Современные стратегии политических манипуляций в интернет-пространстве: от фейков до дипфейков

Зайцев Виталий Юрьевич
аспирант, Университета мировых цивилизаций имени В.В. Жириновского, vitvolga7226@mail.ru

В статье исследуется манипуляционное влияние интернета на политическое сознание общества. Современные способы передачи информации постоянно развиваются и совершенствуются. Развитие интернет-коммуникаций и появление виртуального политического пространства открыли новые возможности для целенаправленного воздействия на общественное сознание, сделав методы воздействия более эффективными и результативными. Социальные медиа в сравнении с традиционными СМИ дают манипуляторам ряд ключевых преимуществ: они мгновенно, адресно доставляют персонализированные эмоционально окрашенные нарративы, сопровождая их имитацией широкого общественного одобрения и вовлечённости. Это делает манипулирование общественным сознанием в онлайн-пространстве более гибким, масштабным и трудно контролируемым. Именно поэтому изучение особенностей манипулятивного воздействия в интернет-пространстве на политическое сознание населения является важным и актуальным.
Цель статьи – проанализировать развитие стратегий политических манипуляций в интернете от фейковых новостей до современных дипфейковых технологий.
В статье автор рассматривает виды и механизмы политических манипуляций, используемых в интернет-пространстве, даёт определение и представляет сравнительную характеристику понятий «фейк» и «дезинформация», анализирует влияние политических манипуляций в цифровой среде на общественной мнение.
Методологическую основу исследования составили методы контент-анализа, дискурс-анализа, сравнительного анализа, а также принципы политической психологии и социологии массовых коммуникаций.
Результаты исследования демонстрируют, что современные технологии интернет-пространства обладают значительным потенциалом для формирования и трансформации политического сознания общества.
Полученные выводы могут быть использованы в практике политического консультирования, при разработке образовательных программ по медиаграмотности населения, разработке мер по повышению информационной грамотности населения, а также в дальнейших научных исследованиях по политической коммуникации.
Ключевые слова: политическая манипуляция, интернет-пространство, дезинформация, фейк, искусственный интеллект (ИИ), дипфейк.

С появлением интернета и развитием интернет-технологий воздействие информации на общественное сознание постоянно усиливается и приобретает всё более выраженный характер. Многие зарубежные и отечественные учёные посвятили свои работы исследованию манипуляционного потенциала интернета. Среди отечественных исследователей необходимо выделить С.В. Володенкова (изучение технологий манипулирования общественным сознанием в интернет-пространстве как инструмента политического управления), Васильева А.А. (анализ манипуляции общественным мнением через виртуальные сообщества), Виноватых А.В. (исследование информационного противоборства и тренды цифровой реальности), Бутусова А.В. (исследование социальных сетей как инструмента политического противоборства и информационных войн) и др. Из зарубежных учёных заметный вклад в изучение интернет-манипуляций внесли Михал Косински (разработка методов анализа личности по активности в соцсетях и применение таргетированного воздействия для манипуляции), Эли Паризер (создание концепции «пузыря фильтров»), Дэниел Сассер, Беата Весслер, Хелен Нисенбаум (анализ реализации онлайн-манипуляции и выявление её угроз), Клэй Ширки (анализ влияния социальных медиа на общественное мнение, мобилизацию и распространение дезинформации) и др.

