

Научная статья
УДК 316.77

СЕТЕВЫЕ МЕДИА КАК ФАКТОР ВЛИЯНИЯ НА СОЦИАЛЬНЫЕ ЭПИДЕМИИ

Виктория Александровна Моисеева¹, Галина Сергеевна Мельник²

¹ ООО «Воздушные Ворота Северной Столицы», Санкт-Петербург, Россия

² Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия

¹ ORCID 0009-0008-5347-5196, vikamoiseeva2003@mail.ru

² SPIN-код: 4424-5434, ORCID: 0000-0001-5653-8668, g.melnik@spbu.ru

Аннотация. В статье представлены результаты исследования о влиянии сетевой информации на социальные эпидемии. Объектами анализа выбраны сообщества, которые пользуются популярностью среди молодежи – «Рифмы и Панчи» и «4chan» в мессенджере Telegram-канала и ВПШ» и «ТОПОР – Горячие новости социальной сети» «ВКонтакте». Цель исследования – выявить деструктивный контент в указанных источниках и соотнести результаты с данными социологического опроса об отношении аудитории к социальным эпидемиям. В ходе проделанной работы было установлено, что сетевые медиа играют ключевую роль в распространении социальных эпидемий, трансформируя традиционные механизмы передачи информации и поведенческие модели.

Ключевые слова: массмедиа, социальные эпидемии, продуцент, сетевые ресурсы, зависимость, воздействие, массовые коммуникации.

Original article

NETWORK MEDIA AS A FACTOR OF INFLUENCE ON SOCIAL EPIDEMICS

Victoria A. Moiseeva¹, Galina S. Melnik²

¹ Pulkovo, Saint Petersburg, Russia

² Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia

¹ ORCID 0009-0008-5347-5196, vikamoiseeva2003@mail.ru

² SPIN-code: 4424-5434, ORCID: 0000-0001-5653-8668, g.melnik@spbu.ru

Abstract. The article presents the results of a study on the influence of network information on social epidemics. The objects of analysis are communities that are popular among young people - "Rhymes and Punches" and "4chan" in the Telegram channel messenger and "VPSH" and "TOPOR – Hot news of the social network" "VKontakte". The purpose of the study is to identify destructive content in these sources and compare the results with the data of a sociological survey on the audience's attitude to social epidemics. In the course of the work carried out, it was established that network media play a key role in the spread of social epidemics, transforming traditional mechanisms for transmitting information and behavioral models.

Keywords: mass media, social epidemics, producer, network resources, addiction, impact, mass communications.

Введение и постановка вопроса. Современное цифровое сообщество столкнулось с новым вызовом – феноменом социальных эпидемий, которые можно определить как процесс лавинообразного распространения идей, моделей поведения или эмоциональных состояний в обществе, аналогичный механизмам биологического заражения. Социальные эпидемии провоцируют неконтролируемый рост общественно опасных явлений таких, как химическая зависимость (алкоголизм, наркомания, токсикомания) терроризм, национальный экстремизм, деструктивные культы, секты, пристрастие к азартным играм и компьютерная зависимость [Катков, 2012]. Больше всего подвержены влиянию подрастающая молодежь.

Основатель социальной психологии Г. Лебон в своей книге «Психология народов и масс» утверждал, что «если законы будущего должны быть такими же, как законы прошедшего, то можно

сказать, что для народа самое вредное – если он достигает слишком высокой степени развития и культуры. Народы гибнут по мере того, как портятся качества их характера, составляющие основу их души, и эти качества портятся по мере того, как растут их цивилизация и развитие» [Лебон, 1999]. Поднятый Лебоном вопрос о сохранении гуманитарных основ общества и противостоянии деструктивным явлениям, разрушающим его духовную составляющую, является и сегодня актуальным для гуманитарных и социальных наук. Социальные эпидемии в цифровую эпоху приобретают характер генерализованного механизма воспроизводства социальных патологий, что требует переосмысления традиционных подходов к их регулированию. Можно сказать, что данный феномен проявляется через три ключевых аспекта:

Институционализация девиаций. Сетевые медиа легитимизируют маргинальные практики через механизм постоянного повторения информации. Например, во время эпидемии COVID-19 движение «антиваксеров» из чатов переключалось в мейнстрим через алгоритмы. Сюда же можно отнести эффект «ложного консенсуса», когда люди начинают воспринимать распространенность идеи или явления значительно масштабнее, чем они есть на самом деле.

Экономика внимания как катализатор. Алгоритмы платформ устроены так, что экстремальный контент всегда получает большее количество охватов, чем любой другой нейтральный. Эксперты отмечают, что алгоритмы видеохостинга YouTube усиливают радикальный контент в 70% случаев, он может показывать пользователям видео, которое вызывает зависимость. Также любое сообщение, которое несет негативную окраску, распространяется в 3-5 раз быстрее, чем позитивное [Эксперты...].

Кризис социального иммунитета. Цифровая среда стирает грани так называемого социального торможения, часто люди становятся подвержены убеждениям, которые транслирует Интернет, постоянное пребывание в цифровой среде ведет к тому, что способности критического мышления утрачиваются и люди совершают разного рода действия, не осознавая последствий. Например, в TikTok в 2021 г. завирусился «тренд»: подростки под песню исполнителя группы ЛСП «Номера» совершали суицид – сбрасывались с крыши под строчки «и камнем вниз с крыши дома...». Такие «тренды» показывают, что психика детей наиболее восприимчива к тому, что происходит в Интернете.

В исследовании психологов А. И. Юрьева и А. А. Кострикиной выдвигается совершенно иное мнение. Исследователи говорят о том, что возникновение социальных эпидемий происходит не из-за алгоритмов платформ, а из-за политической элиты, которая не только распространяет и контролирует социальные эпидемии, но и заменяет одну другой: «Сегодня многие отмечают, что современная политическая элита России, по крайней мере существенная ее часть (непатриотичная, непрофессиональная и, по сути, компрадорская), принципиально неспособна решать государственные задачи, к которым относятся сохранение человеческого капитала и профилактика деструктивных социальных эпидемий» [Юрьев, Кострикина, 2015].

