

Секция «Конфликты в "цифровом обществе": природа, специфика, механизмы решения»

Субъективная модерация контента глобальными социальными медиа как повод к информационно-коммуникационной диверсификации

Научный руководитель – Мирошниченко Инна Валерьевна

Левченко Даниил Олегович

Студент (магистр)

Кубанский государственный университет, Факультет управления и психологии, Кафедра политологии и политического управления, Краснодар, Россия

E-mail: dany.lev91@gmail.com

Устоявшаяся модель, где информационное поле представляет из себя совокупность национальных традиционных средств массовой коммуникации и их цифровизированные образы в сети Интернет, утратила свое тотальное доминирование. Современная информационно-коммуникационная архитектура активно интегрирует в свое пространство социальные медиа: по состоянию на январь 2021 г. в мире насчитывается 4.2 млрд пользователей социальных платформ и видеохостингов, демонстрируя ежегодный рост в более чем 13 % [4].

Синергетика мирового информационного пространства основывается на поливариантности контента, объясняющего или трактующего природу социально-экономических, политических и иных явлений. Такой подход базируется на доступе участника online-пространства к различным интерпретациям действительности. Переход к технологии Web 2.0, под которым понимается «объединенная веб-система с многосторонним распространением информации» [МакКоннелл, 2008, С. 69-70], позволил пользователям социальных медиа создавать индивидуальный контент, ориентированный на других членов сетевого сообщества. Экспоненциальный рост количества лиц, формирующих общественное мнение, привел к еще большей дифференциации транслируемого дискурса.

Одновременно следует признать факт того, что среда деятельности Интернет-инфлюэнсеров активно влияет на контент, осуществляет его качественный анализ и регулирование. Резонансные практики модерации Twitter, Facebook и Google стали поводом для изучения мирового информационно-коммуникационного пространства на предмет монополизации.

Политический дискурс Министерства иностранных дел РФ [3] в 2020 г. - начале 2021 г. является эмпирическим подтверждением актуализации проблемы вовлечения социальных медиа в войну смыслов. При проведении сравнительного анализа объемов создаваемого дискурса за периоды 2019-2020 гг. и 2020 г. - начало 2021 г. (с использованием слов-идентификаторов «цензура» и «блокировка» выявлено 114 публикаций МИД РФ, 19 из которых связаны с проблематикой исследования) определены следующие тенденции и параметры:

— отмечается пятикратный рост контента, ориентированного на освещение деятельности IT-корпораций в политическом пространстве;

— имеет место доминирование таких семантических полей (СП), как «Неправомерность и недемократичность действий», «Субъективность и Дезинформация», «Необоснованность модерации», «Проамериканская деятельность» и «Антиконкурентная деятельность (монополизация)».

В международном измерении политика модерации ведущих американских и одновременно мировых социальных платформ, видеохостингов подверглась критике после блокировки/удаления аккаунтов Д. Трампа в январе 2021 г. Общее видение ситуации отражено в комментарии пресс-секретаря канцлера ФРГ Ш. Зайберта: «Фундаментальное право на свободу убеждений является основным правом первостепенной важности, и это право

может быть нарушено, но в рамках закона и в рамках, определенных законодательным органом, а не по решению руководства платформ социальных сетей» [1].

Восприятие управленческих структур социальных медиа в качестве акторов международного политического процесса проистекает из ретроспективного анализа деятельности ресурсов по поддержанию/подавлению протестной активности: предоставление гражданам Египта корпорациями Google и Twitter в феврале 2011 г. возможности публиковать контент с помощью голосовых звонков на специальный номер; блокировка в 2015 г. властями Вьетнама Facebook из-за распространения призывов к митингам и отказа от их удаления; блокировка аккаунтов Д. Трампа в январе 2021 г. с целью снижения протестной активности на фоне инаугурации Дж. Байдена [5].

Степень субъектности социальных медиа измеряется тремя категориями:

— *значительная автономия* административных структур, когда процесс принятия решений опирается на собственные интересы, критерии качества информации, ресурсы (абсолютно интернационализированные структуры; близкую к данной категории политику продемонстрировал Telegram в ходе конфликта с федеральными структурами РФ);

— *полуавтономное функционирование*, где производится учет мнений органов государственной власти/групп влияния, а генеральная линия организационного развития диктуется «сверху» (связь имеет как явный, так и скрытый характер); одновременно компания располагает широким спектром полномочий при решении внутриорганизационных вопросов, а ее высокий уровень влияния на коммуникационные процессы дает право на оказание давления на правительственные структуры (большинство современных платформ — YouTube, Twitter);

— *отсутствие субъектности*, когда социальные медиа выступают исключительно в качестве площадки для создания контента, формально или неформально встроены в государственную систему и зависят от ее политической воли (национальные платформы — китайский Weibo).

Интерес западных акторов мировой политики в вопросе расширения круга субъектов международного информационно-коммуникационного процесса за счет социальных медиа 2-го и 3-го типов связан с разрушением американской монополии на регулирование глобальной повестки. Рычаги модерации контента, во-первых, способствуют воспроизводству и одновременно умеренной модернизации традиционной для общества-донора IT-платформы системы идей (национальный уровень); во-вторых, интернационализация ресурса позволяет встроить ценностно-мировоззренческие взгляды и подходы ее «коренных» пользователей в сознание «других» (глобальный уровень).

Эффективность контроля над информационными потоками определяет успех в формировании и стабильном функционировании культурно-идентификационных механизмов, общесистемное значение которых демонстрируют события конца 1980-х - начала 1990-х гг. в СССР. Наличие инструментов, позволяющих нивелировать право государственных органов блокировать социальные медиа (например, технология VPN), требует от национальных правительств идти по пути создания конкурирующих альтернатив, диверсифицируя мировое информационное пространство.

Источники и литература

- 1) Коммерсант: <https://www.kommersant.ru/doc/4640107>
- 2) МакКоннелл Б., Хуба Д. Эпидемия контента. Маркетинг в социальных сетях и блогосфере. М., 2008.
- 3) Министерство иностранных дел Российской Федерации: <https://www.mid.ru/ru/home>

- 4) Digital 2021: the Latest Insights into the 'State of Digital': <https://wearesocial.com/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital>
- 5) International Studies: <https://zen.yandex.ru/media/id/60076d3c267c3f280b8f7766/socialnye-seti-i-messendjery-kommunikacionnyi-instrument-ili-subekt-politiki-602a4afcc219c97e32347f0f>