

Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. 2025. Т. 25, вып. 4. С. 463–474

Izvestiya of Saratov University. Sociology. Politology, 2025, vol. 25, iss. 4, pp. 463–474

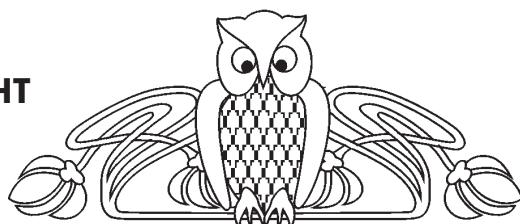
<https://soziopolit.sgu.ru>

<https://doi.org/10.18500/1818-9601-2025-25-4-463-474>, EDN: YSMNIF

Научная статья

УДК 32.019.51

Цифровая пропаганда как инструмент политической коммуникации в сетевом пространстве Рунета



М. В. Шешменёва

Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского, Россия, 603950, г. Нижний Новгород, просп. Гагарина, д. 23

Шешменёва Мария Васильевна, аспирант кафедры политологии, sheshmenyova@mail.ru, <https://orcid.org/0009-0007-5839-2851>

Аннотация. В статье рассматривается проблема ускоренного развития информационно-коммуникативных технологий в сетевом обществе и сопряженное с этим повышение роли социальных медиа в российской публичной политике. Процесс исследования пропаганды становится все более актуальным вследствие нарастания сложности управления социально-политическими процессами и возникающих кризисов. Цифровая пропаганда в данном контексте представляет собой распространение политических идей посредством использования социальных медиа и информационных технологий с целью оказания влияния на общественное сознание. Исследуется трансформация политической пропаганды, выделяются и описываются ее характерные особенности, а также условия эффективного применения. В статье визуализируется структура цифровой пропаганды в формате сетевого взаимодействия, представленная в виде коммуникационного процесса. Основное содержание исследования составляет анализ технологий и приемов цифровой пропаганды, используемых в интернет-пространстве социальных медиа. Главный акцент делается на рассмотрении интернет-троллинга и особенностей его коммуникативных приемов (агрессия, стигматизация, ирония, художественные формы). Также рассматривается технология создания интернет-мемов как нового визуального приема манипулятивного влияния. Сделан вывод о том, что роль и значение цифровой пропаганды в информационном обществе с течением времени будут постепенно возрастать в связи с усиливающейся агрессивностью информационной среды, расширением спектра манипулятивных средств и приемов коммуникативного воздействия на аудиторию в условиях информационного противостояния и возрастающей потребности в координации и управлении информационными потоками; с дальнейшим совершенствованием механизмов пропагандистского воздействия на аудиторию.

Ключевые слова: цифровая пропаганда, информационные технологии, социальные медиа, социальные сети, Рунет, политическая коммуникация, манипулирование, интернет-троллинг, интернет-мем

Для цитирования: Шешменёва М. В. Цифровая пропаганда как инструмент политической коммуникации в сетевом пространстве Рунета // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. 2025. Т. 25, вып. 4. С. 463–474. <https://doi.org/10.18500/1818-9601-2025-25-4-463-474>, EDN: YSMNIF

Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0)

Article

Digital propaganda as a tool of political communication within the Runet network space

M. V. Sheshmeneva

National Research Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod, 23 Prospekt Gagarina (Gagarin Avenue), Nizhnij Novgorod 603950, Russia

Maria V. Sheshmeneva, sheshmenyova@mail.ru, <https://orcid.org/0009-0007-5839-2851>

Abstract. The article examines the problem of accelerated development of information and communication technologies in the network society and associated increase in the role of social media in Russian public policy. The process of researching propaganda is becoming increasingly relevant due to the increasing complexity of managing socio-political processes and emerging crises. Digital propaganda in this context is the dissemination of political ideas through the use of social media and information technology to influence public opinion. The transformation of political propaganda is studied, its characteristic features are identified and described, as well as the conditions for its effective use. The article visualizes the structure of digital propaganda in the format of network interaction, presented as a communication process. The main content of the study is the analysis of technologies and techniques of digital propaganda used in the Internet space of social media. Particular emphasis is placed on examining Internet trolling and the specifics of its communication techniques (aggression, stigmatization, irony, artistic forms). The technology of creating Internet memes as a new visual technique of manipulative influence is also considered. The author comes to the conclusion that the role and importance of digital propaganda in the information society will gradually increase over time due to the

increasing aggressiveness of the information environment, the expansion of the range of manipulative means and methods of communicative influence on the audience in the context of information confrontation and the growing need for coordination and management of information flows; further improvement of the mechanisms of propaganda influence on the audience.

