

Секция «Политико-психологические особенности политических процессов в современной России и в мире»

Персуазивная коммуникация социальных медиа как фактор восприятия политики (на примере СВО)

Научный руководитель – Шмелева Ольга Юрьевна

Кузнецова Анна Михайловна

Студент (магистр)

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, Нижний Новгород, Россия

E-mail: kuznetsova_a00@mail.ru

Социальные сети сегодня являются ключевой площадкой для получения и обмена информацией и одновременно ведущим механизмом формирования ценностной картины мира, мировоззрения пользователей. Вместе с тем, они становятся не столько инструментом обмена контентом, сколько средством манипулирования массовым сознанием; практикуют субъективный способ подачи информации, конструирования текстового сообщения, направленные на достижение прагматической цели адресанта. Подобная (персуазивная) стратегия становится фактором социогуманитарных рисков.

Цель данной статьи заключается в изучении особенности воздействия персуазивной коммуникации на формирование политической картины мира россиян, восприятие действительности в целом и в условиях специальной военной операции с частности.

Мы исходим из трактовки персуазивности как когнитивной стратегии, характеризующейся целенаправленным, продуманным воздействием на сознание и поведение адресата при помощи различных приёмов - стигм, клише, стереотипов, использования дисфемизмов, персуазивной лексики и пр., с целью формирования желаемых поведенческих форм. Такого рода манипуляции могут повлечь за собой целый ряд социогуманитарных рисков, связанных с формированием новых конфликтных пространств, дестабилизацией и подрыву единства общества и тд. Проявление подобных тенденций, в последнее время, связано с темой специальной военной операции (СВО).

В целом, тематика СВО определяет и определяла новостную повестку начиная с февраля 2022 года. Число запросов, касающихся СВО конкурирует по количеству с такими запросами как «прогноз погоды» и «новости» (см. данные табл. 1., рис. 1).

Индикаторами изучения персуазивной стратегии социальных медиа в коммуникативном пространстве Рунета стали грамматические конструкции, лексемы, выявленные посредством контент-анализа сообщений во «ВКонтакте» за период с 24.02.2022 по 01.05.2022. Единицами анализа выступили: «специальная военная операция», «война», «СВО», «война Украина Россия», «денацификация», «денационализация». Всего при помощи аналитического ресурса IQBuzz было проанализировано 3139 сообщений.

Полученные данные были систематизированы в таблицу (см. табл. 2)

Использование различных техник персуазивной стратегии (фейков, агрессивность и негатив сообщений и тд.) оказывает деструктивное воздействие на психологическое состояние российского общества, провоцируя повышение уровня социальной напряженности, конфликтности и дестабилизации. Особый характер такие тенденции приобрели после февраля 2022 год, в условиях получения поддержки или порицания действий, предпринимаемых властными структурами, касательно ведения СВО. Изменения в психологическом состоянии россиян были отмечены в исследованиях ВЦИОМ: «одной из главных причин стресса в 2022 году граждане отмечали ситуацию, сложившуюся вокруг Украины [6]». Индекс страхов, формируемый уже ранее указанной организацией, показал, что одним

из основных источников страха россиян после февраля 2022 года является обострение конфликтов России с другими странами и война. [7]. То есть для населения тема специальной операции, а именно её освещение в СМИ и социальных сетях, является серьезным триггером.

Рассмотренные средства и приёмы построения коммуникации в социальных медиа, схемы манипулирования позволяют конструировать имитационные модели информационных потоков, создавая угрозу намеренной дискредитации СВО, российской армии, страны, власти. Персуазивная стратегия, практикуемая в социальных сетях Рунета не способствует выработке консолидированного мнения в россиян по актуальной общественно-политической повестке, продуцирует риски усиления социальных, идейно-ценностных расколов, форм девиантного поведения.

Источники и литература

- 1) Логинова И. Ю. Персуазивность как механизм воздействия в политическом дискурсе: программа политической партии и манифест // Интерпретация. Понимание. Перевод: Сборник научных статей. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2005.-С. 240-248.
- 2) Кихтан В. В. К вопросу о манипулировании в современных СМИ / В. В. Кихтан, Б. Ю. Мамиева // Вестник ВУиТ. 2018. №2.
- 3) Циманов-Сосин К., Циманов П., Чехановский М. Реклама как пример медиальной персуазии с использованием современных типов нарратива. Медиалингвистика. №9 (2). 2022. С. 126–139.
- 4) ВЦИОМ: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/stress-i-kak-s-nim-borotsja>.
- 5) ВЦИОМ: <https://wciom.ru/ratings/indeks-strakhov>.

