

Социодинамика субъектности в процессе сетевого манипулирования

Н. Н. Левчук,
начальник научно-исследовательского отдела (проблем военной безопасности) научно-исследовательского управления (военно-гуманитарных исследований), кандидат политических наук, НИИ Вооруженных Сил

В Концепции национальной безопасности Республики Беларусь отмечается, что технологическая эволюция становится источником принципиально новых угроз, предоставляя недоступные ранее возможности негативного влияния на личность, общество и государство [1], которые реализуются в технико-инновационном комплексе управления массовыми информационными процессами с использованием технологий скрытого принуждения людей. Такое принуждение стало неотъемлемым атрибутом сетевого влияния в системе массовых коммуникаций.

Фундаментальная цель манипулятивного воздействия заключается в завоевании символического пространства коллективных представлений в военно-политической, социальной, рекламно-маркетинговой и иных сферах. Манипулирование сознанием происходит при помощи скрытых установок, заложенных в подтексте информационного потока, когда используется специальная коммуникативная стратегия, реализация которой приводит к дестабилизации социума.

Сумма технологий постиндустриального общества, прочно вошедшая в нашу жизнь в последние десятилетия, принесла с собой новые социальные отношения и новый правящий класс, который складывается из тех, кто в наибольшей степени способен

в рамках этих отношений концентрировать или производить и удерживать ресурсы, существенные для власти в новом обществе [2, с.12]. Этот правящий класс – нетократия (или сетевая аристократия), которая в стремлении к глобальному доминированию интегрируется в производственные процессы постиндустриального общества и задает сетевой формат общественных отношений. Как замечает по этому поводу Е. И. Гильбо, сегодня на смену борьбе за рынки сбыта и производственные ресурсы, контроль которых был основой власти в индустриальном обществе, пришла борьба за каналы информации, за построение социальных сетей, которые являются основой прибыльного постиндустриального бизнеса.

Создатели и обладатели этих неустойчивых нематериальных активов – нетократы – становятся правящим классом в той мере, в какой общество все более и более становится постиндустриальным. Власть постепенно утекает из рук обладателей материальных капиталов и переходит к кураторам социально-информационных сетей [2, с. 9]. При этом речь идет не только о владении активами корпораций, олицетворяющих социально-сетевые структуры [3], но и в перспективе о фундаментальном переформатировании общественных отношений, которые с подачи нетократов будут подчинены интересам сетевых структур. Единственным непреодолимым барьером для подобных сетевых «перегибов» является эффективное государство.

Нетократия как субъект глобальной аристократии выполняет охранительные функции по отношению к странам постиндустриального экономического ядра, используя против «несогласных» и «отсталых» сетевую стратегию дестабилизационного воздействия. Основы формирования манипулятивного дискурса заключаются в наличии двойного воздействия: «наряду с открытым сообщением манипулятор посылает адресату закодированный сигнал, рассчитывая на то, что этот сигнал разбудит в сознании адресата те образы, которые нужны манипулятору. Это скрытое воздействие опирается на “неявное знание”, которым обладает адресат, на его способность создавать в своем сознании образы, влияющие на чувства, мнения и поведение. Искусство манипуляции состоит в том, чтобы пустить процесс возбуждения по нужному руслу, но так, чтобы человек не заметил скрытого воздействия» [4, с. 99].

Символическая власть и есть в действительности такая невидимая власть, которая может осуществляться только при содействии тех, кто не хочет знать, что подвержен ей, или даже сам ее осуществляет [5]. В интерпретации П. Бурдьё такая власть является приоритетом государства. Между тем растущая степень открытости экономик, свободы перемещения товаров, капиталов и трудовых ресурсов, межличностного взаимодействия, развития инновационных технологий размывает грань между внутренними и внешними политическими, экономическими и информационными процессами. В таких условиях на смену традиционным системам межгосударственных сдержек и противовесов приходят

надгосударственные и транснациональные регуляторы мировых отношений и экономики [2], которые адаптируют модель «символической власти» к формам и способам реализации собственных лоббистских интересов. В роли таких регуляторов сегодня уже выступают неократические структуры (глобальные социальные сети, мессенджеры, производители программного обеспечения), которые легализуют свое влияние через сконструированную систему смыслов «символической власти». Их манипулятивное воздействие реализуется через явную и неявную цензуру контента, сетевые инструменты дестабилизации социально-политической обстановки.

