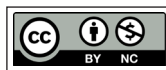


Научная статья
УДК 316.75:32
EDN: UMCQPX



Статья опубликована на условиях лицензии
Creative Commons Attribution 4.0
International License

ТРАНСФОРМАЦИЯ ПОНЯТИЯ «ПРОПАГАНДА» В РОССИЙСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ (2000–2025)

Фёдор Сергеевич РУБЦОВ

Саратовский национальный
исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского
Россия, Саратов
fedor_rubtcov@inbox.lv, <https://orcid.org/0000-0003-3717-4306>.

Аннотация. Актуальность данной темы обусловлена отсутствием в современной политической науке системных представлений об эволюции феномена пропаганды в условиях медиатизации российской политики.

Целью исследования является анализ семантической трансформации понятия «пропаганда» в российском политическом дискурсе в первой четверти XXI в.

Методом дискурсивного и частотного тематического анализа изучена выборка открытых научных публикаций, дополненная экспертной проверкой ключевых выводов. В качестве основного инструмента анализа при проведении автоматического сбора больших объемов текстов из открытых онлайн-источников без дообучения применялся DeepSeek-R1.

Научная новизна исследования заключается в систематизации и периодизации эволюции понятия «пропаганда» в российской политической науке на основе большого массива текстов. Впервые предложена четырехэтапная модель дискурсивного сдвига, подтвержденная автоматическим и экспертным анализом.

Результаты исследования определяются разработкой современных подходов к феномену пропаганды с описанием четырех этапов его эволюции в российском политическом дискурсе: деполитизации, реабилитации, технологического поворота и суверенизации дискурса, а также могут быть использованы для совершенствования теоретических моделей медиадискурса и практических механизмов его регулирования.

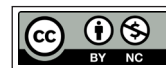
Ключевые слова: пропаганда, дезинформация, цифровой суверенитет, медиадискурс, политическая коммуникация

Заявление о конфликте интересов. Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Для цитирования: Рубцов Ф.С. Трансформация понятия «пропаганда» в российском политическом дискурсе (2000–2025) // Вестник Поволжского института управления. 2025. Т. 25, № 5. С. 57–67. EDN: UMCQPX

© Рубцов Ф.С., 2025

Original article



This work is licensed under a
Creative Commons Attribution 4.0
International License

TRANSFORMATION OF THE CONCEPT OF “PROPAGANDA” IN RUSSIAN POLITICAL DISCOURSE (2000–2025)

Fedor D. RUBTSOV

*Saratov National Research State University
Russia, Saratov*

fedor_rubtcov@inbox.lv, <https://orcid.org/0000-0003-3717-4306>

Abstract. The relevance of the topic of the scientific article is due to the lack of systemic representations of the evolution of the phenomenon of propaganda in the context of the mediatisation of Russian politics in modern political science.

The aim of the study is to analyze the semantic transformation of the concept of “propaganda” in Russian political discourse in the first quarter of the 21st century.

A sample of open scientific publications was studied using the method of discursive and frequency thematic analysis, supplemented by expert verification of key findings. DeepSeek-R1 was used as the main analysis tool for automatically collecting large volumes of texts from open online sources without additional training.

The scientific novelty of the study lies in the systematization and periodization of the evolution of the concept of “propaganda” in Russian political science based on a large array of texts. For the first time, a four-stage model of discursive shift is proposed, confirmed by automatic and expert analysis.

The results of the study are determined by the development of modern approaches to the phenomenon of propaganda with a detailed description of four stages of its evolution in Russian political discourse: depoliticization, rehabilitation, technological turn and sovereignty of discourse. The results obtained can be used to improve theoretical models of media discourse and practical mechanisms for its regulation.

Keywords: propaganda, disinformation, digital sovereignty, media discourse, political communication

Conflicts of interest. The author declares no conflicts of interest.

