

4. Якушев, В.В. Точное земледелие: теория и практика. / В.В. Якушев — СПб.: ФГБНУ АФИ, 2006.— 364 с.
5. Квасников В. «Я не милая»: «Алиса» — о Siri, насилии и конце света [Электронный ресурс] - 2019. - Режим доступа: <https://www.the-village.ru/business/new-biz/286898-alice> - Дата доступа: 9.11.2020.
6. Родина В. Blue Brain Project — один из самых амбициозных проектов современности. [Электронный ресурс] // Наука и техника. – 2017.- Режим доступа: <https://naukatehnika.com/blue-brain-project-odin-iz-samyix-ambicioznyix-proektov-sovremennosti.html> . - Дата доступа: 9.11.2020.

**С.В.Венидиктов**, начальник кафедры  
социально-гуманитарных дисциплин  
[venidiktov@institutemvd.by](mailto:venidiktov@institutemvd.by)  
Могилевский институт МВД Республики Беларусь (Могилев)

### **С.В.Венидиктов. ТЕХНОЛОГИИ МЕДИЙНОЙ МАНИПУЛЯЦИИ В «ПОСТПРАВДИВОМ» ОБЩЕСТВЕ**

Феномен постправды (англ. «PostTruth»), описывающий современное состояние публичного дискурса, в котором размываются границы между объективной реальностью и создаваемой медиаресурсами виртуальной средой, отражает важнейшие характеристики современного цифрового пространства в его социальном измерении – крайнюю неустойчивость, размытость образов, подверженность преднамеренным искажениям со стороны общественно-политических акторов. Ценность информации в «постправдивом» обществе определяется не критерием истинности / ложности, а ее способностью вносить изменения в социальную систему, массово распространяться и потребляться, минуя этап критического осмысления аудиторией. Такая характеристика новой цифровой реальности предопределяет снижение уровня устойчивости общественных структур к информационной агрессии, подверженность манипулятивному воздействию – как результат деятельности традиционных и новых медиа.

Технологии медийной манипуляции подробно описаны в многочисленных исследованиях, где предложены различные классификации с точки зрения методов искажения информации, аудиторного влияния, психологического воздействия и т. д. Например, в работах С. Г. Кара-Мурзы были введены в отечественный политологический дискурс технологии фабрикации фактов, формирования повестки дня, упрощения и стереотипизации, сенсационности, изменение смысла слов и понятий и др. [1]. Также в современных исследованиях выделяются негативные коннотации, универсальность высказываний, генерализация отдельных прецедентов, использование неопределенного референтного индекса («как известно...»), оперирование эмоционально-оценочными понятиями вместо нейтральных, применение модальности долженствования, размытость

критерия оценки, ложные метафоры, апелляция к общепринятой норме, коммуникативный саботаж и др. [2, с. 10].

Нас же интересует вопрос: какие из уже осмысленных в научном дискурсе технологий, актуальных для практики традиционных медиа (телевидение, радио, печатные СМИ), оказались действенными и активно применяются в новой цифровой реальности (интернет-издания, новостные порталы, социальные сети и мессенджеры и т. д.)? Анализ деятельности традиционных СМИ в сопоставлении с практикой новых медиа позволяет говорить о достаточно успешной адаптации к цифровой реальности известных манипулятивных технологий, имеющих следующую целевую направленность:

1. Формирование образа врага (реального или искусственно конструируемого), направленное на создание мотива к политическим действиям. Классическим примером может служить идеологическое противостояние СССР и стран Запада, в современной истории подобным «универсальным врагом» выступает терроризм, угрожающий демократическим ценностям.

2. Воздействие на сферу бессознательного аудитории, что отражается, например, в современных технологиях социохакинга – взлома массового сознания на эмоциональном уровне, направленного на дестабилизацию общественно-политической системы и внедрение предлагаемой манипулятором повестки дня.

3. Утверждение культурной гегемонии через обеспечение легитимности определенных политических сил и делегитимизацию оппонентов. В определенной степени достижение подобной цели связана с реализацией СМИ своего идеологического потенциала.

