

УДК 324

DOI: 10.21209/2227-9245-2019-25-6-80-90

## ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ МАНИПУЛИРОВАНИЯ И ПРОПАГАНДЫ В СОВРЕМЕННОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПРАКТИКЕ

### INTERNET TECHNOLOGIES OF MANIPULATION AND PROPAGANDA IN MODERN POLITICAL PRACTICE



**С. А. Сотников,**  
Московский государственный  
областной университет, г. Москва  
sergey@histr.ru



**А. А. Сотников,**  
Московский государственный  
областной университет, г. Москва  
microlabuss@mail.ru



**Г. П. Камнева,**  
Московский государственный  
областной университет, г. Москва  
kamnevagp@gmail.com

**S. Sotnikov,**  
Moscow Region State University,  
Moscow

**A. Sotnikov,**  
Moscow Region State University,  
Moscow

**G. Kamneva,**  
Moscow Region State University,  
Moscow

Актуальность исследования проблематики применения технологий интернет-коммуникаций в современных политических кампаниях в целом и технологий интернет-манипулирования и пропаганды, в частности, обусловлена постоянно возрастающим влиянием интернета на формирование и функционирование современного политического сообщества как фактора политической реальности, качественно изменившего природу традиционной политической коммуникации. Отмечено, что данное явление является объектом научных исследований различных дисциплин, что обусловлено возрастающей ролью интернета в социальной сфере и ростом популярности использования онлайн-пространства в качестве инструмента политической коммуникации. Указано, что, несмотря на наличие определенного количества публикаций, проблематика не изучена всесторонне в силу постоянно развивающихся интернет-технологий. Возрастает количество и качество каналов политической интернет-коммуникации, количество сетей и сервисов, что предопределяет наличие постоянного устойчивого интереса исследователей к проблемному полю данной статьи. Приводится развернутая характеристика методов и приемов, используемых в сети Интернет при проведении политических кампаний. При этом делается упор на характеристику относительно новых технологий, которые постепенно, но достаточно верно занимают свое место в интернет-манипулировании. Рассматриваются каналы интернет-коммуникации, которые используются при манипулировании и пропаганде. Сделан вывод, что современная манипуляция и пропаганда в сети Интернет во многом использует те же методы и технологии, что и традиционные средства массовой информации. Традиционные подходы используются более эффективно, что можно проследить в практике организации и проведения различных политических кампаний. Отмечено, что каналы интернет-манипуляции в рамках политических кампаний разнообразны. Они предоставляют множество возможностей для воздействия на общественное и индивидуальное сознание. Это предопределяет мысль о необходимости дальнейшей работы по проблеме, поскольку, как представляется, данное направление будет иметь все большее развитие в дальнейшем

**Ключевые слова:** политическая коммуникация; интернет-коммуникации; интернет-пространство; интернет-пользователи; ресурсы и каналы политической коммуникации; манипуляции и пропаганда в современной политической практике; астротурфинг; политические кампании

The relevance of the study of the use of Internet communication technologies in modern political campaigns, in general, and Internet manipulation and propaganda technologies, in particular, due to the ever-increasing influence of the Internet on the formation and functioning of the modern political community as a factor of political reality, qualitatively changed the nature of traditional political communication. At the same time, this phenomenon has already become the object of scientific research in various disciplines, due to the increasing role of the Internet in the social sphere and the growing popularity of the online space use as a tool of political communication. At the same time, despite the presence of a certain number of publications, it is impossible to say that the problems are studied comprehensively. The number and quality of political Internet communication channels are constantly increasing, as well as the number of networks and services. This predetermines the presence of a constant steady interest of researchers in the problem field of this article. The article provides a detailed description of the methods and techniques used in the Internet in political campaigns. The emphasis is made on the characteristics of relatively new technologies, which gradually, but quite correctly take their place in Internet manipulation. The article describes the channels of Internet communication that are used and can be used in manipulation and propaganda. The authors' conclusions are based on the conviction that modern manipulation and propaganda on the Internet, in many ways, uses the same methods and technologies as the traditional media. At the same time, traditional approaches are used more effectively, and it can be seen in the organization and conduct of various political campaigns. The Internet-manipulation in political campaigns is varied. They provide many opportunities to influence public and individual consciousness. This predetermines the idea of the need for further work on the problem, since it seems that this direction will be increasingly developed in the future.

**Key words:** political communication; Internet communications; Internet space; Internet users; resources and channels of political communication; manipulation and propaganda in modern political practice; astroturfing; political campaigns

**В**ведение. Благодаря огромному объему информации, циркулирующей в сети Интернет, простоте и доступности для понимания информационных сообщений, а также практически полному отсутствию цензуры и каких бы то ни было ограничений, интернет стал тем местом, где создаются альтернативные мнения, площадкой для формирования так называемого электронного гражданского общества [9]. То общение, которое происходит в блогах и микроблогах, на различных форумах и порталах, представляет собой качественно новое межличностное общение, стирающее национальные и территориальные границы. Однако из-за необъятного количества размещаемой в глобальной сети информации, как полезной, так и не представляющей особой значимости, человек теряет способность ориентироваться в этом информационном пространстве и выбирать действительно значимую для себя информацию, что делает его доступным объектом для манипулятивного воздействия.

