

ZELENKO Boris Ivanovich, Dr.Sci. (Pol.Sci.), Chief Scientific Officer of the Institute of Sociology – Branch of the Federal Center of Theoretical and Applied Sociology, Russian Academy of Sciences (bld. 5, 24/35 Krzhizhanovskogo St, Moscow, Russia 117218; b.i.zelenko@rambler.ru, isras@isras.ru)

ON THE NEW ONTOLOGY OF THE NETWORK STATEHOOD OF THE RUSSIAN FEDERATION (POLITICAL CONTEXT)

Abstract. The article is devoted to the idea of state failure in the context of its networkization. The author shows specifics of both the hierarchical network approach and the non-hierarchical path of development. If the first one acts as a part of the state, then in the second case it is a part of the network. The author answers the question: which is higher, the network or the state? An ontological approach is applied to the analysis of the specifics of the networked Russian statehood, its image of the future in the Russian Federation. The article gives a conclusion about the balance of the legal and social state with the network state. The author attempts to understand how the hierarchies of network statehood coexist with non-hierarchy; what are their dominants, the seizure of power priorities or the seizure of political meanings? The author critically analyzes the network expansion, which affects the change in the picture of the world, including the Russian statehood. The article considers the specificity of the collision of ontologies of network expansion and network Russian statehood and the consequences of this for the Russian Federation.

Keywords: ontology of network statehood, hierarchy and non-hierarchy, equilibrium, communication, convergence

ГОРБАТОВ Дмитрий Сергеевич – доктор психологических наук, профессор кафедры менеджмента массовых коммуникаций Санкт-Петербургского государственного университета (199034, Россия, г. Санкт-Петербург, Университетская наб., 7-9, gorbatov.rus@gmail.com)

ГУРУШКИН Павел Юрьевич – кандидат политических наук, доцент Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций Санкт-Петербургского государственного университета (199034, Россия, г. Санкт-Петербург, Университетская наб., 7-9, p.gurushkin@spbu.ru)

ПРИЕМЫ ПРОПАГАНДЫ В НОВОСТНЫХ ИНТЕРНЕТ-МЕМАХ МЕССЕНДЖЕРА ТЕЛЕГРАМ

Аннотация. Методом контент-анализа авторы изучали тематику новостных интернет-мемов в мессенджере Телеграм, проводили их типологизацию по критерию информационно-эмоционального воздействия с выделением таких категорий, как «агрессоры», «протекторы», «аттракторы» и «трикстеры», а также регистрировалась сравнительная выраженность приемов пропаганды. В частности, было установлено, что прием «наклеивание ярлыков» доминирует в пропагандистских кампаниях в новостной мемосфере, в ряде случаев сочетаясь с приемами «подтасовка карт», «перенос негатива», «опора на страхи», «блистательная неопределенность», «размахивание флагом».

Ключевые слова: пропаганда, приемы пропаганды, интернет-мемы, новостные интернет-мемы, контент-анализ

Введение

Совокупность традиционных и современных трактовок концепта «пропаганда» [Manzoor, Safdar, Zaheen 2019] позволяет описать его как комплексное и системное воздействие на представителей социальных групп для обеспечения доминирования определенной доктрины над конкурирующими

аналогами. Первую их этих характеристик мы связываем с сочетанием трех ключевых механизмов: убеждения – воздействия на основе логики и аргументов, внушения – навязывания позиции на фоне предварительного снижения критичности восприятия, манипулирования – стимуляции к упрощенным и неверным суждениям путем акцентирования на несущественных или на несуществующих деталях в ущерб тем, что необходимы для взвешенных умозаключений. Признак системности обусловлен тем, что пропаганда характеризуется наличием не только тактики, но и стратегии реализации. Она достаточно продолжительна, планомерна и преднамеренна, даже при том, что конкретные «бойцы пропагандистских фронтов» могут вовлекаться в кампанию единоразово, сохраняя иллюзию независимости суждений и действуя без понимания нюансов маневров воображаемых или вполне реальных «штабов».

Проблема в том, что в настоящее время приемы пропаганды описаны главным образом применительно к средствам массовой информации и речам политиков. Имеются основания полагать, что в интернет-мемах, относительно новом феномене коммуникаций во Всемирной паутине, они имеют существенно иную специфику.

