологии и политологии – цифровой социальной науке, ядро которой составляют *цифровые методы* сбора и обработки данных социально-политического характера. Вклад в разработку нового направления внесли авторы книги «Цифровые методы для социальных наук. Междисциплинарное руководство по научным инновациям» [1]. В 2015 г. вышла книга Д. Луптон «Цифровая социология» [2]. Ранее, в 2013 г., опубликовано исследование «Цифровая социология: критические перспективы» (основные авторы К. Ортон-Джонсон, Н. Приор).

В 2013 г. указанная проблематика изучалась А. Эдвардсом, У. Хаусли, М. Уильямсом, Л. Слоуном и др. [3].

Среди университетских центров, занимающихся цифровыми исследованиями, лидируют MATRIX – Центр цифровых гуманитарных и социальных наук Мичиганского университета [4], Манчестерский центр электронных исследований [5], Цифровая по-литологическая группа Копенгагенского университета [6]. В Лондонском университете Голдсмит открыта специализация для студентов в области цифровой социологии [7]. В Российской Федерации в НИУ ВШЭ с 2016 г. действует Центр цифровых гуманитарных исследований, объединяющий специалистов на стыке компьютерных методов и гуманитарного знания [8]. В России издаются журналы «Цифровая социология» (с 2018 г.) и «Вестник Digital Humanities». Развитие цифровых социальных наук продвигается российскими авторами Е. Ю. Журавлевой, Л. В. Земнуховой, С. В. Володенковым, В. Ф. Ницевичем. В Украине цифровизацию социальных наук одной из первых начала изучать О. Н. Кислова. В Беларуси цифровизацию социальных наук исследуют Е. М. Ильина, С. В. Масленченко, Г. Г. Головенчик, Г. П. Коршунов.

Цель статьи – рассмотреть основные направления становления и прикладного применения «цифровой политологии».

Объект исследования – цифровая трансформация социально-политической сферы социума. Предмет – особенности становления и прикладного применения «цифровой политологии».

Начнем с понятия «цифровизация» (используется также понятие «цифровая трансформация»). Цифровизация означает использование цифровых технологий для повышения эффективности, конкурентоспособности субъектов производственной деятельности, а также для обеспечения инфраструктуры социальных коммуникаций. Цифровизация – феномен шестого технологического уклада четвертой промышленной революции. Ряд авторов указывают на ключевые направления развития цифровых технологий будущего. Сошлемся на публикацию А. Чеботарева, который отмечает: в то время как «на распространение электричества в XX в. ушло более трех десятилетий, планшетные компьютеры вошли в повседневность за 3–4 года». Направления развития цифровых технологий – искусственный интеллект и машинное обучение, блокчейн и криптовалюты, большие данные (Big Data), Интернет вещей (Internet of Things), телемедицина, дополненная и виртуальная реальность, чат-боты и виртуальные помощники, нейросети, компьютерное зрение [9].

Отметим особое значение больших данных для социальных наук. Большие данные – это огромные неструктурированные массивы оцифрованной информации, собираемой из различных источников с помощью современных компьютерных средств.

Если цифровизацию трактовать как применение цифровых технологий, то следует отметить, что аналогичный смысл вкладывается в понятие информационные/информационно-коммуникативные технологии (ИКТ). Под ИКТ понимается совокупность методов, процессов, технических устройств и программных средств для сбора, обработки, передачи, использования и хранения информации. ИКТ = технические компьютерные устройства + программное обеспечение.

Однако в новейших публикациях используется терминология, основанная на понятии «цифровизация», претендующем на более точное отражение процессов передачи, хранения и обработки информации. С технической точки зрения цифровые технологии отличаются от аналоговых, поскольку основаны на применении *дискретных* сигналов передачи данных. *Цифровая социальная наука* развивается наряду с исследованиями в области коммуникации (изучение традиционных СМИ, медиа-интернет-технологий и киберкультуры).