Иллюстрации

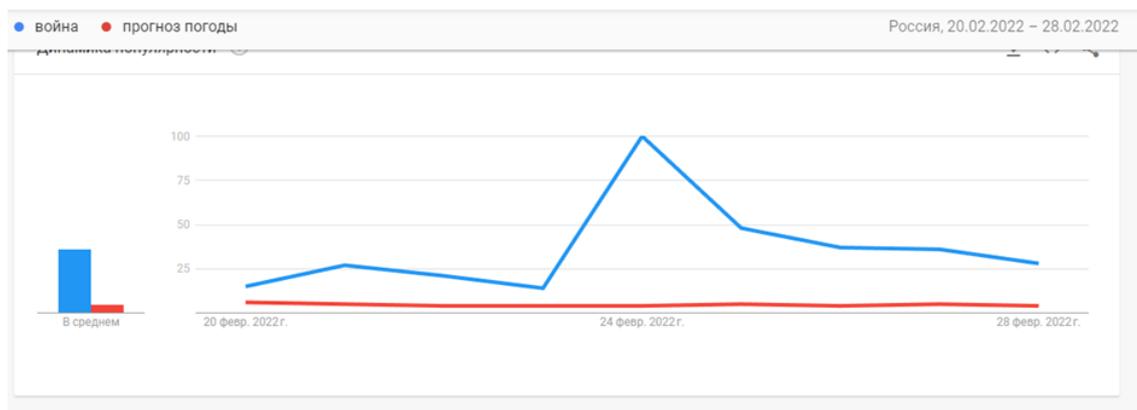


Рис. Рисунок 1. Сравнение популярного запроса «прогноз погоды» и «война» в период 20.02.2022-28.02.2022 в российском сегменте Google (данные Google Trends)

Единица анализа	Частота упоминаний (в месяц)
специальная военная операция	165 289
Война (новости о войне, число погибших и т.д.)	27 702 295
СВО	2 654 466
война Украина Россия	111 288
денацификация	65 464
денационализация	5 637

Рис. Таблица 1. Количество запросов ключевых слов за месяц в поисковой системе Яндекс (данные Wordstat Yandex)

Тактики, приёмы, языковые средства	Примеры (цитаты) из социальных сетей
Использование персуазивной лексики, дисфемизмов в рамках техники придания тексту отрицательной коннотации	«Специальная военная оккупация», «СВО-это утилизация биомусора чужими руками. Лучшая многоходовочка кремлевского фюрера-пизофреника», «А как солдат отвечает себе на вопрос: ради чего ему умирать? За нераспространение НАТО? Она растёт. Жертвы напрасные. За денацификацию? Это полный бред!»
Использование стигм, клише, стереотипов как языковых средств воздействия	Рушисты, захватчики, оккупанты, русня, убийцы мирного населения, «Да там главные вояки кто? Вагнеровец - уголовник, убийца или вор...»
Тактика положительной саморепрезентации на контрасте	«Раньше я переживал, что нас захватит НАТО, сейчас уже боюсь, что не захватит» «Этот конфликт войдёт в историю, как те кто воюет за свою свободу, Против тех которые сражаются за своё рабство!»
Ампликативный нарратив (убеждение, построенное на грамотном подборе параллелей, доводов, апеллирование к авторитетному мнению с целью подчеркнуть характерные черты).	Мы нарушили границы чужого государства! Нас всех в феврале - обманули, никакой доброй миссии нет, нет ее! Нам обещали что присоединения не будет - а в сентябре все поменялось! Нам обещали - мобилизации не будет- и опять в сентябре все поменялось и сейчас что то обещают, а мы -граждане РФ своими ресурсами и налогами должны этот банкет оплачивать! Но видимо вам пофиг) а мне вот нет!

Рис. Таблица 2. Примеры используемых в информационных сообщениях тактик, приёмов и языковых средств (по результатам контент-анализа)