Под интернет-мемами подразумеваются сочетания изображений и фраз, создаваемые посредством компьютерных технологий и активно распространяемые в социальных сетях и мессенджерах для выражения оценочного отношения к объектам действительности. Внешне похожие на карикатуру, плакат, проиллюстрированную шутку, они представляют собой разновидность неформальной массовой коммуникации, обладая схожими со слухами характеристиками вирусности распространения, серийности существования, минимализма формы, актуальности возникновения, кратковременности существования, анонимности создателей.

Исследователи подчеркивают политический потенциал интернет-мемов. С одной стороны, они являются «барометром» общественных настроений в молодежной среде, а с другой – сами формируют эти настроения, выступая как своеобразное «оружие слабых» [Канашина 2017: 70; Miltner 2018: 420-422; Шомова 2019: 171]. Способность нести скрытые информационные послы превращает интернет-мемы в «троянского коня», исподволь меняющего позиции распространителей и получателей.

Целью исследования стало изучение приемов пропаганды в интернет-мемах новостного характера. В качестве метода исследования применялся контент-анализ, дополненный в иллюстративных целях элементами качественного анализа.

Эмпирическую базу составили 300 новостных интернет-мемов, отобранных при помощи таблиц случайных чисел из информационно-развлекательного массива 20 русскоязычных каналов мессенджера *Telegram* в примерно равных долях за январь 2019, 2020 и 2021 гг. Согласно службе *Telegram Analytics*¹, эти каналы относятся к категориям «новости и СМИ» (например, *Лентач*, *Настоящий Лентач*, *КБ*, *Медуза-Live*), «юмор и развлечения» (*Лепра*, *4chan*, *Абстрактные мемы*, *Memepedia* и др.), «политика» (*Политота*, *Политбюро 2.0*, *Бойлерная*, *Ortega* и пр.). Все новостные мемы являлись так называемыми креолизованными текстами (макросами изображений), т.е. имели стандартизированную форму сочетания картинки и сопроводительной надписи в квадратной рамке [Канашина 2017: 69].

В ходе контент-анализа перед тремя кодировщиками были поставлены

¹ Российские Telegram-каналы. Статистика, аналитика, рейтинг. – *Telegram Analytics*. Доступ: <https://tgstat.ru/> (проверено 02.02.2021).

следующие задачи: 1) распределить интернет-мемы по тематическим категориям новостей (матрица анализа отражена в ячейках левой графы таблицы 1); 2) идентифицировать интернет-мемы по типологии направленностей информационно-эмоционального воздействия, используя категории «агрессоры», «протекторы», «аттракторы» и «трикстеры»; 3) выявить конкретные приемы, характерные для пропагандистских кампаний на материале новостных интернет-мемов (кодировочная матрица представлена в таблице 2). Таким образом, выполнение первой задачи способствовало предположительному установлению «мишеней» пропаганды, реализация второй задачи предполагала выявление характерных для пропагандистских кампаний «семантических ядер» интернет-мемов, а работа над третьей задачей была ориентирована на фиксацию специфики арсенала приемов пропаганды в мессенджере Телеграм как части российской «мемосферы». При выполнении задач 1 и 2 кодировщики работали независимо друг от друга, а при решении задачи 3 – в условиях заочного опосредованного взаимодействия в два тура.

Тематика новостных интернет-мемов

Информационная повестка января в последние три года существенно различалась. В 2019 г. телеграм-каналы уделяли внимание инцидентам со взрывами бытового газа, противостоянию в Венесуэле, законопроекту о фейковых новостях в Интернете и в СМИ. В 2020 г. в центре рассмотрения был конфликт США и Ирана, новый состав кабинета министров РФ, создание рабочей группы для поправок в конституцию, пандемия *COVID-19*. В 2021 г. освещался штурм Капитолия, блокирование аккаунтов Д. Трампа в социальных сетях, арест блогера А. Навального, обвинения в коррупции, попытки проведения несогласованных митингов.

Распределение русскоязычных новостных интернет-мемов за январь 2019, 2020, 2021 гг. по тематическим категориям контент-анализа отражено в табл. 1.