For citation: Rubtcov F.S. Transformation of the Concept of “Propaganda” in Russian Political Discourse (2000–2025) // The Bulletin of the Volga Region Institute of Administration. 2025. Vol. 25, № 5. P. 58–67. EDN: UMCQPX

Введение. Цифровые медиа и информационные технологии за последние двадцать лет превратили традиционные практики пропаганды в многоуровневые гибридные механизмы влияния. Однако в отечественной политологии отсутствуют системные исследования семантической эволюции этого понятия в новых условиях. В связи с этим возникает необходимость анализа изменения смыслового ядра понятия «пропаганда» в российском политическом дискурсе в условиях цифровой трансформации общества.

Цель проведенного исследования заключается в рассмотрении трансформации смыслового ядра понятия «пропаганда» (объект исследования) в отечественном политическом дискурсе за 2000–2025 гг. (предмет — годовые семантические срезы).

Гипотеза исследования основывается на следующем тезисе: при сохранении базового значения пропаганды как «целенаправленного влияния на массовое сознание» в научном дискурсе возрастает значимость контекстов, связанных с цифровыми угрозами, информационным суверенитетом и гибридными войнами.

Концепт «пропаганда» в политическом дискурсе. Академическая политологическая традиция включает широкий спектр дефиниций пропаганды, демонстрирующих, несмотря на терминологические различия, консенсус по поводу комплекса ключевых атрибутов.

Г. Лассуэлл определял пропаганду как выражение мнений или действий, осуществляемых преднамеренно отдельными лицами или группами с целью влияния на мнения или действия других лиц или групп для заранее определенных целей и посредством психологических манипуляций [1]. Позднее он охарактеризовал ее мобилизационную функцию как «средство, с помощью которого большое количество людей побуждается действовать сообща». Ж. Эллюль подчеркивал эмоционально-психологический аспект, усматривая в пропаганде форму информации, которая «потворствует нашим неуверенностям и тревогам» [2]. У. Липшман ввел понятие «псевдосреды» и «производства согласия» как результат когнитивных ограничений аудитории [3]. Дж. Дьюи критикуя «пропаганду для демократии», подчеркивал необходимость открытого диалога и активного участия информированных граждан [4].

В отечественной политической науке А.И. Соловьев определяет пропаганду как «немаркетинговый способ организации политического дискурса», подчеркивая ее функции легитимации власти и мобилизации масс [5]. При этом он анализирует, как через стандартизированные культурные продукты пропаганда внедряет институциональные рамки восприятия.

И.Н. Панарин, систематизируя стратегические цели пропаганды (деморализацию противника, мобилизацию союзников, нейтрализацию нейтральных акторов), представляет эволюцию психологических операций как часть гибридных войн [6].

По замечанию И.А. Быкова, в социальных медиа синергетически формируются политические нарративы, в которых пропаганда интегрируется в повседневный медиапоток и формирует общественное мнение, в том числе с помощью технологий искусственного интеллекта [7].

С.В. Володенков утверждает, что веб-пространство позволяет организовывать пропаганду как гибрид комбинации цифровых и традиционных приемов воздействия на массовое сознание [8].

Пропаганда в цифровом пространстве общества через призму фейковых новостей рассматривается Н.Б. Зазаевой и С.М. Федюниной [9].

Таким образом, различные трактовки понятия «пропаганда» сходятся в признании его как инструмента целенаправленного воздействия, однако акценты варьируются от морально-психологических до прагматически-коммуникативных. Это различие в подходах задает методологическую рамку дальнейшего анализа эволюции понятия в российском политическом дискурсе.

Методология исследования. В качестве основного инструмента анализа понятия термина «пропаганда» в политологической научной литературе, на наш взгляд, наиболее целесообразен DeepSeek-R1 благодаря способности автоматически собирать и анализировать большие объемы текстов из открытых онлайн-источников без дообучения. В отличие от общедоступных NLP-решений, DeepSeek-R1 оптимизирован под веб-поиск и семантический анализ русскоязычных дискурсов, что позволяет выявлять коллокации и тематические кластеры непосредственно на исходных текстах.