Определения ИКТ и цифровых технологий в полной мере осознаются лишь специалистами, обладающими глубокими знаниями в сферах производства компьютерных систем и программного обеспечения к ним. Пользователи продуктов цифровизации чаще всего не понимают особенностей работы сложных компьютерных систем. На этом основании в социальных науках уже сформировались концепции новой социальной дифференциации и новых форм эксплуатации в силу низкой компьютерной грамотности («компьютерной бедности»). Так, общество делит на «высшую цифровую страту посвященных» и «низшую цифровую страту подконтрольных пользователей». Представители высших цифровых страт способны не только производить программный продукт, но и контролировать процессы сбора личных данных пользователей, т. е. представителей низших цифровых страт. С. В. Володенков указывает: «Рядовому пользователю недоступны компетенции и возможности сбора массивов данных... Представители “низшей цифровой касты” не имеют возможности доступа даже к собственным цифровым профилям». Представители data-класса «обладают потенциалом для формирования и аналитической обработки Big Data» [10, с. 41, 42]. В информационном, даже можно сказать цифровом, обществе политическим элитам удастся сохранить свой статус, используя потенциал компетентного data-класса.

Сама социальность, пронизанная сетевыми отношениями и чрезвычайно быстрыми коммуникациями, меняется. Авторы статьи «Цифровые социальные исследования, социальные медиа и социологическое воображение» указывают, что «технологические инновации в области цифровых коммуникаций, воплощенные в переходе от информационной сети (Web 1.0) к интерактивной сети (Web 2.0), открывают новые возможности и проблемы для социальных исследований» [3, с. 246]. В книге «Цифровые методы для социальных наук. Междисциплинарное руководство по научным инновациям» утверждается: «Процесс цифровизации сегодня приобретает новую форму, поскольку цифровые устройства в настоящее время сами преобразуют социальную жизнь таким образом, что она делает ее доступной для социальных исследований беспрецедентными способами... развитие социальных сетей, распространение мобильных устройств порождают распространение цифровой аналитики и нового аппарата исследования социальной жизни» [1, Введение, с. VIII].

Е. Ю. Журавлева вслед за западными авторами (Д. Лазер, А. Пентланд, Л. Адамик, С. Арал, А. Барабаси, Д. Брюер, Н. Кристакис, 2009) применяет термин «*вычислительные социальные науки*» (Computational Social Science), означающий научное направление для изучения «огромных по объему источников данных (например, данные e-mail, микроблогов, веб-источников) для изучения поведения людей» [11, с. 27].

Ряд современных научных публикаций посвящен «*цифровой социологии*» (Digital Sociology). В западной литературе ее определения разрабатывались Дж. Винном (2009), Р. Нилом (2010), Д. Луптон (2012), К. Ортон-Джонсоном и Н. Приором (2013). Изучение цифровой социальной науки стало неотъемлемой частью ряда русскоязычных исследований. Так, Л. В. Земнухова определила цифровую социологию как «набор методов сбора и анализа цифровых данных» [12, с. 64]. В. Ф. Ницевич утверждает, что общественные изменения, вызванные цифровизацией, «стали плохо восприниматься, описываться и объясняться существующими социологическими теориями» [13, с. 20]. О. Н. Кислова (2013) обратила внимание на причины становления цифровой социологии:

1) пересмотр методологии социологических исследований в связи с тем, что «экспансия новых медиа практически во все сферы жизнедеятельности современного человека кардинально изменила привычное восприятие социальной реальности, расширив ее в сторону виртуального онлайн-мира» [14, с. 11];

2) распространение новых видов вторичной социологической информации и внедрение методов «майнинга», для которого применяется косвенная оцифрованная информация;

3) «кризис эмпирической социологии, связанный прежде всего с кризисом метода опроса» [14, с. 12];

4) «цифровая революция в социальной теории» и новые перспективы развития социологической теории [14, с. 13].

Можно заключить, что появление такого исследовательского направления, как цифровые социальные науки, связано главным образом с совершенствованием их теоретико-методологического инструментария.

С нашей точки зрения, **«цифровая политология»** – отрасль исследования политических феноменов, реализующихся посредством применения современных информационных технологий («новых социальных медиа»), характеризующаяся применением специализированных методов сбора и обработки информации (о них речь пойдет далее).

Мы считаем, что цифровая социальная наука (включая «цифровую политологию») – комплекс направлений научно-исследовательской работы, предметом которой выступают:

1) новые социальные медиа (Web 2.0);

2) разработка технологий воздействия на социальные группы и отдельных индивидов посредством применения новых социальных медиа;

3) разработка цифровых методов изучения социума в целом и его отдельных подсистем.