Результаты контент-анализа тематики новостных мемов позволяют сделать ряд выводов. Во-первых, интернет-мемы новостного характера, размещенные в мессенджере Телеграм, тематически разнообразны. По этому параметру они вряд ли уступают материалам СМИ. Во-вторых, создатели интернет-мемов проявили больший интерес к событиям в России, чем в зарубежье (49,7% vs 31,7%). Новости из других стран получили преобладающее отражение в мемах только по категориям «межгосударственные конфликты» (из-за обострения отношений США и Ирана в январе 2020 г.), «наука и технологии» (за счет компьютерных инноваций и проектов И. Маска), «спортивные события», «светская хроника» и «в мире животных». В-третьих, значительный процент интернет-мемов по категориям анализа «чиновники и депутаты» (8,7%), «внутриполитические коллизии» (6,6%) и «правоохранители» (4,7%) свидетельствует о непростой ситуации в современном российском обществе. В-четвертых, отражение политической жизни в интернет-мемах во многом персонифицировано. Не случайно образ президента РФ занимает в выборке третью позицию по частотности. Достаточно выражен этот показатель и в графе «за рубежом» (за счет совокупности упоминаний Д. Трампа, А.Г. Лукашенко и других политиков). В-пятых, новостным интернет-мемам свойственна явная развлекательная направленность. Показательно, что категория «курьезы повседневной жизни» уверенно заняла четвертую позицию по частотности. Весьма отчетливо эта направленность отразилась и в мемах иных категорий.

Многочисленность случаев неоднозначной идентификации тематики новостных интернет-мемов (18,6%) из-за расхождений суждений кодировщиков резонно объяснить взаимосвязью аспектов общественной жизни. Далеко

Таблица 1

Тематика новостных интернет-мемов в мессенджере Телеграм, %

Категории новостей в интернет-мемах	Локализация новостей	
	в России	за рубежом
Чиновники и депутаты	8,7	1,3
Внутриполитические коллизии	6,6	3,7
Государственные деятели	6,0	3,0
Курьезы повседневной жизни	5,0	3,7
Правоохранители	4,7	0,7
Эпидемия Ковид-19	3,3	2,3
Экономическая проблематика	2,7	1,3
Криминальная хроника	2,7	1,0
Наука и технологии	2,0	3,0
Спортивные события	2,0	3,7
Межгосударственные конфликты	1,3	3,0
Светская хроника	1,3	2,0
Межнациональные отношения	1,0	0
В мире животных	0,7	1,7
Прочие идентифицированные новости	1,7	1,3
Итого	49,7	31,7
Неоднозначность идентификации новостей	18,6	

не всегда, к примеру, политическая проблематика может быть выделена в качестве доминирующей на фоне сопутствующих посылов экономического, экологического, этического или иного характера, а происходящее в России отделено от событий за рубежом.

Направленность информационно-эмоционального воздействия интернет-мемов

В отношении политических интернет-мемов существует перспективная типология по критерию информационно-эмоционального воздействия или по целям семантического ядра, предусматривающая выделение четырех категорий – «агрессоров», «протекторов» [Кузнецов 2018: 70-71], «аттракторов» [Шомова 2019: 164] и «трикстеров» [Горбатов, Оршанская, Сенаторова 2020: 9]. Итоги контент-анализа позволяют утверждать, что она вполне применима и к интернет-мемам новостного характера.

К *мемам-агрессорам* относятся содержащие насмешку или издевку над противниками «правильной» точки зрения (от политических пристрастий до предпочтений проведения досуга или представлений о здоровом питании). В качестве примера приведем надпись: «Перед тем, как осуждать либерала, пройди километр в его обуви», выполненную на фоне отчетливо клоунских ботинок¹. Показательно, что в других вариантах этого мема, переиначивающего фразу

¹ Телеграм-канал Ortega. Доступ: <https://t.me/niemandswasser/41890> (проверено 07.02.2021).

Далай-ламы XIV о взаимопонимании, к клоунам приравниваются антипрививочники, коммунисты, поклонники игры *Dota*, президент сопредельной страны и пр.

Мемы-протекторы, напротив, выражают одобрение и поддержку тех персон, идей или социальных групп, которые воспринимаются выразителями «наших» позиций. Так, «протектором» является дополнение новости об увольнении ряда руководителей МВД, СК и ФСИН рисунком, где президент России со словами: «Время сокращений!» одолевает «оборотня в погонах»¹.