При подготовке данного исследования DeepSeek-R1 использовался исключительно как инструмент анализа и не является соавтором или соавторским участником выполненной работы, так как все интерпретации результатов осуществлены автором:

1. *Сбор данных.* С помощью DeepSeek-R1 в режиме веб-поиска были собраны открытые публикации (статьи, тезисы) с упоминанием термина «пропаганда» в заголовке или тексте. Источниками послужили репозитории Elibrary, CyberLeninka и сайты профильных научно-исследовательских журналов («Полис», «Власть», «Политическая наука», «Вестник Московского университета. Серия 12. Политические

науки» и другие) за 2000—2025 гг. Из общего числа извлеченных из запасников документов (более 33 000) для детального анализа отобрана репрезентативная выборка из 5000 текстов, предполагающих свободный доступ, из которых 1000 отобраны по критериям репрезентативности, равномерно распределенных по годам.

2. *Автоматический анализ.* Инструмент DeepSeek-R1 применялся без дополнительного обучения или модификации модели.

Частотный и семантический анализ выявлял динамику употребления слова «пропаганда» и ассоциированные колокации по годам. Тематическое моделирование (LDA, 10 тем) группировало тексты по основным направлениям дискурса. Тональный анализ определял эмоциональную окраску фрагментов: угроза vs нейтральное описание.

3. *Экспертная верификация.* Для проверки политкорректности автоматической разметки два независимых специалиста — кандидаты политических наук, доценты профильных кафедр ведущих вузов, не связанные с автором, проанализировали случайную подвыборку из ста текстов (10% выборки). Критерием служила точность классификации отрывков как «пропаганда» или «дезинформация». Уровень согласия экспертов оценен коэффициентом Cohen's $\kappa = 0,78$.

4. *Ограничения метода:*

а) анализ охватывает лишь открытые онлайн-документы; платные и архивные публикации могли остаться за пределами корпуса;

б) DeepSeek-R1 используется без кастомной настройки, что может влиять на точность в специфических контекстах;

в) репрезентативная выборка из тысячи текстов носит демонстрационный характер и не претендует на полное покрытие всех публикаций по теме.

Результаты исследования. Автором предпринятого исследования были выделены четыре ключевых этапа дискурсивной трансформации понятия «пропаганда» в российской политической науке:

- деполитизация (2000—2007);
- реабилитация (2008—2014);
- технологический поворот (2015—2021);
- суверенизация дискурса (2022—2025).

Этапы определены на основе тематического и колокационного анализа корпуса научных публикаций за период 2000—2025 гг. и отражают устойчивые изменения в трактовке термина, контекстуальных связях и нормативной нагрузке. Каждый из этапов развития рассматривается по совокупности эмпирических признаков и соотносится с конкретным историко-политическим контекстом.

Каждому из ключевых этапов эволюции понятия «пропаганда» в российской политической науке можно дать конкретную характеристику:

Деполитизация (2000—2007). Начальный этап дискурсивной эволюции понятия «пропаганда» в российской политологии связан с попытками его деполитизации. В публикациях этого периода термин либо избегался, либо употреблялся в ретроспективном и нейтрально-критическом ключе, как правило, в отсылке к советскому опыту или в историко-культурных обзорах.

Типичные выражения, выявленные с помощью DeepSeek-R1, включают «пропагандистские клише советского периода», «идеологические функции в условиях однопартийной системы», «наследие тоталитарной коммуникации». В научных работах термин «пропаганда» нередко заменяется эвфемизмами: «политический PR», «социальное информирование», «коммуникативное влияние». Это отражает общую установку на дистанцирование от жестко идеологизированных практик. Наблюдается доминирование парадигмы, близкой к критическому рационализму и концептуальному скепсису: любое упоминание о пропаганде сопровождалось оговорками о ее «неприемлемости в демократическом обществе» или «анахроничности».