Интернет существенно расширяет возможности политической коммуникации, обеспечивая прямую и мгновенную связь между властью и обществом, создаёт условия для диалога в политической сфере, позволяя обществу участвовать в дискуссиях и влиять на принятие решений. Благодаря социальным сетям у людей имеется возможность обсуждать политические темы, делиться своими взглядами. Пользователи социальных сетей могут объединяться в сообщества и общаться с людьми, которые разделяют их взгляды. Это способствует укреплению уже сформировавшегося мнения у пользователей и игнорированию ими других политических взглядов. Любой человек, благодаря цифровым платформам (блоги, соцсети, видеохостинги), может стать автором медиаконтента, формировать собственную аудиторию и даже конкурировать с профессиональными СМИ по оперативности и тематике. Материалы из социальных сетей, блогов и форумов на сегодняшний день становятся самыми обсуждаемыми. Но стоит отметить, что интернет в общественно-политической жизни играет двоякую роль. С одной стороны он способствует различным позитивным изменениям в социуме, а с другой - допускает размещение любой деструктивной информации или манипулятивный контент, которые влияют на формирование взглядов, убеждений целых социальных групп. Современные средства коммуникации все больше становятся источниками непроверенной или основанной на слухах информации [6]. Потребитель контента перестал анализировать информацию, принимает ее на веру, не задумываясь о том, является ли полученная ими информация достоверной. Но ложная, выдуманная информация может быть создана умышленно для введения аудитории в заблуждение с целью манипулирования её сознанием и поведением. Эффективными инструментами реализации манипуляционных стратегий в информационном пространстве, обладающими высоким потенциалом воздействия являются фейк и дезинформация. У понятий «дезинформация» и «фейк» нет единого автора, определения этих терминов формировались в научной среде постепенно, в результате коллективного научного дискурса. В контексте данного исследования под дезинформацией автор предлагает понимать информацию, не соответствующую действительности, распространяемую в цифровой среде с целью манипулирования

общественным сознанием для извлечения политической выгоды. А под фейком - заведомо ложную или искажённую информацию с выраженной эмоциональной окраской, преднамеренно распространяемую в цифровой среде (включая социальные сети, мессенджеры, блоги и новостные порталы), способную провоцировать конкретные поведенческие реакции аудитории (паника, агрессия, массовая поддержка или отрицание идей) с целью манипуляции общественным мнением. Сравнительная характеристика понятий «дезинформации» и «фейка» представлена автором в таблице 1.

Таблица 1
Сравнительная характеристика понятий «дезинформации» и «фейка»

Характеристика	Дезинформация	Фейк
Генезис	Истоками восходит к искусству военной тактики («военной хитрости»), дипломатическая маскировка истинных политических целей и намерений	Слухи, розыгрыши, приколы, блеф с элементами политической сатиры (скетч, анекдот), грязные политические интриги и ложь
Преднамеренность	Может оказаться непреднамеренной ошибкой журналиста, недосмотром редактора	Сознательная фальсификация фактов
Правдоподобность	Обязательное условие: сочетание правды, полуправды, лжи. Дезинформация должна быть очень правдоподобной.	Откровенно ложная информация. Чем она неправдоподобнее, тем более действенно она влияет на массовое сознание.
Подача, эмоциональность	Не отличается остротой подачи, не рассчитана на мгновенный эффект	Сенсационный, шокирующий контекст, рассчитанный на моментальную реакцию
Жанры	Статья, журналистское расследование, интервью, репортаж	Новость с инфоповодом под кричащим, броским заголовком
Живучесть	Может существовать скрыто и работать длительное время	Неожиданно «вбрасывается» в информационное пространство в определенный момент, и так же быстро исчезает из актуальной повестки дня
Сфера распространения	Военная, политико – дипломатическая, медийная	Помимо сфер, в которых распространяется дезинформация, фейки дополнительно используются в околонаучной, новостной сферах, а также в информационных войнах
Механизм распространения	Как правило, готовится для узкого круга специалистов, среди которых и распространяется	Рассчитан на широкий круг получателей. Распространение ботами, «вирусное», рассчитанное на быстрое «эмоциональное заражение» общества

Манипуляции в социальных сетях могут проявляться в разных формах: в переписке, в публикациях (новостях, статьях), в рекламе. Манипуляторы создают ложные или искажённые новости с целью повлиять на общественное мнение и вызвать панику. Так, например, в 2020 году по соцсетям разошлась «новость» о том, что вышки 5G вызывают COVID-19. Хотя наука не подтверждает такую информацию, этот пост собрал миллионы репостов, благодаря многочисленным повторениям, страху перед новыми технологиями, фразе «эксперты предупреждают» [5]. Исследование Массачусетского технологического института показало, что фейковые новости распространяются в сети в 6 раз быстрее, чем правда [12]. В условиях переизбытка информации объекту манипуляции становится сложно отделить правду от лжи. Информация, которая транслируется и внедряется в сознание общества через интернет посредством политического манипулирования, лишает людей способности критического мышления. Это приводит к формированию ложных убеждений и влияет на общественное мнение. Народ превращается в пассивную массу, а политические лидеры прибегают к искусственно созданному «общественному мнению» для того, чтобы достичь задуманных целей, не отвечающих потребностям общества и не имеющих ничего общего с реальными нуждами социума [4, с. 22].