Если продукты сетевого творчества предыдущих категорий создают участниками противостояния, то *мемы-аттракторы* – своеобразные приглашения к участию в нем или же индикаторы особой значимости проблемы для представителей всех групп. Они лишены посыла поругания и похвалы, не содержат элементов нападения и защиты. Например, к аттракторам следует отнести изображение мультяшного бородача с огнеметом, расположенное рядом с информацией о путях заражения коронавирусом, способах профилактики заболевания, симптомах, возможных осложнениях².

Мемы-трикстеры (от англ. *trick* – хитрость, шутка, шалость, выходка, фокус, уловки) распространяются теми, кто не рассматривает себя в качестве участника противостояния, смотрит на обсуждаемую проблему подчеркнута со стороны. Они предполагают юмористические и сатирические комментарии к тем явлениям социальной жизни, в отношении которых пользователи Интернета не испытывают потребности в нападении, защите или мобилизации потенциальных сторонников путем привлечения внимания. Именно в них «карнавальное начало», присущее большинству интернет-мемов, выражается с наибольшей полнотой. Примером мемов-трикстеров может служить иллюстрация к сообщению о том, что коллекторы будто бы получают право взыскивать задолженности по ЖКХ. Черный квадрат в стиле К. Малевича или, скорее, шутки-картины А. Алле сопровождается текстом: «Четверо коллекторов в темном подъезде выбивают из темнокожего долги за свет»³.

Распределение новостных мемов по указанным категориям было неравномерным. В анализируемом массиве идентифицированы 158 мемов (или 52,7% общего числа) в качестве трикстеров, 64 мема (или 21,3%) – как агрессоров, 25 мемов (8,3%) – как аттракторов и лишь 8 мемов (2,7%) – как протекторов. В отношении 45 единиц анализа (15,0%) мнения кодировщиков разделились, что дает основания для предположений о наличии промежуточных форм между категориями анализа или о неполноте данной типологии.

Результаты исследования позволили установить, что фактическое отсутствие агрессоров и протекторов служит индикатором невовлеченности социальных групп, к которым принадлежат авторы мемов, в контекст новостного события. В качестве примера приведем обсуждение вероятности мировой войны из-за конфликта США и Ирана в январе 2020 г. В отличие от алармистской позиции некоторых СМИ, представители российской мемосферы не поверили в такое развитие ситуации, что отразилось в создании исключительно трикстеров и аттракторов. Сочетание трикстеров с незначительным числом агрессоров заставляет задуматься о возможной пропагандистской кампании в отношении мишеней мемов. Увеличение числа агрессоров при условии четкой локализа-

¹ Телеграм-канал Настоящий Лентач. Доступ: <https://t.me/lentach/41305> (проверено 07.02.2021).

² Телеграм-канал КБ. Доступ: <https://t.me/Cbpub/14824> (проверено 07.02.2021).

³ Телеграм-канал Лентач. Доступ: <https://t.me/oldlentach/39014> (проверено 07.02.2021).

ции атакуемых социальных групп, доктрин или персон не оставляет сомнений в том, что пропагандистское воздействие реализуется во всей полноте.

Выскажем предположение, что эффективной пропаганде присуще сочетание описанных категорий новостных интернет-мемов. Так, отметим применение в отношении одного и того же политика агрессора (посредством фотошопа его черты наложены на предсмертное фото В.И. Ленина со словами: «Опять в Россию из Германии везут большевиков»¹), явного протектора оппонента (демонстрация его же озадаченного лица на фоне текста о том, что сыновья объекта обвинений на самом деле обучаются в России²) и трикстера (в характерной для многих мемов бинарной оппозиции он показан в неопрятном виде «до Путина» и в элегантном костюме «во время Путина»³).

Подчеркнем, что в ходе исследования не были зафиксированы мемы-протекторы в отношении чиновников, депутатов, работников правоохранительных органов, руководства госкорпораций, религиозных деятелей, олигархов. При этом значительное число мемов-агрессоров было направлено именно на эти социальные группы. Нецелевое расходование бюджетных средств, коррупция, бюрократизм, ограничение гражданских свобод и прав на получение информации, эгоцентричность поступков, непродуманность законодательных инициатив – таковы распространенные обвинения авторов новостных мемов в их адрес. В то же время по отношению к президенту России, главе правительства, российской армии, Роскосмосу было выявлено наличие протекторов, агрессоров, трикстеров при количественном преобладании последних.