Теоретико-методологическую базу исследования составили работы, затрагивающие психологические аспекты деструктивного влияния СМИ на аудиторию [Гришанина, 2019; Мельник, 2023; Пахомова, 2021; Осташев, 2023], освещающие способы вовлечения аудитории через медиа в деструктивные сообщества и проблемы противодействия им [Беглова, 2025; Карпов, 2018; Клейберг, 2017; Магдилова, 2023; Ламинина, 2023].

Методы и материалы исследования. В качестве методов исследования использовались: факторный и сравнительный анализ, структурно-функциональный и дискурс-анализ, анализ и социологический опрос. Эмпирической базой послужили СМИ, а также публикации в социальных сетях «ВКонтакте» и «Telegram».

Результаты исследования и обсуждение. К ключевым особенностям эпидемий относят: вирсность, неочевидность источника, кризис верификации информации и эффект социального доказательства. Социальные эпидемии достигают своих «жертв» через репосты, мемы и алгоритмы. Заметим, что в эпоху тотального отслеживания активности каждого пользователя, определить «нулевого пациента» – того, кто запустил эпидемию, крайне сложно и практически невозможно из-за кроссплатформенного распространения. Что же касается эффекта социального доказательства, то здесь мы можем сказать про массу челленджей, которые были запущены за период существования популярных социальных сетей, миллионы пользователей повторяли друг за другом, несмотря на то что в какой-то момент тренд становился опасным. Например, опять тренд под песню зарубежного исполнителя Drake

«In My Feelings» «завирусился» в 2018 г. Люди выходили из машины на ходу и исполняли танец, пока та едет, но не всем удалось довести до конца этот тренд – нескольких пользователей сбила проезжающая мимо машина, после этого случая тренд завершился.

К основным факторам распространения социальных эпидемий мы можем отнести технологические, социально-психологические и культурно-политические.

Обратимся к первому фактору – *технологическому*. К нему можно отнести алгоритмическое усиление, например, платформы YouTube и TikTok, распространяющих контент с высокой вовлеченностью, даже если он деструктивен. Например, по данным Mediascope, в 2021 г. ролики антиваксеров получали в три раза больше просмотров, чем научные обзоры. Образование «эхо-камер», в которых оказываются многие пользователи, они исключают альтернативные точки зрения из-за чего человек оказывается в информационном пузыре.

Второй фактор – *социально-психологический*. Пользователи формируют свое мнение из различных источников информации, выбирая для себя наиболее удобное, когда они сталкиваются с полярной информацией, то выбирают наиболее понятное для себя, даже если это убеждение не является правдой. Тут мы можем сказать об эффекте Даннинга-Крюгера, когнитивном искажении, когда низкая медиаграмотность приводит к переоценке собственной компетенции. Исследование ИСИЭЗ НИУ ВШЭ, проведенное в 2023 г., показало, что 50% россиян, столкнувшись с сомнительной информацией, проверяли ее, остальные 50%, встретив подобную информацию, не подвергали ее сомнению и, соответственно, не проверяли. К особенностям этого фактора также можем отнести анонимность в сети, которая снижает чувство ответственности за сделанное и сказанное.

И, наконец, *культурно-политические факторы* обусловлены кризисом доверия: только 35% россиян доверяют официальным СМИ, что говорит о том, что остальные 65% могут обращаться к альтернативным источникам таким, как Telegram-каналы и блогеры [Цифровая экономика].

Таким образом, социальные эпидемии представляют собой сложный феномен, который охватывает сферы психологии, социологии и теории коммуникаций. В российском контексте социальные эпидемии имеют свои особенности, связанные со спецификой цифрового пространства и медиаландшафта.

Влияние и распространение социальных эпидемий объясняется огромным объемом производимого контента; кликбейтными заголовками для привлечения людей для перехода на связанные веб-сайты и получения дохода от рекламы [Богословская, Шарков, 2021], заложенными алгоритмами социальных платформ; использованием искусственного интеллекта; наличием «дипфейков»; технологией нейросетей, что сказывается на потере доверия к СМИ.

В настоящее время наблюдается значительный рост экстремистской активности в цифровом пространстве. В 2024 г., как сообщает МВД РФ, было зарегистрировано 1719 преступлений экстремистской направленности в то время, как в 2023 г. было зафиксировано 1340 преступлений: «это на 28,3% больше по сравнению с предыдущим годом» [Экстремизм в России...]. Действия молодых экстремистов могут отличаться жесткостью, так как молодые люди не задумываются о последствиях и серьезности, совершаемых деяний: «молодежной аудитории свойственно в силу возраста большее проявление протестных настроений, чем в зрелые годы: что имеет очевидные объяснения: человек в возрасте 16-28 лет ищет себя и свою нишу в жизни» [Гришанина, 2019]. В цифровом пространстве молодежный экстремизм распространяется через контент в популярных сетевых медиа («ВКонтакте», «Telegram», «TikTok», «YouTube»), игровые площадки («Twitch», «Roblox»), теневые сети («Darknet»). Разберем основные виды экстремизма более подробно.

Эффективность технических методов во многом зависит от постоянного обновления баз данных экстремистских материалов и адаптации алгоритмов под новые формы радикального контента, такие как закодированные сообщения или использование альтернативных платформ, например, мессенджеры с шифрованием.

Экстремистский текст не просто передает информацию, он манипулирует сознанием, формируя враждебное восприятие отдельных групп, и оправдывает агрессию, что ведет к насильственным действиям. Их распознавание помогает выявлять опасный контент и противодействовать радикальным идеям.