Интернет на сегодняшний день является ведущим каналом формирования и распространения общественного мнения. Число пользователей Интернета неуклонно растёт. По данным сайта DataReportal - Global Digital Insights на 2025 год, количество пользователей интернета в мире достигло 6 миллиардов человек, что составляет 74% мирового населения. Среди стран с наибольшим числом интернет-пользователей в 2025 году выделяются: Китай - свыше 1,3 млрд человек; Индия - более 1 млрд; США - 324 млн; Индонезия - 230 млн человек; Бразилия - 185 млн; Россия - 129,8 млн; Пакистан - 117 млн; Мексика - 110 млн; Нигерия - 109 млн; Япония - 108 млн. [10].

Очевидно, что ресурсы сети Интернет открывают пользователям большие возможности для поиска информации, общения, образования, торговли, способствуют развитию общества, публичности и открытости политических процессов. Но одновременно с этим интернет создает и новые возможности для манипуляций, активно влияет на политическое мнение граждан, поскольку технологии современных коммуникаций позволяют мгновенно и в любое время распространять информацию на миллионы пользователей. Поэтому манипулятивные технологии широко используются в интернете манипуляторами от тех или иных политических сил. Социальные сети, мессенджеры, сообщества блогеров, форумы, веб-сайты, различные платформы для обмена контентом - все эти сетевые Интернет-коммуникации постоянно обновляются, оказывая значительное влияние на политическую жизнь общества и позволяя манипуляторам формировать необходимые установки, убеждения и поведение. Следует отметить, что политические деятели используют в интернете различные методы для продвижения своих идей и формирования общественного мнения. Они применяют пропаганду и контекстную рекламу, используют ботов и различные методы продвижения в социальных сетях.

Политическая пропаганда направлена на воздействие на политический процесс путём распространение различной информации с целью формирования определенных взглядов, представлений, эмоциональных состояний и оказания влияния на социальное поведение людей посредством различных площадок [7, с. 230]. Многие учёные занимаются изучением пропаганды, распространяемой посредством интернета и социальных сетей - «цифровой пропаганды». В цифровой пропаганде используется инструментарий манипулятивных приемов, характерный для любого другого вида пропаганды. Однако прерогативой цифровой пропаганды является метод создания когнитивных схем. Когнитивной схемой можно считать репрезентацию в медиа определенного события или явления, как правило, не имеющую ничего общего с происходящими событиями [2, с.22]. Для создания когнитивных схем политическими течениями используются «классические» методы политической пропаганды, в частности: опора на «эффект привыкания», эмоциональный резонанс, контраст, эффект большинства и т.д. [1, с. 27].

Политические деятели активно используют политический SMM (Social Media Marketing) - продвижение в социальных сетях кандидатов, партий или общественных деятелей, направленное на улучшение репутации и формирование целостного медийного образа. К таким методам относятся: целенаправленное формирование образа (например, имиджа «сильного лидера»); использование личных историй (помогает аудитории эмоционально связаться с политиком, поверить в его искренность); привлечение популярных блогеров и лидеров мнений через упоминания и репосты (позволяет охватить их аудиторию); создание контента по трендовым темам (привлекает дополнительное внимание общественности); использование понятной инфографики для объяснения сложных политических или экономических тем; запуск прямых эфиров и онлайн-общения с подписчиками (эффект открытого диалога, это сближает политика с аудиторией); сегментация аудитории по возрасту, интересам и др. (для наиболее эффективной коммуникации); использование активных ссылок (в этом случае пост с упоми-

нанием деятеля автоматически появляется на его личной странице, и текст видит не только адресат, но и все его подписчики). Также политическими деятелями используется контекстная реклама. Размещение рекламные объявления показываются на первой странице поисковых систем или на сайтах партнёров, это повышает вероятность того, что пользователь увидит рекомендацию и перейдёт на сайт политика.