4. Расширение рамок допустимого (чаще всего – с использованием системы «окна Овертона», когда внедряемые манипулятором ценности проходят путь «немыслимое – радикальное – приемлемое – разумное – действующая норма»). Например, такие технологии обеспечили общественное принятие концепции свободной гендерной идентичности, более масштабный пример – рыночные реформы в СССР периода «перестройки», поддержанные ведущими СМИ.

5. Навязывание индивидуальному сознанию коллективного мнения, механизм чего был обоснован в ходе знаменитого эксперимента Аша (1951) [3]. Склонность граждан подстраивать свое мнение под мнение большинства, высказывать доверие позиции общественности традиционно широко используется СМИ, например, через тиражирование искаженных результатов социологических замеров либо высказываний специалистов, якобы выражающих мнение экспертного сообщества.

6. Навязывание мнения с утраченным перформативом, при котором используется прием ссылки на авторитетные фигуры в области политики, науки, экономики и т. п., остающиеся неназванными (часто имеет форму «Как отмечают специалисты...», «Ученые ряда стран доказывают, что...»,

«Опрошенными нами политологи, которые просили не называть их имена...», «Наш источник в правительстве полагает, что...» и т. п.). Подобный прием обладает очевидными характеристиками слухов, переходящих в процессе распространения в категорию фактов.

7. Внедрение технологии «подавляющего меньшинства», суть которой заключается в радикальном изменении политической повестки дня в результате действия трех факторов: фанатичного отстаивания активным меньшинством своей позиции, наличия диссидентов, склонных к публичному самовыражению, наличия социальных предпосылок для социальной трансформации. Как итог революционная пресса может превратиться в массовое общеполитическое издание, а оппозиционный дискурс социальных медиа – стать доминирующим.

8. Смена контекста событий, формирующих повестку дня, когда в результате одновременных процессов деконтекстуализации и реконтекстуализации реальное событие встраивается в систему причинно-следственных связей, выгодных манипулятору. Такая технология является неотъемлемым компонентом современных информационных войн, в которых экономическая либо военная агрессия представляется единственным возможным инструментом установления мира и обеспечения демократизации. Смена контекста может также выступать инструментом обесценивания, деактуализации требований оппозиционно настроенных сил в рамках отдельного государства.

9. Утверждение в массовом сознании ключевых идеологем, которые упрощают социально-политическую реальность, фокусируя внимание аудитории на решении узкого круга утверждаемых манипулятором задач. Идеологемы, имеющие вид императивных призывов, маркирующих констатаций или идеологических клише, широко использовались в советской пропаганде, а сейчас встречаются в программных документах политических акторов (например, «империя зла», «железный занавес», «последняя диктатура Европы», «цивилизованный мир» и др.).

10. Символическая маркировка, при которой в общественно-политический дискурс внедряются символы, ориентирующие аудиторию и направляющие массовое сознание. Например, все свершившиеся в XXI веке цветные революции имели понятные символы, тиражируемые СМИ и приводящие к формированию т. н. матричных мозаик, фокусирующих социальную активность (цветок лотоса в Египте, роза в Грузии, оранжевая ленточка в Украине, зонтик в Гонконге, свеча в Корее и т. д.) [4].

11. Политическая мифологизация, основанная на невозможности существования политической сферы с опорой на исключительно рациональный компонент массового сознания. СМИ неизменно становятся инструментом распространения политических мифов и демифологизации (в случае смены власти либо изменения внешнеполитических приоритетов). Это может выражаться в сакрализации образов вождей / лидеров, создании

образов героев и врагов, легенд, рационализации ритуалов, создании выгодного для манипулятора образа прошлого и будущего [5].

12. Политический спектакль, представляющий собой символическое пространство, где границы между реальностью и псевдореальностью становятся условными. Политическая режиссура превращает рядового гражданина в пассивного зрителя, утратившего способность критического осмысления происходящего, вытесняет его из пространства диалога. При этом СМИ, поддерживая состояние «непрерывного говорения» [1], лишают индивидуальный голос возможности быть услышанным. Это привело к появлению альтернативных диалоговых площадок, локализованных в пространстве сетевой коммуникации. Однако социальные сети, мессенджеры, сервисы видеохостинга и прочие ресурсы зачастую служат обеспечению демократии шума, парадоксально увеличивая подверженность аудитории манипуляции.