Первое направление цифровой социальной науки и цифровой политологии – это исследование социальности через призму цифровой среды, разработка и применение инструментов, созданных на основе *новых социальных медиа*. Новые социальные медиа – это социальные сети, блоги и микроблоги, интернет-форумы и комментарии, чаты, мессенджеры, сайты электронной коммерции, онлайн-игры. Используя интерактивные социальные медиа в повседневной жизни посредством портативных устройств, мы находимся под перекрестным массированным воздействием ряда заинтересованных лиц, влияющих на аудиторию посредством таргетированной рекламы, и оставляем «цифровые следы». Цифровой след – информация о действиях индивида в интернет-пространстве. Google, Facebook, Twitter и т. п. обладают огромными возможностями получения полного профиля пользователя, в т. ч. на основе анализа цифрового следа.

Второе направление цифровой социальной науки и «цифровой политологии» – это разработка *технологий воздействия на социальные группы и отдельных индивидов* посредством применения новых социальных медиа. Цифровые технологии позволяют индивидуализировать воздействие на отдельных людей. При конструировании политических технологий для различного типа политических кампаний применяют сбор личных данных посредством Big Data, а также прослеживание цифрового следа пользователей Интернета.

Все более широкое распространение получают анализ социальных сетей, а также SMM-политология. SMM (Social media marketing) – маркетинг, применяемый в социальных сетях, как инструмент продвижения и продаж товаров (в т. ч. политического «товара»). SMM-политология сфокусирована на активности политика именно в социальных сетях, а не просто в интернет-пространстве. «В инструментарий SMM-политолога входят системы мониторинга СМИ и социальных медиа, парсеры, сервисы анализа контента» [15]. Парсер – специальное программное обеспечение для сбора данных (чаще всего текстовых данных) и их преобразования в структурированный формат. Парсер сканирует наполнение веб-страниц, копирует заданную пользователем информацию. Для анализа социальных сетей также применяют API – Application Programming

Interface. API предоставляются многими социальными сетями и служат для создания приложений. Так, сайт <https://code.google.com/> содержит множество API, которые могут быть применены при разработке различных приложений. Ряд сайтов используют cookie для аналитики персонализированного контента и рекламы. Пользуясь Интернетом, часто можно встретить фразу: «Просматривая этот сайт, Вы соглашаетесь на использование нами файлов cookie, которые помогают анализировать...». Приведем пример: «Google Аналитика – это простой, но эффективный инструмент, позволяющий отслеживать поведение пользователей на сайте. Установив теги JavaScript (библиотеки), владелец сайта сможет получать информацию о страницах, на которых побывал пользователь. Чтобы “запомнить”, что пользователь делал на просмотренных ранее страницах или во время предыдущих посещений, библиотеки JavaScript Google, аналитики применяют файлы cookie HTTP» [16].

Американские исследователи Дж. Честер и К. Монтгомери весьма подробно и объемно представили роль цифрового маркетинга в политических кампаниях. Говоря о применении технологий цифрового маркетинга в избирательных кампаниях как о «браке политики и коммерции», они употребили понятие «вычислительная политика» (computational politics) [17]. Дж. Честер и К. Монтгомери сравнили XX в. и эпоху распространения Интернета: «С середины XX в. политконсультанты и различные пиар-агентства применяли опросы, фокус-группы, психографию для совершенствования влияния на избирателей через каналы радио, ТВ, прямой почтовой рассылки. ... С появлением Интернета начали применять цифровые технологии и инструменты для мобилизации явки избирателей, привлечения молодежи, сбора денег и в целом для работы с избирателями на низовом уровне... С момента появления в середине 1990-х годов цифровой маркетинг основывается на непрерывном сборе данных и мониторинге моделей поведения в Интернете отдельных индивидов» [17, с. 2–3]. Подчеркнем со своей стороны, что цифровой след пользователя в Интернете позволяет собрать его персональные данные, в том числе выявить политические пристрастия. Google, YouTube, Facebook, Twitter и др. в развитых странах стали играть ведущую роль в политических кампаниях, предлагая программные продукты для политических целей (от сбора информации о пользователях-избирателях до целенаправленного воздействия на них). Для влияния на избирателей задействуются различные электронные устройства – от обычных компьютеров до смартфонов.