Манипулятивные технологии сетевого влияния предполагают достижение определенного уровня контроля и управляемости коммуникационным процессом. Они рассчитаны на то, что в результате их применения изменяется объект деятельности, происходит перепрограммирование целевых групп, которые могут направлять свою социальную активность в зависимости от исходного послания или на созидание, или на разрушение. В процессе реализации дестабилизационных стратегий происходит своего рода «перемагничивание» социального поля со всеми вытекающими отсюда последствиями. В контексте данного процесса методы «ненасильственного сопротивления» по Д. Шарпу [6] – не что иное, как система генерирования информационных поводов для формирования манипулятивного сетевого коммуникационного потока.

Сетевые каналы доставки информации до реципиента делают такой поток «неуловимым» с точки зрения противодействия традиционными медиасредствами. Как показала победа Д. Трампа в президентской кампании в США 2016 г., Интернет окончательно превзошел телевидение по эффективности воздействия. Как это работало, пояснил один из политтехнологов Д. Трампа, команда которого начала с двух-трех страничек в Сети – «Граждане за Трампа», «Студенты за Трампа», «Коалиция за Трампа». Впоследствии появилось около 500 групп разного рода: «Женщины за Трампа», «Рабочие за Трампа», «Латиносы за Трампа», а также «Байкеры за Трампа», «Работающие матери за Трампа», «Сицилийцы за Трампа», «Евреи за Трампа» [7]. То есть аудитория в Сети была поделена на целевые группы, распространение контента для которых имело вирусный характер, основанный на скандальном имидже Д. Трампа. Возникла парадоксальная ситуация, когда его негативный образ, созданный обслуживающими американский истеблишмент СМИ, сумел накопить стартовую энергию резонансного самопродвижения и, вероятно, вступить в симбиоз с частью сетевой аристократии.

Самое главное, что навязываемый враждебными Д. Трампу СМИ негатив раскодировался избирателем в позитивном ключе: оппозиция официальному курсу, неприятие элитарности и обособленности от широких масс американского истеблишмента позволили поразить необходимые мишени воздействия. Показательны данные о финансовых затратах на избирательную президентскую кампанию 2017 г.: онлайн-маркетинг

обошелся Х. Клинтон в 3,1 млн долларов, Д. Трампу – в 14,2 млн долларов. Разница более чем в четыре раза в пользу последнего свидетельствует о том, что резонансные технологии продвижения в социальных сетях все же требовали существенной финансовой подпитки, при этом командой Д. Трампа был вовремя и адекватно оценен медиапотенциал социальных сетей. Очевидно, что Х. Клинтон сделала ставку на традиционные медиа, вложив в них основную часть средств своей избирательной кампании – более 30 млн долларов, но эта ставка себя не оправдала [7], явившись провозвестником окончания эры традиционных медиа в сфере политического и маркетингового продвижения.

Победа Д. Трампа на выборах свидетельствует о том, что твиттерная революция продолжается, качественно изменяя среду медиа-коммуникаций: сегодня социальные сети, мессенджеры, хостинговые площадки можно рассматривать как новые медиа. Среди четырех кандидатов в президенты Д. Трамп имел наибольшее среднее количество репостов видео с YouTube: примерно по 5000 на один ролик. Семь самых популярных видео – это телевизионные ролики, встроенные в сайт кампании Д. Трампа. Как и в случае с постами, большинство видео из общего числа либо негативные, либо юмористические. Единственное позитивное видео из 10 самых популярных роликов о Д. Трампе – это The Donald Trump Jam. Один из американских аналитиков сделал по этому поводу следующее резюме. Контент о кандидатах не из истеблишмента получает значительно больше репостов, чем контент известных кандидатов. Негативный контент получает больше внимания и репостов, чем позитивный. Основной принцип политического маркетинга в соцмедиа: то, что люди говорят о вас, важнее, чем то, что вы говорите о себе. Для того чтобы получить акции, слоганы кампании должны иметь значение, отдельное от имени кандидата. Кампания, лозунг которой обеспечивает четкое сообщение без привязки к конкретному человеку, является огромным активом. При четком изложении позиции имеется больше шансов получить обратный отклик в Сети, чем при сборе подписей в поддержку. Видеоконтент драйвит репосты [7]. То есть политтехнологический ресурс Сети реализуется в резонансных стихии в виде медиавирусных алгоритмов.

Манипулятивный дискурс сетевого влияния нацелен на заданное изменение социальной субъектности. В результате индивидуум, обладающий вполне самостоятельным мышлением и даже имеющий высокий интеллектуальный уровень развития, даже без прямого пропагандистского давления оказывается не в силах противостоять коммуникационному потоку и добровольно принимает программу действий, навязываемую манипулятором, заранее программирующим реакцию с учетом психологических особенностей получателя. Последний способен понять смысловое содержание знакового сообщения, реконструируя мысль отправителя с помощью заведомо известного культурного кода [8]. В контексте сетевых практик такой алгоритм способен влиять на формирование фрагментов смыслового пространства со-

временной коммуникации: кто контролирует интерпретационную систему культурных кодов, тот формирует социально-сетевой дискурс, составляющий основу когнитивной среды инновационной коммуникации.