Keywords: digital propaganda, information technology, social media, social networks, Runet, political communication, manipulation, Internet trolling, Internet meme

For citation: Sheshmeneva M. V. Digital propaganda as a tool of political communication within the Runet network space. *Izvestiya of Saratov University. Sociology. Politology*, 2025, vol. 25, iss. 4, pp. 463–474 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/1818-9601-2025-25-4-463-474>, EDN: YSMNIF

This is an open access distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

Введение

Многообразие социальных медиа, их роль и значение в современной публичной политике существенно возрастают с развитием информационных технологий. Интернет-платформы, социальные сети, мессенджеры поэтапно расширяют свое влияние, при этом неизбежно снижается интерес общества к традиционным формам СМИ: по данным опроса ВЦИОМ от 27 января 2025 г., в качестве ключевых источников информации респондентами были названы интернет-порталы и сайты (29%), телеграм-каналы (28%), видеохостинги (15%), социальные сети и мессенджеры (кроме телеграм-каналов) (14%)¹. Особенno данная тенденция снижения интереса к традиционным формам СМИ заметна среди молодежи, для которой мессенджеры и социальные сети играют ключевую роль в получении информации, а также формирования системы представлений². Таким образом, можно констатировать высокую степень доверия опрошенных к информации, полученной в интернет-среде. В общественно-политическую жизнь вступают новые поколения молодых людей (миллениалы «поколение Y», зумеры «поколение Z», поколение «Альфа»), формирование идейных представлений которых происходило уже в принципиально отличных технологических условиях. Вследствие этого цифровое пространство становится новой областью, внутри которой возможно применение пропаганды [1, с. 81].

Вместе с тем по мере перемещения потребителей контента в социальные сети и мессенджеры и одновременно увеличения масштабов

информационного противостояния с Западом возрастают когнитивные и политические риски, связанные с регулярным использованием цифровых форматов коммуникации (политическое манипулирование, распространение страхов, игра на эмоциях, рост числа фактоидов, фейков, искажающих картину мира пользователей и пр.). По этой причине важное значение приобретает контроль «сверху» за информационной сетевой повесткой в целях защиты и продвижения национальных интересов, ценностей, идей. Пропаганда как средство коммуникации в условиях масштабной цифровизации не только не утратила своей привлекательности, напротив, доказала свою эффективность и жизнеспособность. Однако, учитывая специфику современного общества, его многосложность (социетальный характер по Т. Парсонсу), технологии 4.0, пропаганда как инструмент коммуникации трансформируется, чтобы сохранить свою качественную определенность и эффективность.

Совокупность политических коммуникаций является основополагающим элементом в системе государственного и общественно-политического управления. Характер коммуникационных взаимодействий, их трансформация определяют в последующем степень регламентации и контроля над социальными процессами [2, с. 73]. Пропаганда как один из механизмов коммуникации также подвержена трансформации вследствие развития информационных технологий.

Целью работы является изучение особенностей цифровой пропаганды, ее основных технологий, а также задач, которые решаются действующей властью с помощью цифровых инструментов в условиях информационного противостояния, с учетом изменения пользовательских предпочтений и смещения медиапотребления в сторону социальных медиа. Научная новизна исследования заключается в систематизации технологии цифровой пропаганды как инструмента политической коммуникации в сетевом пространстве Рунета.

¹ Телевидение в цифровую эпоху. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analyticheskii-obzor/televideenie-v-cifrovuju-ehpokhu> (дата обращения: 14.04.2025).

² Архитектоника образа будущего российского государства в сознании молодежи современного мегаполиса: региональные модели, факторы формирования, идентично-ценостные размежевания: отчет по НИР (проект № 1024021300036-4-5.4.1) / Шмелева О. Ю. Нижний Новгород: ННГУ 2025. 148 с.



Значимость теоретического рассмотрения феномена цифровой пропаганды подтверждается тем, что по степени развития российское медиапространство и пропаганда в интернете неразрывно связаны между собой. Процесс исследования пропаганды и контроль над ее использованием приобретает первостепенное значение не только для научного сообщества в рамках совершенствования теоретических знаний, но и для государственной власти на разных ее уровнях вследствие нарастания сложности управления социально политическими процессами и возникающих кризисов.

Новая полоса изысканий в области исследования пропаганды в интернете среди российских ученых началась с начала 2000-х гг. Это связано с распространением интернет-технологий, появлением первых российских социальных сетей.

Исследованием пропаганды в интернете как варианта мягкого воздействия занимался А. С. Миронов [3]. Особое место в его работе уделяется исследованию «раскрутки» конкретной темы в условиях информационного шума, когда возникает потребность облечить пропагандистское сообщение в более удобный к потреблению аудиторией продукт. В своем труде автор подробно рассматривает приемы, с помощью которых можно скрыть явные проявления пропагандистского воздействия и с помощью отдельных «микроуровней» пропаганды усилить звучание желательной темы, а нежелательной – искусственно нивелировать.

Привлекают внимание в аспекте проблематики нашего исследования работы В. А. Евдокимова (см., например, [4], направленные на изучение информационных технологий в пропагандистской деятельности. Автор акцентирует внимание на функциональном аспекте пропаганды в виртуальном пространстве, и прежде всего на ее информационной функции, заключающейся в обеспечении доступности официальных сведений для интернет-пользователей.