Наиболее громкой и скандальной стала история связи Facebook и британской консалтинговой компании Cambridge Analytica (CA) (2013–2018). CA принимала участие в ряде избирательных кампаний в США, включая президентскую кампанию Д. Трампа 2016 г. CA занималась сбором данных о пользователях социальных сетей (использовался Facebook) с целью составления их психологических портретов и продвижения персонализированной политической рекламы в социальных сетях. В Facebook была запущена викторина «Ваша цифровая жизнь», участвуя в которой пользователи оставляли обширную персональную информацию не только о себе, но и о близких людях, друзьях. «Собрав данные 87 млн человек, CA таргетировала на них политическую рекламу. После обнародования и скандала Facebook потерял 40 млрд долларов из-за падения котировок акций и 5 млрд долларов штрафа» [18].

Обращая внимание на примененные методы, отметим, что специалисты CA использовали *психологический поведенческий анализ* (модель М. Косинского), *изучение больших данных, целевую/таргетированную рекламу*. М. Косинский, специалист в области психометрии, разработал алгоритм, позволивший по лайкам в Facebook, выявить политические (и не только) ориентации человека. Применялись пять основных показателей: открытость новому, интроверсия/экстраверсия, ответственность, доброжелательность, невротизм.

Дж. Честер и К. Монтгомери подчеркивают, что психография, связанная с изучением настроения и эмоциональным тестированием, активно используется в индустрии цифровой рекламы. Google продвигает такую область исследований, как «аналитика эмоций» (Emotion Analytics) [17, с. 9–10]. При производстве рекламы применяется нейро-маркетинг, суть которого состоит в выявлении реакции определенных центров головного мозга на рекламную информацию с помощью техники, фиксирующей нейрофизиологические процессы (КТ, МРТ, измерение частоты дыхания, уровня давления, фокусировки глаз). К примеру, в избирательной кампании Д. Трампа применялась система цифрового маркетинга Facebook. Избиратели были разбиты на три ключевые группы: «белые либералы-идеалисты», «молодые женщины», «афроамериканцы», а социальная сеть Facebook применила свои стандартные рекламные инструменты: «пользовательские аудитории», «темные посты», «персонализированные сообщения» [17, с. 13].

Третье направление цифровой политологии – разработка *цифровых методов изучения политического пространства*. А. Эдвардс, У. Хаусли, М. Уильямс, Л. Слоун (2013) сделали вывод, что новые социальные медиа и расширенный доступ к Интернету с помощью портативных устройств «генерирует новые формы данных, имеющих важное значение для социальных исследований, а также новые методы анализа такого рода данных». «Традиционные методы не позволяют понять, как устроены социальные отношения... Цифровые методы... предлагают доселе невиданные возможности изучения социальных процессов» [3, с. 247].

Когда мы говорим об источниках эмпирической информации в социальных науках, то традиционно выделяем две группы методик сбора фактов: документальные и полевые исследования. Сейчас можно выделить еще одну группу – сетевые источники (интернет-источники). При этом первые две группы методик все чаще используются исследователем посредством сетевых источников.

Какие же методы сбора и обработки информации доступны политологу благодаря цифровой политологии? Цифровая политологическая группа Копенгагенского университета применяет компьютерные методы для обработки данных, полученных устоявшимися («традиционными») методами, а также *данные цифровых следов*: анализ социальных сетей, компьютерную обработку естественного языка и анализ текстов, интеллектуальный анализ данных [6].

Е. Ю. Журавлева систематизировала методы цифровых социальных наук следующим образом:

1) метод *«автоматической добычи информации»* (может применяться для мониторинга трендов в развитии политической ситуации либо для контент-анализа политической риторики);

2) *анализ социальных сетей* (направлен на изучение профилей и контактов пользователей социальных сетей);

3) *геопространственный анализ* (используется для изучения пространственного распространения идей/мнений с применением географических информационных систем, систем геолокации; может применяться для построения карт городских сообществ);

4) метод *«моделирования сложности»* (математические техники, применимые для выявления особенностей взаимодействия элементов в системах с нарушением равновесия, к примеру конфликтных ситуаций, рыночных флуктуаций);

5) *агент-основанное моделирование* (может применяться для изучения взаимодействия агентов со средой и для изучения возникновения организаций) [11, с. 27–29].