В последнее время в политическом пространстве становится всё более заметной роль искусственного интеллекта (ИИ). Масштабное внедрение ИИ в сферу политики может также сопровождаться попытками манипуляции общественным мнением и выборными процессами. Алгоритмы могут быть использованы для создания и распространения дезинформационных сообщений, фейковых новостей, для манипуляции общественным мнением через социальные сети. Одним из механизмов для манипулятивного воздействия ИИ на политическое сознание населения является создание «цифровых персон» - искусственно сгенерированных аккаунтов, которые имитируют поведение реальных пользователей. Для этого применяют такие методы, как:

- использование киберсимулякров - виртуальных личностей, которые функционируют в интернет-пространстве и, привлекая внимание к сообщениям, формируя позитивное или негативное отношение к событию, используются для манипуляционного воздействия на реальных интернет-пользователей; Функциональное предназначение киберсимулякров – вброс, распространение, интерпретация общественно значимой политической информации [8, с. 34].
- создание политических ботов - автоматизированных алгоритмов, имитирующих поведение реальных политических агентов в социальных сетях. Боты, обычно замаскированные под страницы обычных людей, распространяют политические сообщения, создавая иллюзию общественной поддержки, распространяют новые идеи, способствуя дискуссии в онлайн-сообществах, или создают «шум» для отравления публичного дискурса, манипулируют публичным обсуждением, совершают атаки на избирателей, распространяя контент, направленный на дискредитацию конкурентов. В интернете возникло такое понятие, как феномен «войн ботов». Примером использования такого феномена в политических манипуляциях может служить Президентская кампания в США в 2016 году. Боты массово генерировали агитационные сообщения, связанные с кандидатами. Например, протрамповский аккаунт @amrightnow («теперь все в порядке») осуществлял массовую рассылку сообщений, направленных против Хиллари Клинтон [11]. Правительства и политические деятели по всему миру используют политических ботов, чтобы заглушать и преследовать оппозицию и продвигать свои собственные идеи [9, с. 516];
- алгоритмическое таргетирование в политике представляет собой такой механизм манипуляции, при котором искусственный интеллект выявляет интересы и предпочтения аудитории, прогнозирует её поведение. Алгоритм превращается в незаметный, но базовый элемент политики, так как с помощью него возможен поиск информации, ее фильтрация, систематизация и сортировка. Использование таргетинга позволяет уточнить целевую аудиторию: возраст, пол, географическое расположение, интересы. Добавление ключевых слов в тексты объявлений позволяет привлечь более заинтересованную аудиторию.

Очень активно искусственный интеллект используется для создания «дипфейков» - фальшивых видео или аудиоматериалов, которые, обладая высокой степенью реалистичности, крайне сложно отличить от реальных. С их помощью можно фабриковать политические скандалы, приписывать политикам несуществующие заявления, инсценировать события, которые никогда не происходили на самом деле. Дипфейки создаются с использованием глубоких нейронных сетей, алгоритм которых после обработки фото, видео и аудиозаписям реального человека. может с высокой точностью воспроизвести внешность, манеры, мимику и голос человека. Технологии генерации изображений и голоса в настоящее время достигли такого уровня, что зачастую отличить подделку от оригинала не всегда способны даже опытные специалисты. Объектами манипуляций сегодня всё чаще становятся политические кампании, избирательные штабы и средства массовой информации.

Очевидно, что интернет обладает огромным манипуляционным потенциалом, имеет массу возможностей для скрытого воздействия на сознание интернет-пользователей с помощью информационных ресурсов, технологий и особенностей интернет-коммуникаций, причём «со стороны как собственных государств, так и внешних интересантов, конкурирующих друг с другом посредством совершенствования самих технологий манипуляции и повышения эффективности их применения в информационно-коммуникационных процессах современного политического управления» [3, с. 67]. Манипуляции в сетевом пространстве, как отмечает С.В. Володенков, становятся одним из основных инструментов информационного противоборства между странами и обеспечивают транзит внешних ценностей, идей, символов и смыслов со стороны субъектов политического управления, разрушая при этом традиционное политическое пространство государств-мишеней [3, с. 67].