Приемы пропаганды в новостных интернет-мемах

Объектом дальнейшего анализа стали 112 мемов (или 37,3% исходного массива) с выраженным пропагандистским воздействием на интернет-аудиторию. Они относились к категориям «чиновники и депутаты», «внутриполитические коллизии», «государственные деятели», «правоохранители», «экономическая проблематика», «криминальная хроника». Среди них идентифицированы 55 мемов-агрессоров, 8 мемов-протекторов и 49 мемов-трикстеров.

В ходе контент-анализа было установлено, что классические [Miller, Edwards 1936: 73-76] и современные [Da San Martino et al. 2020: 1379-1380] перечни приемов пропаганды, вполне эффективные в отношении материалов СМИ, неоднозначно соотносятся со спецификой новостных интернет-мемов. Во-первых, разнообразие арсенала приемов пропаганды в мемах сравнительно невелико. В выборке не были зафиксированы приемы «простые люди» (*Plain Folks*), «авторитет личности» (*Testimonial*), «экспертное суждение» (*Appeal to Authority*), «какнасчетизм» (*Whataboutism*) и многие другие. Во-вторых, один из приемов – «наклеивание ярлыков» (*Labeling, Name Calling*), т.е. произвольное приписывание мишени тех или иных характеристик, – определенно выделится в качестве базового, характерного для всех новостных мемов пропагандистской направленности. При этом в мемах-протекторах объекты обычно наделялись позитивными качествами, а в агрессорах и отчасти в трикстерах – негативными. В-третьих, особо отметим, что иные приемы пропаганды в выборке регистрировались лишь в сочетании с ним.

¹ Телеграм-канал Сыны Монархии. Доступ: <https://t.me/SonOfMonarchy/3245> (проверено 07.02.2021).

² Телеграм-канал Абстрактные Мемы. Доступ: https://t.me/am_devs/10016 (проверено 07.02.2021).

³ Телеграм-канал Абстрактные Мемы. Доступ: https://t.me/am_devs/16209 (проверено 07.02.2021).

Список приемов пропаганды, зафиксированных в качестве дополняющих по отношению к «наклеиванию ярлыков», выглядит следующим образом:

- 1) «подтасовка карт» (*Stacking the Cards*), формирование ложных представлений об масштабе, причинах, ответственности и иных характеристиках событий;
- 2) «перенос негатива» (*Transfer of Negative*), дискредитация мишени путем ассоциации с ней неприемлемого объекта;
- 3) «опора на страхи» (*Appeal to Fear*), внушение неприязни к альтернативам за счет переживаний, тревоги;
- 4) «блистательная неопределенность» (*Glittering Generalities*), предпочтение эмоционально привлекательных, но неконкретных образов и доводов;
- 5) «размахивание флагом» (*Flag Waving*), упоминания традиционно почитаемых аудиторией символов.

Сравнительная выраженность приемов пропаганды представлена в табл. 2.

Таблица 2

Выраженность приемов пропаганды в новостных интернет-мемах

Применяемые приемы	Число новостных интернет-мемов по типам пропагандистской направленности		
	«агрессоры»	«протекторы»	«трикстеры»
Наклеивание ярлыков	55	8	49
Подтасовка карт	7	2	5
Перенос негатива	4	—	3
Опора на страхи	4	—	3
Блистательная неопределенность	3	1	1
Размахивание флагом	1	1	—

Согласно полученным результатам, из 112 случаев применения приема «наклеивание ярлыков» не менее 14 раз он сопровождался «подтасовкой карт», по 7 раз — «переносом негатива» и «опорой на страхи», 5 — приемом «блистательная неопределенность» и 2 раза — «размахиванием флагом». При этом 19 случаев совмещений указанных приемов приходилось на мемы-агрессоры, 4 — на мемы-протекторы и 12 — на мемы-трикстеры.

Примером мема-агрессора, в котором «наклеивание ярлыков» выступило в чистом виде, без сопутствующих приемов пропаганды, является сопровождение новости из криминальной хроники фотографией двух идентичных бутербродов с деликатесной икрой, размещенных под текстом: «Как питаются воровующие чиновники? Зablуждение [— и] в реальности»¹. Повторим, что «наклеивание ярлыков» имело место во всех пропагандистских интернет-мемах. Например, замечено, что для дискредитации «чужой» группы используется даже новость о социально одобряемом поступке представителей этой группы. Так, сообщение о полицейских, принявших роды прямо в патрульном автомобиле, сопровождалось мемом-трикстером, где со стилизацией под так называемых овуляшек мать жаловалась «через год», что «ментовася» оказался

¹ Телеграм-канал Лентач. Доступ: <https://t.me/oldlentach/47575> (проверено 07.02.2021).