Интернет изобилует разнообразием ресурсов и каналов политической коммуникации, обладающих мультимедийностью и интерактивностью, что облегчает осуществление манипуляции и пропаганды в современной политической практике.

С каждым годом количество каналов политической коммуникации в сети Интернет неуклонно возрастает: появляются новые

сети, а также сервисы в уже существующих сетях. Сайты политических деятелей, партий и госструктур, будучи одним из первых каналов коммуникации между властью и обществом в интернет-пространстве, постепенно утрачивают свою эффективность, во многом из-за того, что интернет-пользователи не доверяют правдивости размещаемой там информации, а также потому что основная интернет-аудитория не заинтересована в простом ознакомлении с материалами, не имея возможности обратной связи с политическим субъектом. В то же время нельзя их сбрасывать со счетов. Будучи рекламным продуктом, политические веб-сайты все же способны передавать определенные сигналы в избирательное поле, воздействуя на потенциальный избирательный избиратель. Применяя новые технологии интернет-коммуникации, некоторые веб-сайты становятся все более интерактивными и мультимедийными, размещающими информацию и сервисы, которые имеют спрос у целевой интернет-аудитории.

**Методология и методика исследования.** Основу исследования составили как общенаучные, так и специальные научные методы. Помимо традиционных общенаучных методов, таких как сбор, анализ и синтез материала, в работе активно использовались методы дедукции и индукции, которые позволяют выстроить логические цепочки от общего к частному и наоборот.

Основу исследования составили методы системного и структурно-функционального анализа. Первый позволил говорить о политической системе общества и об интернет-манипулировании как самостоятельной, динамично развивающейся системе. Второй, в свою очередь, дал возможность рассматривать, например, интернет-коммуникации как самостоятельную, своеобразную структуру со свойственными только ей функциями.

Воссоздание наиболее полной картины, характеризующей проблемное поле любого исследования, по нашему мнению, возможно только при комплексном использовании как общенаучных, так и специальных научных методов и предопределенных ими методологий и методологических подходов. Данный подход применен в данном исследовании.

*Результаты исследования и область их применения.* В настоящее время форумы, блоги и социальные сети выстроили специфическую и принципиально новую структуру обмена информацией. Именно эти каналы становятся основным источником сведений о событиях в своей стране и в мире, мнениях, маркетинговых рекомендациях, оценках товаров и услуг, а также о политическом процессе в целом для огромного количества людей, заменяя привычные источники информации. С появлением мобильных устройств с неограниченным доступом к сети Интернет люди получили возможность всегда оставаться на связи со своими друзьями в социальных сетях, быть в курсе последних событий и произошедших изменений по всему миру.

Политические форумы в качестве канала коммуникации давно завоевали признание в интернет-пространстве и продолжают оставаться популярными. В контексте феномена манипуляции и пропаганды интернет-форумы часто используются дляброса определенной информации, которая вызывает бурные дискуссии и может быть распространена на другие каналы интернет-коммуникации, вызвав ожидаемую реакцию интернет-аудитории. Форумы нередко выступают площадкой для применения такой технологии создания искусственного общественного мнения, как астротурфинг.

Множество людей пользуются данными из социальных сетей и блогов. Среди интернет-аудитории эти источники воспринимаются как наиболее информативные и заслуживающие наибольшего внимания. Блогеры,

позиционирующие себя авторитетными в той или иной области, часто имеют огромное число читателей. Причиной этому является так называемое «личное отношение к написанному», поскольку опубликованное в блоге послание воспринимается как непосредственное мнение конкретного живого человека. Вместе с тем в блогосфере политика не является приоритетной темой и, таким образом, возможности продвижения темы политической кампании с ее помощью носят ограниченный характер.

По данным Всероссийского опроса ВЦИОМ, проведенного в 2013 г. [1], больше, чем традиционным СМИ, блогам доверяют лишь 8 % населения, пользующиеся интернетом (по сравнению с 56 % тех, кто предпочитает традиционные источники информации). Это говорит о достаточно низком уровне доверия к информации, размещаемой в блогосфере, что снижает ее манипулятивный потенциал в политических кампаниях.

Материалы, опубликованные в социальных сетях и блогах, традиционно отличаются высоким уровнем субъективности. Данным каналам коммуникации присуща открытость в выражении своего мнения, чувств и эмоций, что дистанцирует их от традиционных медиа, особенно таких, где журналист должен выражать объективную и взвешенную позицию редакции, а не свое личное видение проблемы. По мнению Э. Тэйлора, это привлекает многих читателей, которые хотят, например, ознакомиться с альтернативной и субъективной точкой зрения [12, С. 121].

