

УДК 32.001:[004:002]

ББК 66.0+73

DOI 10.22394/1682-2358-2022-4-73-82

А.А. Коробов, *Doctor of Sciences (Politics), Professor of the Political Sciences Department, Povolzhsky Institute of Management named after P.A. Stolypin, Branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration*

**DIGITAL
PROPAGANDA
AND INFORMAL
POLITICAL
COMMUNICATIONS:
THE EFFECT
OF FUNCTIONAL
CONNECTION**

The conceptual aspect of the functional relationship between digital propaganda and certain types of informal political communications is explored. The interaction of mass communications is studied by building two models: process and static. The consequences of the effect of the functional connection of political propaganda and informal communications in the network information space are analyzed.

Key words and word-combinations: political communication, informal communications, digital propaganda, network information and political space.

А.А. Коробов, *доктор политических наук, профессор кафедры политических наук Поволжского института управления имени П.А. Столыпина — филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (email: aakorobov@inbox.ru)*

**ЦИФРОВАЯ ПРОПАГАНДА
И НЕФОРМАЛЬНЫЕ
ПОЛИТИЧЕСКИЕ
КОММУНИКАЦИИ:
ЭФФЕКТ
ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ СВЯЗИ**

Аннотация. Исследуется концептуальный аспект функциональной зависимости между цифровой пропагандой и отдельными видами неформальных политических коммуникаций. Взаимодействие массовых коммуникаций изучается посредством построения двух моделей: процессной и статической. Анализируются последствия эффекта функциональной связи политической пропаганды и неформальных коммуникаций в сетевом информационном пространстве.

Ключевые слова и словосочетания: политическая коммуникация, неформальные коммуникации, цифровая пропаганда, сетевое информационно-политическое пространство.

Политические коммуникации лежат в основе системы государственного, политического, общественного управления, простых и сложных самоорганизующихся и самоуправляемых политических структур, что обуславливает повышенный интерес к данной катего-

рии со стороны научного сообщества. Состояние коммуникаций, их видоизменение и модернизация определяют степень эффективности регулирования общественных процессов, реализации государственных программ и стратегий развития, контроля над социальными преобразованиями. Это справедливо как в отношении формальных, так и неформальных политических коммуникаций; причем роль последних в структуре общественно-политического управления резко возросла в эпоху глобальной интернетизации. Теперь, чтобы глубоко и качественно изучать специфику функционирования неформальных политических коммуникаций в современных условиях, сопоставлять ее с особенностями проявления других видов коммуникаций, требуются нетривиальные научные подходы.

Основные исследования в области политических коммуникаций направлены главным образом на изучение отдельных форм, видов коммуникаций [1–3], структуры и тенденций их развития [4–6], роли коммуникаций в политическом управлении, устойчивом общественном развитии [7–9] и не уделяют должного внимания проблеме взаимосвязей и взаимовлиянию политических коммуникаций в условиях интенсивного развития глобального информационного пространства. Этот момент является ключевым в процессе разработки современных технологий и механизмов цифровой пропаганды, поскольку позволяет учитывать влияние разнообразных коммуникационных факторов на результативность пропагандистского воздействия. Здесь можно выделить группу причинно-следственных (корреляционных) связей, взаимовытекающих различные виды коммуникаций, и отдельно — группу функциональных связей, обеспечивающих относительно синхронные изменения в коммуникациях как результат воздействия внешних обстоятельств. Для исследования цифровой пропаганды и учета фактора неформальных политических коммуникаций наибольшей значимостью будет обладать анализ эффекта функциональной связи. На этом основании можно определить цель настоящей публикации как оценку эффекта функциональной связи в отношении цифровой пропаганды и неформальных политических коммуникаций.

Отталкиваясь от общепринятой интерпретации понятия «политическая коммуникация» как процесса передачи политической информации, обращающейся между всеми элементами и отдельными частями политической системы общества, следует определиться с ключевыми категориями данного исследования. Пропаганда выступает в качестве односторонней массовой коммуникации без явно выраженной обратной связи. Цифровая пропаганда, будучи также односторонней массовой коммуникацией, обратную связь имеет.

Канал обратной связи обеспечивает интернет-среда: web-ресурсы, задействованные в процессе цифровой пропаганды, снабжены технологией обратной связи (например, комментарии, лайки / дизлайки, фолловингпостов, фидбек-петля и т.п.), позволяющие прямо или косвенно оценивать уровень пропагандистского воздействия на интернет-аудиторию.