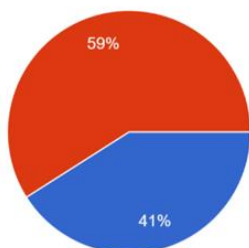
Упомянем известные информационные кампании, которые оказали огромное влияние на сетевые медиа и отличились вирусностью. *Культ «Колумбайна»* (признан экстремистской и террористической организацией на территории РФ); явление, которое получило название «скулшутинг» – это запланированное, подготовленное вооружённое нападение на учеников или сотрудников образовательной организации (школы, колледжа или университета) на её территории, имеющее целью массовые убийства и часто заканчивающееся убийством одного или нескольких человек; общественно опасное деяние» (3 февраля 2014 г., когда ученик десятого класса пришел в свою школу, застрелил учителя географии и взял одноклассников в плен. Всего за период с 2014 г. по 2025 г. известны 6 громких случаев нападения на школы шулерами). В 2022 г. было выявлено и устранено 700 интернет-сообществ скулшутеров [В России выявили].

А после содеянного у преступников начинают появляться не просто последователи, а пользователи, которые их возвышают и оправдывают, восхищаются и защищают. Часто их фотографии ставят на аватарки в социальных сетях, делают хвalebные видеоролики и признаются в любви в комментариях, в основном такое поведение в Интернете свойственно девочкам-подросткам, которые не понимают всей тяжести трагедии.

В результате – с одной стороны, совершенное преступление, с другой – людей, воспевающих преступников.

Нами было проведено исследование о буллинге, с которым сталкиваются школьники в любом возрасте и на любом этапе. Ведь фактически первой причиной скулшутинга в большинстве случаев является травля со стороны одноклассников и учителей, которую таким образом шутеры пытаются решить. Опрос был проведен среди респондентов в возрасте от 16 до 21, приняли участие 100 человек. По результатам опроса выяснилось, что почти половина участников (41%) подвергались буллингу в школе (см. рис. 1).

Вы подвергались буллингу в школе?
100 ответов



Если нет, то были ли свидетелем травли ваших сверстников?
100 ответов

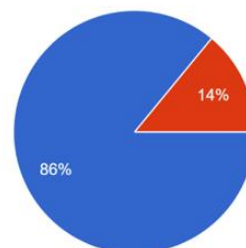


Рисунок 1 – Результаты, полученные на вопросы «Вы подвергались буллингу в школе?», «Если нет, то были ли свидетелем травли ваших сверстников?»

Процент тех, кого не буллили в школе, составляет 59%, но 86% учащихся, кого травля обошла стороной, были свидетелями того, как их сверстников травили (см. рис. 1). Из этого можно сделать вывод, что почти все участники данного опроса так или иначе столкнулись с буллингом в своей жизни.

Как мы знаем, последствиями буллинга является неуверенность в себе, страх выразить свое мнение, депрессия, низкая самооценка, чувство одиночества и, как самое страшно – скулшутинг. В следующем вопросе мы попытались выяснить, что из вышеперечисленного испытывают жертвы сейчас (см. рис. 2). Были опрошены и те, кто не подвергался буллингу, но наблюдали у своих сверстников, подвергшихся травле.



Рисунок 2 – Результаты, полученные на вопросы «Если да, то что из нижеперечисленного вы можете отнести к себе? Если вас не буллили, то какие из этих черт прослеживались у тех, кого травили в школе?»

Из результатов опроса видно (см. рис. 2), что большее количество испытывают неуверенность в себе (67%), низкую самооценку (58%) и страх выразить мнение (51%). Некоторые респонденты ответили, что испытывают «дерзость, желание ответить тем же», чувство «психической неполноценности». Один человек даже ответил, что «со всем справился».

Также участники ответили на вопрос о мести (см. рис. 3).

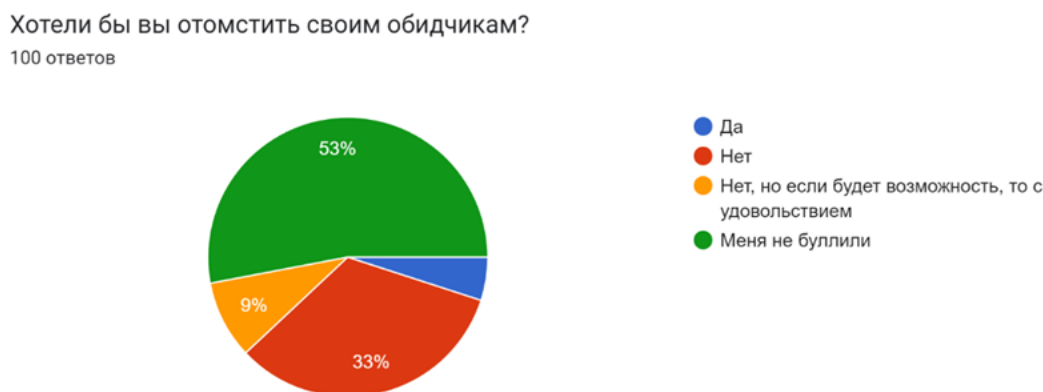


Рисунок 3 – Результаты, полученные на вопрос «Хотели бы вы отомстить своим обидчикам?»

По результатам опроса видно (см. рис. 3), что 53 % не подвергались буллингу, а остальные 47% поделились на три условных лагеря. Первый – самый большой, где 33 человека не хотели бы мстить, но остается небольшой процент тех людей, которые хотят возмездия. Пять человек уверенно ответили, что хотели бы отомстить, остальные 9 только если появится возможность. На наш взгляд, из 100 опрошенных это достаточно большое количество людей.

В последнем пункте опроса мы попросили участников ответить, что нужно предпринять, чтобы эта проблема ушла. Многие считают, что родителям нужно активнее участвовать в жизни своего ребенка, больше разговаривать с ним, принимать строгие меры по воспитанию. Также участники говорят о том, что большое внимание этому должна уделять школа, в особенности учителя, которые должны

создавать дружескую атмосферу в классе и проводить уроки на эту тему, школьные психологи, которые постоянно должны беседовать с детьми.