Всестороннее рассмотрение различных аспектов теории и практики функционирования интернет-коммуникации в условиях развития цифровых инструментов содержится в работах С. В. Володенкова [5] и С. Н. Федорченко [6]. В них исследуется потенциал интернет-пропаганды в политическом управлении, а также риски и угрозы современных политических коммуникаций.

Вклад в понимание внеинституциональных факторов цифровой пропаганды внес А. А. Коробов [2], в работах которого разрабатывается положение о зависимости цифровой пропаганды от неформальных видов осуществления политической коммуникации и перераспределения информационных потоков в политическом пространстве.

Внимание к специфике и особенностям политической пропаганды в цифровой среде привлек В. Д. Соловей [1], подчеркивая важность цифровой компьютерной пропаганды в условиях падения интереса и доверия к традиционным формам СМИ.

В работах А. А. Казакова [7] подробно рассмотрены вопросы манипулирования медиатекстами и проанализирован их потенциал воздействия на аудиторию. Автором предложен алгоритм измерения количественного выражения манипулятивности медиатекста.

В последние годы особое внимание привлекают работы в области новых технологий цифровой пропаганды. В трудах С. А. Шомовой [8] делается акцент на практику применения политических интернет-мемов как инструмента политических PR-технологий. Вопросам влияния политического интернет-троллинга посвящена работа А. Н. Шилиной [9].

В статье сфокусировано внимание на технологиях цифровой пропаганды в интернет-пространстве социальных медиа, представлены выводы и обобщения, сформулированные на основе данных, полученных посредством применения метода дискурс-анализа, отдельных элементов качественного контент-анализа, применяемые для исследования технологий троллинга в российских телеграм-каналах. Важное место в исследовании занимают методы мониторинга и включенного наблюдения, которые заключались в исследовании социальных медиа, отслеживании процесса распространения новых мемов.

Цифровая пропаганда как тип политической коммуникации

Важным для исследования является положение о том, что цифровая пропаганда как тип политической коммуникации характерна, прежде всего, для сетевого общества и невозможна вне контекста развития информационных технологий. Цифровую пропаганду можно трактовать как распространение политических

идей и взглядов посредством использования социальных медиа и информационных технологий с целью оказания влияния на общественное сознание.

Использование инструментов цифровой пропаганды возможно при выполнении определенных условий, напрямую влияющих на эффективность воздействия.

1. *Обеспечение технической возможности непрерывно получать, обрабатывать и распространять информационные сообщения – т. е. высокий уровень проникновения интернета и скорости связи.* По данным Mediascope, в 2022 г. уровень проникновения интернета достиг 81%³. В июне 2024 г., по данным Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ (на основе данных Минцифры России и Speedtest Global Index), медианная скорость загрузки данных по фиксированному широкополосному доступу (ШПД) в России составила 87,1 Мбит/с, что сопоставимо со среднемировым уровнем скорости⁴.

2. Высокая степень вовлеченности общества в процесс использования цифровых технологий. По данным Mediascope, в 2024 г. средняя ежемесячная аудитория интернета в России составила почти 103 млн чел.⁵ При этом среднее время потребления мобильного интернета в течение дня на человека составляет 3 часа 52 минуты.

3. Высокий уровень доверия аудитории к используемым цифровым площадкам. Согласно опросу ВЦИОМ, на втором месте после телевидения в качестве главного источника новостей респондентами были названы: новостные, аналитические, информационные сайты – 19%, социальные блоги, сети – 14%, мессенджеры – 11%⁶.

4. Наличие разнообразия в цифровых площадках – социальных сетях, мессенджерах, видеохостингах и т.д. По данным Mediascope за февраль 2025 г., самыми популярными социальными медиа на пространстве Рунета стали ВКонтакте, Telegram, Дзен, Одноклассники,

Rutube⁷. Также стоит отметить и развитие сравнительно новых российских социальных сетей, таких как Norm, Now, Грустнограм, Looky, TenChat, ЯRUS, Yappy.

5. *Распространение в обществе «клипового мышления»* – модели потребления информации, при которой характерно снижение интереса к длинным и сложным текстам и переключение внимания на более короткие текстовые сообщения, непродолжительные видеоролики, мемы. По данным ВКонтакте, число ежедневных просмотров на платформе коротких вертикальных роликов «VK Клипы» в августе 2024 г. составило 2,5 млрд⁸.

В контексте исследования цифровой пропаганды как коммуникационного процесса уместно остановиться на рассмотрении теоретического механизма функционирования данной технологии, ключевым элементом которого является *политический актор*, представляющий собой источник влияния – главного агента распространения информации. Соответственно, следующим звеном выступает непосредственное *информационное сообщение*, наполненное пропагандистским содержанием. В сущности, цифровая и традиционная пропаганда по своему идейному содержанию являются манипулятивным воздействием, используют идентичные повторяющиеся когнитивные искажения и стереотипные формы с целью сформировать у людей представление о том, что они самостоятельно пришли к определенным выводам.

