Цифровые технологии манипулирования общественным мнением

Игнатьева О.А.,

К.соц.н., ст.преподаватель СПбГИПСР

Управление обществом в цифровую эпоху осуществляется в том числе и благодаря манипулированию общественным мнением с использованием информационно-коммуникационных технологий как внутри государства, так и на международном уровне. Целью данной работы является определение типов информационно-коммуникационных технологий, используемых в настоящее время для формирования общественного мнения.

Известный американский политолог Дж. Най определил власть как способность достичь собственные интересы, используя насилие, подкуп или привлекательность (Nye, 1991а, p. 35). Первые два признака подпадают под определение жесткой силы, в то время как привлекательность представляет собой характеристику мягкой силы (Nye, 1991б, p. 20). Эта характеристика рассчитывается с точки зрения привлекательности культуры, образования, экономики страны. К сожалению, последнее время (в частности после событий на Украине и в Крыму) мягкая сила стала использоваться для создания негативного образа противоборствующей стороны с использованием соцмедиа.

Основными информационно-коммуникационными технологиями в манипулировании общественным мнением являются использование троллинг, мемов, технологий SEME, микротаргетирование, фейковые новости, распространение фейковых новостей.

Технология троллинга (от англ. Trolling означает «ловлю рыбы на блесну») происходит из сленга участников соцсетей. Этот процесс характеризуется размещением провокационных сообщений с целью нагнетания обстановки. В качестве материала выступают новости, точнее их постмодерация, а также – флейм (от англ. Flame - «пламя, огонь»), либо бесцельная конфронтация - «холивары» (от англ. Holy war - «священная война») [Смирнов, 2017, c116].

Важную роль в информационной войне играют интернет-мемы (англ. Internet meme). Интернет-мем – это информация в форме медиаобъекта или фразы, чаще всего остроумной и иронической, спонтанно приобретающей популярность, распространяясь в Интернете. Мемами считаются слова, изображения, любые высказывания, картинки, видео, которые могут и не иметь значения, но устойчиво распространяться во всемирной паутине [Смирнов, 2017, c 117].

На современном этапе развития общества актуален новый тип политической культуры – политика постправды (англ. Post-truth politics). Дискурс формируется при помощи эмоций и убеждений, вторичной аргументацией, игнорирующей факты. Важную роль в политике постправды играет технология манипуляции. Существует метод, позволяющий выявить в механизме web-поиска наличие «эффекта манипуляции» («search engine manipulation effect» - SEME). То есть, бесконтрольный поисковой механизм, представляет косвенную международную угрозу, поскольку, технология позволяет манипулировать массовым общественным сознанием населения другой страны [Смирнов, 2017, c 118].

К еще одному инструменту противоборства можно отнести технологию микротаргетирования (гипертаргетирования) - это индивидуальная настройка каждого из целевой аудитории, предполагает «интимное знание» любого пользователя социальной сети.

В 2016, по версии издательства Oxford University Press (Великобритания), словом года стало – post-truth (постправда). Оно описывает обстоятельства, обращаясь больше к эмоциям, причем, когда раскрывается истина, она становится для общественности уже неважной. В 2017 году словом года было признано, по версии  [Collins Dictionary](https://ria.ru/mediawars/20171102/1508075796.html%22%20%5Ct%20%22_blank), -  fake news «фейковые новости». Определяется как ложная, сенсационная информация. Во многом такая популярность обязана **Дональду Трампу,** который часто его использует в своем лексиконе [Стецко, 2017].

Термины «Пост-правда» и «фейковые новости», уже укоренились в обычном лексиконе общества, а также стали трендами массовой культуры.
«Фейк» рассматривается как метафора, выражая скрытое недовольство тех, кто в силу разных причин не может говорить о них открыто. Например, стремление представить Дональнда Трампа «агентом Кремля» выражает недовольство результатами выборов в США, а Кремль – это метафора, ассоциирующаяся со злом. «Фейковые новости» условно разделяются на две группы: которые используются в рекламе, например, черный пиар, навязчивая, недобросовестная реклама и fake news как средство в политической борьбе, пропаганде определенных взглядов. Такой тип фейковых новостей задействуют в социальных сетях, поскольку, частота информационного потока значительно превышает возможности классических СМИ. Интерес к соцсетям, а значит, и непосредственная информативность fake news возникает, из-за того, что интернет считается свободным пространством, не связанным ни международной, ни национальной цензурой. Борьбой с «фейками», порочащими имидж государства, занимается определенная структура. Например, на официальном сайте МИД России появился раздел, посвященный опровержению фейковых иностранных новостей, опубликованных в иностранных СМИ, порочащих статус России. Требования по борьбе с недостоверной информацией были выдвинуты крупнейшим новостным, социальным платформам, таким как Facebook, Goggle, Twitter и другие. Для блокировки сомнительных новостей, используют технологию факт-чекинг. Это проверка фактов через дополнительный редакционный отдел по жалобам читателей. При недостоверности пользователи будут осведомлены об этом, хотят ли они в дальнейшем делать перерепост, тем самым продвигая ложную информацию [Стецко, 2017].

Таким образом, управление обществом с использованием информационно-коммуникационных технологий стало еще более изощренным. Однако с учетом масштаба их применения государство также столкнулось с необходимостью защиты своего реноме на международном уровне, поскольку манипуляции теперь подвержены не только жители какой-то конкретной страны, но и других стран также. Такое положение может вызвать дискредитацию государства в глазах широкой общественности и отказ от сотрудничества с ним.

**Литература**

Nye, J., Bound to Lead: The Changing Nature of American Power. New York: Basic Books, 1991a. 307 p.

Nye, J., Soft Power: The means to success in world politics. New York: Basic Books, 1991b. 336 p.

Смирнов А. И. Современные информационные технологии в международных отношениях: монография. М.: МГИМО-Университет, 2017. 334 с.

Стецко Е. В. Fake news и феномен пост-правды: информационно-политические тренды года // EurAsiaDaily. URL: <https://eadaily.com/ru/news/2017/11/20/fake-news-i-fenomen-post-pravdy-informacionno-politicheskie-trendy-goda> (дата обращения: 16.07.18)