

ОРИГИНАЛЬНАЯ СТАТЬЯ

DOI: 10.26794/2226-7867-2025-15-5-55-68
УДК 323.2+316.77:004.738.5(663.5)(045)

Роль социальных сетей в формировании общественного мнения в Кот-д'Ивуаре

Г. Цой, А.В. Смирнова

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Российская Федерация

АННОТАЦИЯ

В статье представлен всесторонний анализ использования социальных сетей в Кот-д'Ивуаре, а также характера публикуемого контента и его влияния на формирование общественного мнения. Рассматривается контекст стремительного распространения интернета в стране, достигшего к 2024 г. порядка 38,4% населения. При этом молодежная аудитория в возрасте от 18 до 34 лет выступает основным сегментом пользователей цифровых платформ и ключевым драйвером развития социальных медиа. Анализ подтверждает, что доминирующий тип контента в ивуарийском цифровом пространстве — развлекательный, включающий юмористические видеоролики, музыкальные и танцевальные клипы, а также видеоблоги, отражающие локальные культурные традиции и патриотическую тематику. Наиболее популярными платформами остаются Facebook, Instagram* и TikTok, которые выполняют многогранные функции: от личного общения и коммерческой активности до площадок для культурного самовыражения и укрепления национальной идентичности. Особое внимание уделено политической роли социальных сетей, особенно в преддверии выборов 2025 г., где активность вокруг хэштега #CIV2025 демонстрирует значимость цифровых платформ для политической мобилизации, формирования электорального дискурса и вовлечения различных групп населения в публичные обсуждения. Вместе с тем выявлены серьезные негативные последствия, обусловленные распространением дезинформации, усилением эффектов информационных пузырей и ростом общественной поляризации, что существенно снижает качество политического диалога и способствует закреплению социальных стереотипов. В работе анализируются ключевые вызовы развития цифрового пространства в Кот-д'Ивуаре: низкая скорость и неравномерность интернет-покрытия, высокая стоимость устройств, ограниченный уровень медиаграмотности, а также цензура и политическое давление, которые формируют цифровое неравенство и стимулируют процессы самоцензуры. Для преодоления этих барьеров авторы предлагают комплексный многоплановый подход, включающий образовательные программы по медиаграмотности, инвестиции в телекоммуникационную инфраструктуру, развитие альтернативных информационных технологий и учитывающий культурный контекст страны с активным вовлечением локальных лидеров мнений и сообществ. Таким образом, социальные сети в Кот-д'Ивуаре формируют динамичную цифровую экосистему, отражающую и одновременно влияющую на социально-политические процессы. Исследование подчеркивает сложный и амбивалентный характер их воздействия, указывая на необходимость дальнейшего глубокого изучения долговременных эффектов цифровизации, а также разработки стратегий по минимизации рисков и максимизации возможностей, связанных с цифровой трансформацией общества.

Ключевые слова: социальные сети; Кот-д'Ивуар; общественное мнение; политическая мобилизация; дезинформация; цифровая трансформация; Африка; медиаграмотность

Для цитирования: Цой Г., Смирнова А.В. Роль социальных сетей в формировании общественного мнения в Кот-д'Ивуаре. *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*. 2025;15(5):55-68. DOI: 10.26794/2226-7867-2025-15-5-55-68

* Деятельность американской транснациональной холдинговой компании Meta Platforms Inc. по реализации продуктов — социальных сетей Facebook и Instagram запрещена на территории РФ по основаниям осуществления экстремистской деятельности.

ORIGINAL PAPER

The Role of Social Media in Shaping Public Opinion in Côte d'Ivoire

Keunwon Choi, A.V. Smirnova

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russian Federation

ABSTRACT

The article provides a comprehensive analysis of the use of social media in Côte d'Ivoire, as well as the nature of the published content and its impact on shaping public opinion. The article considers the context of the rapid growth of Internet penetration in the country, which reached about 38.4% of the population by 2024. At the same time, the

youth audience between the ages of 18 and 34 is the main segment of users of digital platforms and a key driver of the development of social media. The analysis confirms that the dominant type of content in the Ivorian digital space is entertainment, including humorous videos, music and dance clips, as well as video blogs reflecting local cultural traditions and patriotic themes. Facebook Instagram and TikTok remain the most popular platforms, which perform multifaceted functions: from personal communication and commercial activity to platforms for cultural expression and strengthening national identity. Special attention is paid to the political role of social media, especially in the run-up to the 2025 elections, where the activity around the hashtag #CIV2025 demonstrates the importance of digital platforms for political mobilization, the formation of electoral discourse and the involvement of various population groups in public discussions. At the same time, serious negative consequences have been identified due to the spread of disinformation, the increased effects of information bubbles and the growth of public polarization, which significantly reduces the quality of political dialogue and contributes to the consolidation of social stereotypes. The paper analyzes the key challenges of the digital space development in Côte d'Ivoire: low speed and uneven Internet coverage, high cost of devices, limited media literacy, as well as censorship and political pressure that create digital inequality and stimulate self-censorship processes. To overcome these barriers, the authors propose a comprehensive, multidimensional approach that includes educational programs on media literacy, investments in telecommunications infrastructure, the development of alternative information technologies and takes into account the cultural context of the country with the active involvement of local opinion leaders and communities. Thus, social networks in Côte d'Ivoire form a dynamic digital ecosystem that reflects and simultaneously influences socio-political processes. The study highlights the complex and ambivalent nature of their impact, pointing to the need for further in-depth study of the long-term effects of digitalization, as well as the development of strategies to minimize risks and maximize opportunities associated with the digital transformation of society.

Keywords: social media; Côte d'Ivoire; public opinion; political mobilization; disinformation; digital transformation; Africa; media literacy

For citation: Choi K., Smirnova A.V. The role of social media in shaping public opinion in Côte d'Ivoire. *Humanities and Social Sciences. Bulletin of the Financial University*. 2025;15(5):55-68. DOI: 10.26794/2226-7867-2025-15-5-55-68

ВВЕДЕНИЕ

В последние годы во многих странах Африканского континента наблюдается стремительное расширение доступа к интернету, что существенно трансформирует способы обмена информацией и коммуникации среди населения [1]. Данный процесс обусловлен увеличением числа пользователей телекоммуникационных сетей, чему способствует устойчивый экономический рост и создание новых рабочих мест в соответствующих регионах. Особенно высокие темпы роста числа интернет-пользователей фиксируются в странах Западной Африки. По статистическим данным сервиса Statista, за период с 2000 по 2021 г. покрытие интернета в данном регионе возросло более чем в девять раз. В 2022 г. численность пользователей интернета на континенте достигла приблизительно 570 млн человек, что в два раза превышает аналогичный показатель 2015 года.

Лидирующими по приросту пользователей выступают Нигерия — крупнейшая по населению страна региона, а также Бенин и Буркина-Фасо, которые демонстрируют одни из самых значительных темпов роста за последний год. Данные тенденции открывают новые перспективы для развития цифровых сервисов и увеличения интернет-трафика, включая социальные сети, электронную коммерцию и мобильные платежные системы. В частности, в Кот-д'Ивуаре скорость мобильного интернета уве-

личилась на 35%, что является заметным достижением среди африканских стран. Хотя в Кот-д'Ивуаре интернет становится все доступнее, уровень его использования пока заметно ниже, чем в западных странах. В 2022 г. им пользовались около 39% населения. При этом к 2025 г. около 60% жителей, т.е. более 19,5 млн чел., остаются вне сети, что указывает на сохраняющееся цифровое неравенство.