Некоторые респонденты выступают за создание организаций помощи таким детям, просветительские мероприятия и административные меры, чтобы ребенок понимал, что за издевательство над другим он может понести наказание.

Вот некоторые примеры ответов:

«Необходимо создать безопасную и поддерживающую образовательную среду, где ученики будут чувствовать, что могут обратиться за помощью. Также важно проводить работу с родителями, чтобы они также могли участвовать в решении проблемы буллинга. Осуществление этих мер позволит создать атмосферу в школе, где нет места для буллинга и где каждый ученик может чувствовать себя в безопасности».

«Создавать дружелюбную атмосферу в школе, воспитывать ребенка таким образом, чтобы он не видел разницу между национальностью, весом, врожденными характеристиками, вести дисциплины разговоров с детским психологом, не перегружать детей, чтобы они не были озлобленными на жизнь и агрессивными в поведении к сверстникам».

Как мы видим из результатов опроса, проблема буллинга в школах является почти одной из первых. Если оказывать должный присмотр за детьми и вовремя оказывать помощь и поддержку, то такое явление, как скулшутинг может просто исчезнуть, а вовлекаться в жестокие деструктивные кампании в Интернете просто будет неинтересно.

Антицыганизм. Исследований на эту тему крайне мало, хотя она уже давно стоит достаточно остро. По данным Росстата на 2021 г. в России проживает 173 400 цыган, что составляет 0,12% от всего населения нашей страны (Народы России // Медиапроект гильдии межэтнической журналистики «Национальный акцент» URL: <https://nazaccent.ru/nations/?ysclid=majgn5dumq751563959>).

Антицыганизм – это дискриминация народа цыган как этнической группы в целом; можно сказать, что это сложившаяся система предубеждений и стереотипов об этой национальности. Европейская комиссия по борьбе с расизмом и нетерпимостью (ЕКРН) дает такое определение: «Антицыганизм – это особенно устойчивая, насильственная, повторяющаяся и широко распространенная форма расизма; идеология, основанная на расовом превосходстве, дегуманизации и институциональном расизме и дискриминации с историческими корнями, выражаемая, среди прочего, в насилии, человеко-ненавистничестве, эксплуатации, стигматизации и вопиющей дискриминации» [Борьба с расизмом].

Ненависть к этому народу с каждым годом только набирает популярность и огромный рост. О них уже давно распространен стереотип «воров» и «мошенников», который годами никак не трансформируется у людей в голове. Это обусловлено различными факторами, в первую очередь это отсутствие принятых мер со стороны государства.

В обществе их именем нарекли блогеров, которые продают свои услуги в Интернете, на деле не имеющие никакой значимости и ценности, они получили название «инфоцыгане». В 2023 г. Руководитель Федеральной национально-культурной автономии российских цыган Надежда Демир, выступила с обращением к Президенту РФ Владимиру Путину, с просьбой запретить термин «инфоцыгане», она предложила запретить его использование и «блокировать ресурсы», с чем Президент согласился [Цыгане попросили Владимира Путина запретить слово «инфоцыгане» // 66.ru URL: <https://66.ru/news/society/263739/>].

В кино и СМИ цыгане предстают в образах «воров», «гадалок» и «попрошак». Закрепленный за ними стереотип в массовой культуре только поддерживается. Редко на экранах мы можем увидеть положительного представителя цыганского народа, да и в СМИ их зачастую используют как отрицательный пример. Безусловно, в художественных фильмах есть образы и положительные цыган (фильм «Карнавал» 1982 г., «Табор угодит в небо» 1975 г. и «Цыган» 1979 г.).

Квадробинг. Новая популярная субкультура среди детей, куда с особым интересом вовлекаются несовершеннолетние называется квадробинг тех, кто увлекается им – квадроберы. Дети переодеваются в животных: котов, собак, лисиц, енотов и перенимают их повадки.

Изначально квадробинг появился как вид спорта еще в 2008 г. в Японии. До России явление дошло в 2024 г., но только интерпретируется детьми не как вид спорта, а как стиль жизни: «суть дан-

ного увлечения молодежи в России заключается в подражании животным в передвижении (на четвереньках), а также их поведению на улице, по отношению к людям и пр.» [Беглова, 2025]. Подростки сами создают себе костюмы: делают маски, покупают перчатки, хвосты. На крупных маркетплейсах OZON и Wildberries даже доступны наборы для квадробики: куда входит самодельная маска, уши, перчатки-лапки и хвост.

Популярность квадробинга в России началась в видеосервисах «TikTok» и «YouTube Shorts». Там популярные американские блогеры, которые относят себя к этому явлению, публиковали свои видео в костюмах животных под музыку. Затем их стали копировать дети: они имитируют движения животных, ходят на четвереньках и пытаются совершать прыжки с такой же естественностью, как реальные животные, некоторые могут даже наброситься на человека. В Интернете существует много видео, где дети гуляют во дворе в костюме на четвереньках и бегают за палкой или мячиком. Совершая такие действия, ребята неосознанно начинают считать себя зверьми, забывая о том, что они люди.

Все это влечет за собой опасные последствия, выделим несколько:

Деперсонализация: разрушение личности и идентификации, у детей стирается грань, где правда, а где вымысел. Они перестают вести себя, как люди и вовлекаются в мир, где издаются звуки зверей, прыгают по траве и приносят палки в зубах. Таким образом подрастающее поколение просто начинает деградировать, попадая в субкультуру квадробинга.

Буллинг: дети, которые относят себя к данной субкультуре, нередко сталкиваются с травлей во дворе, в школе и дома, что наносит серьезный психологический ущерб, так как общество зачастую не принимает людей со «странными» увлечениями, то же самое было с эмо и готами в начале нулевых.