Вследствие этого принципиальную важность для успешности пропагандистского воздействия имеет природная склонность человека к конформизму и социальному консенсусу [10, с. 277]. Значительное большинство людей, осознавая это или нет, руководствуются на бессознательном уровне стремлением к занятию позиции большинства, оказывая предпочтения действиям и суждениям, которые бы не вступали в противоречие с мнением большинства. Из свойственной человеку специфики психологии поведения в виде конформизма и стремления к консенсусу проистекает важное

³ Интернет в России в 2022–2023 годах. URL: <https://digital.gov.ru/uploaded/files/internet-v-rossii-v-2022-2023-godah.pdf> (дата обращения: 14.04.2025).

⁴ Россия в мировой гонке интернет-скоростей. URL: <https://issek.hse.ru/news/947041125.html> (дата обращения: 14.04.2025).

5 Как россияне используют интернет на смартфоне. URL: <https://medioscope.net/news/2654610/> (дата обращения: 14.04.2025).

⁶ Новости, достойные доверия. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/novosti-dostoinye-doverija> (дата обращения: 14.04.2025).

⁸ Ежедневные просмотры в VK Клипах. URL: <https://vk.com/press/clips-august-2024> (дата обращения: 14.04.2025).



следствие для использования различных политических технологий и, в частности, цифровой пропаганды [11, с. 22].

Для поддержания стабильной политической обстановки и лояльности политическому режиму необходимо сформировать у граждан впечатление о том, что подавляющее большинство поддерживает существующий режим. При этом будет не столь существенно, является это впечатление истинным или ложным, вследствие того, что граждане будут ориентироваться на консенсус и за редким исключением будут подвергать его сомнению в публичном поле. Сопоставимый эффект, известный под термином «спираль молчания», разработанный Элизабет Ноэль-Нойман, воспроизводится благодаря пропаганде [12]. В случаях, когда люди осознают тот факт, что их собственное мнение вступает в противоречие с точкой зрения, преобладающей в медийном пространстве, они начинают думать о том, что находятся в меньшинстве и поэтому сознательно воздерживаются от публичных высказываний.

После формирования медиатекста происходит его трансляция через каналы *распространения цифровой пропаганды* (социальные сети, мессенджеры, стриминговые сервисы и т.д.). В зависимости от выбранного канала в рамках социальных медиа определяется наиболее эффективная *совокупность информационных технологий распространения информации и контента* исходя из поставленных политическим актором задач. Определившись с выбором конкретных технологий цифровой пропаганды, информационное сообщение передается *интернет-пользователям и сетевым объединениям пользователей* – иначе говоря, объекту воздействия.

Заключительный этап коммуникационного процесса состоит в формировании *системы мониторинга обратной связи и внутреннем аудите информационной кампании*. Рассмотренный выше механизм функционирования цифровой пропаганды представлен в авторской схеме (рис. 1). Несмотря на наличие сходств в механизме осуществления традиционной



Рис. 1. Структура цифровой пропаганды как коммуникационного процесса

и цифровой пропаганды существуют различия. Существенным отличием цифровой пропаганды от пропаганды в ее классической интерпретации, несмотря на сохранение характеристик одностороннего воздействия на массовое сознание, является наличие определенного рода проявлений обратной связи. Обратная связь обеспечивается за счет используемых интернет-платформ и сервисов, на которых реализована возможность выражения реакции пользователя. В качестве подобного рода примеров обратной связи могут быть названы комментарии, лайки или дизлайки, репосты, подписки, реакции. Некоторые из них позволяют в количественном отношении оценить степень поддержки и одобрения распространяемого контента, что в конечном счете может повлиять на степень эффективности цифровой пропаганды.

Цели цифровой пропаганды совпадают с целями в традиционной пропагандистской деятельности. Являясь по своей природе манипуляцией, цифровая и традиционная пропаганда прибегают к применению одних и тех же когнитивных искажений, логических ловушек, стереотипных представлений для того, чтобы у общества, группы и индивида сформировалось впечатление, что те по собственной воле, независимо от других, пришли к соответствующим требованиям пропагандистов выводам и оценочным суждениям. Однако стоит заметить, что цели цифровой пропаганды не сводятся исключительно к манипулированию. В условиях информационного противостояния с другими странами и распространения иностранных средств влияния цель цифровой пропаганды состоит также и в защите традиционных ценностей и продвижении собственных идей.

Вместе с тем стоит акцентировать внимание и на процессе цифровой трансформации с присущими ей изменениями условий жизни, выражющимися в стремительном распространении информационных технологий и их проникновении во все сферы общественной жизни [13]. Данный тренд актуализирует потребность в пропагандистском воздействии со стороны государства, целью которого будет снижение уровня тревожности и страхов общества за счет повышения медиаграмотности населения перед происходящими изменениями, сопряженными с возникновением новых технологических рисков. Необходимо подчеркнуть, что одной из важных целей является формирование повестки дня за счет переноса внимания с одной

темы (зачастую негативной) на другую с целью разрядки напряженности и нормализации информационного фона.