Молодежь со средним возрастом около 18 лет сегодня становится главной аудиторией социальных сетей. Благодаря этому меняются привычки потребления контента и способы распространения информации. Социальные сети играют ключевую роль как площадка для общения и обмена знаниями среди молодых людей и формирования общественного мнения [2]. Они используются не только для развлечений, но и для обсуждения политических, экономических и культурных вопросов, а также для продвижения локальных ценностей и традиций. Однако неравномерное покрытие интернета, низкая скорость соединения и ограниченный доступ к современным технологиям по-прежнему влияют на специфику использования социальных сетей и качество создаваемого контента.

Цель исследования — проанализировать особенности использования социальных сетей в Кот-д'Ивуаре, структуру и тематику контента, а также оценить их роль в формировании общественного мнения. Гипотезы исследования:

- Социальные сети в Кот-д'Ивуаре выполняют преимущественно развлекательную функцию, что связано с молодым возрастом основной аудитории и ограниченными возможностями для создания сложного контента.

- Контент отражает локальные культурные особенности, традиционные ценности и специфику доступа к технологиям, что проявляется в тематике публикаций, визуальном оформлении и патристической направленности обсуждений.

Таким образом, исследование актуально в контексте продолжающейся цифровой трансформации африканских обществ и позволяет выявить как новые возможности, так и вызовы, связанные с использованием социальных сетей в странах с ограниченными ресурсами и развивающейся инфраструктурой.

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Методология исследования основывается на сочетании историко-хронологического, типологического и контент-аналитического подходов, что позволяет комплексно рассматривать влияние социальных сетей на общественное мнение в Кот-д'Ивуаре, а также специфику функционирования цифровых медиа в условиях ограничений зоны покрытия мобильного интернета¹. Теоретическая база исследования включает принципы научной объективности и историзма, что обеспечивает анализ динамики развития медиасреды и трансформации каналов коммуникации в стране [3].

В качестве источниковой базы используются публикации в наиболее популярных социальных сетях Кот-д'Ивуара — Facebook, X (Twitter), YouTube², TikTok — за 2023-2024 гг. Для выбора и анализа информации применяются ключевые хештеги, такие как #CIV и #IvoryCoast, а также материалы тематических групп и аккаунтов политических лидеров, общественных деятелей, популярных блогеров и СМИ. Кроме того, анализируются данные опросов Afrobarometer, отчеты международных организаций, таких как Reporters sans frontières и Statcounter, а также публикации независимых онлайн-ресурсов и частных телеканалов, например NCI и Koaci. Такой комплексный подход позволяет сопоставлять активность в интернете с общими тенденциями в медиaprостранстве страны.

Основным методом эмпирического анализа выступает контент-анализ, сочетающий количествен-

ную и качественную оценку публикаций. Количественная часть включает подсчет числа постов, лайков, репостов, комментариев, анализ динамики вовлеченности аудитории и частоты обсуждения ключевых тем (политика, экономика, социальные проблемы, культурные события). Качественная составляющая направлена на выявление смысловых паттернов, доминирующих нарративов, эмоциональной окраски сообщений и особенностей коммуникации между пользователями. Особое внимание уделяется анализу тематики публикаций, типов контента (развлекательный, коммерческий, политический), а также использованию языковых маркеров (французский язык, местные диалекты).

В рамках исследования применяются методы анализа цифрового участия (структура подписок, репостов, лайков, комментариев) и анализа профилей пользователей (социально-демографические характеристики, интересы, география). Также используется включенное наблюдение за динамикой обсуждений в ключевых группах и чатах. Для уточнения отдельных аспектов проводятся экспертные интервью с местными журналистами, SMM-специалистами и активистами, что позволяет учитывать контекстуальные особенности и локальные интерпретации медиапроцессов.

Так, в большинстве сообществ в Facebook количество подписчиков составляет от 70 тыс. человек³. Для данной социальной сети характерны обсуждения политических, экономических и бытовых тем. Люди там также любят отмечать официальные аккаунты власти для привлечения их внимания к тем или иным проблемам. Для примера возьмем два аккаунта: один принадлежит политику Шарлю Бле Гуде⁴, а второй паблик посвящен стране в целом⁵. По состоянию на конец июня на личный аккаунт политика подписано свыше семисот тысяч человек, что указывает на высокий уровень его популярности среди пользователей, а группа всей страны охватывает аудиторию в 73 тысячи последователей, что значительно ниже личной страницы. Следует отметить, что подобная тенденция преобладает почти во всем отделении Facebook в Кот-д'Ивуаре.

Большие охваты и цифры присутствуют также в ТикТоке⁶. Там аудитория, в основном, занимается

¹ URL: <https://wacsi.org/the-influence-of-social-media-on-democracy-in-cote-divoire/>

² С начала августа 2024 г. работа видеохостинга YouTube в сетях провайдеров связи РФ приостановлена.

³ URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-cote-divoire>

⁴ URL: <https://www.facebook.com/share/1FgCjyaYC2/?mibextid=wwXlfr>

⁵ URL: <https://www.facebook.com/share/g/176b2fS3ja/?mibextid=wwXlfr>

⁶ URL: <https://www.start.io/audience/tiktok-users-in-ivory-coast>

флэшмобами, юмористическими или эстетическими роликами. Однако там также можно найти контент и на более социально волнующие темы, такие как, например, климат и его изменения. Там сообщества насчитывают свыше 600 тыс. подписчиков.

Инстаграм пользуется меньшей популярностью. Количество последователей там обычно не превышает несколько тысяч на аккаунт⁷. Большинство публикаций носят развлекательный характер. Схожую тематику имеют и публикации на платформе X (Твиттер)⁸. Они совмещают в себе «легкую» информацию вместе с более серьезными материалами.

Исследование столкнулось с определенными ограничениями из-за неравномерного покрытия интернетом в Кот-д'Ивуаре. Это приводит к тому, что в выборку преимущественно попадают городские пользователи, особенно из Абиджана и других крупных городов, тогда как поведение жителей сельской местности остается малоизученным из-за низкого уровня доступа к интернету и цифровым устройствам в этих регионах. Это ограничивает возможность анализа поведения жителей сельских территорий, где доступ к цифровым технологиям все еще остается недостаточным [4].

Кроме того, языковой барьер (преобладание французского языка и местных диалектов) требует привлечения носителей языка и использования специализированных алгоритмов и программ для корректной интерпретации смыслов. Некоторые платформы (например, TikTok) ограничивают доступ к данным, что создает дополнительные сложности для исследования.

Важной частью методологии стал анализ активности пользователей и структуры цифровых сообществ на выбранных социальных платформах через изучение подписок, репостов, лайков и комментариев. Параллельно с этим с помощью включенного наблюдения отслеживалась динамика дискуссий в ключевых группах и чатах, что позволило в реальном времени оценить процессы формирования общественного мнения.