Противостояние между информацией и пропагандой воспринималось в качестве базовой оппозиции. Эта установка на дистанцирование от пропаганды как «инструмента давления» вполне укладывается в логику критического подхода, разработанного в трудах социологов У. Липпмана и Дж. Дьюи. Российская политическая наука начала XXI в. активно заимствовала их теоретические ориентиры, в том числе через рецепцию западных моделей массовой коммуникации [9; 10].

В результате термин существовал преимущественно в «музейном» режиме — в качестве объекта анализа прошлого, но не как актуальный инструмент, что создает основу для последующего дискурсивного поворота в сторону его научной реабилитации и прагматизации после 2008 г.

Реабилитация (2008—2014). В этот период в российской политической мысли наблюдается явный перелом в восприятии понятия «пропаганда»: оно перестает быть исключительно анахроничным объектом исторических исследований и становится предметом политического анализа современной государственной стратегии. На этом этапе термин широко ассоциируется с практиками «мягкой силы» (soft power) и национального брендинга, что во многом обусловлено активным продвижением международных медиапроектов, таких, например, как Russia Today.

Ключевые дискурсивные паттерны периода социальной трансформации включают формулировки, связанные с информационным дискурсом «стратегические коммуникации», «информационный суверенитет», «государственная парадигма информационного влияния». DeepSeek-R1 выявил частые коллокации: «пропаганда как инструмент внешней политики», «мягкая сила в цифровой среде», «медиаприсутствие на зарубежных рынках». При этом сохраняются критические трактовки, унаследованные от Т. Адорно, — например, «механизмы манипуляции сознанием» и «ограничение информационного плюрализма» [11].

Теоретическое обоснование информационного сдвига можно усмотреть найти в концепции символической политики, подробно разработанной российским социологом О.Ю. Малиновой [12]. Она трактует символическую политику как деятельность политических акторов, направленную на «производство, продвижение и навязывание способов интерпретации социальной реальности в качестве доминирующих». Таким образом, государство одновременно конструирует устойчивые символы (символическую автономию) и удерживает их в рамках системы институционального контроля.

Социополитическое ядро этапа трансформации формируют события 2008 г. (грузино-югоосетинский конфликт), 2011—2012 гг. (волны протестных движений и информационных кампаний внутри России) и развитие цифровых платформ. Все это стимулировало теоретиков и практиков переосмыслить пропаганду в качестве гибридного инструмента, сочетающего традиционные и новые медийные технологии.

Технологический поворот (2015—2021). В результате «реабилитация» понятия проявилась в признании пропаганды легитимным элементом внешней и внутренней политики, что привело к его активному употреблению в официальных докладах и стратегических документах на государственном уровне.

С 2015 г. в российской политической науке и смежных дисциплинах резко усилился интерес к цифровым измерениям информационного влияния. Термин «пропаганда» все чаще используется в контексте системы сетевых социальных коммуникаций, информационно-психологических операций, гибридных конфликтов и цифровых угроз. Этап трансформации характеризуется переходом от классического понимания пропаганды к ее интеграции в концепт «информационной войны».

В ряде научных работ подчеркивается, что современные технологии позволяют создавать виртуальные пространства политической ком-

муникации, где управляется восприятие, моделируются поведенческие стереотипы, а сами коммуникации становятся каналами «упорядочивания политических реалий». Так, К.А. Говорухина отмечает, что политическая пропаганда и PR в условиях информационно-коммуникационной революции становятся определяющим компонентом трансформации моделей устройства государства и общества, влияя на механизмы распределения власти и параметры функционирования политических режимов [13].

DeepSeek-R1 выявил доминирующие колокации: «киберпропаганда», «манипуляции в цифровой среде», «информационные атаки», «контентные вбросы». Термин «дезинформация» становится одним из центральных в корпусе, активно вытесняя «пропаганду» в ряде важных научно-исследовательских тем — особенно в исследованиях, посвященных международной повестке, выборам и глобальной кибербезопасности.