Технологии цифровой пропаганды в интернет-пространстве социальных медиа

Трансформация политической пропаганды в эпоху цифровых технологий вызвана не только формированием нового сетевого общества и присущего ему коммуникативного интернет-пространства, но также возникновением различных форм человеко-компьютерного взаимодействия – автоматизированных алгоритмов, опосредованно определяющих характер коммуникации между людьми. В данной статье речь пойдет об основных технологиях цифровой пропаганды, которые применяются в интернет-пространстве социальных медиа, характерных для российской действительности.

В рамках развития подобных технологий особый интерес для совершенствования пропагандистских инструментов влияния представляет собой внедрение интернет-троллинга. Троллинг может преследовать различные цели и выполнять вариативные задачи, в том числе на коммерческой основе, являясь единственным механизмом манипулирования политической повестки [5, с. 57]. Под интернет-троллями подразумеваются уже не стандартизованные алгоритмы общения, а живые люди, самостоятельно инициирующие дискуссию на различные темы. Троллинг может быть как персонифицированным (личность автора не скрывается), так и анонимным. Подавляющее большинство интернет-троллей представляют собой анонимные фейковые аккаунты, скрывающиеся за вымышленными персонажами [9, с. 230]. Существенным отличием троллинга от применения обычных ботов является то, что интернет-тролли способны выстраивать дифференцированную дискуссию, подстраиваясь под контекст, а также учитывать мнение собеседника. Троллинг представляет собой не только прямые оскорблении, издевательства в адрес других интернет-пользователей, это более широкое понятие, не ограничивающееся написанием резких комментариев. Смысл троллинга в цифровой пропаганде более сложный и заключается в том, чтобы разрушить сложившиеся коммуникационные связи, сорвать нежелательную дискуссию или инициировать обсуждение требуемой темы за счет



формирования негативного отношения к определенным акторам в социальных медиа.

Политический троллинг в сетевом пространстве Рунета за последние годы превратился в одну из ключевых технологий цифровой пропаганды [14]. Мы остановимся на наиболее ярких приемах интернет-троллинга, используемых в российских провластных телеграм-каналах.

Первый прием – *агрессия*. Для подобного рода троллинга характерно использование агрессивных выражений, проявляющихся в форме пейоративной лексики, прямых оскорблений и резкого тона ведения дискуссии. В табл. 1 представлены слова-маркеры, свидетельствующие о наличии агрессии по отношению к

конкретным политическим акторам и группам людей. В данном случае целью пропаганды является формирование негативного отношения общественности к акторам публичной политики, в адрес которых используются оскорблений. Также стоит обратить внимание на факт провоцирования конфликта, который используется в качестве стимулирования подписчиков канала на реакции и комментарии, поощряя их высказываться в аналогичном негативном ключе. Являясь по своей сути деструктивной технологий, нарушающей этико-речевые нормы, агрессия в виде интернет-троллинга способствует выработке общей стратегии государственной власти в виде формировании образов врага и консолидации общества вокруг негативной повестки.

Таблица 1

Троллинг в форме агрессии

Комментарий автора в социальных медиа	Слова-маркеры	Ссылка на ресурс
«Самонадеянный Шольц всерьез считает, что будущую “систему безопасности Европы” можно построить, не учитывая позицию России»	Самонадеянный Шольц	https://t.me/SolovievLive/313438
«Ему понятно, где находятся главные враги Америки – это сатанинская Европа и Евросоюз, лживые мерзкие твари, о чем вчера Трамп уже намекнул»	Сатанинская Европа Лживые мерзкие твари	https://t.me/SolovievLive/313577
«Трамп, показывает, что США – самая корумпированная страна в мире, а все сказки, которые здесь верещали из каждого угла конченные подонки от секты Навального до секты Бенедиктова, псевдоэкономисты, оказались ложью»	Конченные подонки	https://t.me/SolovievLive/313700
«Беглые навальнисты неоднократно подставляли своих последователей»	Беглые навальнисты	https://t.me/SolovievLive/315213
«У кровавого режима киевских подонков еще есть шанс спасти своих людей»	Кровавый режим Киевские подонки	https://t.me/medvedev_telegram/572
«Все эти НАТОвские крысы по несколько раз побывали статистами кровавого шапито Зеленского»	НАТОвские крысы Кровавое шапито Зеленского	https://t.me/MariaVladimirovnaZakharova/9967
«Ноль эмпатии – уехавший в Баку умник из “Что? Где? Когда?” Аскеров выступил за убийство русских детей»	Уехавший в Баку умник	https://t.me/readovkanews/94023

Второй прием – *стигматизация*. Подобная технология может использоваться как процесс маркирования политических оппонентов, заключающийся в социальной стигматизации (навешивании ярлыка), а также поляризации

взглядов посредством идентификации «своих и чужих». В табл. 2 представлены слова-маркеры, свидетельствующие о наличии стереотипичных по отношению к странам и содружествам стран речевых клише. Итогом подобного рода

пропаганды, посредством политической стигматизации, станут маркирование и выделение нежелательных групп стран (Европейского союза) и противопоставление их другим членам одобряемой общности (России и странам СНГ). Так, использование стигмы «нацистский» направлено на однозначно отрицательное восприятие объекта и является популярным словом-три-

гером для формирования негативного отношения вне зависимости от контекста его употребления. Таким образом создается определенный образ в восприятии страны как «неправильной» и «негуманной». В конечном итоге цель подобного приема троллинга будет состоять в изоляции нежелательного объекта посредством его дискриминации и формирование стигмы.