Изменение модели взаимодействия медиа с аудиторией, а также трансформация всей парадигмы массово-информационной деятельности приводит как к расширению направлений использования «традиционных» манипулятивных технологий, так и к возникновению новых, обусловленных спецификой цифровой реальности [6]. Среди предпосылок этого необходимо отметить повышение уровня фрагментированности информации, значительно возросшую визуализацию новостных сообщений, утверждение клипового типа восприятия медиаконтента, снижение аналитической составляющей в дискурсе СМИ. «Общество спектакля» в современной цифровой среде окончательно утверждается как новая субъективная реальность, подверженная многократному реформатированию в зависимости от направленности медийного канала и политических интересов манипулятора. Закономерный в этой связи вопрос – нужно ли противостоять манипуляции на уровне массового и индивидуального потребления медийного продукта? – в этой связи не имеет однозначного ответа. Скорее, пластичность, неустойчивость, дискретность информационного пространства следует принять как данность, а его подверженность искажениям – как объективную характеристику, во многом обусловленную типом взаимодействия аудитории медиа с самими медиаресурсами [7]. Повышение индивидуального уровня осознанности в потреблении медиапродукта способно во многом нейтрализовать перечисленные выше манипуляции, однако не способно уберечь информационное пространство от искажений реальности, что является сущностной характеристикой «постправдивого» социума.

### **Список источников**

1. Кара-Мурза, С. Г. Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза. – М.: Эксмо, 2005. – 832 с.

2. Багдасарян, В. Э. Когнитивные матрицы манипулятивных технологий в войнах и революциях нового типа / В. Э. Багдасарян // Вестник Московского государственного областного университета. Сер.: История и политические науки. – 2020. – № 1. – С. 8–23.

3. Comstock, G. A. Asch / G. A. Comstock, E. Scharrer // The Psychology of Media and Politics. – Academic Press, 2005. – P. 46–49.

4. Будина, М. Э. Символы цветных революций в составе их именований [Электронный ресурс] / М. Э. Будина // Концепт : научно-методический электронный журнал. – 2014. – № 08. – Режим доступа: <http://e-koncept.ru/2014/14224.htm>.

5. Даніленка, С. І. Міф імперії: хроніка змного раю. Специфіка сацыяльнай міфатворчасці ў савецкай і постсавецкай беларускай літаратуры ў кантэксце яе інфернальнай вобразнасці / С. І. Даніленка. – Мн.: Выд. цэнтр БДУ, 2004. – 220 с.

6. Ибрагимов, Л. Х. Технологии интернет-манипуляции в сетевом пространстве политики / Л. Х. Ибрагимов // Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование. – 2015. – Вып. 2. – С. 34–40.

7. Венидиктов, С. В. Медиаобразование как вакцина от инфодемии / С. В. Венидиктов // Современное состояние медиаобразования в России в контексте мировых тенденций. Матер. II междунар. науч. конфер., Таганрог, 15 октября 2020 г. : сб. статей / И. В. Челышева [отв. ред]. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – С. 37–41.

**Ю. Ю. Гафарова**, доцент  
[gafarova@tut.by](mailto:gafarova@tut.by)

**Н. А. Елсукова**, доцент  
[ena001@tut.by](mailto:ena001@tut.by)

**Т. В. Купчинова**, доцент  
[kupchinova@yandex.by](mailto:kupchinova@yandex.by)  
БГУ (Минск)

## **Ю. Ю. Гафарова, Н. А. Елсукова, Т. В. Купчинова. ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ПОВСЕДНЕВНОСТИ: ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ ПРОБЛЕМЫ**

Цифровизация влечет за собой не только изменение социального и политического участия, инструментов управления, каналов коммуникаций, форм ведения бизнеса и т. д., но и *трансформацию повседневности*. Компьютеры, гаджеты, мобильные устройства и приложения, социальные сети – естественная среда, в которой живут сегодня представители разных поколений. Технологии цифровизированного мира в виде цифровых