Отметим, что политические манипуляции в интернет-пространстве зачастую становятся инструментом информационных войн, цель которых состоит в навязывании определённого восприятия реальности, дестабилизации политических ситуаций, подрыве авторитета противника и т.п. Сегодня информационные войны, в том числе между государствами, ведутся в интернет-пространстве: в электронных средствах массовой информации, социальных сетях. Среди методов ведения информационных войн широко применяются: фейковые новости и дезинформация, боты (компьютерные программы) и агенты влияния (люди), кибератаки (взлом сетей, распространение вредоносного ПО, фишинг), создание образа врага, ограничение доступа к информации (блокировка сайтов, цензура, создание информационного вакуума). Намеренно распространяются ложные сведения, дезинформация; формируется негативное восприятие какой-либо группы, страны или личности; осуществляется массированная информационная обработка аудитории. Всё это может оказать влияние на выборы и политические процессы; привести к дестабилизации политической ситуации в стране; росту ненависти между гражданами разных государств; межнациональным конфликтам; экономическим потерям; дезинтеграции общества и т.п.

Таким образом, у пользователей Интернета имеются большие возможности для поиска информации, общения, образования и торговли. Но в то же время интернет создает новые возможности для манипуляций, активно влияет на политическое мнение граждан, поскольку технологии современных коммуникаций позволяют мгновенно и в любое время распространять информацию на многомиллионную армию пользователей. Социальные сети, различные мессенджеры, сообщества блогеров и прочие сетевые Интернет-коммуникации оказывают значительное влияние на политическую жизнь общества и позволяют манипуляторам формировать необходимые установки и убеждения.

Литература

1. Борщенко В. В. Оценка манипуляционного потенциала интернета в политической сфере // Управленческое консультирование. 2018. №8. – С. 20-31.
2. Володенков С. В. Особенности и возможности применения технологий Интернет – пропаганды в политическом управлении // PolitBook. - 2016. № 4. – С. 15-31.
3. Володенков С.В. Технологии манипулирования общественным сознанием в интернет-пространстве как инструмент политического управления // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС. 2017. Т.13, № 3. - С. 57-69.
4. Демьяненко Н. В. Использование манипулятивных технологий в СМИ, как реальная проблема // Российский академический журнал, 2012. Т. 19. № 1. - С. 20–27.

5. Изгагин А. Как нами манипулируют в соцсетях и СМИ. URL: https://www.b17.ru/article (дата обращения 31.01.2026)

6. Комиссаров М. А. Проблема распространения недостоверной информации в СМИ и социальных медиа // Тезисы к выступлению на 20-й Центрально-Азиатской Конференции СМИ «Будущее журналистики». URL: https://www.osce.org (дата обращения 13.01.2026)

7. Лабуш Н., Пую А. Медиатизация экстремальных форм политического процесса: война, революция, терроризм. СПбГУ, 2019. - 340 с.

8. Мухин В.И., Рекунков И.С., Зайцев М.А. О виртуализации массовых настроений в интернет-пространстве посредством внедрения киберсимулякров в информационно-коммуникационные сети. Вестник, 2015. - С. 34-35 URL: https://vestnik-rosnou.ru/sites/default/files/33-35 (дата обращения 19.01.2026)

9. Урдашев А.Б., Усмонов Ф. Тенденции и методы использования компьютерных технологий для политического манипулирования в современном обществе. Журнал «Oriental Renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences» № 4, 2024. - С. 512–527. URL: https://cyberleninka.ru/article/ (дата обращения 23.02.2026)

10. Аналитические отчёты о глобальных цифровых трендах, поведении пользователей в интернете и развитии цифровых технологий платформы DataReportal — Global Digital Insights URL: https://adpass.ru/digital-2026-klyuchevye-trendy-i-statistika-tsifrovogo-marketinga-v-novom-otchete-datareportal (дата обращения 15.03.2026)

11. Американские выборы вызвали «войну ботов». URL: https://www.kommersant.ru (дата обращения 20.02.2026)