Таблица 2

Троллинг в форме стигматизации

Комментарий автора в социальных медиа	Слова-маркеры	Ссылка на ресурс
«По нацистским лекалам Европа становится фашистской, но это лишь промежуточная стадия»	По нацистским лекалам	https://t.me/warfakes/27634
«Также власти Литвы бахвалятся, чтобы доказать свою нужность их западным хозяевам»	Западные хозяева	https://t.me/warfakes/27437

Третий прием – ирония. Для данной технологии характерно использование ироничных и саркастичных замечаний в адрес объекта, характеризующихся менее агрессивным содержанием, воспринимаемых пользователями как юмор. В табл. 3 представлены слова-маркеры, свидетельствующие о наличии ироничных/саркастичных замечаний по отношению к группам людей и политическим процессам. Ирония в данных примерах заключается, с одной стороны, в преувеличении признака объекта, как во фразе «быстрые выборы», направленной на акцентирование внимания на отсутствие легитимности в электоральной

процедуре, с другой стороны – в преуменьшении признака объекта, как во фразе «так называемая комиссия», подчеркивающая некомпетентность и несостоятельность принимаемых решений. В отличие от приема агрессии, ирония, в свою очередь, нацелена на смягчение остроты высказывания. Итогом подобного рода пропаганды, посредством создания ироничных высказываний, станет формирование дискурса и высказываний в смыслах, отличных от буквального понимания, выполняющих функцию «разрядки» коммуникации и представляющих собой продукт коллективного восприятия, говорящего и слушающего.

Таблица 3

Троллинг в форме иронии

Комментарий автора в социальных медиа	Слова-маркеры	Ссылка на ресурс
«Издание отмечает, что Путина и Трампа также может не устроить перспектива “быстрых выборов”, и они не станут спокойно наблюдать, как Зеленский движется ко второму сроку»	Быстрые выборы	https://t.me/readovkanews/94687
«После того как силовики Зеленского захватили Ближние пещеры Киево-Печерской лавры, так называемая комиссия двинулась в Дальние пещеры»	Так называемая комиссия	https://t.me/readovkanews/94613
«Коалиция решительных – в Киеве. Это группа военных из стран Евросоюза, которые сгруппировались под звучным названием и приехали в гости к Владимиру Зеленскому»	Коалиция решительных в Киеве	https://t.me/warfakes/27642
«Перед нами очередная неуклюжая (и ожидаемая) попытка этической манипуляции со стороны Киева, который пытается отвести фокус внимания от того, что условия перемирия, актуальные на данный момент, выгодны только Украине»	Очередная неуклюжая (и ожидаемая) попытка	https://t.me/warfakes/27383

Выраженное в верbalном плане ироничное высказывание оптимизирует и упрощает межличностные отношения, особенно в формате один (телеграм-канал как субъект) ко многим (подписчики).

Четвертый прием – художественный. Этот прием заключается в использовании средств художественной выразительности для создания более красочных и ярких образов, которые рассматривает субъект. В табл. 4 представлены

слова-маркеры, свидетельствующие о наличии средств художественной выразительности, таких как сравнение и метафора, построенные на основе сходства или контраста явлений. Интердискурсивность в виде художественных элементов в современной политической пропаганде имеет целью удержание внимания аудитории, а также формирование в сознании пользователей ярких и хорошо знакомых им образов для получения поддержки и социального одобрения.

Таблица 4

Троллинг в художественной форме

Критерий троллинга	Комментарий автора в социальных медиа	Слова-маркеры	Ссылка на ресурс
Метафора	«Разлагающийся труп экономики Евросоюза»	Труп экономики	https://t.me/medvedev_telegram/575
Сравнение	«Кто просроченному опять с утра горилку вместо чая налил?»	Просроченный	https://t.me/margaritasimonyan/14650

Однако в процессе троллинга необходимо учитывать, что одним из следствий подобной технологии может являться и то, что наличие агрессивных и резких комментариев, нецензурная лексика, создающие общий негативный фон, могут вынудить человека, с одной стороны, покинуть политическую дискуссию (отписаться от данного интернет-аккаунта) либо, с другой стороны, провоцируют негативные чувства в адрес пользователя, в интернет-профиле которого данные оскорблений появляются.