Неформальные политические коммуникации — обобщенное политологическое понятие, обозначающее совокупность процессов передачи информации между отдельными людьми и группами внутри политической системы, не контролируемая формальными структурами и политическими институтами. Подробное и обоснованное разграничение систем формальных и неформальных коммуникаций в политике приводится в работе О.Н. Щенниковой [10].

К основным видам неформальных коммуникаций в политическом информационном пространстве относят следующее:

- слухи / сплетни;
- политические анекдоты / частушки / каламбуры;
- политические карикатуры;
- независимое общественное мнение;
- политические мифы, возникшие в народе [10, с. 207—208].

Конечно, независимость данных неформальных коммуникаций часто бывает довольно условной: поскольку эти коммуникации потенциально обладают большим психологическим воздействием на массовое сознание, их пытаются использовать в пропагандистских целях и формальные структуры для решения важных государственных задач. Тем не менее степень их «неподконтрольности» достаточно высока, что и позволяет причислять их к категории «неформальных».

Чтобы пропаганда, слухи, частушки, мифы и иное были сопоставимыми классами политических коммуникаций, с которыми можно было бы проводить сравнительный анализ, необходимо привести их к общему основанию — цифровому (информационно-сетевому) формату. Иными словами, из всего множества каналов циркуляции политических сплетен, анекдотов, мифов в предметное поле настоящего исследования попадают лишь интернет-платформы: социальные сети, блоги, мессенджеры; специализированные форумы, видеохостинги (т.е. все многообразие социальных медиа), преобразующие неформальные политические коммуникации в цифровой формат. В таком состоянии неформальные коммуникации становятся однопорядковыми категориями с цифровой пропагандой.

В качестве отправной точки исследования выдвинем рабочую гипотезу: любой тип политической пропаганды в цифровой среде

(и официальная, и частная, и нелегальная) имеет с основными видами неформальных коммуникаций ложную корреляцию, ложную причинно-следственную связь. Здесь имеется лишь функциональная связь, представляющая такой класс отношений между коммуникациями, когда изменения каждой из них соответствуют друг другу. Чтобы подтвердить или опровергнуть данную гипотезу, построим две концептуальные модели: динамическую (процессную), отражающую генезис и последующее движение информации, и статическую, раскрывающую жестко фиксированные связи между пропагандой и неформальными политическими коммуникациями в интернет-среде.

Рассмотрим первую модель. Если пропаганда — это целенаправленное массовое распространение специально созданной и аргументированной информации с целью повлиять или убедить аудиторию в каком-то вопросе, то слухи — спонтанное зарождение и хаотичное распространение потоков ничем не обоснованной информации без какой-либо явной цели. Мифы, общественное мнение, анекдоты, частушки также имеют спонтанно-хаотичный характер генезиса. Особняком в данном перечне неформальных коммуникаций стоит только политическая карикатура, поскольку данная коммуникация детерминирована главным образом органами власти в пропагандистских целях и намного реже — в частном порядке.

Цифровая пропаганда — преимущественно сетевое явление, однако в силу неоднородности интернет-сети и наличия неравнозначных статусов ее участников можно представить и иерархическую (многоуровневую) модель пропаганды. Получается, что природа цифровой пропаганды обладает дуализмом: это и сетевое, и иерархическое явление одновременно. При одних внешних и / или внутренних условиях проявляют себя сетевые свойства цифровой пропаганды, при других — иерархические. Следовательно, во всем многообразии непрерывного оборота целенаправленно распространяемой информации можно условно выделить магистральные направления ее движения: «движение вниз» — от официальной власти к гражданам, боковое движение (по горизонтали) — между всеми субъектами политических отношений, «движение вверх» — от граждан через общественное мнение к официальной государственной власти. Впрочем, на практике чаще всего наблюдаются «диагональные движения» — вертикальное направление сочетается с горизонтальным.