«тугосидя» и «посадки получаются плохо», несмотря на то, что он «кушает с дубинки, прикармливается взятками» и т.п.¹

Что касается мемов с сочетанием базового приема с дополняющим, укажем, в частности, на фотографию строя малышей в пилотках и гимнастечках с георгиевскими ленточками, в верхней части которой представлена надпись: «Детям не место в политике!», а внизу, в соответствии с приемом «переноса негатива», неожиданное продолжение: «Детям место на войне!»². Сочетание «наклеивания ярлыков» и «размахивания флагом» отражено в меме-трикстере, комментирующем новость о законодательной инициативе написания слова «ветеран» с заглавной буквы. В верхней части этого мема изображение аппетитной булочки с фразой: «Уважение к ветеранам», ниже она представлена в разрезе, показывающем, что место под коркой занимает пустота. Ошибка хлебопека проиллюстрирована «новым» правописанием³. Дополняющий прием «блистательной неопределенности» выражен в интернет-меме, сопровождающем сообщение ТАСС об успешной работе над крылатой ракетой. В нем инверсионный след, на который снизу показывают зеваки со словами: «Что это там такое быстро улетает?» – заканчивается фразой: «Надежды на использование бюджетных средств на улучшение жизни людей»⁴.

Полученные эмпирические данные о превалировании одного из приемов пропаганды и реализации других приемов лишь в качестве дополняющих представляются заслуживающими внимания. Значимость новостных интернет-мемов как показателей реакции молодежных сообществ на политические события и отлаженных инструментов делегитимации партий и персон, а также очевидный риск их использования для формирования деструктивных убеждений обуславливает необходимость дальнейшего изучения этого вопроса.

Выводы

В ходе первого этапа контент-анализа выявлено тематическое разнообразие новостных интернет-мемов в мессенджере Телеграм. Установлено, что их создатели уделяют особое внимание новостям о российской действительности, поддающимся группировке по таким категориям, как «чиновники и депутаты», «внутриполитические коллизии», «государственные деятели», «курьезы повседневной жизни» и «правоохранители». Предпочтение этих категорий свидетельствует о непростой ситуации в российском обществе, персонификации политической сферы и развлекательной направленности данных паттернов сетевого творчества.

Во время второго этапа исследования установлено, что типологизация по критерию информационно-эмоционального воздействия применима к интернет-мемам не только политического, но и новостного характера. При этом доминирование трикстеров и аттракторов над агрессорами и протекторами становится индикатором невовлеченности авторов в контекст событий. Сочетание трикстеров с незначительным числом агрессоров дает основания к предположению о возможной пропагандистской кампании в отношении мишеней мемов. Возрастание доли агрессоров не оставляет сомнений в том, что пропагандистское воздействие реализуется в полной мере.

По результатам третьего этапа контент-анализа сделан вывод о неоднозначности соотнесения классических и современных перечней приемов про-

¹ Телеграм-канал Лентач. Доступ: <https://t.me/oldlenta/38918> (проверено 06.02.2021).

² Телеграм-канал La Qeque. Доступ: <https://t.me/LaQeque/44462> (проверено 06.02.2021)

³ Телеграм-канал Лентач. Доступ: <https://t.me/oldlenta/38714> (проверено 06.02.2021).

⁴ Телеграм-канал Лентач. Доступ: <https://t.me/oldlenta/29969> (проверено 06.02.2021).

паганды со спецификой новостных интернет-мемов. В частности, зафиксировано, что а) диапазон приемов пропаганды в мемах сравнительно невелик; б) один из приемов («наклеивание ярлыков») является базовым, проявляясь во всех случаях; в) с этим приемом иногда могут сочетаться дополняющие техники («подтасовка карт», «перенос негатива», «опора на страхи», «блистательная неопределенность», «размахивание флагом»).

Продолжение исследований пропагандистского потенциала интернет-мемов в мессенджерах и социальных сетях будет способствовать решению актуальной задачи противодействия усилиям по нагнетанию социальной напряженности и росту экстремизма среди молодежи.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и ЭИСИ в рамках научного проекта № 20-011-31218.