Согласно небольшому опросу, проведенному на интернет-портале 7x7-journal.ru [6], интернет-пользователи считают, что ВЦИОМ предоставляет недостоверные данные, и на самом деле они склонны доверять информации, размещаемой в блогах.

Социальные сети, например, Facebook, ВКонтакте, Мой мир, Instagram, Twitter, завоевывают все большую популярность среди интернет-аудитории. Так, согласно исследовательскому холдингу Ромир, в период с 2012 по 2015 гг. количество пользователей социальными сетями в России увеличилось с 80 до 91 % (в молодежной аудитории показатель доходит до 98 %, а среди россиян 45...50 лет снижается до 86 %) [11]. Социальные сети предоставляют возможность не только наблюдать за человеком, но и активно на него воздействовать, ретушировать его

позицию и отношение к различным политическим ситуациям, изменять взгляды на те или иные проблемы и формировать определенные убеждения. Социальные сети позволяют транслировать в массы разнообразную информацию: от тестирования политических идей и поиска альтернативных решений до односторонней передачи информации, когда блог или онлайн-дневник являются лишь «рупором оратора». Внутри круга виртуальных друзей информация имеет тенденцию к зацикливанию, и в результате получается все более однообразная картинка мнений. Например, Facebook практикует методику «подкидывания» информации: если человек отметил какую-либо ссылку, то под ней появляется окошко «Похожие материалы», которые социальная сеть сама генерирует, исходя из запроса интернет-пользователя.

Таким образом, свобода в социальных сетях весьма условна, и, кроме того, пользователь не может быть уверен в том, что сам выбирает круг источников информации – ему могут «подсказать» друзей, группы по интересам, скорректировать новостную ленту, предложить к прочтению то, что якобы входит в сферу его интересов. Это и есть инструмент манипуляции сознанием, который становится системой управления действиями или мотивами людей.

В блогосфере распространенным методом манипулирования является создание ненастоящих, «подставных» блогов политических и общественных деятелей с целью размещения в них материалов «черного PR». При этом используются дискредитирующие личность материалы или информация, которая нагнетает страх и напряжение в обществе [5]. Примерами могут служить два «псевдоблога» Ю. Шевчука, солиста группы «ДДТ», один из которых появился на следующий день после его знаменитого чаепития с В. В. Путиным, а также фальшивый блог губернатора Свердловской области А. С. Мишарина, в котором он якобы дал комментарии по поводу бизнеса своей дочери. Именно разоблачающие материалы, слухи и клевета вызывают наибольший интерес у интернет-сообщества, которое может затем эту дезинформацию вирусно распространять по сети.

Во многих странах мира, в том числе и в России, большую популярность приобрел интернет-сервис для обмена короткими со-

общениями – *Twitter* (Твиттер). Общение в Твиттере происходит с помощью микро-сообщений, «твитов», которые содержат не более 140 знаков (максимально коротко и информативно). Также данный сервис предоставляет возможность работать с фото и видео и создавать массовые опросы. Любой пользователь может сделать «ретвит» понравившегося ему сообщения, т. е. разместить его на своей странице. Это позволяет распространить любую новость среди большого количества людей всего за несколько часов. С момента своего появления данная социальная сеть быстро политизировалась: большинство политических деятелей и лидеров общественного мнения ведут свои странички в Твиттер и делятся с читателями своим мнением по поводу различных событий и известных в политической сфере личностей. Таким образом, Твиттер предоставляет возможности для размытия сложившихся рамок между властью и обществом, налаживания обратной связи, а также апробирования новых идей в массах.

С другой стороны, Твиттер открывает обширные возможности для политической манипуляции и пропаганды, позволяя, например, формировать «повестку дня» и отвлекать внимание от реальных проблем. С его помощью становятся возможным организовывать митинги, массовые протесты и даже революционные силы. Примерами таких «Twitter-революций» считаются события в Молдавии и в Иране в 2009 г. («зеленые революции»), а также череда успешных свержений правящих режимов на арабском Востоке – в Тунисе и в Египте в 2011 г.

Таким образом, Твиттер, наряду с другими социальными сетями, становится сложным современным каналом политической коммуникации, позволяющим использовать новые способы передачи и распространения информации, воздействовать на общественное сознание, актуализировать те или иные политические события. По словам одного из основателей данной социальной сети Дж. Дорси, «с помощью 140 символов можно изменить мир» [2]. Его слова в какой-то мере оказались пророческими, так как за десять лет своего функционирования Твиттер превратился в мощный ресурс, способный влиять на мировые события.

Возможности для осуществления новых коммуникаций между властью и обществом

предоставляют также различные видеохостинги, например, *YouTube* ([www.youtube.com](http://www.youtube.com)). С помощью данного ресурса интернет-пользователи могут получать разнообразную информацию, просматривая выложенные (зачастую анонимно) видеоролики. Наряду с развлекательными или учебными материалами, на *YouTube* размещаются политические и социальные ролики, репортажи с места событий, съемки очевидцев и т. д., которые далеко не всегда освещаются в традиционных СМИ. Под каждым видеороликом размещен набор ссылок, с помощью которых его можно распространить практически во всех существующих социальных сетях.