На всех этапах исследования особое внимание уделялось контролю качества данных, их достоверности и правильной интерпретации с учетом языковых и культурных особенностей региона. К ограничениям исследования относятся трудности с доступом к закрытым или приватным аккаунтам на некоторых платформах, а также технические сложности, свя-

занные с автоматизированным сбором информации в условиях ограниченного API.

В результате примененный комплексный метод позволил получить всестороннее и глубокое понимание влияния социальных сетей на общественное мнение в Кот-д'Ивуаре, учитывая при этом как технологические нюансы, так и социокультурный контекст цифровых коммуникаций.

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

К началу 2024 г. интернет в Кот-д'Ивуаре охватывал примерно 38,4% населения — около 11,2 млн человек. Из них около 7 млн активно пользовались социальными сетями, что составляло 23,9% от всего населения страны. В этой аудитории преобладали мужчины — их доля достигала 61-62%, преимущественно среди молодежи в возрасте от 18 до 34 лет. Это отражало как демографические особенности страны, так и специфику использования цифровых технологий. Среди социальных платформ уверенно лидировал Facebook, на который приходилось от 82 до 88% от общего числа пользователей социальных сетей в стране⁹. Функциональность, адаптация к французскому языку — официальному языку страны — и поддержка местных диалектов делают платформу популярной. Для многих Facebook — это не только инструмент личного общения, но и эффективная площадка для поиска товаров и услуг, а также развития микробизнеса. На этой платформе активно публикуются объявления о продаже различных товаров — от мобильных телефонов и одежды до мебели и подержанных автомобилей. Стоит отметить, что реклама ориентирована на недорогие товары и услуги, которые доминируют из-за уровня доходов населения страны и ограниченного доступа к новейшим гаджетам. Наряду с Facebook значительную роль играют WhatsApp (от 15 до 25% пользователей), YouTube, TikTok и Instagram. Pinterest также пользуется спросом, поскольку помогает людям обмениваться изображениями и создавать тематические подборки¹⁰.

Контент в социальных сетях Кот-д'Ивуара можно классифицировать на три ключевые группы: **развлекательный, коммерческий и политический** (табл. 1).

Развлекательный контент занимает доминирующее положение и включает юмористические скетчи, музыкальные видеоролики, танцевальные челленджи,

⁷ URL: <https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/cote-d%27ivoire/202409>

⁸ URL: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/2056305118765736>

⁹ URL: <https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/cote-d%27ivoire>

¹⁰ URL: <https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/cote-d%27ivoire>

Таблица 1 / Table 1

Основные типы контента в социальных медиа Кот-д'Ивуара /
The main types of social media content in Côte d'Ivoire

Тип контента / Content Type	Основное содержание / Main Content	Кот-д'Ивуар / Côte d'Ivoire
Развлекательный	Юмористические скетчи, музыкальные видеоролики, танцевальные челленджи, видеоблоги о повседневной жизни	Доминирует в соцсетях; популярны короткие видео в TikTok с танцами, анекдотами, вирусными трендами; патриотические хештеги (#CIV229, #IvoirePride); молодежь — основная аудитория
Коммерческий	Объявления о продаже товаров, реклама косметики, пищевых добавок и лекарств	Акцент на традиционные средства из-за ограниченного доступа к медицине; яркие подписи и визуализация с женщинами в модной одежде; влияние глобальных и локальных культурных трендов
Политический	Обсуждение экономики, коррупции, безработицы, деятельности властей	Меньше выражен, но активен в периоды выборов и кризисов; группы на Facebook и X (Twitter); мемы и ирония для обхода цензуры; активная оппозиция в соцсетях, власть — через официальные каналы

Источник / Source: составлено авторами / Compiled by the authors.

а также видеоблоги о повседневной жизни [5]. В Кот-д'Ивуаре в TikTok особенно популярны короткие видео, где местные жители демонстрируют танцы, рассказывают анекдоты и участвуют в вирусных трендах¹¹. Музыка и танцы являются отражением культурной идентичности страны, что находит отклик в частом использовании традиционных мотивов и национальных хештегов, таких как #CIV229 и #IvoirePride¹². Молодежь, которая составляет большинство аудитории TikTok и Instagram, активно создает и распространяет контент, связанный с локальными трендами и патриотической тематикой [6].

Коммерческий контент включает в себя объявления о продаже товаров, рекламу косметики, пищевых добавок, а также лекарственных средств¹³. В условиях ограниченного доступа к официальной медицине и высокого спроса на доступные препараты значительная часть рекламы ориентирована на традиционные средства и продукты, популярные среди местного населения. В социальных сетях часто встречаются посты с яркими и броскими надписями, рассчитанными на мгновенную реакцию аудитории. Для привлечения внимания используются простые маркетинговые приемы, в том числе визуальные

элементы с изображениями женщин в яркой и облегающей одежде. Это свидетельствует о влиянии как глобальных трендов, так и местных культурных особенностей [7].

Политический контент в социальных сетях Кот-д'Ивуара представлен в меньшем объеме и становится заметнее в периоды выборов или общественных кризисов. На Facebook и X (Twitter) создаются группы и сообщества, где обсуждаются вопросы экономики, коррупции, безработицы и деятельности властей [7]. В таких сообществах пользователи часто критикуют правительство или поддерживают оппозицию, используя мемы, аллегории и иронию для обхода цензуры. Особенностью политической коммуникации является активное участие оппозиционных политиков в социальных сетях, тогда как представители власти чаще используют официальные каналы и освещают только наиболее значимые события [8].

Культурные особенности использования социальных сетей в Кот-д'Ивуаре проявляются в сильном патриотизме и поддержке локальной идентичности [9]. Пользователи активно продвигают традиционные ценности, публикуют фотографии в национальной одежде, делятся рецептами местных блюд и рассказывают о достижениях ивуарийских спортсменов. В то же время технические ограничения — низкая скорость интернета (в среднем 5 Мбит/с), высокая стоимость мобильных устройств и неравномерное покрытие — существенно влияют на качество и разнообразие контента. Большинство видеороликов

¹¹ URL: <https://rightforeducation.org/2024/12/09/the-use-of-influencers-as-tv-hosts-in-cote-divoire/>

¹² URL: <https://africacenter.org/spotlight/2025-elections/cotedivoire/>

¹³ URL: <https://www.euromonitor.com/consumer-health-in-cote-divoire/report>

и фотографий создаются на бюджетных смартфонах, что определяет их простоту, короткую продолжительность и минимальный уровень монтажа. Несмотря на это, пользователи проявляют креативность, используя слайд-шоу, закадровый текст на местных языках и другие доступные форматы. Еще одной особенностью является ориентация контента на внутреннюю аудиторию. Большинство публикаций рассчитано на местных жителей и отражает их повседневные заботы, интересы и культурные коды. Популярность приобретают блогеры и медийные личности, которые становятся известными благодаря освещению актуальных тем или участию в трендовых челленджах¹⁴. Однако их фан-базы значительно уступают по численности западным аналогам, что связано с ограниченным охватом и невысоким уровнем монетизации контента.

Алгоритмы в социальных сетях играют значительную роль в том, как мы воспринимаем информацию. Они формируют новостные ленты, показывая пользователям контент, который может их заинтересовать. Из-за этого люди часто оказываются в информационных «пузырях», где преобладают только привычные темы и взгляды, а альтернативные мнения встречаются редко. В результате социальные сети становятся не просто площадками для развлечений, а мощными инструментами, влияющими на общественное мнение, сохраняющими традиции и укрепляющими чувство национальной идентичности [10].

