

УДК 316.454.5

**Н.Н. Левчук**

канд. полит. наук, нач. научно-исследовательского отдела  
научно-исследовательского управления  
НИИ Вооруженных сил Республики Беларусь  
e-mail: [1234\\_73@list.ru](mailto:1234_73@list.ru)

## КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ СЕТЕВОГО ВЛИЯНИЯ В СИСТЕМЕ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

*Исследуется феномен сетевого влияния в современной медиасфере. Целью исследования является концептуализация такого влияния в системе массовых коммуникаций на основе критерия нейроэффекта, которая предполагает уточнение сетевого влияния как явления, обусловленного фрагментацией символических организованностей человеческого сознания, погруженного в сферу интерактивной коммуникации. «Сетевая» мотивация рефлексивного поведения выявляется в пределах порождающих матриц ответных реакций (габитусов). Для достижения цели статьи автором использован метод синергетического моделирования, позволяющий рассмотреть сетевое влияние в единстве технологического и семиологического подходов. Под нейроэффектом подразумевается эффект нейролингвистического воздействия, вызывающий массовую или индивидуальную поведенческую реакцию. Результаты исследования могут быть применены для разработки информационной политики государства в целях противодействия моделям дестабилизации социума.*

### Введение

Целью настоящей статьи является концептуализация сетевого влияния в системе массовых коммуникаций. На основе критерия нейроэффекта ставится задача исследования феномена сетевого влияния в современной медиасфере. Уточняется сетевое влияние как явление, обусловленное фрагментацией символических организованностей человеческого сознания. Оно форматируется сетевой сферой интерактивной коммуникации. «Сетевая» мотивация рефлексивного поведения выявляется в пределах порождающих матриц ответных реакций (габитусов). Для достижения поставленной цели использован метод синергетического моделирования, позволяющий рассмотреть сетевое влияние в единстве технологического и семиологического подходов. Под нейроэффектом подразумевается эффект нейролингвистического воздействия, вызывающий массовую или индивидуальную поведенческую реакцию. Результаты исследования могут быть применены для разработки информационной политики государства в целях противодействия моделям дестабилизации социума.

Формирование сетевой модели социальности стало одним из знаковых свершений постиндустриальной эпохи. Появление новых медиаплатформ, стремительное вторжение сетевых технологий в социальную реальность позволяют говорить о новейшей коммуникативной (твиттерной) революции, в результате которой трансформировались сами способы коммуникации. Значение новых медиаплатформ выражается в особом структурировании рефлексивных организованностей человеческого сознания, в котором восприятие самих медиаплатформ становится частью его символической структуры. Глобальное соперничество в экономической, научно-технической, социокультурной и военной областях [1] все больше концентрируется в сфере управления информационно-сетевыми процессами.

Массовые механизмы переработки и усваивания лавинообразно растущего объема информации претерпели существенные изменения. За последние полвека произведено больше информации, чем за пять тысячелетий до этого. Диалектика информационной эпохи проявляется в переходе количественных показателей потребления информации в качество ее производства и переработки, которое отражает роль коммуникаци-

онных процессов в современной цивилизации. Формирование сетевой технологической парадигмы на основе более мощных и гибких информационных технологий, как замечает М. Кастельс, сделало возможным превращение информации в продукт производственного процесса [2, с. 63], что обусловило ее ключевую роль в формировании современных социальных организованностей. Их эволюция имеет непрерывный характер.

Некоторые исследователи, наблюдая сокращение количества пользователей «традиционных» социальных сетей, уже заявляют о закате эры Twitter. Социальные сети нового поколения, по их мнению, будут построены вокруг информации, а не вокруг личности пользователя. «Исход миллионов пользователей из Facebook и Twitter связан не столько с проблемами этих конкретных соцсетей, сколько с общей усталостью от самой концепции такого сервиса. На это указывает резкий взлет некоторых сервисов, изначально казавшихся чересчур “мелкими” в сравнении с масштабным и всеобъемлющим Facebook. Например, в случае с появившимся в декабре 2010-го маленьким стартапом Instagram поначалу ничто не предвещало успеха. Сервис предполагал использование только на мобильных устройствах. Пользователи могли загружать фотографии с применением нескольких ретрофильтров. Сегодня у Instagram более 100 млн юзеров, ежесекундно загружающих в сеть 58 фотографий» [3]. В свое время стартап Instagram скорее всего был бы невозможен без феномена Twitter. Оба явления символизируют эффект «сжатия» социального пространства и предельно ускоренной актуализации информационного обмена. Это значит, что твиттерная революция продолжается, но близится к диалектическому порогу, после которого перейдет в какое-то новое качество, в любом случае характеризуемое дальнейшим ускорением информационного обмена.