На *YouTube* и других видеохостингах, завоевавших популярность интернет-пользователей, применяются те же манипулятивные технологии, что и в традиционных СМИ, в частности, в политической рекламе (позитивные и негативные образы, запоминающиеся видеоряды и т. д.). Однако быстрое создание и распространение видеороликов в сети Интернет, анонимность и почти полное отсутствие цензуры предоставляют новые возможности для привлечения внимания аудитории к определенным проблемам, манипулятивного и пропагандистского воздействия на массовое сознание.

В российском интернет-пространстве в течение последних двух лет юмористические мультики канала «Ять-ТВ» [4] занимают верхние места в рейтингах просмотров. В главных ролях – большой бурый медведь (символизирующий Россию), который способен решить все мировые проблемы вместе со своим другом – В. В. Путиным. В мультиках данного канала затрагиваются все актуальные политические проблемы в мировом сообществе и представлены все главные политические фигуры современности: Б. Обама, А. Меркель, Ф. Олланд, П. А. Порошенко, А. П. Яценюк, Р. Т. Эрдоган, М. Н. Саакашвили, запрещенная в России террористическая организация «Исламское государство» и т. д. Видеоролики претендуют на патриотичность и апеллируют якобы к рациональному критическому массовому сознанию. Однако главное их назначение в том, чтобы воздействовать на сознание интернет-пользователей, применяя различные современные технологии манипулирования и пропаганды. Так называемые «оппоненты» России в мировой политике изображаются в мультиках в искаженной ка-

рикатурной форме слабыми, трусливыми, безвольными, глупыми и не способными к эффективному принятию политических решений.

Еще одним примером использования видеохостингов для политической пропаганды является фильм «Тайные богатства Путина» (*“Putin’s Secret Riches”*) [13], выпущенный в 2016 г. британской телекомпанией BBC, в котором российского президента обвиняют в превышении властных полномочий с целью незаконного обогащения. Данный фильм был молниеносно распространен по сети Интернет, переведен на множество языков (в том числе и на русский) и вызвал огромный резонанс в мировом сообществе, хотя на рейтинг президента среди россиян данный фильм ввиду своего западного производства так и не смог повлиять.

В сети Интернет широкое распространение получили также электронные СМИ. Почти все современные печатные издания дублируются в электронном варианте, и иногда выкладываются в сеть материал прежде, чем он попадает в печать. В интернете появились собственные новостные и информационные порталы (*Газета.ру*, *Лента.ру*, *Утро.ру* и т. д.), которые беспрерывно обновляют свои новостные ленты, размещают статьи, аналитические и развлекательные материалы. Такие порталы зачастую не ограничены редакционными рамками и свободны в выборе публикуемой информации, иногда имеющей явно пропагандистский характер. Электронные СМИ также активно используются в политических кампаниях как эффективный инструмент влияния на общественное сознание, например, для создания положительного имиджа определенного кандидата и дискредитации его оппонентов.

Современные технологии интернет-коммуникации позволяют создавать и распространять различные массовые опросы и рейтинги, которые также обладают определенным манипуляционным потенциалом [8]. Участие в различных опросах зачастую не предполагает того, что человек высказывает собственное мнение – он лишь выбирает один из предложенных вариантов, уже сформулированных авторами, в то время как у recipiента складывается впечатление свободного выбора, альтернативности вариантов и собственной значимости в процессе принятия решения. Результаты опросов также не

могут однозначно считаться достоверными, так как личность участников обычно остается анонимной. Примером может выступить популярное в г. Москва мобильное приложение «Активный гражданин» как площадка для проведения массовых опросов по проблемам благоустройства города.

Эффективность применения методов опроса и анкетирования в сети Интернет при проведении политической кампании ограничивается тем, что мнение основной интернет-аудитории (молодежи) по тому или иному вопросу может значительно отличаться от мнения людей, не использующих интернет в качестве площадки политической коммуникации с властью, или же людей старшего поколения.

Политический контент в сети Интернет весьма разнообразен, что позволяет субъектам манипуляции применять различные технологии и средства для оказания влияния на общественное сознание.

Относительно новым форматом политической манипуляции в глобальной сети являются демотиваторы и «мемы», которые представляют собой некий ответ мотивационным плакатам, призванным создать позитивное или негативное настроение по определенному поводу. Демотиваторы приобрели высокую популярность и активно стали использоваться в политической пропаганде, неся часто оскорбительную и нецензурную информацию. Демотиваторы берут начало в замкнутом интернет-сообществе, распространяются с помощью пользователей за его пределы, оказывая влияние на установки и стереотипы людей уже из другого сообщества. Являясь по своей сути народным творчеством, «мотивационные картинки» обладают значительным манипуляционным и пропагандистским потенциалом ввиду яркой образности, краткости изложенной на них информации и юмористической подачи основной мысли.