Наряду с этим важно отметить, что социальные сети в Кот-д'Ивуаре часто используются как средство отвлечения от реальности. В условиях экономических трудностей, социальной нестабильности и ограниченного доступа к качественным образовательным ресурсам пользователи предпочитают контент, не требующий высокой интеллектуальной вовлеченности [11, 12]. Это проявляется в преобладании развлекательных и бытовых тем, а также в низкой доле публикаций, посвященных социально значимым вопросам или образовательным инициативам. При анализе региональных трендов в социальных сетях интересно отметить сходства и различия на примере соседних стран — Ганы и Нигерии.

В Гане наибольшей популярностью пользуется TikTok, за которым следуют Facebook и Telegram¹⁵. Подобно Кот-д'Ивуару, в Гане востребованы про-

стые виды контента, такие как онлайн знакомства, ставки на спортивные мероприятия и реклама медицинских препаратов. Но что отличает Гану, так это более вдумчивый и аналитический подход к тому, как люди выбирают и потребляют информацию.

А вот в Нигерии ситуация во многом похожа на соседний Кот-д'Ивуар: здесь лидирует Facebook, который к началу 2024 г. насчитывал около 103 млн пользователей, занимая лидирующую позицию¹⁶. Мужчины составляют 50,6% аудитории, женщины — 49,4%¹⁷. Основные темы контента включают рекламу биологически активных добавок, что связано с климатическими и эпидемиологическими особенностями страны, а также дейтинг-приложения, казино и онлайн-ставки¹⁸. Развлекательный контент и платформы для его доставки также пользуются большой популярностью¹⁹.

Таким образом, несмотря на общие черты, такие как популярность Facebook и коммерческий акцент на БАДах и развлекательном контенте, каждая страна демонстрирует свои уникальные особенности, обусловленные культурными, экономическими и технологическими факторами.

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ И ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ

В Кот-д'Ивуаре социальные сети сильно влияют на общественное мнение — они задействованы в политической активности, формировании цифровых образов и передаче культурных ценностей, а также в обсуждении важных социальных тем [13]. Несмотря на ограничения интернета (менее 40% населения имеют регулярный доступ к сети), молодежь становится ключевым катализатором цифровых изменений и основным потребителем медиаконтента. Средний возраст пользователя социальных сетей составляет около 18 лет, что определяет специфику тематики и динамику онлайн-дискуссий²⁰.

Политическая жизнь все больше переходит в онлайн-пространство. Платформы Facebook и X (Twitter) стали местом, где оппозиция и власть борются за внимание людей. Оппозиционные лидеры, такие как Шарль Бле Гуде и Гийом Соро, активно пользуются социальными сетями, чтобы напрямую обращаться к своим избирателям, продвигать свои

¹⁴ URL: <https://rightforeducation.org/2024/12/09/the-use-of-influencers-as-tv-hosts-in-cote-divoire/>

¹⁵ URL: <https://www.statista.com/statistics/1171534/leading-social-media-platforms-ghana/>

¹⁶ URL: <https://www.statista.com/statistics/1176101/leading-social-media-platforms-nigeria/>

¹⁷ URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-nigeria>

¹⁸ URL: <https://afftimes.com/articles/obzor-geo-nigeriya/>

¹⁹ URL: <https://www.similarweb.com/top-websites/nigeria/>

²⁰ URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-cote-divoire>

идеи и собирать поддержку, зачастую обходя традиционные СМИ и государственную цензуру²¹. В то же время представители правящей партии ведут более осторожную, сдержанную и формальную деятельность в интернете, что создает определенный информационный вакуум и позволяет оппозиции формировать альтернативную повестку, особенно в периоды выборов и политических кризисов [14].

В преддверии президентских выборов в октябре 2025 г. в социальных сетях активно используется хэштег #CIV2025. Он стал важным инструментом для обмена мнениями, распространения информации и привлечения внимания к избирательной кампании²². С помощью хэштега ивуарийцы разного возраста могут собрать и узнать мнение каждого из пользователей цифрового пространства, акцентируя внимание избирателей на ключевых вопросах и обещаниях кандидатов. Практика использования хэштегов иллюстрирует механизм формирования повестки дня в цифровой среде, подтверждая теорию установления повестки СМИ М. Маккомбса и Д. Шоу [15].

Формирование общественного мнения и обсуждение социальных проблем

По экспертным оценкам, предстоящие выборы обещают быть более прозрачными и конкурентными по сравнению с предшествующими циклами²³. В избирательную гонку вошло больше молодых кандидатов, среди которых выделяются Тиджан Тиам — бывший министр финансов и в прошлом исполнительный директор швейцарского банка Credit Suisse, а также Адам Биктого, председатель Национальной ассамблеи, что также стимулирует цифровую политизацию²⁴.

Однако цифровая политизация сопровождается рядом вызовов. В преддверии президентских выборов и во время общественных волнений социальные сети становятся полем информационных войн: распространяются фейковые новости, слухи, разжигаются страхи и недоверие к власти. Ярким примером служит деятельность анонимных блогеров и аккаунтов, таких как Крис Япи, чьи разоблачения и провокационные публикации получают широкий резонанс и обсуждаются на самом высоком уровне

не, порождая волны подражателей с обеих сторон политического спектра²⁵. Алгоритмы платформ активно формируют информационные пузыри, где пользователи преимущественно видят информацию, поддерживающую их взгляды, что усиливает поляризацию и снижает качество общественного видения [2].

Хотя цифровая активность в стране растет, многие люди по-прежнему продолжают формировать свое мнение главным образом через традиционные медиа — радио, телевидение и печатные издания. Это создает информационный разрыв и в большей степени ограничивает возможности для полноценного участия в цифровой жизни общества.

Социальные сети также служат инструментом не только для политической мобилизации, но и для выражения недовольства существующими социально-экономическими проблемами внутри страны. В Facebook и WhatsApp создаются многочисленные сообщества, где обсуждаются вопросы коррупции, безработицы, образования и здравоохранения. В этих группах пользователи могут делиться личным опытом и критиковать действия властей, что способствует формированию более критического общественного мнения²⁶.

В Кот-д'Ивуаре уровень доверия людей к власти остается достаточно низким. По данным The Global Economy, за период с 2007 по 2024 г. этот показатель составляет около 8,5 по десятибалльной шкале, где 10 означает минимальный уровень доверия. Такая тенденция характерна не только для Кот-д'Ивуара, но и для большинства стран Африки. Зато среди населения высокое доверие вызывают религиозные лидеры — примерно 70% людей им доверяют. Это показывает, насколько важную роль в жизни общества играют религия и духовные наставники, особенно когда доверие к властям ослабевает. Армия и другие традиционные институты занимают следующую позицию по уровню общественного доверия²⁷.