Подобные тенденции касаются и постсоветских государств, но надо учитывать, что социально-сетевую «погоду» здесь делают интернет-ресурсы регионального масштаба. По данным национального социологического опроса (октябрь 2014 г.), проведенного Информационно-аналитическим центром при Администрации Президента Республики Беларусь (ИАЦ), 82,5% белорусских пользователей Интернета зарегистрированы в различных социальных сетях: «Одноклассники» (Odnoklassniki.ru) – 70%; «ВКонтакте» (Vk.com) – 65,5%; «Мой мир» (My.mail.ru) – 17%; Twitter – 4,5%; Facebook – 4%.

Результаты исследования ИАЦ позволяют проследить изменения, произошедшие в информационных предпочтениях жителей страны начиная с 2009 г. Так, по данным на 2014-й г., отмечалось снижение численности граждан, использующих традиционные СМИ как источник информации. В большей степени сократились аудитории печатной прессы (с 62,9 до 43,8%) и радио (с 42,4 до 28,2%), в меньшей – телевидения (с 91,0 до 85,6%). Вместе с тем отмечалось увеличение числа респондентов, обращающихся за информацией к Интернету (с 24,2 до 53,0%), в результате чего Глобальная сеть как новостной канал в 2014 г. стала более востребованным источником информации, чем печатные СМИ. Авторы исследования ИАЦ отмечают: «Всемирная сеть стала значимой частью современной жизни, проникнув во многие ее социальные аспекты. Это подтверждают и результаты социологического опроса. Так, для подавляющего большинства пользователей (86,2%) Интернет является источником информации. Соотносят Сеть с возможностью общения 64,3% респондентов. В среднем по 43,9% участников опроса используют Всемирную паутину для передачи информации, совершения покупок или в целях развлечения» [4]. Эти данные вполне укладываются в общую парадигму новейшей коммуникативной (твиттерной) революции, но с поправкой на особенности региональных коммуникативных практик. Поле интерактивной коммуникации все успешнее интегрируется в индустрию потребления новостей, т.е. различные социальные платформы типа Twitter, Facebook или «Одноклассники» начали выполнять функцию СМИ. С другой стороны, наблюдается поступательный «уход» печатных СМИ и телевидения в Интернет. И если для многих газет и журналов это означает фактическое прекращение существования, то в случае с телевидением – трансформацию фор-

мата восприятія телепродукта, который приобретает интерактивный характер. Интерактивность становится неотъемлемой частью оснащения ума среднестатистического потребителя информации, своеобразной интерпретационной «рамкой» восприятія новостного контента.

Теоретический дискурс сетевого влияния предполагает два основных подхода современного понимания феномена коммуникации. Первый подход – технологический. Он определяет техно-логику развития социума за счет возрастающей коммуницируемости всех составляющих его элементов в рамках «сетевого общества». Второй – семиологический, акцентирующий роль знаков, символов в содержательном отображении коммуникации, т.е. в ее сообщениях [5, с. 11]. Оба подхода в данной статье применяются в системной взаимосвязи.

Результат сетевого влияния заключается в достижении поведенческой реакции и последующему управлению ею. Главным критерием достигнутой цели становится нейроэффект. Его лингвистические атрибуты распознаются на уровне герменевтики, которая, по Ю. Хабермасу, представляет собой всякое осмысленное выражение (вербальное или невербальное высказывание, любой артефакт, какое-либо человеческое установление или отрывок текста) и может быть идентифицировано в двойкой установке: и как доступное наблюдению событие, и как доступное пониманию объективизированное значение [6, с. 38]. Т.е. «сетевая» герменевтика предстает как первооснова достижения релевантности интерактивной коммуникации. В виде «объективизированного значения» она реализуется в дискурсе сетевого влияния, формализованным результатом которого становится текст, отражающий лингвистическую направленность сетевого дискурса. Но как «доступное наблюдению событие» она далеко перешагивает границы лингвистики, обнажая вторую, «внелингвистическую» ипостась нейроэффекта как атрибута сетевого влияния.