Политические мифы, анекдоты, слухи, независимое общественное мнение и т.п. распространяются в горизонтальной плоскости по сети, за исключением тех случаев, когда неформальные политические ком-

коммуникации используют официальные власти, и возможны «движение вниз» и диагональные движения. Но это исключения, которые в данном случае можно вынести за границы предметного поля настоящего исследования, так как магистральные направления неформальных коммуникаций в основе своей горизонтальны. Скорость распространения политических слухов, сплетен, мифов и т.п. в сети определяется активностью непосредственных участников обмена информацией, то есть самой интернет-аудиторией, и может хаотичным образом изменяться в довольно широком диапазоне; в то время как скорость потоков пропагандистской информации задается и строго регламентируется специальными программами. Замедление, приостановка или ускорение распространения во втором случае всегда есть результат осознанно принятого решения и, в отличие от первого случая, всегда преследует конкретную цель.

Получается, что источники, направления и интенсивность движения рассматриваемых видов политической информации не являются взаимообуславливающими, взаимозависимыми, что свидетельствует в пользу выдвинутой гипотезы.

Теперь рассмотрим вторую модель, статическую. В упрощенном структурном плане цифровая пропаганда представляет собой набор следующих элементов: источник создания, генерации информации, каналы распространения информации, интернет-аудитория (набор интернет-пользователей, выступающих в роли потребителей пропагандистской информации), технологии и механизмы эффективного распространения информации и ее доведения до конечного потребителя, а также средства контроля и обратной связи. В неформальных политических коммуникациях источники создания информации в преобладающем большинстве случаев совпадают с потребителями этой информации. Каналы распространения информации — те же самые, что и у цифровой пропаганды. Средства обратной связи имеются (сервис идентичен ситуации с пропагандой), а технологии эффективного распространения, целенаправленного усиления воздействия на сознание интернет-пользователей и контроля отсутствуют. При наложении одной структуры коммуникации на другую наблюдается лишь частичное совпадение структурных элементов: это каналы циркуляции и распространения информации. Изменение этих каналов, а также форм и способов обмена информацией в интернет-среде приводит к одновременному изменению формата цифровой пропаганды и неформальных коммуникаций. Совпадение возможно и в отношении интернет-аудитории. Цифровой пропаганде необходима конкретная целевая аудитория, поиск и «освоение» кото-

рой осуществляется технологией таргетинга. В случае неформальных коммуникаций захват аудитории происходит стихийно, если этому процессу никто специально не помогает по направлению наименьшего сопротивления. При этом весьма вероятна ситуация, когда аудитория, предназначенная для обработки пропагандой, совпадает с аудиторией, усваиваемой политические мифы, сплетни, частушки и анекдоты.

Далее возникает вопрос о потенциальной возможности неформальных политических коммуникаций влиять прямо или косвенно на цифровую пропаганду, и наоборот. Поскольку каналы циркуляции, распространения информации и конечная аудитория совпадают, то оказывать влияние могут, гипотетически, только источники производства информационного продукта и применяемые в цифровой пропаганде, в процессе распространения слухов, сплетен, ..., мифов интернет-технологии. Применяемые во всех случаях механизмы обратной связи так же «выносятся за скобку». Пропаганда, слухи, ..., мифы представляют собой систему односторонних утверждений, выдаваемых массовой интернет-аудитории. Однако пропагандистская информация изначально изготавливается таким образом, чтобы склонить аудиторию к восприятию заранее намеченной мысли, идеи. При этом она должна быть открытой — чтобы любой пользователь Интернета мог ее самостоятельно перепроверить и убедиться в ее подлинности. Политические же слухи, сплетни, ..., мифы представляют собой, напротив, закрытую, якобы «секретную» информацию об общеизвестных политических событиях, акторах и их деятельности. Они позволяют «приоткрыть» завесу тайны. Этим качеством неформальные коммуникации и привлекают к себе повышенное внимание интернет-аудитории. Производство и распространение слухов, сплетен, независимого общественного мнения и политических мифов, направлено на формирование специфического восприятия протекающих политических процессов, иного, часто искаженного, понимания происходящего в политической жизни общества. Здесь цель пропаганды совпадает с целью распространения слухов и сплетен. Но сам процесс воспроизводства политической информации — нет. Политические анекдоты, частушки, каламбуры, карикатуры изготавливаются с другой целью — демонстрируя абсурдность различных политических ситуаций, они позволяют аудитории «снять напряжение и почувствовать свое превосходство над всем происходящим» [10, с. 208]. В данном аспекте какие-либо причинно-следственные связи цифровой пропаганды и неформальных политических коммуникаций не просматриваются.