Существующие интернет-технологии манипуляции и пропаганды весьма разнообразны, однако они отчасти копируют технологии традиционных СМИ, совершенствуя и расширяя возможности их эффективного применения. Таким образом, изменяются не технологии и приемы манипулирования, а в большей степени расширяются каналы и возможности подачи информации в мультимедийном формате.

Множество зарубежных и российских ученых исследовали проблематику технологий интернет-коммуникаций и их использования для политического манипулирования общественным сознанием. Например, С. А. Зелинский описал несколько технологий и приемов, которые часто используются в сети Интернет:

– *принцип первоочередности*. Данная технология основана на специфике массовой психики, устроенной так, что на веру принимается информация, которая поступила на обработку сознанием первой. Последующей за ней информации подсознательно не доверяют, поэтому она «фильтруется» с опорой на те сведения, которые уже получены;

– *«очевидцы» событий*. Суть этой техники в том, что находятся люди, которые якобы были свидетелями того или иного события. Они искренне говорят то, что заблаговременно им передали манипуляторы, выдавая эту информацию за свою. Имена «очевидцев» чаще всего скрывают якобы в целях конспирации или называют ложные. В сети Интернет такой способ воздействия на общественное сознание весьма распространен. Он применяется через разные интернет-ресурсы, функционирующие на основе *Consumer Generated Media*, тем самым повышается его эффективность;

– *создание «образа общего врага*. Данная технология обладает высоким мобилизационным и манипуляционным потенциалом. Мысль о существовании общего врага способна сплотить как небольшую локальную сетевую группу, так и объединить практически все интернет-сообщество, например, какой-то одной страны. С помощью данной методики в сознании людей укореняются определенные стереотипы, установки и убеждения относительно реального или виртуально сконструированного объекта, который на самом деле не обладает присвоенными ему характеристиками;

– *пользование «лидеров общественного мнения»*. При совершении каких-либо действий индивиды склонны ориентироваться на лидеров мнений, в качестве которых чаще всего выступают различные фигуры, ставшие авторитетными для определенной категории населения. Причем в интернете так называемые ЛОМы могут быть вымышленными персонажами, с аккаунтов которых команда профессионалов транслирует в онлайн-про-

странство информацию, призванную определенным образом воздействовать на целевую интернет-аудиторию;

– *переориентация внимания*. Метод позволяет преподносить практически любой материал, не опасаясь его нежелательной (негативной) составляющей. Необходимая для сокрытия информация отходит в тень будто случайно выясняемых событий, которые служат для отвлечения внимания;

– *показная проблематика*. В зависимости от того, как подать один и тот же материал, можно добиться различных, иногда противоположных мнений у одной и той же аудитории. Например, какое-нибудь событие можно искусственно проигнорировать, а на другом, наоборот, заострить внимание. Подобная подача информации при помощи данной манипулятивной технологии ожидаемо приводит к намеренному акцентированию на несуществующих проблемах, за которыми субъекты манипуляции скрывают нечто важное;

– *удар на опережение*. Эта технология манипуляции довольно часто используется в сети Интернет. Она основана на заблаговременном выбросе негативной для целевой аудитории информации. Такая информация вызывает максимальный резонанс, повышает активность интернет-сообщества. К тому времени, когда произойдет следующее поступление информации, опять же с негативным содержанием, аудитория уже устанет от протеста и не станет реагировать отрицательно;

– *повторение*. Это одна из самых распространенных в интернет-пространстве технологий манипулирования общественным сознанием. Например, у пользователя социальных сетей, состоящего в различных группах, в новостной ленте несколько раз появляется одна и та же информация. При таком повторении эта информация закрепляется на подсознательном уровне или в памяти человека и подводит к мысли о том, что раз о каком-то событии многократно упоминают различные источники, значит оно не может быть недостоверным. При повторении обычно используется максимально простой и короткий текст, легкий для запоминания, что обусловлено так называемой «клиповостью» сознания современного общества;

– *ложные аналогии* или *диверсии* против логики. Данная технология устраниет истинную причину возникновения конфликта в

каком-либо вопросе с помощью замены ее ложной аналогией [З. С. 356].

К современным технологиям манипуляции общественным сознанием в сети Интернет также можно отнести подачу информации мелкими порциями. Она активно применяется в социальных сетях, а также микроблогах (в частности, в Твиттере), и, можно сказать, создает ловушку для интернет-пользователя – он просто не способен ее использовать и осмыслить. В итоге вырванное из потока различной информации сообщение просто теряет свою актуальность и значимость.

В интернет-пространстве активно используются и другие технологии манипулирования общественным сознанием. Можно отдельно выделить метод «наклеивания ярлыков», который применяется, чтобы вызвать чувство отторжения у целевых аудиторий, а также для компрометации политических субъектов или политических идей. Лицам или идеям бездоказательно дается неблаговидное определение, которое вызывает их негативное восприятие (например, «шовинист», «фашист», «коррупционер» и т. д.).