Физические травмы: стремление быть таким же пластичным, как животное, приводит к получению травм рук и ног.

В 2024 г. явление вызвало большой резонанс и обсуждалось представителями государства: некоторые считали, что нужно ввести жесткие меры против родителей квадроберов, которые не уследили, а некоторые, наоборот, предлагали не паниковать и говорили о том, что в скором времени тренд пойдет на спад. Предположения последних оказались верными: в 2025 году зафиксирован спад интереса к квадробике.

Культ успеха в 20 лет. В 2023-2024 гг. в социальных сетях с видеороликами бешеную популярность набирал тренд на «успешный успех до 25 лет». Молодые блогеры хвастались дорогими машинами, квартирами, одеждой и карьерными «достижениями», создавая иллюзию богатой и роскошной жизни. Они внушают тем, кто находится по ту сторону экрана, что если у тебя нет большого дохода от миллиона в месяц, то ты неудачник.

Такой контент обычно начинается с фраз: «Как я заработал первый миллион в 18 лет», «Мой обычный день: вилла, брендовая одежда и бизнес», «Ты бедный, потому что ленивый».

Социальный феномен уже окрестили «чумой» XXI в., который связан с культурой потребления и поклонения деньгам. Он заставляет людей стремиться к труднодостижимым идеалам, богатству путем аффирмации и постоянной занятости, что приводит к перенасыщению обыденными вещами, эмоциональному выгоранию и притворству идеала. Люди часто губят собственное здоровье, в попытках соответствовать навязанным стандартам «успешного» человека.

Также данный феномен пропагандирует нерациональное потребление ресурсов. Деньги выступают главным показателем счастья и успеха, как и показная роскошь в виде брендовых вещей, дорогих машин и квартир. В данном феномене продвигается идея, что каждый может стать миллионером сам и с нуля, нужно всего лишь усердно работать, вести правильный образ жизни, правильно питаться, заниматься фитнесом и йогой, читать книги по психологии, бизнесу. Также данная культура популяризирует неосознанное чтение классической литературы и выгорание вкупе с депрессией, так как погоня за успехом создает иллюзию, что все можно купить за деньги, для этого нужно лишь приложить усилия. Когда же у человека спустя долгое время не выходит заполучить это «счастье», хотя другие смогли, это приводит к занижению самооценки и ощущению бесполезности отдельной персоны.

Ученые из Америки проводили исследования на данную тему, результаты оказались такими: «стремление к успеху и богатству плохо сказывается на психическом здоровье у студентов: они начинают чувствовать себя менее уверенными в себе, менее жизнерадостными, у них чаще развивается

депрессия и тревожность... сталкиваются с трудностью принятия себя, в меньшей степени чувствуют принадлежность к своему комьюнити и связь с другими людьми» [Не в деньгах счастье].

Мы видим, что в погоне за успехом, молодежь начинает терять себя, разрушает свою личность изнутри. Чтобы хотя бы немного побыть таким же счастливым, молодые люди влезают в кредиты ради брендовой одежды или косметики, не испытывая в денежных займах реальной нужды. Национальное бюро кредитных историй сообщает, что доля заемщиков в возрасте до 30 лет с июля 2023 г. по июль 2024 г. выросла на 2 % – с 16 % до 19 %. В то время как доля заемщиков среди остальной категории граждан снижается [Молодежь стала чаще...].

Все эти деструктивные кампании так или иначе оказывали большее влияние именно на подростков с неокрепшей психикой, которые готовы убивать, совершать суицид, следовать трендам, цепляясь за все модное. Важно отметить, что зачастую пользователи не замечают, как влияет контент на их поведение в виртуальной и реальной жизни.

Для анализа влияния сетевых медиа на социальные эпидемии рассмотрим три популярных СМИ в социальной сети «ВКонтакте» – основной платформы российской молодежи с высокой виральностью контента и три СМИ в мессенджере «Telegram», который также пользуется высокой популярностью среди молодежи, но одна из особенностей этой платформы – минимальная модерация, из-за чего деструктивный контент там может преобладать в большей степени.

Перейдем к анализу медиа, которые являются популярными в мессенджере «Telegram». В качестве объекта использованы публикации на платформах «ВПШ» и «ТОПОР – Горячие новости». Период охвата – с 1 ноября 2024 г. по 1 мая 2025 г.

«ВПШ» существует с 2014 г., специализируется на новостях из мира звезд, шоу-бизнеса, моды и политики и с самого начала ориентируется именно на молодежь, основными потребителями контента являются люди в возрасте от 15 до 30 лет. В «Telegram» у издания 1.4 миллиона подписчиков, стабильно издание просматривает около полумиллиона человек.

Ежедневно канал публикует около 30 постов в день, что достаточно много. Это обусловлено тем, что «ВПШ» уделяет особое внимание слухам, конфликтам и скандалам российских и голливудских звезд. Издание следит буквально за каждым шагом, высказыванием и публикацией персоны, замеченной в каких-либо конфликтах. Например, много публикаций о расставании пары исполнителя Егора Крида и блогерши Амины Тендерлибае, о расставании певицы Клавы Коки со своим парнем. Напомним, что в результате проведенного нами опроса, некоторые респонденты писали о том, что они считают слухи о звездах социальной эпидемией, так как это вызывает у них тревожность, а 90% контента этого интернет-издания состоит как раз именно из таких новостей.