Сетевое влияние – это феномен, обусловленный фрагментацией символических организованностей человеческого сознания, погруженного в современную медиасферу. Придание деструктивного импульса такому влиянию происходит в процессе противопоставления целому или изъятия из контекста целостного. Само влияние сопряжено с идентификацией элементов фрагментации, предполагая, что мотивация рефлексивного поведения выявляется в пределах порождающих матриц ответных реакций (габитусов). С научной точки зрения важным представляется формально зафиксировать ускользающий момент сетевого влияния, который реализуется как нейролингвистический эффект восприятія человеческим сознанием идейно-символических импульсов. Сумма таких эффектов в границах медиасферы формирует практический дискурс политического процесса.

Как писал Умберто Эко, если человеку доводилось в сильном расстройстве смотреть кинокомедию, он знает, что наслаждаться ею в такой момент очень трудно. Более того, случись ему через много лет снова посмотреть тот же фильм, он, возможно, опять не сможет смеяться, потому что каждый эпизод будет напоминанием о грусти, которую он испытывал при первом просмотре. Это и есть феномен нейроэффекта, воплощенного в эмоциональных переживаниях и «записанного» на подкорке головного мозга. Но идентифицировать критерии его «сетевого» проявления в системе массовых коммуникаций бывает весьма не просто. Более того, сам понятийный аппарат сетевого влияния пока недостаточно разработан.

Из поля зрения линейной схемы коммуникации напрочь выпадает проблема идентичности ее субъекта и объекта в Сети. Между тем сетевое влияние – это в большей степени и есть процесс перманентной идентификации, когда малоизвестное «ничто» превращается в массовое «все». В процессе такой идентификации габитусы стереотипов общественного мнения формализуются в виде набора нейролингвистических эффектов. Эти эффекты имеют невидимую природу, но оставляют «видимый» симво-

личный след в сетевой информационной среде, которая актуализирует себя в соприкосновении с человеческим сознанием.

Глобализация предписывает отождествление инфосферы не с субстанциями и субъектами коммуникационной инфраструктуры, а с процессами сетевого влияния и коммуникационного взаимодействия. Повышение уровня сетевой взаимозависимости привело к возникновению глобальной экономики (вместо мировой) и, соответственно, глобального интерпретационного механизма восприятия информационных потоков. Следствием нарастающей концентрации информации и капиталов стало нарастание глобальных противоречий. В них и проявляются контуры «глобального социума», а коммуникация выступает способом его самоконструирования.

В процессе массовой коммуникации мы сталкиваемся с интерпретационным парадоксом особого рода, когда одно и то же событие может по-разному восприниматься и проявлять себя в разных контекстах. Сетевые коммуникации дают ключ к пониманию феномена в виде киберсемиотики, рассматривающей информацию как потенциальность, которая не может передаваться в процессе коммуникационного обмена: передается лишь ее репрезентирующее значение, которое раскодирует интерпретант в зависимости от наличия соответствующего символического декодирующего аппарата. За сменной декораций в «обществе спектакля» (по Ги Дебору) следует смена интерпретационной парадигмы. Однако консолидация общества на основе созидательного мироощущения способна сломать негативную фабулу «спектакля». Для этого используется социокультурный подход, который позволяет воссоздать архетипические пласты массового сознания в сетевом пространстве «публичной сферы». Цельность мировоззрения на цивилизационной основе – пожалуй, самый выразительный образ позитивного нейроэффекта в системе массовых коммуникаций. На социокультурной основе базируется противодействие «вирусным» сетевым технологиям: целостность сознания против его перманентной фрагментации.

Эффективное государство, мыслимое в системе критериев устойчивого развития, должно ограничивать проявление разрушительных сетевых воздействий. Так, по мнению большинства опрошенных ИАЦ пользователей (74,7%), информационные потоки в Интернете необходимо регулировать. Позиция респондентов по этому вопросу практически не зависит от их социально-демографических характеристик. В числе сайтов, подлежащих ограничению, участники опроса назвали прежде всего те, которые содержат информацию эротического и порнографического характера (85,3%), а также имеют террористическую и экстремистскую направленность (в среднем по 76,9%). Значительная часть граждан считает, что необходимо регулировать рекламу табака и спиртных напитков, спам, рассылки (в среднем по 63,9%), а половина респондентов отмечает сайты оппозиционных политических сил и пиратскую видео- и аудиопродукцию (в среднем по 49,9%).