Одним из эффективных способов наклеивания ярлыков в современном интернет-пространстве выступает технология хэштегов, которые сопровождают информационные сообщения. Хэштеги применяются практически на всех ресурсах сети Интернет. Они способны придать любому сообщению определенную окраску, связать кажущиеся совершенно разные новости, мнения, фотографии, придавая им определенный подтекст, который доступен для понимания узкому сетевому сообществу (примеры хэштегов: #Немцовмост, #Навальный, #ПУТИНВОР, #КрымНаш, #КрымРоссияНавсегда, #HTVljет и др.).

Часто в интернет-пространстве используется такой манипулятивный прием, как «спираль умолчания», который состоит в том, чтобы с помощью ссылок на сфабрикованные опросы общественного мнения или другие факты убедить граждан в поддержке большинством населения нужной манипуляторам политической позиции, в победе этой позиции. Из-за подверженности конформизму, боязни оказаться в социально-психологической изоляции люди, придерживающиеся иных взглядов, умалчивают свое истинное мнение или изменяют его. Таким образом, на фоне умолчания о позиции оппонентов голос настоящего или мнимого большин-

ства становится еще громче, что побуждает несогласных или колеблющихся к согласию с «общепринятым» мнением или к глубокому утаиванию своих убеждений. В результате «спираль умолчания» закручивается еще сильнее, обеспечивая победу манипуляторам. В сетевом пространстве эффективное применение данной технологии становится возможным благодаря осуществлению массовых «репостов» информационных сообщений, а также публикации единых по смыслу комментариев, из-за чего создается впечатление всеобщего одобрения или осуждения того или иного политического объекта, процесса или явления. Примерами «ярлыков» могут выступать появившиеся в сети в 2013 г. обидные прозвища Государственной Думы РФ – «взбесившийся принтер» и «Госдуря», когда российский парламент начал один за другим принимать законы, вызвавшие общественное недовольство.

Следует отметить применение таких интернет-технологий манипулирования общественным сознанием, как:

- метод «общего вагона» – когда объекту манипуляции внушается, что какое-то поведение, образ действий, мыслей и т. п. являются единственно правильными, потому что так делают/считают/поступают «все» люди;
- метод введения в тоннельное сознание, предполагающий создание нескольких взаимоисключающих альтернатив, среди которых, по сути, существует только единственно верная (та, которую заранее определил манипулятор);
- метод семантического манипулирования, использующийся для интерпретаций тех или иных политических событий с помощью слов, вызывающих позитивные или негативные ассоциации у целевых аудиторий;
- метод утечки секретной информации из заслуживающих доверия, но пожелавших остаться анонимными источников;
- манипулятивная интерпретация события на фотографии, когда описание к фотографии специально создается в интересах манипулятора;
- метод универсальности, предполагающий создание иллюзии истинности того или иного утверждения посредством использования штампов «по мнению экспертов», «авторитетные специалисты в этой области считают» и др.

Каждый из этих методов так или иначе исследовался в контексте его использования традиционными СМИ, однако в условиях становления новых информационно-коммуникационных технологий и развития интернет-пространства как нового средства политической коммуникации все они применимы в сети Интернет, причем с большей эффективностью.

Одним из относительно новых и изощренных способов манипулирования и пропаганды в интернет-пространстве является астротурфинг, который представляет собой «искусственное формирование общественного мнения или эмуляцию общественной поддержки путём масштабного комментирования в среде интернет-коммуникаций» [10]. Его суть состоит в том, что специально нанятые люди за определенную плату на многочисленных форумах, сайтах интернет-СМИ и в блогах пишут заказные посты и комментарии. Целью этих действий является создание впечатления спонтанной, народной поддержки политика, политической группы или партии, а также товара, продукта, сервиса, точки зрения и т. д. Астротурфинг как эмуляция общественной поддержки, в частности, использовался командой избирательного штаба кандидата в Президенты США Дж. Маккейна [7]. Данная технология применима также в кампаниях по дискредитации политических оппонентов, когда на различных интернет-ресурсах появляется большое количество негативных комментариев, ссылок на какие-либо срочные новости и т. п., порочащих и изобличающих тот или иной политический субъект.

Эффективность астротурфинга повысилась за счет адаптации к его задачам технологии ботов (*bot* от англ. *robot*), которые представляют собой специальные программы для выполнения автоматически или по заданному расписанию каких-либо действий через те же интерфейсы, что и обычный пользователь. Широкое распространение в астротурфинге получили технологии виртуальных собеседников с естественно-языковым интерфейсом (*Intelligent System Chatterbot*) для имитации речевого поведения человека при общении с одним или несколькими пользователями на основе базы знаний, системы реакции на ключевые слова, блоков лингвистического, логико-математического и семантического анализа [10].

Астротурфинг все чаще используется в области межгосударственных отношений, в частности, чтобы искусственно управлять общественным мнением, организовывать «фальшивые» кампании в интернете, создающие впечатление, что большинство людей требуют чего-то конкретного или выступают против чего-либо. Астротурфинг активно используется не только вирусными маркетологами или политтехнологами, но и спецслужбами отдельных государств для манипулирования интернет-пользователями и сетевыми сообществами, объединяющими большое число людей.