Картина несколько меняется, если на нее взглянуть под технологическим углом зрения. Интернет-технологии, используемые в процессе пропаганды и в процессе распространения политической недостоверной и сатирической информации, не равнозначны друг другу, И в плане освоения, расширения, удержания внимания аудитории, и в плане интенсивности информационных потоков сила психологического воздействия на сознание интернет-пользователей неодинакова. Следовательно, теоретически ослабление пропагандистского давления на интернет-аудиторию может создать благоприятные условия для заполнения образовавшейся «информационной пустоты» политическими слухами и сплетнями. Но в обратную сторону это уже не работает: снижение активности распространения, например, политических слухов никак не обуславливает усиление пропаганды. Да и первая причинная связь во многом является условной, поскольку на практике политические слухи детерминируются потребностями в удовлетворении «информационного голода» (при наличии такового) и низким уровнем доверия к официальной государственной власти, а никак не изменениями параметров цифровой пропаганды.

Таким образом, оба объекта настоящего исследования — цифровая пропаганда и неформальные политические коммуникации — находятся между собой только в функциональных указанных взаимодействиях, а не в причинно-следственных.

Внесем уточнение. Цифровая пропаганда и неформальные политические коммуникации, находясь между собой в функциональных взаимодействиях, являются производными от одного и того же состояния информационно-коммуникативной среды политического пространства. Следовательно, любое существенное изменение этого состояния должно одновременно и однонаправленно привести к сопоставимым (реже — к схожим) изменениям и в цифровой пропаганде, и во всех видах неформальных политических коммуникациях. В этом заключается суть эффекта функциональной связи (зависимости).

Иными словами, эффект функциональной связи выражается в том, что все прямые и косвенные факторы внешней среды воздействуют одновременно, синхронно и с одинаковой силой на процесс цифровой пропаганды и на распространение политических слухов, сплетен, анекдотов, ..., мифов и каламбуров. Но в силу различного характера и свойств всех этих коммуникаций, разной степени упругости, сопротивляемости и устойчивости к внешнему воздействию, уровень и качество изменений будет различным для каждого отдельного вида коммуни-

кации. В отсутствие факторов, способных привести к существенному или, по крайней мере, заметному изменению цифровую пропаганду и неформальные политические коммуникации, эффекта функциональной связи между ними не возникает. Деятельность, развитие, модернизация, реструктуризация каждого вида рассматриваемых коммуникаций протекают независимо друг от друга, как бы в параллельных плоскостях.

Факторы возникновения эффекта функциональной связи:

- инфраструктурные изменения;
- изменение режима доступа к интернет-ресурсам;
- внедрение / появление новых технологий (например, чат-ботов Siri, Alexa, Cortana, Tay), интернет-приложений (таких как Telegram) и т.п.

Необычайно интенсивное развитие мессенджера Telegram, начавшееся в 2013 г. с появления первой версии приложения для устройств на виртуальной платформе iOS, привело к тому, что на текущий момент Telegram-каналы сосредоточили на себе все основные политические слухи и сплетни, мемы и фейки, независимые общественные мнения, мифы, циркулирующие в политическом пространстве. В силу стремительного роста числа пользователей данным приложением (в июне 2022 г. зафиксировано более 700 млн активных пользователей [11]) на него была перенаправлена и цифровая пропаганда, одновременно с неформальными коммуникациями.

Получается, что эффект функциональной связи способен возникать в различных сегментах интернет-пространства и имеет ряд последствий. Основываясь на изложенном, можно с определенной долей вероятности просчитать, к чему приводит эффект функциональной связи рассматриваемых политических коммуникаций.

Во-первых — к спонтанному появлению центров притяжения информационных потоков: и пропагандистской информации, и политических слухов, мифов, сплетен и т.п. Таким центром притяжения в интернет-сети может стать любой блог, страничка в социальной сети, канал мессенджера, информационно-развлекательный сайт или форум с большой степенью популярности и с высоким уровнем доверия интернет-аудитории, где и админ, и все подписчики (иногда и гости) высказывают свои или чужие мысли, выкладывают свои сообщения, комментарии, ссылки на иные интернет-ресурсы, дискутируют вокруг злободневных тем. Здесь происходит «смешивание» всей поступившей информации. В данной «гибридной смеси» какая аргументация окажется более убедительной для аудитории на текущий момент, та информация и окажет воздействие на сознание

людей. В результате пропагандистское воздействие может быть значительно ослаблено.