На этапе преобразования научного дискурса наибольшую популярность получают социологические исследования, заимствующие лексику и методы у смежных дисциплин — киберсоциологии, конфликтологии, медиабезопасности. В научном дискурсе появляется идея об «алгоритмической пропаганде», когда платформа сама подстраивает новостную повестку под поведенческие предпочтения пользователя. Упоминаются также явления «эхо-камер», «информационных пузырей» и «бот-сетей», стимулирующих восприятие фрагментированной, манипулятивной реальности.

В политологической литературе возрастает научный интерес к трансграничным технологиям информационного влияния, в том числе «астротурфингу» (созданию искусственной поддержки через фейковые аккаунты и псевдодвижения). Примеры подобных исследовательских тем, находящихся в контенте цифровой революции, встречаются как в изучении международных конфликтов, так и в анализе электоральных практик.

С позиции теории и методологии политической науки в этот период происходит пересечение идей Г. Лассуэлла о манипулятивной эффективности (управлении мнениями через символы и стимулы) с цифровыми теориями научной информации и поведенческими моделями, где алгоритмы и автономные агенты онлайн-пространства воздействуют прицельно на эмоции и когнитивные предубеждения аудитории.

Пропаганда рассматривается в качестве не только способа передачи сообщения, но и части алгоритмически управляемой организационной

среды, воздействующей на выбор пользователя через микротаргетинг, повторяемость и сетевые механизмы убеждения.

Таким образом, «технологический поворот» в политологическом дискурсе приводит к переопределению пропаганды как цифровой функции, встроенной в архитектуру платформ, а не исключительно в государственную стратегию.

Суверенизация дискурса (2022–2025). Последний этап эволюции понятия «пропаганда» в российском политическом дискурсе связан с его окончательным включением в повестку контента национальной безопасности и цифрового суверенитета. После 2022 г. термин активно используется в нормативно-правовом контексте и в документах, связанных с контролем над информационным пространством. Возникает устойчивое связывание пропаганды с «фейками», «информационными атаками», «угрозами государству» и «цифровой гигиеной».

С помощью DeepSeek-R1 в текстах периода трансформации зафиксированы устойчивые сочетания: «противодействие пропаганде и фейковой информации», «цифровой суверенитет как защита от информационного давления», «регулирование медиaprостранства», «мониторинг деструктивного контента». В научных и экспертных публикациях обозначается необходимость системного мониторинга и правового закрепления границ допустимого информационного воздействия.

Наблюдается сдвиг в интонации: если ранее пропаганда могла трактоваться амбивалентно (инструмент *soft power*, идеологическая манипуляция и т.д.), то теперь она чаще маркируется как допустимая при условии соответствия государственным интересам. Исчезают категории моральной оценки, и доминирует язык управления, нормирования, рисков и угроз. Усиливается противопоставление «своей» и «чужой» пропаганды, которая подается как недопустимая агрессия против суверенитета.

Этот сдвиг происходит на фоне событий специальной военной операции, введения ограничений на иностранные платформы, принятия пакета законов о фейках и расширения инструментов медиарегулирования. Все это закрепляет понимание пропаганды не как инструмента убеждения, а как категории правового и институционального контроля.

Таким образом, на данном этапе понятие «пропаганда» оказывается вписанным в логику цифрового патриотизма, где допустимое и недопустимое информационное воздействие определяется не этикой коммуникации, а критерием угрозы или лояльности.

Заключение. В результате проведенного исследования выявлена следующая динамика эволюции понятия «пропаганда» в российской политической науке за 2000—2025 гг.:

1. *Сохранность ядра понятия.* На всех этапах анализ подтверждал, что термин «пропаганда» неизменно понимается как инструмент целенаправленного воздействия на массовое сознание, независимо от медиаформатов и технологических изменений.

2. *Расширение функциональных контекстов.* Сдвиг от критических и морально-этических оценок к прагматическому анализу эффективности, где ключевыми темами становятся цифровые угрозы, информационный суверенитет и гибридные войны.