Отдельное внимание стоит обратить на рекламу, где деструктивный контент очевиден. На издание подписаны несовершеннолетние «ВПШ», предлагается совсем не детская реклама с других каналов с такими текстами: *«Но, когда наступает вечер, просыпается «мафия». Бордели, притоны, клубы 18+, куда страшно заходить даже взрослым»; «Запомните: чтобы жить в Москве по-королевски, не надо тратить ползарплаты и упухиваться десятилетиями – просто держите в подписках этот московский блог»; «Этот канал – не приятное чтение о том, как корпорации и пропагандисты манипулируют тупыми людишками – кем угодно, но только не тобой. Такие посты о тупых других людях – всего лишь манипуляция, заставляющая читателя почувствовать себя элитой, читать дальше, лайкать и покупать»; «В Перми мужчина на камеру скормливает котят своей змее, потому что “это лучше, чем топить”».*

Здесь мы видим явные призывы подписаться на другие каналы путем заманивания абсолютно неприемлемыми приемами, в первом случае подписчикам обещают контент 18+, во втором – сомнительно говорят о том, как правильно зарабатывать деньги в Интернете, в третьем случае – возвышают тебя как личность, но называют остальных людей «тупыми», в последнем – вообще предлагают посмотреть на издевательства над животными, употребляя абсолютно неприемлемые и жестокие фразы. Отклик аудитории мы можем заметить по реакциям, которую можно оставить под постом, в основном это негативные смайлики в виде «клоуна» и «выражающегося нецензурной лексикой». Можно сделать вывод, что Telegram-канал «ВПШ» негативно влияет на психологическое здоровье своей аудитории, в особенности несовершеннолетних.

Следующий популярный Telegram-канала – «ТОПОР – Горячие новости» специализируется на «жестких» новостях, находя отклик у аудитории мессенджера. Количество подписчиков насчитывает 1.3 миллиона человек, стабильно канал просматривает около 300 тысяч пользователей. Ежедневно в канале публикуется около 12-15 постов на темы политики, бытовых событий в регионах, различных происшествий, новостей из жизни людей, обыгрываются тренды.

Специфика канала заключается в том, что авторы пишут разговорным языком, используя жаргонизмы и нецензурную лексику, какую-либо новость могут высмеять мемом в формате изображения или текста. Например, новость с заголовком «квадроберов перестанут пускать в кафе и рестораны, сообщает СМИ» сопровождается картинками с людьми, находящимися в состоянии алкогольного опьянения.

Авторы также используют уничижительные оскорбления по отношению к лицам женского и мужского пола. Так, в одном посте авторы употребляют такие слова: «чел», «тянка», «обиженка», «бабы», принижая таким образом личности. Отметим, что в материалах, где упоминаются мужчины, авторы называют их «мужиками». Вот несколько примеров выражений, которые мы встретили в постах: «бухают на работе втайне», «тратите бабки», «рыночек порешал», «разрешат свалить на полную удаленку или гибридку».

Особое внимание в этом канале стоит обратить на содержание самого поста. В отличие от предыдущего канала, где мемов нет абсолютно, этот делает отсылки в виде текста или изображения ежедневно к нескольким постам. Например: новость о враче, который ошибочно удалял людям не те органы, сопровождается картинкой «блин, видимо мало было купить диплом» или новость о том, что в Америке перестанут вводить штрафы за переход на красный свет из-за того, что чаще их получали темнокожие сопровождается картинкой: «чернокожие, увидев красный сигнал светофора», где те счастливые потирают руки и собираются идти. А также другие примеры: «с днем повышения цен на все», «где твой хиджаб, сестра, пора в дурку», «да не жирная я, просто кость широкая», «теперь понятно, из-за кого ты жирный», «Нового года не будет, Роскомнадзор запретил Деда Мороза».

Также обратим внимание на заголовки, которые нередко содержат в себе жаргонизмы или противоречивые высказывания: «офисное кресло оказалось хуже бухла, сигарет и бургеров», «девушка бросила пиво и тут же начались проблемы со здоровьем». Так как издание читают не только совершеннолетние, но и подростки, потребляя такой контент регулярно они могут искаженно воспринимать реальность и считать нормой те выражения, которые употребляют авторы издания.

В отличие от «ВПШ» «ТОПОР» активно выражает свое отношение к отображаемому объекту и может позволять себе глумиться над героями инфопова. Это как раз, на наш взгляд, и привлекает молодого читателя, поскольку «запретный плод сладок»

Обратимся к еще одной платформе – социальной сети «ВКонтакте». Мы будем анализировать три сообщества, которые также пользуются популярностью среди молодежи: «Рифмы и Панчи» «4chan». Период исследования – полгода (с 1 ноября 2024 г. по 1 мая 2025 г.).

Аудитория интернет-сообщества «Рифмы и Панчи» составляет 5.4 миллиона человек. Там публикуются новости музыкальной индустрии, политики, спорта и экономики. Ежедневно в сообществе выходит до 20-25 постов. Сообщество имеет аудиторию с большим процентом несовершеннолетних, что немаловажно для дальнейшего заключения.

При анализе нам встречалось множество публикаций сексуального характера: обнаженные девушки, новости об актрисах и актерах эротического жанра и прочее, что не соответствует возрасту аудитории, на которую ориентирован данный контент.

Сообщество поощряет распитие алкогольных напитков, публикуя веселые поздравления с «международным днём вина» и «с днём профессионального алкоголика». А вот новость о том, что продажи алкоголя в стране сократились, авторы публикуют с ноткой грусти, добавляя «пивозавры вымирают». В «Рифмах и Панчах» используется много нецензурной лексики, как в цитатах, так и от лица самих авторов сообщества, что также пагубно влияет на несовершеннолетних.

Проанализировав сообщество «Рифмы и Панчи», можем сказать, что деструктивный контент здесь присутствует, но не в большом количестве. Издание все же больше публикует новости политики и экономики, но получило оно популярность именно благодаря такому контенту.

Еще один популярный ресурс молодежи – «4chan», которое публикует в основном мемы на актуальные и не актуальные новости. На сообщество подписано 367 тысяч человек, публикации выходят ежедневно по 10-12 в день.

В целом в нейтральном контенте можно найти картинки-мемы, которые высмеивают определенную национальность или расу, они встречаются достаточно редко. Примеры: часто высмеиваются темнокожие – «черный рассказал анекдот, но его никто не выкупил» или «оборудование сейчас и раньше», где под оборудованием имеют ввиду времена рабства негроидной расы. Контент составляют также мемы про запрещенные вещества.