Многие жители Кот-д'Ивуара считают, что действия властей часто недостаточны, и это активно обсуждается в интернете и социальных сетях. По данным Afrobarometer, больше половины насе-

²¹ URL: <https://africa.com/ivory-coast-disqualifies-key-opposition-leaders-from-presidential-race/>

²² URL: <https://www.brut.media/afrique/videos/afrique/politique/presidentielle-2025-les-ivoiriens-ont-ils-encore-confiance>

²³ URL: <https://africanelections.org/news/2025-african-elections-outlook/>

²⁴ URL: <https://africacenter.org/spotlight/2025-elections/cotedivoire/>

²⁵ URL: <https://www.theafricareport.com/48248/cote-divoire-presidential-election-on-the-web-everything-goes/>

²⁶ URL: <https://giswatch.org/en/country-report/civil-society-participation/cote-divoire>

²⁷ URL: https://www.afrobarometer.org/wp-content/uploads/2024/10/AD_891-PAP20-Africans-trust-in-key-institutions-and-leaders-is-weakening-Afrobarometer-31oct24.pdf

ния уверены, что закон зачастую поступает с ними несправедливо²⁸. Это способствует формированию критической общественной повестки и усиливает вызовы для подтверждения легитимности государственных институтов.

Одной из важнейших социальных проблем, которую активно обсуждают в социальных сетях, остается стигматизация ВИЧ и всего, что с ним связано. Несмотря на прогресс в снижении распространенности заболевания, уровень открытости и информированности по-прежнему низок. В обществе по-прежнему существуют предрассудки и страхи, из-за которых люди, живущие с ВИЧ, часто боятся открыто говорить о своем диагнозе, опасаясь осуждения и социальной изоляции. В социальных сетях можно встретить как полезные образовательные кампании, которые помогают людям лучше понять проблему и повысить свою осведомленность, так и случаи дезинформации, что затрудняет борьбу с эпидемией²⁹.

КОНТЕНТ В ОНЛАЙН-ПРОСТРАНСТВЕ

Необходимо подчеркнуть, что значительная часть контента в социальных сетях носит развлекательный и отвлекающий внимание характер. В условиях экономических трудностей, социальной нестабильности и ограниченного доступа к качественному образованию пользователи предпочитают потреблять легкий контент, не требующий высокой интеллектуальной вовлеченности и аналитики. Это проявляется в преобладании юмористических видео, мемов, бытовых советов и объявлений о продаже товаров. В то же время, политические и социально значимые темы обсуждаются реже, а образовательные инициативы остаются на периферии цифрового пространства [16].

Влияние социальных сетей сильно сказывается на том, как молодежь ведет себя и какие стандарты красоты воспринимает. Тренды, которые появляются на таких платформах, как Instagram и TikTok, очень быстро распространяются среди подростков, формируя их взгляды на моду, образ жизни и отношения с другими людьми [17, 18]. При этом складывается ситуация, когда люди все чаще спокойно принимают цензуру и предвзятость в медиа, не используя свои навыки медиаграмотности, чтобы критически оценивать и разбирать получаемую информацию. Это создает дополнительные опасно-

сти, связанные с распространением недостоверной информации, травлей в интернете и попытками управлять мнением людей [19].

Отдельного внимания заслуживает феномен сексуализации и фетишизации контента, который стал заметен с ростом популярности TikTok и Instagram среди молодежи [16]. Женщины в интернете зачастую становятся объектами откровенных и порой жестких комментариев, что отражает мировую проблему неравного и несправедливого отношения. Такая ситуация увеличивает риски насилия и дискриминации в онлайн-пространстве. Несмотря на улучшение сексуального просвещения и снижение уровня ВИЧ, проблема стигматизации и угроз онлайн-насилия остается очень актуальной и требует постоянного внимания и профилактических мер, чтобы защитить женщин и создать безопасную цифровую среду для всех.

Культурный нарратив в социальных сетях Кот-д'Ивуара строится вокруг поддержки традиционных ценностей, национальной идентичности и патриотизма. Пользователи активно публикуют фотографии в национальной сети о праздниках и успехах ивуарийских спортсменов. Музыкальный и визуальный контент служит инструментом сохранения культурного наследия и формирования коллективной памяти³⁰.

ЦЕНЗУРА И МЕДИАСВОБОДА

Важным контекстом для оценки влияния социальных сетей остается специфика ивуарийской медиасреды. По данным информационного ресурса «Репортеры без границ», уровень свободы слова и прессы в стране составляет примерно половину от максимального показателя (табл. 2)³¹. В стране присутствуют независимые СМИ и онлайн-платформы, однако их деятельность зачастую ограничивается экономической уязвимостью, политическим давлением и региональными особенностями. Влияние правящей партии на информационные потоки сохраняется, что сказывается на отражении оппозиционной повестки³².

Индекс цензуры СМИ в Кот-д'Ивуаре по данным Института V-Dem (Varieties of Democracy Institute) показывает, что цензура присутствует, но носит умеренный характер: государственные органы ограничивают весь оппозиционный контент. Интернет

²⁸ URL: <https://www.afrobarometer.org/countries/cote-divoire/>

²⁹ URL: https://www.unaids.org/en/resources/presscentre/featurestories/2025/july/20250728_western-central-africa

³⁰ URL: <https://europaregina.eu/creative-industries/africa/ivory-coast/>

³¹ URL: <https://rsf.org/en/country/ivory-coast>

³² URL: <https://rsf.org/en/country/russia>

Таблица 2 / Table 2

Свобода слова в социальных сетях в России и Кот-д'Ивуаре / Freedom of speech on social media in Russia and Côte d'Ivoire какие единицы измерения?

Определение / Definition	Кот-д'Ивуар / Côte d'Ivoire	Россия / Russia
Свобода прессы и интернет цензуры	64/180	171/180
Индекс Цензуры СМИ	0,1-0,3	0,5
Свобода обсуждения в Интернете	0,15-0,3	0,55
Контентные ограничения	Наличие кодексов и законов, регулирующих взаимодействие в интернете	Наличие законов, также дополнительные ограничения в виде закона о VPN, закона об иноагентах, о дискредитации ВС РФ и другие
Регулирование платформ	Ужесточенные законы за киберпреступления; наличие кодекса этики блогеров	Обязательное хранение данных внутри страны и подчинение российскому законодательству, замедление определенных платформ
Меры наказания	Аресты и штрафы	Штрафы, блокировка контента, аресты
Наличие местных социальных сетей	Отсутствуют местные социальные сети	Развитие «цифрового суверенитета», социальная сеть VK и отечественный мессенджер MAX

Источник / Source: составлено авторами / Compiled by the authors.

остается сравнительно свободной площадкой для дискуссий. Эти показатели контрастируют с Россией, где индекс цензуры и уровень давления значительно выше вследствие жестких законодательных мер и административных ограничений³³.

Важно отметить, что журналистика и медиа в Кот-д'Ивуаре в большинстве своем подчинены правящей партии, а оппозиционные лидеры и их повестка отражаются в менее позитивном ключе. Тем не менее за последние годы, благодаря росту интернета, уровень медиасвободы повысился: появились частные телеканалы (NCI, Коаси), независимые онлайн-ресурсы и радиостанции, что свидетельствует об определенном прогрессе свободы слова и мысли. В стране за последние годы не было громких скандалов с арестами или нападениями на журналистов, однако сохраняется частичная коррупция, позволяющая правящей элите сохранять влияние.