На разных этапах прохождения информации от индуктора к реципиенту, по мнению Ю. В. Щербатых, происходит совокупное манипулирование символами и информационным потоком. В первую очередь – на этапе кодирования/раскодирования. При этом намеренному искажению (деформации) может подвергаться как сама информация, так и сознание реципиента. Акт манипуляции представляет собой цельное явление, при котором манипулятор, канал передачи информации и объект манипуляции составляют единую информационно-сетевую систему.

Инновационные способы манипулирования информационным потоком следует отделять от методов воздействия на личность: в первом случае мы имеем дело с сетевой семантикой, во втором – с психологией, которая под влиянием инновационной среды коммуникации тоже приобретает сетевую логику. Но в обоих случаях речь идет о тайном принуждении, когда получатель сообщения бессознательно руководствуется установками, заложенными в подтексте сообщения, и таким образом отправитель добивается нужной реакции получателя. Выделяются шесть основных способов манипулирования информационным потоком: умолчание, селекция, передергивание, искажение, переворачивание, конструирование [9, с. 113], воздействие которых радикально усиливается в инновационной среде применения информационных технологий.

В сугубо военном отношении основные цели управления массовыми информационными процессами в ходе геополитического противоборства заключаются в формировании «позитивного для агрессора внутреннего и международного общественного мнения. На оперативно-тактическом уровне цели информационной кампании сводятся к дестабилизации внутривнутриполитической обстановки» [10]. Символическое насилие (пропагандистское воздействие) в контексте дестабилизационной стратегии, как правило, предваряет, а впоследствии само базируется на реальных событиях насильственного характера. Кто сумел навязать свою интерпретацию событий, тот достигает информационного доминирования. Социальная роль символического насилия состоит в том, чтобы ослабить волю к сопротивлению у объектов воздействия, а также, если есть необходимость, возобновить применение средств вооруженного насилия.

Управляемость массовыми информационными процессами актуализирует социальную субъектность в рамках коммуникативных процессов в целом и инновационной коммуникации в частности. Поражение мишеней воздействия, будучи маркером такой актуализации, «отражает те особенности адресатов, их слабости, потребности и желания, на которые воздействует инициатор, чтобы стимулировать адресата к принятию нужного решения. Так происходит своего рода субъектная социализация в ходе коммуникационного процесса.

В качестве мишеней могут быть выбраны универсальные побудители – чувство достоинства индивида, его стремление к осуществлению желаний, к успеху, получению материальной выгоды, удовольствия, комфорта, желания быть здоровым, иметь благополучную семью. Очень часто мишенью воздействия становится чувство вины, которое активно используется и даже создается искусственно, прививается целым народам.

В ходе реализации сетевой дестабилизационной стратегии мишенями информационного воздействия становятся зависть, страх, осознание объектом своей слабости в чем-либо. И то, и другое, и третье подогревается манипулятором для достижения своих корыстных целей. Один из самых распространенных методов – использование низменных влечений человека или его агрессивных устремлений, чувства собственника, неустойчивость перед искушением славой, властью, деньгами. Чем шире аудитория, на которую необходимо оказывать воздействие, тем универсальнее должны быть используемые мишени. Точная направленность манипулятивного воздействия обеспечивается тогда, когда инициатору известны специфические качества интересующей его группы людей» [11, с. 132].

Социодинамический (изменяющийся) контекст сетевых коммуникаций позволяет выявить формальные очертания процесса субъектной социализации [12, с. 320] ее участников, когда учитываются взаимодействия с себе подобными, возможные результаты изменения пропозиционального состава контекста, неизбежные причинно-следственные связи и умозаключения, вероятностные инференции и образование выводного знания [13, с. 134]. Когнитивная среда сетевых коммуникаций породила не только новый формат субъектности, но и сформировала соответствующую техносциальную среду общественных взаимоотношений, в контексте которой рассматривается социодинамика субъектности.

Глобализация предписывает отождествление инфосферы не с субстанциями и субъектами коммуникационной инфраструктуры, а с процессами сетевого влияния и коммуникационного взаимодействия. Следствием увеличивающейся концентрации информации и капиталов стало нарастание глобальных противоречий. В них проявляется субъектность «глобального социума», а коммуникация выступает способом его самоконструирования. Повышение уровня сетевой взаимозависимости привело к возникновению глобальной экономики (вместо мировой) и, соответственно, глобального интерпретационного механизма восприятия информационных потоков. В контексте обеспечения национальной безопасности Республики Беларусь необходим системный ответ на вызовы сетевого манипулирования.