Почти 85% белорусов используют Интернет как источник информации, 46% конкретизируют, что ищут в том числе и политические новости. На вопрос о том, какой сайт запускают первым, пользователи отвечают, что поисковик (32%), социальную сеть (28%) и новостник (24%). Поступающей информации от новостников доверяют 58%, и больше трети – социальным сетям; примерно столько же прислушиваются к мнениям других пользователей, 96% пользователей Беларуси имеют профиль хотя бы в одной социальной сети [4].

### **Заключение**

Таким образом, роль Интернета как глобального источника информации в долгосрочной перспективе будет повышаться. Это будет происходить на фоне увеличения объемов внешних шлюзов и скорости обмена информацией. Пользователи среднего и старшего возрастов будут все активнее вовлекаться в процесс интернет-коммуника-

ций, социальный облик которых предопределяет стремительно растущее вовлечение мобильных пользователей. Совершенствование правовых механизмов регулирования интернет-коммуникаций приобретает стратегическое значение, особенно в контексте противодействия государства процессу социально-политической дестабилизации [7]. Однако концептуализация сетевого влияния происходит не только в пространстве интерактивной коммуникации. В первую очередь, оно представляет собой структурирующий феномен социального взаимодействия, поэтому ставка на одни лишь ограничительные административные меры не способна обеспечить полноценную реализацию упреждающей модели защиты национальных интересов в информационно-сетевой сфере.

Стратегическая игра государственных структур на смысловом поле должна проводиться под девизом идейно-интеллектуальной конкурентоспособности. Вероятным инструментом реализации такой игры может стать общенациональная коммуникативная стратегия, воплощающая простые и понятные белорусам смыслы. Консолидация общества на их основе является одним из ключевых условий функционирования эффективного государства, противодействия сетевым дестабилизационным моделям.

### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бузин, Н. Е. Стратегическая нестабильность в контексте сетевых практик постиндустриального общества / Н. Е. Бузин, Н. Н. Левчук // Беларусь. думка. – 2013. – № 7. – С. 64–69.
2. Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс. – М. : ВШЭ, 2000. – 608 с.
3. Бондарев, А. Френды разбегаются. Какими будут соцсети нового поколения [Электронный ресурс] / А. Бондарев // Корреспондент.biz. – 2013. – Режим доступа: <http://korrespondent.net/business/web/3209769-frendy-razbehautsia-kakumu-budut-sotssety-novoho-pokolenyia>. – Дата доступа: 30.12.2013.
4. Медиафера Беларуси. Социологический аспект [Электронный ресурс] / под ред. В. О. Дашкевича // Информационно-аналитический центр при Администрации Президента Респ. Беларусь. – 2014. – Режим доступа: [http://iac.gov.by/sbornik/Media-sfera\\_Belarusi.pdf](http://iac.gov.by/sbornik/Media-sfera_Belarusi.pdf). – Дата доступа: 19.08.2015.
5. Мальковская, И. А. Знак коммуникации: Дискурсивные матрицы / И. А. Мальковская. – М. : ЛКИ, 2008. – 240 с.
6. Хабермас, Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие / Ю. Хабермас. – СПб. : Наука, 2001. – 380 с.
7. Слука, А. Г. Ідэалогія беларускай дзяржаўнасці (метадалогія фарміравання) / А. Г. Слука. – Мінск : РІВШ, 2007. – 334 с.

Рукапіс паступіў у рэдакцыю 06.03.2017

#### **Levchuk N.N. Conceptualization of Network Influence in System of Mass Communications**

*Object of research of article is the phenomenon of network influence in the modern media sphere, the purpose – conceptualization of such influence in system of mass communications on the basis of criterion of neuroeffect. Such conceptualization assumes specification of network influence as the phenomenon caused by fragmentation of symbolical organizovannost of the human consciousness shipped in the sphere of interactive communication. The «network» motivation of reflexive behavior comes to light within the generating matrixes of responses (gabitus). For achievement of the object set in article by the author the method of synergy modeling allowing to consider network influence in unity of technological and semiologicheskы approaches is used. The neuroeffect is meant as the effect of neurolinguistic impact causing mass or individual behavioural reaction. Results of research can be applied to development of information policy of the state for the purpose of counteraction to models of destabilization of society.*