Отметим, что мобильные устройства позволяют определять пространственное положение и передвижение человека (к примеру, посредством GPS – глобальной системы позиционирования). Дж. Честер и К. Монтгомери указывают: «В ходе президентских выборов 2016 г. в США на мобильные устройства избирателей направлялась рек-

лама, исходя из их интереса к «таким оспариваемым темам, как закон об оружии, однополые браки, мошенничество в ходе избирательных кампаний»» [17, с. 17–18].

Авторы монографии «Сетецентрические методы в государственном управлении» Л. В. Савин, С. Н. Федорченко, О. К. Шварц предлагают использовать «*сетецентрический мониторинг*» по следующим источникам: данные Росстата; официальная информация, сводки, заметки, размещенные органами госуправления в сети Интернет; записи в социальных сетях и оценочные метки «нравится / не нравится»; поисковые запросы. «Система мониторинга “24/7/365” должна оценивать возможности возникновения конфликтных, острых социальных ситуаций в том или ином регионе в режиме реального времени» [19, с. 63–64]. Предлагается программным способом выявлять общественные запросы [19, с. 65].

Перечисленные выше методы являются вариантами *анализа больших данных* и относятся к вычислительным методам анализа и моделирования социальных феноменов.

Заклучение

Таким образом, «*цифровая политология*» – отрасль исследования политических феноменов, реализующихся посредством современных информационных технологий («новых социальных медиа»), характеризующаяся применением специализированных методов сбора и обработки информации. «Цифровая политология», стимулированная процессами трансформации социального посредством цифровых технологий, наиболее ярко проявляется в новых цифровых методах сбора и обработки эмпирической информации.

Основными направлениями становления и прикладного применения «цифровой политологии» являются:

- 1) изучение новых социальных медиа (Web 2.0);
- 2) разработка технологий воздействия на социальные группы и отдельных индивидов посредством применения новых социальных медиа;
- 3) разработка цифровых методов изучения социума в целом и его отдельных подсистем.

Методология «цифровой политологии» стремительно развивается по нескольким направлениям:

- 1) совершенствование статистических методов компьютерной обработки данных;
- 2) применение компьютерных технологий для создания цифровых моделей политического процесса;
- 3) анализ больших данных с акцентом на политическом участии (психологический поведенческий анализ).

Наиболее доступными методами «цифровой политологии» являются:

- 1) *анализ социальных сетей* (изучение профилей и контактов пользователей социальных сетей);
- 2) компьютерная обработка естественного языка и анализ текстов;
- 3) *геопространственный анализ* для изучения пространственного распространения идей/мнений, построения карт городских сообществ;
- 4) «*сетецентрический мониторинг*».

Технологии продвижения активности политика в социальных сетях обслуживает SMM-политология.

Острой проблемой для политологов и представителей других социальных наук является то, что специфика разработки и применения цифровых технологий в полной мере осознается лишь специалистами, обладающими глубокими знаниями в сферах производства компьютерных систем и программного обеспечения к ним. Пользователи