Сообщество «4chan» достаточно противоречивое – деструктивный контент там определенно присутствует, несовершеннолетние могут воспринимать такие шутки, как правду, искажая в своей голове представления о религии, уважении других национальностей и так далее. Из трех проанализированных сообществ «ВКонтакте» это оказалось наиболее деструктивным, оно поддерживает социальную эпидемию расовой ненависти.

Сравнивая популярные сообщества двух популярных платформ «ВКонтакте» и «Telegram», можем только подтвердить, что в мессенджере «Telegram» наиболее благоприятная среда для распространения социальных эпидемий и деструктивного контента. Несмотря на то, что у сообществ «ВКонтакте» подписчиков больше, активнее все равно читают каналы в мессенджере, так как он позволяет оставаться анонимным, в отличие от социальной сети. За счет низкой модерации контента вирус социальной эпидемии размножается намного быстрее.

Выводы и перспективы дальнейшего исследования. Анализ показал, что алгоритмическая природа цифровых медиа и виральность контента способствуют быстрому заражению массового сознания. При этом сетевые медиа не только ускоряют распространение идей, но и усиливают их эмоциональное воздействие, что может приводить как к позитивным последствиям, так и негативным. ходе анализа выяснено: благоприятной средой для распространения деструктивных информационных кампаний является мессенджер «Telegram» в то время, как раньше платформой для их распространения служила социальная сеть «ВКонтакте». Популярность мессенджера «Telegram» обусловлена удобством платформы: там находится большинство популярных каналов и блогов, также после ухода многих платформ из России в 2022 г., многие перенесли свои блоги именно в мессенджер. Из-за усиленной модерации во «ВКонтакте» многие группы, чаты и сообщества блокируются. А в «Telegram» благодаря особенностям платформы отследить деструктивные экстремистские чаты или публикации практически невозможно. При анализе популярных изданий было выяснено, что в двух пабликах из трех можно встретить неподобающий контент, который может негативно сказываться на восприятии каких-либо тем подростками. Это делает эту платформу наиболее опасной в массовой коммуникации.

Список источников

- Беглова, Е. И. Современные молодежные субкультуры «квадроберы», «стрейтэйджеры», паркуры... в номинативном, этимологическом и аксиологическом аспектах / Е. И. Беглова // Вестник Уфимского юридического института МВД России. 2025. № 1 (107). С. 162–172.
- Богословская, В. Р. Феномен фейковых новостей: обзор исследований последних лет / В. Р. Богословская, Ф. И. Шарков // Коммунология: Электронный журнал. 2021. Том 6. № 2. С. 111–118.
- Дыдров, А. А. Диалоги об актуальных мемах 2024 / А. А. Дыдров, А. А. Варламова // Corpus Mundi. 2024. No 1. С. 88–104.
- Карпов, В. О. Культ Колумбайна: основные детерминанты массовых убийств в школах // Вестник Казанского юридического института МВД России. 2018. №4 (34) / В. О. Карпов URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kult-kolumbayna-osnovnye-determinanty-massovyh-ubiystv-v-shkolah>).
- Катков, А. Л. Социальная психотерапия против эпидемий Новейшего времени / А. Л. Катков // Психологическая

- газета. URL: <https://psy.su/feed/8065/?ysclid=mamxxoc9c3119909085> (дата обращения 13.05.2025).
- Катков, А. Л. Деструктивные социальные эпидемии: опыт системного исследования / А. Л. Катков. Павлодар: 2012. 223 с.
- Клейберг, Ю. А. Деструктивная интернет-игра «Синий кит» как девиантологический феномен: постановка проблемы / Ю. А. Клейберг // Пензенский психологический вестник. 2017. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/destruktivnaya-internet-igra-smniy-kit-kak-deviantologicheskii-fenomen-postanovka-problemy>
- Лебон Г. Психология народов и масс / Г. Лебон. СПб.: ЗАО Питер. М., 1999.
- Магдилова, Л. В. Проблемы противодействия распространению экстремистских материалов в сети Интернет / Л. В. Магдилова, М. Г. Яхьяев // Государственная служба и кадры. 2023. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-protivodeystviya-rasprostraneniya-ekstremistskih-materialov-v-seti-internet>.

Осташев, А. А. Экстремизм: понятие, виды, причины и способы противодействия экстремистской деятельности в России и зарубежных странах / А. А. Осташев // E-Scio. 2021. №11 (62). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekstremizm-ponyatie-vidy-prichiny-i-sposoby-protivodeystviya-ekstremistskoy-deyatelnosti-v-rossii-i-zarubezhnyh-stranah>.

Пахомова, А. Ю. Феномен дезинформации в отечественной практике: дефиниции и синонимичные понятия / А. Ю. Пахомова // Russian Linguistic Bulletin. 2023. №4 (40), URL: <https://rulb.org/archive/4-40-2023-april/10.18454/RULB.2023.40.17>.

References

Beglova E. I. (2025) Sovremennye molodezhnye subkul'tury «kvadrobery», «strejthdzherY», parkurY... v nominativnom, ehtimologicheskom i aksiologicheskom aspektakh [Modern youth subcultures "quad bikers", "straightedge", "parkour" ... in nominative, etymological and axiological aspects]. *Vestnik Ufimskogo yuridicheskogo instituta MVD Rossii* [Bulletin of the Ufa Law Institute of the Ministry of Internal Affairs of Russia], 1 (107): 162-172 (In Russ).

Bogoslovskaya V.R., Sharkov F.I. (2021) Fenomen fejkovykh novostej: obzor issledovanij poslednikh let [The phenomenon of fake news: a review of research in recent years]. *Kommunikologiya* [Communicology]. Electronic journal, 6 (2): 111-118 (In Russ).