Авторы благодарят А.В. Байчик за помощь при организации контент-анализа; К.Р. Гильмутдинову, Е.О. Оршанскую, А.В. Сенаторову (ВШЖиМК СПбГУ) – за выполнение обязанностей кодировщиков.

Список литературы

Горбатов Д.С., Оршанская Е.О., Сенаторова А.В. 2020. Типология интернет-мемов в политической сфере: агрессоры, протекторы... трикстеры. – *Актуальные тенденции социальных коммуникаций: история и современность*: сборник научных статей (под ред. Г.В. Мерзлякова, Л.В. Баталова, С.А. Васюры и др.). Ижевск: Изд-во Удмуртского государственного университета. С. 4-12.

Канашина С.В. 2017. Интернет-мем и политика. – *Политическая лингвистика*. № 1(61). С. 69-73.

Кузнецов И.С. 2018. *Политический мем*. М.: ЛитРес. 250 с.

Шомова С.А. 2019. Выборы президента РФ-2018 в зеркале мемов: новые реалии политической коммуникативистики. – *Полис. Политические исследования*. № 3. С. 157-173.

Da San Martino G., Barron-Cedeno A., Wachsmuth H., Petrov R., Nakov P. 2020. SemEval-2020 task 11: Detection of Propaganda Techniques in News Articles. – *Proceedings of the Fourteenth Workshop on Semantic Evaluation*. P. 1377-1414.

Manzoor S., Safdar A., Zaheen B. 2019. Propaganda Revisited: Understanding Propaganda in the Contemporary Communication Oriented World. – *Global Regional Review*. Vol. 4. No. 3. P. 317-324.

Miller C., Edwards V. 1936. The Intelligent Teacher's Guide through Campaign Propaganda. – *The Clearing House*. № 11(2). P. 69-77.

Miltner K.M. 2018. Internet Memes. – *The SAGE Handbook of Social Media* (ed. by J. Burgess, T. Poell, A. Marwick). N.Y.: Sage. P. 412-428.

GORBATOV Dmitry Sergeevich, *Dr.Sci. (Psych.)*, Professor of the Chair of Mass Communication Management, Saint Petersburg State University (7-9 Universitetskaya Emb, Saint Petersburg, Russia, 199034; gorbatov.rus@gmail.com)

GURUSHKIN Pavel Yur'evich, *Cand.Sci. (Pol.Sci.)*, Associate Professor of the Higher School of Journalism and Mass Communications, St. Petersburg State University (7-9 Universitetskaya Emb, Saint Petersburg, Russia, 199034; p.gurushkin@spbu.ru)

TECHNIQUES OF PROPAGANDA IN INTERNET NEWS MEMES OF THE TELEGRAM MESSENGER

Abstract. The authors of the article study the propaganda potential of Internet news memes in the channels of the Telegram messenger by using the method of content analysis. At the first stage of the study, they analyzed topics of Internet news memes and found that their authors prefer news about Russian life, which can be grouped into the categories of «officials and deputies», «internal political conflicts», «statesmen», «curiosities of everyday life» and «law enforcement officers». The preference for these categories indicates a difficult situation in Russian society, the personification of the political sphere and the general entertainment orientation of these patterns of network creativity. At the second stage of the study, the authors established that typology based on the criterion of informational and emotional impact could be applied to Internet memes of not only political, but also news nature. The authors describe the dominance of «tricksters» (memes that ridicule the participants of the conflict from those who are not involved in it) and «attractors» (drawing the attention of outsiders to the actual conflict or a common problem) over «aggressors» (attacking the doctrine, party or person) and «protectors» (praising the doctrine, party or person). At the third stage of the content analysis, they concluded that the classical and modern lists of propaganda techniques were not sufficiently relevant to the specifics of Internet news memes. The range of propaganda techniques in Internet news memes is small in comparison with the materials of the mass media; one of the techniques («Labeling», «Name Calling») is basic, appearing in all registered cases; complementary techniques («Stacking the Cards», «Transfer of Negative», «Appeal to Fear», «Glittering Generalities», «Flag Waving») are sometimes combined with this technique.

Keywords: propaganda, propaganda techniques, Internet memes, Internet news memes, content analysis