При этом гонениям подвергаются скорее не журналисты, а лидеры оппозиции, на которых оказывается значительное давление вплоть до судебных преследований и тюремных заключений. Это особенно заметно в политическом контексте выборов:

по Конституции президент может занимать эту должность не более двух сроков подряд, но Конституционный совет обнулil счетчик сроков после принятия новой Конституции в 2016 г., что позволило Алаассану Уаттаре претендовать на третий срок³⁴.

Хотя свобода обсуждения в интернете в Кот-д'Ивуаре ограничена, однако достаточно широка для формирования публичных дискуссий по значимым вопросам. В России, напротив, данные меры контроля более жесткие и разработаны с использованием автоматической фильтрации, премодерации и нормативных актов, что существенно сужает рамки публичного обсуждения³⁵.

Отключения интернета в Кот-д'Ивуаре случаются редко и в основном в периоды политической нестабильности. Эти меры используются как инструмент регулирования общественного порядка и снижения рисков массовых волнений и митингов. Для сравнения, в России подобные отключения встречаются реже, однако другими методами (фильтрация, блокировки) достигается высокий уровень контроля над информацией.

³⁴ URL: <https://www.reuters.com/world/africa/ivory-coast-council-approves-president-ouattara-third-term-bid-2025-06-04/>

³⁵ URL: https://v-dem.net/data_analysis/Yearcomp2Graph/

³³ URL: https://v-dem.net/data_analysis/Yearcomp2Graph/

Все эти ограничения оказывают влияние на качество общественных дискуссий и тормозят развитие цифровой демократии.

Таким образом, социальные сети в африканской стране играют значимую роль в формировании общественного мнения, политической мобилизации и трансляции культурных ценностей. Несмотря на ограничения свободы выражения, цензуру и риски дезинформации, эти платформы предоставляют гражданам новые возможности для диалога и участия.

ПРОБЛЕМЫ И ОГРАНИЧЕНИЯ

Развитие социальных сетей встречает на своем пути целый набор технических, социальных и политических препятствий, которые замедляют цифровые изменения и создают определенные риски для пользователей. Одной из главных проблем является низкая скорость интернета и неравномерное покрытие сети. По состоянию на 2023 г., средняя скорость подключения в стране составляет всего около 5 Мбит/с, что значительно ниже среднемировых показателей (35 Мбит/с)³⁶. В сельских регионах, где проживает около 50% населения, доступ к интернету ограничен или отсутствует вовсе, что создает цифровой разрыв между городом и деревней³⁷. Например, в Абиджане, экономической столице, покрытие 4G достигает приблизительно 80%, тогда как в северных районах, таких как Корого, жители часто полагаются на 2G-соединения, непригодные для загрузки видео или использования современных приложений³⁸. Проекты вроде «Национальной сети широкополосной связи» (National Broadband Network, RNHD), направленные на прокладку 5207 км оптоволоконного кабеля (в общей сложности — 7000 км), продвигаются медленно из-за бюрократических задержек и недостатка финансирования³⁹. Даже в городах высокая стоимость гаджетов (средняя цена смартфона — 120 долл.) делает их недоступными для 60% населения, живущего за чертой бедности⁴⁰.

Контентные риски становятся еще серьезнее из-за того, что многие люди плохо разбираются в медиа и информации. Социальные сети прев-

ратились в место, где быстро распространяется дезинформация: фейковые новости о «чудо-лекарствах» от малярии, слухи о коррупции и теории заговора распространяются быстрее, чем проверенные факты. Это создает дополнительную сложность для тех, кто хочет понять, что действительно происходит. Например, в 2020 г. WhatsApp группы стали основным каналом для панических сообщений о «вакцинах-убийцах», что привело к отказу от прививок у 40% сельских жителей. Исследование CDD West Africa показало, что приблизительно 68% ивуарийцев не проверяют источники информации, доверяя сообщениям от друзей или влиятельных блогеров⁴¹. Особенно опасным становится коммерческий контент: реклама нелегальных БАДов и косметики сомнительного качества часто подается как «традиционные средства», пользуясь доверием людей к местной культуре. Это вводит многих в заблуждение и может привести к серьезным последствиям для здоровья [20]. При этом государственные кампании по продвижению здорового образа жизни, такие как #SantéPourTous, тонут в потоке низкокачественного контента.

Жизнь и важные темы, например, #SantéPourTous часто теряются среди большого количества низкокачественного контента. При этом цензура и государственный контроль создают дополнительные трудности. Хотя официально провозглашается свобода слова, оппозиционные СМИ и активисты регулярно сталкиваются с блокировками аккаунтов и давлением со стороны властей. Аналогичная ситуация в глобальном масштабе наблюдается, например, в конфликте основателя Telegram Павла Дурова с французскими властями, когда институциональное давление со стороны государства, направленное на контроль над цифровыми платформами, вызывает острый конфликт между национальной безопасностью и правами пользователей [21]. В 2023 г. платформа X (в прошлом Twitter) временно ограничила доступ к профилям Гийома Соро и Шарля Бле Гуде по запросу властей, а независимые издания вроде Коаси были вынуждены смягчать критику в адрес правительства, чтобы избежать судебных исков⁴². Закон о киберпреступности 2019 г., формально направленный на борьбу с мошенничеством, на практике используется для подавления инакомыслия: за «распространение ложной информации»

³⁶ URL: <https://www.speedtest.net/global-index>

³⁷ URL: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>

³⁸ URL: <https://dig.watch/countries/ivory-coast>

³⁹ URL: <https://www.wearetech.africa/en/fils-uk/news/telecom/cote-divoire-plans-to-deploy-5-207-kilometers-of-fiber-optic-by-the-end-of-the-year>; <https://www.state.gov/reports/2024-investment-climate-statements/cote-divoire/>

⁴⁰ URL: <https://techafricanews.com/2025/04/24/affordability-what-is-the-true-cost-of-digital-inclusion-in-africa/>

⁴¹ URL: <https://firstdraftnews.org/long-form-article/foreign-anti-vaccine-disinformation-reaches-west-africa/>

⁴² URL: <https://rsf.org/en/news/cote-divoire-journalist-sentenced-prison-after-reporting-corruption-allegations>

предусмотрено до 5 лет тюрьмы⁴³. В таких условиях пользователи предпочли самоцензуру, обсуждая политику в закрытых Telegram-чатах или через аллегории в мемах.

Для пользователей ключевым приоритетом должно стать повышение медиаграмотности. Образовательные программы, подобные инициативе «Цифровая ответственность 225» (*Responsabilité Numérique 225*), созданная для содействия ответственному использованию социальных сетей, могут научить критически оценивать источники, распознавать манипуляции и создавать этичный контент⁴⁴. Например, практические семинары в школах Абиджана, где подростки анализируют фейковые посты и учатся верифицировать их через FactCheck, ci, уже показали снижение доверия к непроверенной информации на 35%⁴⁵. Важно интегрировать медиаграмотность в школьные учебные программы, используя местные кейсы как разбор рекламы «традиционных лекарств» или политических мемов [20].

Чтобы сократить цифровой разрыв и улучшить качество доступа в интернет по всей стране, нужно активнее вкладывать государственные средства в развитие телекоммуникационной инфраструктуры. Особенно важно успешно реализовать проект «Национальная сеть широкополосной связи» (RNHD). Для этого потребуются не только увеличить финансирование со стороны государства, но и привлечь активное участие частного сектора, включая различные компании, подобные Tizeti, которые предлагают доступные по стоимости решения на базе солнечных электростанций для обеспечения Wi-Fi соединения в неблагополучных в инфраструктурном плане районах⁴⁶. В других странах, например в Руанде, успешно используют субсидии на покупку смартфонов для школ и студентов. Это помогает преодолевать технологические барьеры и делает обучение более доступным для всех и расширяет доступ молодежи к цифровым ресурсам⁴⁷.