Dydrov A. A., Varlamova A. A. (2024) Dialogi ob aktual'nykh memakh 2024 [Dialogues on current memes 2024]. *Corpus Mundi*, 1: 88-104. (In Russ).

Ehksperity: algoritmy YouTube beskontrol'no prodvigayut opasnyj kontent. [Experts: YouTube algorithms uncontrollably promote dangerous content]. URL: <https://regnum.ru/news/3947563?ysclid=mamy2690v9787617628> (accessed 12.05.2025). (In Russ).

Karpov V. O. (2018) Kul't Kolumbajna: osnovnye determinanty massovykh ubijstv v shkolakh [The cult of Columbine: the main determinants of mass murders in schools] *Vestnik Kazanskogo yuridicheskogo instituta MVD Rossii* [Bulletin of the Kazan. legal institute of the Ministry of Internal Affairs of Russia], 4 (34). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kult-kolumbayna-osnovnye-determinanty-massovykh-ubiystv-v-shkolah>. (In Russ).

Katkov A. L. Social'naya psixoterapiya protiv ehpidemij Novejshego vremeni [Social psychotherapy against epi-

demics of modern times] *Psikhologicheskaya gazeta* [Psychological newspaper]. URL: <https://psy.su/feed/8065/?ysclid=mamxxoc9c3119909085> (date of access 13.05.2025). (In Russ).

Kleiberg Yu.A. (2017) Destrktivnaya internet-igra «Sinij kiT» kak deviantologicheskij fenomen: postanovka problemy [Destructive Internet game "Blue Whale" as a deviantological phenomenon: problem statement]. *Penzenskij psikhologicheskij vestnik* [Penzenskiy psychological Bulletin], 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/destrktivnaya-internet-igra-smniy-kit-kak-deviantologicheskij-fenomen-postanovka-problemy>.

Lebon G. (1999) Psikhologiya narodov i mass [Psychology of peoples and masses]. SPb.: ZAO Piter. (In Russ).

Magdilova L.V., Yakhyayev M.G. (2023) Problemy protivodeystviya rasprostraneniyu ehkstremistskikh materialov v seti Internet [Problems of counteracting the spread of extremist materials on the Internet. *Gosudarstvennaya sluzhba i kadry* [Public service and personnel], 5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-protivodeystviya-rasprostraneniyu-ekstremistskikh-materialov-v-seti-internet> (In Russ).

Molodezh' stala chashche oformlyat' kredity [Young people have started to take out loans more often] *Soobshchestvo Banki.ru pro finansy «Dialog»* [Banki.ru community about finances "Dialog"]. URL: <https://www.banki.ru/dialog/articles/3940/?ysclid=mal6v0683179504485C>. 107. (In Russ).

Ne v den'gakh schast'e: kak uspekh stal chumoj KHKHI veka i chto s ehtim delat' [Money is not the key to happiness: how success became the plague of the 21st century and what to do about it]. *Forbes*. URL: <https://www.forbes.ru/forbeslife/388855-ne-v-dengah-schaste-kak-uspeh-stal-chumoy-hhi-veka-i-chto-s-etim-delat> (In Russ).

Ostashev A.A. (2021) Ehkstremizm: ponyatie, vidy, prichiny i sposoby protivodeystviya ehkstremistskoj deyatel'nosti v Rossii i zarubezhnykh stranakh [Extremism: concept, types, causes and methods of counteracting extremist activity in Russia and foreign countries]. *E-Scio*, 11 (62). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekstremizm-ponyatie-vidy-prichiny-i-sposoby-protivodeystviya-ekstremistskoy-deyatelnosti-v-rossii-i-zarubezhnyh-stranah> (In Russ).

Pakhomova A.Yu. (2023) Fenomen dezinformacii v otechestvennoj praktike: definicii i sinonimichnye ponyatiya [The Phenomenon of Disinformation in Domestic Practice: Definitions and Synonymous Concepts]. *Russian Linguistic Bulletin*, 4 (40), URL: <https://rulb.org/archive/4-40-2023-april/10.18454/RULB.2023.40.17>.

© Моисеева В.А., Мельник Г.С., 2025

Информация об авторах:

Моисеева Виктория Александровна – менеджер, ООО «Воздушные Ворота Северной Столицы», служба «Карьера в Пулково» Санкт-Петербург, Россия. Сфера интересов: социальная психология, воздействие медиа на аудиторию, теория и практика связей с общественностью, продвижение объектов в социальной сети.

Мельник Галина Сергеевна – доктор политических наук, профессор, Санкт-Петербургский государственный университет, Васильевский остров, 1 линия, д. 26. Санкт-Петербург, Автор более 250 статей. Сфера научных интересов: психология массовой коммуникации, политическая журналистика, политическая коммуникация, психология журналистского творчества, теория и практика современных

медиа, текстообразование, экстремизм в информационном пространстве, информационная безопасность.

Вклад авторов: проведение исследования, подготовка текста. О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось. Поступила 13.03.2025; принята после рецензирования 29.04.2025; опубликована онлайн 14.05.2025.

Information about the authors:

Victoria A. Moiseeva – manager, LLC «Air Gate of the Northern Capital», service «Career in Pulkovo», St. Petersburg, Russia. Field of interest: social psychology, impact of media on audience, theory and practice of public relations, promotion of objects in social networks.

Galina S. Melnik – Doctor of Sciences in Political, Professor, St. Petersburg State University, Vasiliievsky Island, 1st line, 26, St. Petersburg. Author of more than 250 articles. Field of scientific interests: psychology of mass communication, political journalism, political communication, psychology of journalistic creativity, theory and practice of modern media, text formation, extremism in the information space, information security.

Authors contribution: research, preparation of the text. No conflicts of interest related to this publication were reported. Received 13.03.2025; adopted after review 29.04.2025; published online 14.05.2025.