Список использованных источников

1. Концепция национальной безопасности Республики Беларусь [Электронный ресурс]: Указ Президента Респ. Беларусь, 9 нояб. 2010 г., № 575: в ред. Указа Президента Респ. Беларусь от 24.01.2014 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.

2. Гильбо, Е. В. Постиндустриальный переход и мировая война / Е. В. Гильбо. – Тенерифе, 2013. – 119 с.

3. Кастельс, М. Становление общества сетевых структур / М. Кастельс // Новая постиндустриальная волна на Западе: антология / под ред. В. Л. Иноземцева. – М.: Academia, 1999. – С. 494–505.

4. Кара-Мурза, С. Г. Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза. – М.: Эксмо-пресс, 2002. – 832 с.

5. Бурдые, П. О символической власти / П. Бурдые // Социология социального пространства. – М.: Ин-т эксперимент. социологии; СПб.: Алетейя, 2007. – С. 87–96.

6. Шарп, Д. От диктатуры к демократии / Д. Шарп // Институт имени Альберта Эйнштейна [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: http://www.aeinstein.org/wp-content/uploads/2013/10/FDTD_Russian.pdf. – Дата доступа: 26.03.2014.

7. Маркосян, Р. Как социальные сети помогли Трампу стать президентом / Р. Маркосян // Cossa [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <https://www.cossa.ru/152/145969/>. – Дата доступа: 17.11.2018.

8. Сидорская, И. В. Социальная коммуникация как субъектно-субъектное взаимодействие / И. В. Сидорская // Коммуникация в социально-гуманитарном знании, экономике, образовании: материалы II Междунар. науч.-практ. конф. – Минск: Изд. центр БГУ, 2008. – /С. 35–37.

9. Щербатых, Ю. В. Искусство обмана / Ю. В. Щербатых. – М.: Изд-во «Эксмо», 2006. – 720 с.

10. Сулимов, В. Н. Ретроспектива развития способов ведения информационного противоборства в военных конфликтах / В. Н. Сулимов, П. Н. Муравейко // Наука и военная безопасность. – 2008. – № 4. – С. 3–10.

11. Шейнов, В. А. Пиар «белый» и «черный»: технология скрытого управления людьми / В. А. Шейнов. – М.: АСТ; Минск: Харвест, 2007. – 672 с.

12. Луков, В. А. Теории молодежи: междисциплинарный анализ / В. А. Луков. – М.: Канон+, 2012. – 527 с.

13. Слука, А. Г. Нацыянальная ідэя: сістэмны аналіз праблемы / А. Г. Слука. – Мінск: НІА, 2001; Мазыр: Выдавец дом «Белы вецер», 2001. – 428 с.

Анотация

В статье раскрывается техносциальный комплекс сетевого влияния в системе массовых коммуникаций. В контексте применения коммуникационных технологий инновационного характера выявляются динамика изменения социальной субъектности и механизмы манипулятивного воздействия.

Abstract

In article the technosocial complex of network influence in the system of mass communications reveals. In the context of use of communication technologies of innovative character dynamics of change of social subjectivity and mechanisms of manipulative influence comes to light.

ГУО «Республиканский институт высшей школы» Редакционно-издательский центр предлагает

В. Б. Шабанов, Н. К. Плавник

АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК ДЛЯ СТРОИТЕЛЕЙ ТЕПЛОВЫХ И АТОМНЫХ ЭЛЕКТРОСТАНЦИЙ = ENGLISH FOR THERMAL POWER PLANT CONSTRUCTION ENGINEERING

Допущено Министерством образования Республики Беларусь в качестве учебного пособия для студентов учреждений высшего образования по специальности «Строительство тепловых и атомных электростанций»



Учебное пособие направлено на формирование навыков профессионально ориентированной устной и письменной речи на базе тематически упорядоченного лексико-грамматического материала дисциплины «Иностранный язык (английский)» для специальности 1-70 07 01 «Строительство тепловых и атомных электростанций». Охватывает все виды речевой деятельности: чтение, аудирование, говорение и письмо. Структура пособия определяется необходимостью одновременного и равномерного повторения пройденного лексико-грамматического материала, усвоения новой профессионально ориентированной лексики и оптимального использования для самостоятельной работы.

Адресуется учащимся, студентам, магистрантам, аспирантам, специалистам в области энергетического строительства, преподавателям технических вузов и ссузов.

ISBN 978-985-586-248-13

Информацию о реализуемой учебной и методической литературе можно посмотреть на сайте www.nihe.bsu.by.
Заказы принимаются по адресу: 220007, г. Минск, ул. Московская, 15, к. 109, тел./факс 213 14 20.