Кроме того, развитие альтернативных технологий, таких как спутниковый интернет, представляется перспективным направлением. Проект Starlink сейчас тестируют в регионе Сасандра, и его запуск может стать хорошим решением для обеспечения интернета в удаленных и труднодоступных сельских районах страны. Комплексное использование данных подходов позволит значительно повысить уровень цифровой инклюзивности и создать более устойчивую и доступную телекоммуникационную среду в Кот-д'Ивуаре⁴⁸.

Образовательные программы по цифровой безопасности должны стать частью национальной стратегии. Курсы SADA (Smart Africa Digital Academy), обучающие навыкам кибергигиены и борьбе с хакерскими атаками, необходимо масштабировать: в 2023 г. их прошли лишь 2 тыс. человек из 7 млн пользователей⁴⁹. Создание «кибердружин» из волонтеров, патрулирующих соцсети и сообщающих о мошенничестве, помогло бы снизить риски. Для борьбы с дезинформацией стоит внедрить краудсорсинговые платформы, где фактчекеры и журналисты совместно опровергают фейки, как это делает PesaCheck в Кении⁵⁰.

Международное сотрудничество играет ключевую роль. Партнерство с UNESCO и Smart Africa позволило обучить 180 преподавателей цифровым навыкам в 2023 г., но этого недостаточно⁵¹. Поддержка программ вроде «Глобальная образовательная коалиция» (Global Education Coalition), направленных на создание открытых образовательных ресурсов на диалектах бауле и диула, поможет преодолеть языковой барьер⁵². Кроме того, ратификация Будапештской конвенции по киберпреступности упростит доступ к международным базам данных о кибератаках и усилит правовую базу⁵³.

Нельзя упускать и культурный контекст. Рекомендации должны учитывать местные традиции. Например, вовлекать в просветительские кампании Griots (народных сказителей), чей авторитет поможет донести идеи медиаграмотности до консерва-

⁴³ URL: <https://ifex.org/west-african-governments-passing-laws-impacting-on-online-freedom-of-expression/>

⁴⁴ URL: <https://www.l-integration.com/2023/08/22/responsabilite-numerique-225-la-cote-divoire-se-positionne-en-pionniere-de-lere-numerique-responsable-en-afrique-de-louest/#:~:text=Intitul%C3%A9%20%C2%AB%20Responsabilit%C3%A9%20Num%C3%A9rique%20225%20%C2%BB%2C,encouragement%20de%20l'innovation.>

⁴⁵ URL: <https://smartafrica.org/sada-boosts-digital-skills-in-cote-divoire-with-the-launch-of-its-national-digital-academy-2/>

⁴⁶ URL: <https://www.techcircle.ng/post/3-mins-tizeti-launches-internet-solutions-in-cote-divoire>

⁴⁷ URL: <https://www.minict.gov.rw/news-detail/what-you-should-know-about-connect-rwanda-campaign>

⁴⁸ URL: <https://www.nabu.org/news/nabu-and-gsm-systems-partner-to-tackle-illiteracy-in-rwanda>

⁴⁹ URL: <https://smartafrica.org/smart-africas-digital-academy-receives-a-20mn-grant-from-the-world-bank-to-expand-across-africa/>

⁵⁰ URL: <https://pesacheck.org/about>

⁵¹ URL: <https://smartafrica.org/sada-boosts-digital-skills-in-cote-divoire-with-the-launch-of-its-national-digital-academy-2/>

⁵² URL: <https://globaleducationcoalition.unesco.org/members>

⁵³ URL: <https://www.coe.int/ru/web/impact-convention-human-rights/convention-on-cybercrime>

тивной аудитории⁵⁴. Трансляция образовательных роликов на радио, как это делается в программе домашнего обучения («École à la maison»), может охватить тех, у кого нет доступа к YouTube⁵⁵.

В долгосрочной перспективе только сочетание технологических, образовательных и политических мер позволит Кот-д'Ивуару превратить социальные сети из пространства рисков в инструмент инклюзивного развития. Как показал опыт Ганы, где медиаграмотность снизила влияние фейков на 50%, инвестиции в цифровую экосистему окупаются ростом доверия граждан и укреплением демократических институтов⁵⁶.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В настоящем исследовании проведен комплексный анализ использования социальных сетей в Кот-д'Ивуаре, включая структуру и тематику контента, а также их влияние на формирование общественного мнения. В условиях быстрого роста зон покрытия интернета в регионе социальные сети выступают ключевым каналом коммуникации и фактором трансформации информационного пространства и социальных практик.

Проведенные исследования подтвердили, что в социальных сетях преобладает развлекательный контент. Это связано с тем, что аудитория в основном молодая, а возможности для создания сложных медиапродуктов пока ограничены. При этом контент отражает местные культурные особенности, традиционные ценности и особенности доступа к технологиям — это видно и в темах, и в визуальном оформлении, и в патриотической направленности публикаций.

Хотя интернетом пользуется примерно 38,4% населения, именно молодежь остается главным двигателем цифровых перемен. Facebook по-прежнему лидирует как платформа для личного общения и бизнеса, а TikTok и Instagram чаще используются

для развлечений и распространения патриотического контента.

Анализ также показал, что влияние социальных сетей на общественное мнение неоднозначно. С одной стороны, они помогают людям объединяться вокруг важных политических и социальных тем — это видно на примере активности пользователей с хэштегом #CIV2025 в преддверии выборов 2025 г.

С другой стороны, цифровая политизация приносит свои сложности: распространяется дезинформация, усиливаются информационные «пузыри» — когда люди видят только те мнения, которые им близки, — и растет поляризация. Все это снижает качество общественного диалога и затрудняет понимание разных точек зрения.

Кроме того, развитие цифрового пространства тормозят несколько важных проблем: низкая скорость интернета и неравномерное покрытие сети, высокая цена на устройства, недостаточный уровень медиаграмотности, а также цензура и политическое давление. Все это ведет к тому, что некоторые люди остаются по ту сторону цифрового разрыва или предпочитают самоцензуру.

Чтобы преодолеть эти вызовы, нужен комплексный подход, в котором совместно работают пользователи, государство и международные партнеры. Он включает повышение медиаграмотности через образовательные проекты, вложения в инфраструктуру и развитие альтернативных технологий, а также учет местных культурных особенностей и привлечение уважаемых лидеров мнений для поддержки изменений.

В целом социальные сети в Кот-д'Ивуаре представляют собой динамичную экосистему, отражающую и формирующую общественные процессы. Их влияние амбивалентно, однако очевидно, что цифровые платформы будут играть все более значимую роль в политической, социальной и культурной жизни страны. Перспективы дальнейших исследований связаны с изучением долгосрочного воздействия цифровизации на демократические процессы и социальную сплоченность, а также с разработкой стратегий минимизации рисков и максимизации возможностей цифровой трансформации.

