

Секция «Цифровые технологии как фактор трансформации общественно-политического устройства в современных государствах»

Политическая пропаганда в цифровой среде: особенности освещения конфликтов

Научный руководитель – Медовкина Лина Юрьевна

Головешко Маргарита Марковна

Студент (бакалавр)

Донецкий национальный университет, Исторический факультет, Кафедра международных отношений и внешней политики, Донецк, Украина

E-mail: riqkirby19@gmail.com

Возрастающая роль социальных сетей и интернет пространства в современной политике не вызывает сомнений. Это связано, прежде всего, с тем, что информационное пространство политики традиционно составляют противостояния различных идеологий, концепций, культурно-ценностных и геополитических проблем развития общества. Современная информационная среда как развитых, так и развивающихся стран позволяет активно использовать их в целях пропаганды.

Данное обстоятельство активизирует использование интернет пространства оппозицией и представителями радикальных, часто не государственных организаций, а так же другими государствами с целью не только эффективного поднятия градуса социального недовольства, но и формирования государственного имиджа на международной арене.

В результате этого пропаганда становится неотъемлемой частью как внутривнутриполитической жизни общества, так и международных отношений. Таким образом, актуализируется изучение современных способов проведения пропаганды и факторов, обуславливающих эффективность её применения в интернет пространстве [5].

Пропаганда как процесс является идеологическим воздействием на членов общества её цель формирование заданного политического виденья у определенной части населения или в целом у общества. Виденье включает в себя систему убеждений, часто искусственно созданную главной задачей, которой является создание определенного отношения к тому или иному явлению, процессу[3].

Современная пропаганда в активно развивающемся информационном обществе претерпела ряд преобразований. Изменение конфигурации пропаганды заключается, прежде всего, в изменении «плоскости». Из вертикальной и четко иерархичной, где субъекто-объектное отношение представляет государственная власть-граждане; в горизонтальную, сетевую форму, где наравне с государственной властью субъектами выступают различные общественные организации и даже сетевые сообщества граждан [2].

Стоит отметить, что в цифровой и обычной пропаганде используются схожие психологические методы воздействия: искажение реальности, использование ярлыков и стереотипов подмена понятий; в то время как спектр её влияние имеет принципиальные различия.

Ярким примером использования цифровой пропаганды может служить ситуация на Донбассе. Если говорить о причинах возникновения данного конфликта в интернет пространстве можно отметить отсылку к особенностям «идентичности жителей Донбасса», обычно описываемой как «советская». Это обусловлено, прежде всего, историей региона. Донбасс занимает особое место в этнической, экономической и политической жизни исторической России.

Вследствие чего в сетевых платформах население региона часто называется «пророссийские бандформирования», «российско-террористические банды» умеренно подчеркивая историко-этнические различия. При этом осуществляется отказ от объективности и

применяются сложившиеся этнические стереотипы в объяснении мотивов и причин социальных действий.

Цифровая пропаганда намеренно подчеркивает и укрепляет оппозиционность событий. К примеру ситуация с вынужденными переселенцами с востока демонстрирует то, как легко — даже в условиях войны с реальными жертвами среди гражданских происходит разделение людей на «мы» и «они». Освещение вооруженного конфликта на территории ДНР и ЛНР на украинских сайтах как военных событий неотъемлемо отождествляется с образом врага. Отвергается понятие «гражданская война», заменяясь «защитой от агрессоров». Это делается более чем сознательно с целью создания образа «внешнего врага».

В противовес украинские военные противопоставляются террористам, боевикам, бандам. Умышленно подводя бинарную оппозицию свой/чужой, добро/зло, закон/беззаконие.

Таким образом, можно говорить о том, что современная цифровая пропаганда, имеет перманентно возрастающую интенсивность, обуславливая зачастую негативные последствия на межнациональные отношения.

Эффективность пропаганды оценивается по нескольким фундаментальным факторам: во-первых охват аудитории, во-вторых способность и доступность предлагаемой информации, навязываемых установок.

Пропаганда предпочтительно ориентируется на молодежь как на наиболее внушаемую, наиболее остро и чутко реагирующую на все изменения прослойку, которая черпает информацию преимущественно из Интернет-источников.

Таким образом, возросшая эффективность цифровой пропаганды обусловлена ростом значения социальных сетей. Например, в России популярность ТВ уменьшилась с 72% до 54% на 2018 г., вместе с тем, что использование Интернета (в особенности блогов и социальных сетей) в качестве источника новостей за это же время выросла на. до 32% в 2018 г. [1].

Для подрастающего поколения именно сеть служит главным источником новостей: для 65% 18-25-летних и ровно для половины 26-35-летних. Хотя телевидение в России все еще считается самым надежным источником информации, доверие к нему заметно снижается: с 60% в 2013 г. до 46% в 2017 г. В то же время при появлении противоречивой информации 25% респондентов окажет доверие не телевидению, а интернет-источникам [4].

Именно за счет современных информационно-коммуникационных технологий охват большой аудитории это успешно решаемая задача.

Таким образом, эффективность цифровой пропаганды зависит главным образом от режима охвата целевой аудитории, интенсивности информационных каналов и их направления. В современном мире при использовании равных методов психологического воздействия цифровая пропаганда является более эффективным способом ведения политики.

Источники и литература

- 1) Долгова Ю.И. Политическая пропаганда на телевидении: особенности модели и технологий. М., 2002
- 2) Миронов Д.В. Социально-политическая коммуникация: структура, проблемы, акторы. М., 2003
- 3) Почепцов Г.Г. Информационно-политические технологии; – М., 2003
- 4) Сурма И.В. Цифровая дипломатия в глобальной политике / Государственное управление. Электронный вестник. 2015. Апрель. – Вып. № 49. – С. 221.
- 5) Шомова С.А. Политические коммуникации: социокультурные тенденции и механизмы: Монография. М, 2004