3. *Практическая значимость.* В процессе разработки нормативно-правовых дефиниций «пропаганда» и «дезинформация» необходимо учитывать выявленные цифровые контексты, а исследователям целесообразно сочетать количественные методы и дискурсивный анализ для получения более полной картины медиавоздействий. Отсутствие четкой дефиниции пропаганды затрудняет правовое регулирование медиaprостранства, создает неопределенность в судебной практике и способствует произвольному трактованию контента как пропагандистского. Предложение уточненных определений является важным шагом к балансу между свободой информации и защитой от манипуляций.

Список источников

1. Лассуэлл Г. Техника пропаганды в мировой войне. М.: ИНИОН РАН, 2021. 237 с.
2. Эллюль Ж. Феномен пропаганды. М.: Алетейя, 2023. 410 с.
3. Липпман У. Общественное мнение. М.: АСТ, 2024. 448 с.
4. Дьюи Дж. Общество и его проблемы. М.: Идея-Пресс, 2002. 160 с.
5. Соловьев А.И. Доктринальная символизация и политическое просторечие нарративов: что меняется в публичном поле? // Полис. Политические исследования. 2025. № 1. С. 69–87. DOI: 10.17976/jpps/2025.01.06. EDN: SAGCFO
6. Панарин И.Н. СМИ, пропаганда и информационные войны. М.: Litres, 2017. 531 с.
7. Быков И.А. Системный подход в исследованиях эффективности политической пропаганды // Информация – Коммуникация – Общество. 2025. Т. 1. С. 68–71. EDN: OEHJSJ
8. Володенков С.В. Цифровые актанты и вычислительная пропаганда как инструменты воздействия на массовое сознание в условиях глобальных технологических трансформаций // Вестник Московского университета. Сер. 12: Политические науки. 2024. № 2. С. 47–70. DOI: 10.55959/MSU0868-4871-12-2024-2-2-47-70. EDN: FPYCYW
9. Зазаева Н.Б., Федюнина С.М. Фейковые новости как инструмент пропаганды в цифровом пространстве российского общества // Вестник Поволжского института управления. 2025. № 4. С. 118–126. EDN: ZGBGBD

10. Бакулев Г.П. Теории пропаганды: классики // Ученые записки Российского государственного социального университета. 2013. Т. 2, № 3 (116). С. 18–19. EDN: RZRR

11. Adorno T. Freudian Theory and the Pattern of Fascist Propaganda // The Culture Industry Selected Essays on Mass Culture. London and New York: Routledge, 2005. P. 132–157.

12. Малинова О.Ю. Символическая политика // Политология. Новый лексикон. М.: Аспект Пресс, 2024. С. 320–326. EDN: PWDKMU

13. Говорухина К.А. Проблемы эффективности средств и технологий политической пропаганды и PR в глобальном информационном пространстве России // Политическое пространство и социальное время: материалы международной конференции. Ялта, 12–16 мая 2015 г. / гл. ред. Т.А. Сенюшкина, А.В. Баранов. Ялта: Ариал, 2016. С. 59–61. EDN: WQPIIJ

Сведения об авторе

РУБЦОВ Фёдор Сергеевич,

аспирант кафедры политических наук,
Саратовский национальный исследова-
тельский государственного универси-
тет имени Н.Г. Чернышевского
Саратов, Россия
fedor_rubtcov@inbox.lv,
<https://orcid.org/0000-0003-3717-4306>

Статья поступила в редакцию
30.07.2025

Одобрена после рецензирования
02.09.2025

Принята к публикации
20.09.2025

The author

Fedor D. RUBTSOV,

postgraduate student at the Political
Science Department,
Saratov National Research State University
Saratov, Russia
fedor_rubtcov@inbox.lv,
<https://orcid.org/0000-0003-3717-4306>

The article was submitted
30.07.2025

Approved after reviewing
02.09.2025

Accepted for publication
20.09.2025