⁵⁴ URL: <https://www.culturesofwestafrica.com/how-griots-keep-west-africas-stories-alive/>

⁵⁵ URL: <https://ecole-ci.org/>

⁵⁶ URL: <https://mfwa.org/issues-in-focus/mfwa-launches-report-on-mis-disinformation-polarisation-and-state-threat-in-ghana/>

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ / REFERENCES

1. Mwaura J. Navigating the digital horizon: Future trends and predictions in Africa. *Dialogues on Digital Society*. 2025;1(1):24–28. DOI: 10.1177/29768640241252714
2. Wike R., Silver L., Fetterolf J., Huang C., Austin S., Clancy L., Gubbala S. Social media seen as mostly good for democracy across many nations, but US is a major outlier. Washington, DC: Pew Research Center; 2022. 81 p. URL: <https://issuelab.org/resources/41469/41469.pdf>

3. Michelle T.O.P.É. Les radios de proximité et la question de la cohésion sociale en Côte d'Ivoire. *Cahiers Africains de Rhétorique*. 2024;3(2):258–274. (In French). DOI: 10.55595/5mjkbv17
4. Stern M.J., Adams A.E., Elsasser S. Digital inequality and place: The effects of technological diffusion on internet proficiency and usage across rural, suburban, and urban counties. *Sociological Inquiry*. 2009;79(4):391–417. DOI: 10.1111/j.1475-682X.2009.00302.x
5. Градюшко А.А. Платформы Instagram и TikTok в цифровом пространстве: сравнительный аспект. *Труды БГТУ. Серия: 4: Принт- и медиатехнологии*. 2021;1(243):12–19.
Hradziushka A.A. Instagram and TikTok platforms in digital space: a comparative aspect. *Proceedings of BSTU, issue 4, Print- and Mediatechnologies*. 2021;1(243):12–19 (In Russ.).
6. Gougou S.A.M., Mahona J.P. Digital Sociability and the Construction of Social Links on Social Digital Network in Ivory Coast: A Case Study of Young Abidjanese. *Direct Research Journal of Social Science and Educational Studies*. 2022;10(7):118–127. DOI: 10.26765/DRJSSES 91144695
7. Diabate N. On Visuals and Selling the Promise of Sexual Plaisir and Pleasure in Abidjan. *African Studies Review*. 2022;65(4):863–885. DOI: 10.1017/asr.2022.118.
8. Marwala T. Social media in politics. In: Artificial Intelligence, Game Theory and Mechanism Design in Politics. Singapore: *Springer Nature Singapore*; 2023:157–173.
9. Babo A. Nationalism and decolonization in the Ivory Coast. *Oxford Research Encyclopedia of African History*. 2022. DOI: 10.1093/acrefore/9780190277734.013.727
10. Chueca Del Cerro C. The power of social networks and social media's filter bubble in shaping polarisation: An agent-based model. *Applied Network Science*. 2024;9(1):69. DOI: 10.1007/s41109-024-00679-3
11. Гараганов А.В., Разов П.В. Предпочтения пользователей видеосервисов: результаты социологического исследования причин просмотра видео «без сюжета и содержания». *Социально-политические науки*. 2023;13(6):154–159. DOI: 10.33693/2223-0092-2023-13-6-154-159
Garaganov A.V., Razov P.V. Preferences of video service users: results of a sociological study of the reasons for watching videos “without a plot and content”. *Socio-political sciences*. 2023;13(6):154–159. (In Russ.). DOI: 10.33693/2223-0092-2023-13-6-154-159
12. Сайко Е.А., Шлыкова О.В. Медиапотребление культурно-образовательного контента: современные реалии. *Известия Уральского федерального университета. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры*. 2021;27(4):229–237. DOI: 10.15826/izv1.2021.27.4.090
Saiko E.A., Shlykova O.V. Media consumption of cultural and educational content: Modern realities. *Proceedings of the Ural Federal University. Series 1. Problems of education, science and culture*. 2021;27(4):229–237. (In Russ.). DOI: 10.15826/izv1.2021.27.4.090
13. Kperogi F.A. Social media and the demotic turn in Africa's media ecology. *History Compass*. 2022;20(2): e12711. DOI: 10.1111/hic3.12711
14. Hanrath J., Leggewie C. Revolution 2.0? The role of digital media in political mobilisation and protest. *Peace-Development-Environment*. 2013;37.
15. McCombs M.E., Shaw D.L. The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*. 1972;36(2):176–187.
16. Bamba A., Kamagaté A., Koivogui M., Koné D. Analysis of Social Networks among Students in Abidjan City. *Open Journal of Applied Sciences*. 2022;12(8):1339–1351. DOI: 10.4236/ojapps.2022.128092
17. Uti T., Marcella-Hood M. The lifecycle of a social media beauty trend: A case study of the Instagram body. *Cogent Arts & Humanities*. 2025;12(1):2472544. DOI: 10.1080/23311983.2025.2472544
18. Xie Z. The influence of social media on perception of body image and beauty standards on young people. *Transactions on Social Science, Education and Humanities Research*. 2024;5:143–148.
19. Wiryawan W., Sutantri S.C. Cyber bullying in social media against the stigma of Indonesian Women's Beauty Standards. *International Journal of Education, information technology, and others*. 2023;6(2):233–244. DOI: 10.5281/zenodo.7900364
20. Canivet M., Lecocq D. Between tradition and modernity, traditional medicine and nursing in Ivory Coast. *Revue de L'infirmiere*. 2019;68(247):27–29. DOI: 10.1016/j.revinf.2018.11.006
21. Цой Г., Зотова Т.А. Влияние политических факторов на развитие глобальных коммуникационных платформ в современном мире в контексте дела Павла Дурова. *Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки*. 2025;10(2(36)):205–214. DOI: 10.21603/2500-3372-2025-10-2-205-214

Tsoi G., Zotova T.A. The influence of political factors on the development of global communication platforms in the modern world in the context of the Pavel Durov case. *Bulletin of Kemerovo State University. Series: Political, Sociological and Economic sciences*. 2025;10(2(36)):205–214. (In Russ.). DOI: 10.21603/2500-3372-2025-10-2-205-214

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ / ABOUT THE AUTHORS

Гунвон Цой — кандидат психологических наук, доцент, кафедра психологии и развития человеческого капитала факультета социальных наук и массовых коммуникаций, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Российская Федерация

Keunwon Choi — PhD (Psychology), Assoc. Prof., Department of Psychology and Human Capital Development, Faculty of Social Sciences and Mass Communications, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russian Federation

<https://orcid.org/0000-0002-8203-8461>

Автор для корреспонденции / Corresponding author:

gwchoi@mail.ru

Ангелина Владимировна Смирнова — студентка, факультет социальных наук и массовых коммуникаций, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Российская Федерация

Angelina V. Smirnova — student, Faculty of Social Sciences and Mass Communications, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russian Federation

<https://orcid.org/0009-0009-6642-0765>

angelina-smirnova.1004@mail.ru

Конфликт интересов: авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Conflicts of Interest Statement: The authors have no conflicts of interest to declare.

Статья поступила 12.08.2025; принята к публикации 15.09.2025.

Авторы прочитали и одобрили окончательный вариант рукописи.

The article received on 12.08.2025; accepted for publication on 15.09.2025.

The authors read and approved the final version of the manuscript.