Во-вторых — к возникновению импульсного, прерывного характера движения политической информации. При возникновении любого значимого политического события в информационной интернет-среде появляется новость, отражающая это событие. Тут же на эту новость начинается реакция: реагирует пропаганда — преподносит ее (комментирует, разъясняет) с одной точки зрения; реагируют неформальные коммуникации — дают собственную «независимую» оценку произошедшему событию. Реакции могут совпадать: частично или полностью, а могут быть диаметрально противоположными. Но главное здесь — наличие самого факта возникновения импульса. При отсутствии события и новости о нем отсутствует и движение политической информации или оно весьма незначительно на уровне информационного шума / фона. Сила импульса находится в прямой зависимости от резонансности события, а характер прерывности движения информации — от частоты событий и формата их перевода в новостное сообщение. Даже очень значимое событие в политической сфере общества может быть не отражено в новостной ленте или отражено неполностью, фрагментарно, искаженно, что исключает реакцию на него со стороны неформальных политических коммуникаций и цифровой пропаганды. Здесь необходимо уточнить: сам процесс умалчивания (сокрытия) определенных событий относится к важному приему классической пропаганды (основные приемы пропаганды изложены в работах политологов Г.Д. Лассуэлла [12], В.Д. Соловья [13]).

В-третьих, если суммировать два первых пункта, информационное общественно-политическое пространство за счет рассматриваемого эффекта функциональной связи приобретет черты дискретного пространства с наличием сегментов так называемого «информационного вакуума» — специфических интернет-ресурсов, выпавших из процесса циркуляции информации внутри политической системы.

Таким образом, эффект функциональной связи приводит к сосредоточению и концентрации формальных и неформальных политических коммуникаций на конкретных, ограниченных по количеству сетевых ресурсах, цифровых платформах и, как следствие, к возвышению этих ресурсов по критерию значимости над прочими. Этот процесс сопряжен с перераспределением информационных потоков в политическом пространстве и обуславливает целый ряд информационно-политических рисков, которые требуют отдельного глубокого исследования.

Библиографический список

1. Авзалова Э.И. Интернет-коммуникации как новый тип политической коммуникации // Символ науки: международный научный журнал. 2015. № 9-1. С. 194–195.
2. Грачев М.Н., Евстифеев Р.В. Политический язык и жанры политической коммуникации в современном Интернете (опыт стран Северной Америки и Западной Европы) // Журнал политических исследований. 2019. Т. 3, № 3. С. 46–57.
3. Abazalieva M.M., Botasheva A.K. Blogging as a Modern Form of Political Communication // Современная наука и инновации. 2021. № 3 (35). С. 201–207.
4. Гришин С.Е. Политическая коммуникация. Саратов, 2012.
5. Трибунская Н.А., Шевченко В.Д. Дискурсивные структуры в политической коммуникации // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. 2021. Т. 27? № 3. С. 118–127.
6. Sultanbayeva G., Lozhnikova O., Mukasheva M. Priority Endencies in Political Communication // Herald of Journalism. 2019. Т. 51, № 1. С. 20–26.
7. MuminovJa.M. Role of Political Communication in Strengthening State Policy in the Development of Civil Society // Интернаука. 2021. № 18-4 (194). С. 34–37.
8. Aghayan N. Issues of national Security in the Structure of Political Communication // Вестник Российско-Армянского (Славянского) университета: гуманитарные и общественные науки. 2021. № 1 (37). С. 58–72.
9. Shirokov I.S. Democratization of Political Communication and Political Participation with Using E-democracy Technology // Современная наука и инновации. 2022. № 1 (37). С. 137–145.
10. Щенникова О.Н. Неформальная коммуникация в политике // Известия Алтайского государственного университета. 2008. № 4–1 (60).
11. 700 Million Users and Telegram Premium // Telegram Messenger. URL: <https://telegram.org/blog/700-million-and-premium?ln=ru>
12. Лассуэлл, Г.Д. Техника пропаганды в мировой войне / пер. с англ. и сост. В.Г. Николаев; отв. ред. Д.В. Ефременко; вступ. ст. Д.В. Ефременко, И.К. Богомолова. М., 2021.
13. Соловей В.Д. Особенности политической пропаганды в цифровой среде // Гуманитарные науки. Вестник Финансового ун-та. 2018. Т. 8, № 1 (31). С. 81–87.