**Заключение.** Таким образом, современные каналы политической манипуляции в сети Интернет весьма разнообразны и предоставляют множество возможностей для воздействия на общественное сознание, внедрения в него определенных образов,

установок, ценностей, моделей поведения и реакции, которые важны в определенный момент времени властным структурам. Конечно, последние могут также оказаться объектом манипулятивного воздействия со стороны как своих граждан, так и другого государства.

Современная политическая манипуляция и пропаганда в сети Интернет по большей части использует те же методы и технологии, что и традиционные СМИ. Однако онлайн-ресурсы, применяющиеся для организации коммуникативного взаимодействия, обладают особенностями, которые обуславливают их уникальность и позволяют использовать традиционные технологии с большей эффективностью, а также создавать совершенно новые технологии, открывающие большой простор для политической манипуляции и пропаганды.

#### Список литературы

---

1. Блоги – или традиционные СМИ: чему больше доверяет интернет-аудитория? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.wciom.ru/index.php?id=236&uid=114305> (дата обращения: 25.03.2019).
2. Длинная короткая история. 10 лет Twitter в 140 твитах [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.kommersant.ru/doc/2937743> (дата обращения: 20.03.2019).
3. Зелинский С. А. Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание: средства массовой коммуникации, информации и пропаганды – как проводник манипулятивных методик воздействия на подсознание и моделирования поступков индивида и масс. СПб.: СКИФИЯ, 2008. 407 с.
4. Канал на видеохостинге YouTube «Ять ТВ» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.youtube.com/user/YatTVRussia> (дата обращения: 23.03.2019).
5. Крайнова К. А. Интернет как средство политической манипуляции в современном политическом управлении [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.cyberleninka.ru/article/n/internet-kak-sredstvo-politicheskoy-manipulyatsii> (дата обращения: 20.02.2019).
6. Опрос «7x7»: почему россияне по-прежнему доверяют традиционным СМИ, а не блогам? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.7x7-journal.ru/item/30346#text-comments> (дата обращения: 15.03.2019).
7. Пятая колонна Интернета, или что такое Астротурфинг? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.internews.kz/newsitem/29-09-2008/5007> (дата обращения: 20.03.2019).
8. Романова Н. П., Скрипарь М. В. Молодежь и кинематограф: манипуляция сознанием. Чита: ЧитГУ, 2010. 181 с.
9. Романова Н. П., Лаврик Н. В. Роль гражданской инициативы в формировании электронной демократии // Вестник Забайкальского государственного университета. 2016. Т. 22, № 2. С. 83–89.
10. Романюк Р. Г. Астротурфинг как социолингвистический феномен [Электронный ресурс] // Альтернат-2013: материалы III Республиканской научно-практической интернет-конференции. Режим доступа: <http://www.conf.grsu.by/alternant/2012/04/17/461/> (дата обращения: 22.03.2019).
11. Социально-сетевая жизнь. Исследования [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.romir.ru/studies/670\\_1432155600/](http://www.romir.ru/studies/670_1432155600/) (дата обращения: 17.03.2019).
12. Тейлор Э. Программирование разума: от манипуляции и промывания мозгов к расширению возможностей и внутренней свободе. М.: Гиппо, 2010. 400 с.
13. Putin's secret riches [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.yandex.ru/video/search?fil mId=1MXBO9iCUXI&text=putin%27s%> (дата обращения: 24.03.2019).