12. Ученые рассказали, какие новости распространяются быстрее всего. URL: https://iz.ru/718897/2018-03-12/ (дата обращения 21.02.2026)

Modern strategies of political manipulation in the internet space: from fakes to deepfakes

Zaitsev V.Yu.
University of World Civilizations

The article examines the manipulative influence of the Internet on the political consciousness of society. Modern ways of transmitting information are constantly evolving and improving. The development of Internet communications and the emergence of a virtual political space have opened up new opportunities for targeted influence on public consciousness, making the methods of influence more effective and efficient. Compared to traditional media, social media provides manipulators with a number of key advantages: they instantly and specifically deliver personalized, emotionally colored narratives, accompanied by an imitation of broad public approval and engagement. This makes the manipulation of public consciousness in the online space more flexible, large-scale and difficult to control. That is why the study of the peculiarities of manipulative influence in the Internet space on the political consciousness of the population is important and relevant.

The purpose of the article is to analyze the development of political manipulation strategies on the Internet from fake news to modern deepfake technologies.

In the article, the author examines the types and mechanisms of political manipulation used in the Internet space, defines and provides a comparative description of the concepts of "fake" and "disinformation", analyzes the impact of political manipulation in the digital environment on public opinion.

The methodological basis of the research is based on the methods of content analysis, discourse analysis, comparative analysis, as well as the principles of political psychology and the sociology of mass communications.

The results of the study demonstrate that modern technologies of the Internet space have significant potential for the formation and transformation of the political consciousness of society.

The findings can be used in the practice of political consulting, in the development of educational programs on media literacy of the population, the development of measures to improve information literacy of the population, as well as in further scientific research on political communication.

Keywords: political manipulation, Internet space, disinformation, fake, artificial intelligence (AI), deepfake.

References

1. Borshchenko V. V. Assessment of the manipulative potential of the Internet in the political sphere // Management consulting. 2018. No. 8. pp. 20-31.

2. Volodenkov S. V. Features and possibilities of using Internet propaganda technologies in political management // PolitBook. - 2016. No. 4. pp. 15-31.

3. Volodenkov S.V. Technologies of manipulation of public consciousness in the Internet space as a tool of political management // Political expertise: POLITEX. 2017. Vol. 13, No. 3. - pp. 57-69.

4. Demyanenko N. V. The use of manipulative technologies in the media as a real problem // Russian Academic Journal, 2012, vol. 19, No. 1, pp. 20-27.

5. Izgagin A. How we are manipulated in social networks and the media. URL: https://www.b17.ru/article (accessed 31.01.2026)

6. Komissarov M. A. The problem of spreading false information in the media and social media // Abstracts for a speech at the 20th Central Asian Media Conference "The Future of Journalism". URL: https://www.osce.org (accessed 13.01.2026)

7. Labush N., Puyu A. Mediatization of extreme forms of the political process: war, revolution, terrorism. St. Petersburg State University, 2019. 340 p.

8. Mukhin V.I., Rekunkov I.S., Zaitsev M.A. About the virtualization of mass sentiments in the Internet space through the introduction of cyber simulators in information and communication networks. Bulletin, 2015. - pp. 34-35 URL: https://vestnik-rosnou.ru/sites/default/files/33-35 (accessed 19.01.2026)

9. Urdashev A.B., Usmonov F. Trends and methods of using computer technology for political manipulation in modern society. Oriental Renaissance Journal: Innovative, educational, natural and social sciences, No. 4, 2024, pp. 512-527. URL: https://cyberleninka.ru/article / (accessed 02/23/2026)

10. Analytical reports on global digital trends, user behavior on the Internet and the development of digital technologies of the DataReportal platform — Global Digital Insights URL: https://adpass.ru/digital-2026-klyuchevye-trendy-i-statistika-tsifrovogo-marketinga-v-novom-otchete-datareportal (accessed 03/15/2026)

11. The American elections triggered a "war of bots." URL: https://www.kommersant.ru (accessed 02/20/2026)

12. Scientists have told us which news spreads the fastest. URL: https://iz.ru/718897/2018-03-12 / (accessed 02/21/2026)