

Секция «Политическая коммуникация в цифровом обществе: новые тенденции и их осмысление»

Динамика социального манипулирования в киберпространстве

Мирзаджанов Тамерлан Эльдарович

Аспирант

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Факультет социальных наук, Москва, Россия

E-mail: Mrgamer1@rambler.ru

Сегодня мы имеем дело с до сих пор невиданным способом организации информационного потока, потребления информации, принятия решений и формирования суждений на основе этой информации. Огромный перечень субъектов использует киберпространство для реализации политических, экономических и социальных целей. Дезинформация и манипулирование социумом, его мнением и сознанием посредством киберинформационных каналов представляют существенную и малоизученную угрозу существованию демократических институтов, самой сущности демократических принципов. Тенденции развития и наполнения информационных каналов в киберпространстве в существенной мере приводят к росту популизма и антагонизма, политической апатии и поляризации и, что намного тревожнее, радикализации и экстремизации политического дискурса и практики.

Ложь бывает эффективной в случаях, когда отвечает общим когнитивным предпочтениям в сообществе. Ложь, в которую поверили, распространяется самими пострадавшими, то есть членами целевой аудитории они сами дезинформируют собратьев, достижимость правды начинает существенно уступать достижимости лжи и киберопосредованная социальная манипуляция удаётся. Ранее задокументированная правда распространяется ближе, медленнее, более узко и поверхностней нежели ложные новости. Наиболее влиятельными оказываются ложные новости о политике, нежели о стихийных бедствиях, финансах, науке, искусстве и криминале. Ложные новости более яркие, неожиданные и пугающие. Людская молва и слухи распространяют ложные новости гораздо эффективнее электронных программ и ботов. Следовательно, человеческая психология должна стать главным объектом предотвращения социальных манипуляций посредством дезинформации в киберпространстве. Люди будут распространять ложную информацию и высказывать построенные на ней ложные убеждения, даже если сомневаются в их верности, так как конформистские устремления не позволят им высказывать не доминирующее в их социальной группе мнение. Таким образом в групповом дискуссионном взаимодействии не рождается истина, а по кругу повторяется ложь если её источник признаётся большинством группы достоверным.

Многие исследования дезинформации фокусируются на когнитивных искажениях восприятия, однако важным также является изучение социального познания в процессе социального информационного манипулирования. Это может помочь глубже понять, как обеспечить безопасность информационной среды. Отдельно важным вопросом является влияние распространения информации среди групп в социальных сетях на электоральные предпочтения. Так, конфигурация этих групп, то есть структура сети является существенным аспектом социального влияния на принятие решений индивидом. Отношения между индивидами в социальных сетях, особенно в группах находятся под влиянием персонализации и алгоритмов рекомендаций, то есть того какую информацию они получают.

В связи с этим появились различные модели, например, так называемая модель заражения, которая изучает каким образом информация распространяется и как люди на неё реагируют и «разносят» её словно инфекцию по организму социальной медиа сети.

Логично, что данная модель многое заимствует из биологии и вирусологии. Существует устойчивая когнитивная связь между различными убеждениями, так индивид будет отказываться верить в очевидную правду если она опровергает его убеждение, связанное логически и поддерживаемое конфигурацией его остальных убеждений. Ситуация усиливается если комплекс взаимоподдерживаемых убеждений индивида также полностью разделяется его социальной группой. Помимо этого постоянные вбросы дезинформации могут создать перенасыщение информацией и эффект информационного шума, что может уменьшить открытость индивида к межличностному влиянию во всём информационном пространстве и вынудить индивида маргинализироваться и изолироваться в малой группе, которая зато не подвергается вбросам и отличается невосприимчивостью к ним, закрытостью, повторяющейся, циркулирующей и самоутверждающейся информацией.

Также важным для понимания ситуации является термин - когнитивная схема, которая формирует в сознании индивида некий контекст для дальнейшего получения и усвоения информации. Когнитивная схема, иными словами - это персональное видение реальности каждым конкретным индивидом, на которое наслаивается новый опыт познания. Человеческое сознание устроено таким образом, что обрабатывать информацию и формировать суждения легче, не сопоставляя их с пластами памяти, а с контекстом в сознании, через призму которого информация получается, обрабатывается и воздействует на суждения. Когнитивная схема состоит из взаимосвязанности нарративов и фреймов. Информационное воздействие в прошлом, сформировавшее фреймы, то есть контексты, в рамках которых реальность воспринимается и понимается, влияет на восприятие и принятие новой информации. Так долгая и последовательная дезинформация, то есть дезинформационная компания создаёт существенные последствия для последующего восприятия информации и открывает большие возможности для социальной манипуляции.

Исследования политической дезинформации в социальных сетях демонстрирует то, что нарративы в дезинформации более провокационны и неслыханны, из-за этого она более воспринимается через призму эмоций, чем разума, реакция людей на нее менее аналитическая, более агрессивная, невежественная и нецивилизованная. Это усугубляется тем, что человек склонен запоминать шокирующую новость, но не её источник, который при долгом рассмотрении может выдать свою ненадёжность и, следовательно, ложность новости. Также человек сильнее помнит вызвавшую яркий эмоциональный отклик шокирующую новость, нежели последовавшее после доказательства её ложности.

Индивиды регулярно и продолжительно потребляющие специально созданные фейковые новости и ложную информацию, более эмоционально окрашенную, ангажированную и радикальную, менее склонны формировать самостоятельные взгляды, тестировать свои убеждения и искать альтернативные источники информации. В целом эмоции и аффекты имеют существенное значение для приёма индивидом когнитивных сигналов, восприятия нарративов и формирования и распространения оценок и убеждений. Эмоции во многом определяют каких стратегий и тактик придерживаются индивиды при поиске и обработке информации, а также выборе политических предпочтений и политической активности. Логическая системность новостного сообщения может быть не так действенна для восприятия индивидом, как её эмоциональный окрас и посыл.