Одним из самых ярких проявлений троллинга в интернете является использование контента на основе мемов. Политический интернет-мем можно определить как визуализированный тип сообщения в интернете, объединяющий совокупность тем и смыслов, актуальных для сетевого сообщества, которому присущи вирусное распространение и высокая скорость тиражирования за счет наглядности изображения и запоминающегося смыслового и идейного содержания [8, с. 26]. Мемы постепенно становятся одним из способов политической массовой коммуникации, являясь частью цифровой пропаганды и сетевого дискурсивного пространства. Упрощенное представление актуальных политических тем в виде интернет-мемов делает их легко восприимчивыми для широкой аудитории, а следовательно, превращает их в эффективный инструмент влияния в рамках социальных

медиа. Не менее важным в этом ключе, наряду с тиражированием самого мема, является его комментарийная поддержка под постом. Таким образом, создается видимость широкого общественного недовольства тем, против кого направлено использование политических мемов.

Приведенные в статье мемы направлены на дискредитацию несистемной российской оппозиции (рис. 2), СМИ (рис. 3), а также конкретных персон в лице Президента США

Рис. 2. Пример мема, дискредитирующего несистемную российскую оппозицию⁹

⁹ Telegram-канал «Дети Сороса». URL: <https://t.me/DetiSorosa/1247> (дата обращения: 14.04.2025).



Рис. 3. Пример мема, дискредитирующего независимые российские СМИ¹⁰

Дональда Трампа (рис. 4) и бывшего Президента Украины Петра Порошенко (рис. 5). Основная задача подобных мемов – это снижение доверия к визуализируемому объекту и формирование его негативного имиджа. Таким образом, мем на рис. 2, направлен на дискредитацию представителей российской несистемной оппозиции, подрыв их авторитета в контексте их зависимости от западного влияния (США, Великобритания, Европейский союз). Также подчеркивается их несамостоятельность в связи с невозможностью самостоятельного финансирования своих проектов и поиском инвесторов. Обращая внимание на



Владимир Путин подписал Указ о назначении Трампа президентом США

Рис. 4. Пример мема, дискредитирующего Президента США Дональда Трампа¹¹

мем, изображенный на рис. 3, можно констатировать использование приема стигматизации, заключающегося в использование стигмы «продажные СМИ». Рассматривая мем на рис. 4, можно заметить отсылку к фейковым сообщениям о вмешательстве России в президентские выборы в США, прошедшие в 2016 г., победу на которых одержал Дональд Трамп. Актуальное продолжение данного сюжета нашло и в 2025 г. с очередной победой на выборах американского президента. При этом, если говорить о меме на рис. 5, его целью является не столько дискредитация бывшего Президента Украины, сколько демонстрация



Рис. 5. Пример мема, дискредитирующего бывшего Президента Украины Петра Порошенко¹²

¹⁰ Telegram-канал «Дети Сороса». URL: <https://t.me/DetiSorosa/1278> (дата обращения: 14.04.2025).

¹¹ Мемы про политику. URL: https://aminoapps.com/c/humor-rus/page/blog/memy-pro-politiku/V0m1_246i7u5oKRJL62MaD3er5DRWzqXWaa (дата обращения: 14.04.2025).

¹² Там же.



позитивного образа Президента РФ Владимира Путина посредством использования приема антитезы.

Мемы представляют собой специфический прием цифровой пропаганды, который всегда является реакцией на политические события, информационные поводы, а также публичные выступления акторов политического процесса, и в связи с этим напрямую связан с текущим политическим курсом. Для государства мем становится инструментом влияния на новостную повестку дня, выражением собственной политической позиции и вместе с тем конструированием общероссийской идентичности на основе определенных идеологических конструктов. В этом ключе мы можем говорить о цифровой пропаганде посредством мемов как о примере конструктивной деятельности в области социально-политической коммуникации.

Потенциал использования мемов в политике подтверждается и соответствующими опросами. Так, сервис по проведению онлайн-опросов Анкетолог совместно с PR-агентством Mediacom.Expert провели опрос российских интернет-пользователей об их отношении к использованию мемов в коммуникациях. По результатам опроса от 18 августа 2023 г. 49% участников воспринимают мемы положительно, при этом подавляющее большинство (70%) – это молодые люди в возрасте от 18 до 30 лет¹³. Нейтрально к данному виду коммуникации относятся 40% респондентов, а негативно – только 11%. По расшифровке смысла мемов 96% информантов ответили, что обычно понимают смысл тех или иных изображений, а 51% расшифровывают их практически всегда. Данный опрос подтверждает исследовательскую гипотезу об актуальности использования интернет-мемов в качестве технологий цифровой пропаганды в социальных медиа и их восприимчивости населением.

Выводы

Цифровая пропаганда является важным инструментом политической коммуникации, управления информационной повесткой, при этом демонстрируя тенденцию к трансформации с учетом конъюнктурных изменений и

медиатизации политического пространства. По сравнению с традиционной пропагандой, цифровая пропаганда более адаптивная к вызовам и рискам и имеет ряд важнейших преимуществ. Она более оперативно обеспечивает обратную связь с аудиторией за счет мониторинга в режиме реального времени пользовательских реакций на распространяемый контент, предоставляя возможность гибко и адресно подходить к пропагандистскому воздействию.