**References** 

---

1. *Blogi – ili traditsionnye SMI: chemu bolshe doveryet internet-auditoriya?* (Blogs – or traditional media: what does the Internet audience trust?). Available at: <http://www.wciom.ru/index.php?id=236&uid=114305> (Date of access: 25.03.2019).
2. *Dlinnaya korotkaya istoriya. 10 let Twitter v 140 tvitah* (A long short story. 10 years of Twitter in 140 tweets). Available at: <http://www.kommersant.ru/doc/2937743> (Date of access: 20.03.2019).
3. Zelinsky S. A. *Informatsionno-psihologicheskoe vozdeystvie na massovoe soznanie: sredstva massovoy kommunikatsii, informatsii i propagandy – kak provodnik manipulyativnyh metodik vozdeystviya na podsoznanie i modelirovaniya postupkov individu i mass* (Informational and psychological influence on the mass consciousness: the media of mass communication, information and propaganda – as a conductor of manipulative methods of influence on the subconscious and modeling the actions of the individual and the masses). St. Petersburg: SCYPHIA, 2008. 407 p.
4. *Kanal na videohostinge YouTube "Yat TV"* (YouTube video channel Yat TV). Available at: <https://www.youtube.com/user/YatTVRussia> (Date of access: 23.03.2019).
5. Kraynova K. A. *Internet kak sredstvo politicheskoy manipulyatsii v sovremennom politicheskem upravlenii* (The Internet as a means of political manipulation in modern political governance). Available at: <http://www.cyberleninka.ru/article/n/internet-kak-sredstvo-politicheskoy-manipulyatsii> (Date of access: 20.02.2019).
6. *Opros "7x7": pochemu rossiyane po-prezhnemu doveryayut traditsionnym SMI, a ne blogam?* (The 7x7 poll: why do Russians still trust traditional media, not blogs?). Available at: <https://www.7x7-journal.ru/item/30346#text-comments> (Date of access: 15.03.2019).
7. *Pyataya kolonna Interneta, ili chto takoe Astroturfing?* (The fifth column of the Internet, or what is Astroturfing?). Available at: <http://www.internews.kz/newsitem/29-09-2008/5007> (Date of access: 20.03.2019).
8. Romanova N. P., Skripkar M. V. *Molodezh i kinematograf: manipulyatsiya soznaniem* (Young people and cinema: manipulation of consciousness). Chita: ChitU, 2010. 181 p.
9. Romanova N. P., Lavrik N. V. *Vestnik Zabaykalskogo gosudarstvennogo universiteta* (Bulletin of the Transbaikal State University), 2016, vol. 22, no. 2, pp. 83–89.
10. Romanyuk R. G. *VesAlternant-2013: materialy III Respublikanskoy nauchno-prakticheskoy internet-konferentsiiitnik Zabaykalskogo gosudarstvennogo universiteta* (Alternant-2013: Proceedings of the III Republican Scientific and Practical Internet Conference). Available at: <http://www.conf.grsu.by/alternant/2012/04/17/461/> (Date of access: 22.03.2019).
11. *Sotsialno-setevaya zhizn. Issledovaniya* (Social network life. Research). Available at: [http://www.romir.ru/studies/670\\_1432155600/](http://www.romir.ru/studies/670_1432155600/) (Date of access: 17.03.2019).
12. Taylor E. *Programmirovaniye razuma: ot manipulyatsii i promyvaniya mozgov k rasshireniyu vozmozhnostey i vnutrenney svobode* (Mind programming: from manipulation and brainwashing to empowerment and inner freedom). Moscow: Gippo, 2010. 400 p.
13. *Putin's secret riches* (Putin's secret riches). Available at: <http://www.yandex.ru/video/search?filmId=1MXBO9iCUXI&text=putin%27s%> (Date of access: 24.03.2019).

**Коротко об авторах** 

---

Сотников Сергей Александрович, канд. ист. наук, доцент, доцент кафедры истории России средних веков и нового времени историко-филологического института, Московский государственный областной университет, г. Москва, Россия. Область научных интересов: политические коммуникации, политическая пропаганда, политические процессы, политические отношения, политология  
sergey@histr.ru

Сотников Андрей Александрович, канд. ист. наук, доцент, доцент кафедры истории России средних веков и нового времени историко-филологического института, Московский государственный областной университет, г. Москва, Россия. Область научных интересов: политические коммуникации, политическая пропаганда, политические процессы, политические отношения, политология  
microlabuss@mail.ru

Камнева Галина Петровна, канд. ист. наук, доцент, доцент кафедры истории России средних веков и нового времени историко-филологического института, Московский государственный областной университет, г. Москва, Россия. Область научных интересов: политические коммуникации, политическая пропаганда, политические процессы, политические отношения, политология  
kamnevagp@gmail.com

**Briefly about the authors**

---

*Andrey Sotnikov*, candidate of historical sciences, associate professor, assistant professor, History of Russia of the Middle Ages and Modern Times department, Historical and Philological Institute, Moscow Region State University, Moscow, Russia. Sphere of scientific interests: political communication, political propaganda, political processes, political relations, political science

*Sergey Sotnikov*, candidate of historical sciences, associate professor, assistant professor, History of Russia of the Middle Ages and Modern Times department, Moscow Region State University, Moscow, Russia. Sphere of scientific interests: political communication, political propaganda, political processes, political relations, political science

*Galina Kamneva*, candidate of historical sciences, associate professor, assistant professor, History of Russia of the Middle Ages and Modern Times department, Historical and Philological Institute, Moscow Region State University, Moscow, Russia. Sphere of scientific interests: political communication, political propaganda, political processes, political relations, political science

**Образец цитирования**

---

Сотников С. А., Сотников А. А., Камнева Г. П. *Интернет-технологии манипулирования и пропаганды в современной политической практике* // Вестник Забайкальского государственного университета. 2019. Т. 25. № 6. С. 80–90. DOI: 10.21209/2227-9245-2019-25-6-80-90.

*Sotnikov S., Sotnikov A., Kamneva G. Internet technologies of manipulation and propaganda in modern political practice // Transbaikal State University Journal, 2019, vol. 25, no. 6, pp. 80–90. DOI: 10.21209/2227-9245-2019-25-6-80-90.*

Статья поступила в редакцию: 29.05.2019 г.  
Статья принята к публикации: 05.05.2019 г.