продуктов цифровизации чаще всего не понимают особенностей работы сложных компьютерных систем.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Digital Methods for Social Science. An Interdisciplinary Guide to Research Innovation / ed. by H. Snee [et al.]. – London : Palgrave Macmillan, 2016. – 234 p.
2. Lupton, D. Digital Sociology: Beyond the Digital to the Sociological [Electronic resource] / D. Lupton // Research Gate. – 2013. – Mode of access: https://www.researchgate.net/publication/259001463_Digital_Sociology_Beyond_the_Digital_to_the_Sociological. – Date of access: 09.01.2020.
3. Digital social research, social media and the sociological imagination: surrogacy, augmentation and reorientation / A. Edwards [et al.] // International Journal of Social Research Methodology. – 2013. – № 16, vol. 3. – P. 245–260.
4. MATRIX: The Center for Digital Humanities & Social Sciences [Electronic resource] // Michigan State University. – Mode of access: <http://www2.matrix.msu.edu/>. – Date of access: 09.01.2020.
5. Manchester eResearch Centre [Electronic resource] // MeRC. – 2019. – Mode of access: <http://www.merc.ac.uk/>. – Date of access: 09.01.2020.
6. Digital Political Science Group [Electronic resource] // University of Copenhagen. – Mode of access: <https://polsci.ku.dk/dpsg/>. – Date of access: 09.01.2020.
7. The MA Digital Media is unique in its combination of practical and theoretical approaches to contemporary media and technology [Electronic resource] // Goldsmiths, University of London. – Mode of access: <https://www.gold.ac.uk/pg/ma-digital-media/>. – Date of access: 09.01.2020.
8. Центр цифровых гуманитарных исследований НИУ ВШЭ [Электронный ресурс] // НИУ ВШЭ, 2020. – Режим доступа: <https://hum.hse.ru/digital/>. – Дата доступа: 09.01.2020.
9. Чеботарев, А. Цифровые технологии настоящего и будущего [Электронный ресурс] / А. Чеботарев // Авиапанорама. – 2018. – № 4 (130). – Режим доступа: <https://www.aviapanorama.ru/wp-content/uploads/2018/08/04>. – Дата доступа: 09.01.2020.
10. Володенков, С. В. Digital-технологии в системе традиционных институтов власти: политический потенциал и современные вызовы / С. В. Володенков // Вестн. Моск. гос. обл. ун-та. – 2018. – № 2. – С. 39–47.
11. Журавлева, Е. Ю. Социология в сетевой среде: к цифровым социальным исследованиям / Е. Ю. Журавлева // Социол. исслед. – 2015. – № 8. – С. 25–33.
12. Земнухова, Л. В. Социотехническое в цифровой социологии: методологические возможности и ограничения / Л. В. Земнухова // Социология власти. – 2018. – Т. 30, № 3. – С. 54–68.
13. Ницевич, В. Ф. Цифровая социология: теоретико-методологические истоки и основания / В. Ф. Ницевич // Цифровая социология. – 2018. – № 1. – С. 18–28.
14. Кислова, О. Н. Быть или не быть цифровой социологии? / О. Н. Кислова // Вісн. Харків. нац. ун-ту ім. В. Н. Каразіна. – 2013. – № 1045. – С. 10–17.
15. SMM-политология: новая дисциплина или старые методы в новой обертке? [Электронный ресурс] // Цифровой дискурс. – Режим доступа: <https://discourse-digital/blogs/chto-takoe-smm-politologiya-intervyu/>. – Дата доступа: 09.01.2020.
16. Использование файлов cookie Google Аналитики на сайтах [Электронный ресурс] // Google Developers. – Режим доступа: <https://developers.google.com/analytics/devguides/collection/analyticsjs/cookie-usage?hl=ru>. – Дата доступа: 09.01.2020.
17. Chester, J. The role of digital marketing in political campaigns / J. Chester, K. C. Montgomery // Internet Policy Review. – 2017. – № 6 (4). – P. 1–20.

18. Как манипулировали американцами и британцами. Стоит ли смотреть фильм Netflix о Cambridge Analytica [Электронный ресурс] // Русская служба ВВС. – Режим доступа: <https://www.bbc.com/russian/news-49103834>. – Дата доступа: 09.01.2020.

19. Савин, Л. В. Сетецентрические методы в государственном управлении / Л. В. Савин, С. Н. Федорченко, О. К. Шварц. – М. : Сам полиграфист, 2015. – 146 с.

Рукапіс паступіў у рэдакцыю 07.02.2020

Antanovich N. A. The Main Directions of the Formation and Application of Digital Political Science

The goal of the article is to consider the main directions of the «digital political science» formation and application. It is shown that the concepts of a new social differentiation and new forms of exploitation are formed in the social sciences due to low computer literacy («computer poverty»). The author's definition of digital political science is given. The main directions of digital political science are identified: 1) the study of new social media (Web 2.0), 2) the development of technologies for influencing social groups and individuals through the new social media, 3) the development of digital methods for social research. Special attention is given to SMM political science and digital marketing in political campaigns. It has been revealed that the most significant area of digital political science is the development of digital methods for studying the political space, such as collecting digital footprints, analyzing social networks, computer processing of natural language and text analysis, data mining, geospatial analysis. The problem for political scientists and social scholars is identified: the specifics of the development and application of digital technologies are fully understood only by specialists with professional knowledge in the production of computer systems and software.