Цифровая и традиционная пропаганда как инструменты манипулятивного воздействия используют идентичные тактические приемы. Трансформируются всего лишь технологии воздействия, актуализирующиеся в связи с развитием информационных средств коммуникации и связи. С уверенностью можно констатировать, что роль цифровой пропаганды как инструмента политической коммуникации в сетевом пространстве Рунета будет значительно возрастать с развитием самого цифрового пространства и расширением спектра социальных медиа.

Ключевое значение будет приобретать дальнейшее совершенствование технологий цифровой пропаганды в пространстве социальных медиа, таких как интернет-троллинг и интернет-мемы, являющиеся наиболее релевантными в современных условиях клипового мышления и ускоренного потребления пользователями просматриваемого контента (в особенности провластного).

Для государства как основного актора политического процесса принципиально важным должно стать формирование новых подходов к использованию цифровой пропаганды в конструктивном ключе, призванной релевантно отражать новые ценности, цели и приоритетные направления в развитии страны. Мобилизация общества за счет пропагандистского воздействия является важным условием для формирования идеологических установок у населения и изменения его ценностных предпочтений, потому как именно с помощью цифровой пропаганды в сознании людей складывается восприятие политической действительности. Дальнейшие исследования пропаганды в интернете, поиск новых технологических методов ее осуществления, а также в конечном счете повышение ее эффективности будут иметь приоритетное значение для информационной безопасности Российского государства.

¹³ Мемы в маркетинге // Анкетолог. Маркетинг, 18 августа 2023 г. URL: <https://iom.anketolog.ru/2023/08/17/memy-v-marketinge> (дата обращения: 04.04.2025).

Список литературы

1. Соловей В. Д. Особенности политической пропаганды в цифровой среде // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2018. Т. 8, № 1 (31). С. 81–87. <https://doi.org/10.26794/2226-7867-2018-7-1-81-87>, EDN: YMOYRS
2. Коробов А. А. Цифровая пропаганда и неформальные политические коммуникации: эффект функциональной связи // Вестник Поволжского института управления. 2022. Т. 22, № 4. С. 73–82. <https://doi.org/10.22394/1682-2358-2022-4-73-82>, EDN: GNBEOP
3. Миронов А. С. Раздувай и властвуй: технологии современной «мягкой» пропаганды. М. : Добросвет, 2000. 216 с.
4. Евдокимов Е. А. Пропаганда в Интернете // Полис. Политические исследования. 2012. № 4. С. 137–142.
5. Волденков С. В. Цифровые актанты и вычислительная пропаганда как инструменты воздействия на массовое сознание в условиях глобальных технологических трансформаций // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. 2024. № 2. С. 47–70. <https://doi.org/10.55959/MSU0868-4871-12-2024-2-2-47-70>
6. Волденков С. В., Федорченко С. Н., Печенкин Н. М. Риски, угрозы и вызовы современных социально-политических коммуникаций в условиях развития искусственного интеллекта и нейросетевых технологий // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС. 2024. № 3. С. 474–494. <https://doi.org/10.21638/spbu23.2024.307>
7. Казаков А. А. Манипулятивный потенциал поляризованного политического медиатекста: вариант измерения // Вестник Московского университета.
8. Шомова С. А. Развлекать и властвовать: образы российской власти и оппозиции в интернет-мемах // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2019. № 3. С. 23–43. <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.2.2019.2343>
9. Шилина А. Н. Аффект или идеология: влияние политической поляризации на восприятие интернет-троллинга // Политическая наука. 2023. № 3. С. 230–251. <https://doi.org/10.31249/poln/2023.03.11>
10. Юдина К. В. Феномен неучастия и политический конформизм в современном российском обществе // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2024. № 1, ч. 1 (98). С. 276–278. <https://doi.org/10.24412/2500-1000-2024-11-1-276-278>, EDN: CEKPRW
11. Мысовских Л. О. Политический конформизм как необходимость существования человека в идеологических рамках тоталитарного государства // Вестник Омского университета. 2023. Т. 28, № 1. С. 20–24 [https://doi.org/10.24147/1812-3996.2023.28\(1\).20-24](https://doi.org/10.24147/1812-3996.2023.28(1).20-24)
12. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания : пер. с нем. М. : Прогресс ; Весь мир, 1996. 352 с.
13. Победин П. К. Использование искусственного интеллекта и цифровых технологий как метода политического влияния на молодежь // Постсоветский материк. 2024. № 4. С. 65–78. https://doi.org/10.48137/23116412_2024_4_65
14. Стукал Д. К., Шилина А. Н. Отношение к власти как фактор восприятия политического троллинга в российских социальных медиа // Полис. Политические исследования. 2022. № 4. С. 179–191. <https://doi.org/10.17976/jpps/2022.04.14>

Поступила в редакцию 22.04.2025; одобрена после рецензирования 05.09.2025; принятая к публикации 17.09.2025
The article was submitted 22.04.2025; approved after reviewing 05.09.2025; accepted for publication 17.09.2025