

НЕРЕНЦ Д. В.

Российский государственный гуманитарный университет

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫМ МНЕНИЕМ (НА ПРИМЕРЕ ПРОТЕСТОВ В КАЗАХСТАНЕ 2022 ГОДА)

Аннотация: Статья посвящена выявлению степени влияния социальных сетей на настроения и мнения аудитории. Объектом исследования выступают социальные сети, предметом – подходы к использованию социальных сетей в качестве рычага давления на общественное сознание. Методами исследования послужили: метод описания, метод анализа контента и метод обобщения. В качестве эмпирического материала были взяты сообщения Telegram-канала Nexta Live о протестах в Казахстане за период 2-10 января 2022 года. По итогам исследования определены актуальные методы воздействия на аудиторию через сообщения в социальных сетях.

Ключевые слова: социальные сети, Telegram-канал, манипулирование, общественное мнение, медиавоздействие.

NERENTS D. V.

SOCIAL NETWORKS AS AN EFFECTIVE TOOL FOR MANAGING PUBLIC OPINION (BY THE EXAMPLE OF KAZAKHSTAN'S PROTESTS IN 2022)

Abstract: The article is devoted to revealing the degree of influence of social networks on the moods and opinions of the audience. The object of the study is social networks; the subject is approaches to the use of social networks as a lever of pressure on public consciousness. The research methods were description method, content analysis method and generalization method. Messages from the Nexta Live Telegram channel about protests in Kazakhstan for the period January 2-10, 2022 were taken as empirical material. Based on the results of the study, relevant methods of influencing the audience through messages on social networks were identified.

Keywords: social networks, Telegram channel, manipulation, public opinion, media exposure.

Цифровизация медиа привела к модификациям информационного взаимодействия в социуме. Социальные сети стали одним из самых эффективных инструментов манипуляции и психологического давления, которые влияют на общественное восприятие реальности. Каждый пользователь социальной сети может создать свою собственную правду или то, что он считает правдой. Если раньше модель получения информации выглядела как: авторитетный источник

(ограниченное количество) – информация, то теперь модель эта трансформировалась в такую: источник (неограниченное количество) – информация. В социальных медиа источников настолько много, что и «правд» теперь тоже неограниченное количество, поскольку создателем «правды» может быть любой пользователь любого возраста.

Интернет-пользователи включились в публичный диалог наравне со СМИ, которые на протяжении долгого времени были единственными его участниками. Медиаисследователь С. Л. Уразова также отмечает, что если в СМИ аудитория всегда воспринималась как «размытая масса», то в социальных медиа она приобрела очертания, персонализировалась во многом как раз за счет комментариев. Именно наличие этой персонализированной, но в то же время огромной аудитории предопределило активное присутствие массмедиа на этих площадках [3, с. 31].

Социальные медиа получили контроль над созданием информационной повестки, общественными настроениями и формированием политических взглядов населения. Изначальное предназначение этих площадок, заключающееся в предоставлении альтернативных точек зрения и возможности высказаться всем желающим, изменилось в сторону служения политическим и коммерческим интересам владельцев сродни государственным СМИ и крупным медиахолдингам. Прецеденты с аккаунтом Д. Трампа и блокировкой сообщений о митингах в поддержку оппозиционера А. А. Навального стали доказательством, что владельцы данных площадок, по сути, определяют, кто имеет право доступа, а кто – не отражает «правильную» точку зрения и должен быть изолирован от общественной повестки.

Так, навязывание определенных точек зрения и позиций, изначально бывшее скрытой манипулятивной техникой, превратилось в открытое давление, когда перед каждым поставили конкретный выбор: или продолжать присутствовать в социальном медиапространстве с «правильным» мнением или быть удаленным, изолированным от ставшей уже привычной и удобной формы общения [1, с. 7; 4, с. 56].

Информационные кампании в социальных сетях могут привести к масштабным изменениям в политическом устройстве страны и в сознании граждан. Этот тезис подтверждает пример участия Telegram-каналов в акциях протеста в Казахстане в 2022 году.

2 января 2022 года группа активистов устроила массовый протест против повышения цен на сжиженный газ. Несмотря на то, что «отправной точкой» считают город Жанаозен, массовые недовольства в кратчайшие сроки появились и в других городах, включая Алма-Ату. Протест перешел в столкновение с правоохранительными органами и спровоцировал целую серию народных акций протеста и волну беспорядков. Произошедшее в Казахстане – пример успешного применения социальных сетей как рычага давления на общество.

Ресурсы интернета были использованы для координации и мобилизации протестующих, а государственные каналы информации оказались не востребованными, что свидетельствует о неготовности властей к подобным информационным атакам [2, с. 23].

Основным медиаресурсом для протестующих стал уже известный Telegram-канал издания Nexta Live, который в 2020 году максимально способствовал созданию негативного образа действующей белорусской власти, что ухудшило напряженную внутривнутриполитическую обстановку в стране и оказало негативный эффект на мнение международного сообщества касательно событий в Белоруссии.

В сообщениях на Telegram-канале на протяжении первых трех дней разгорающегося конфликта в Казахстане были целенаправленно неверно интерпретированы требования протестующих: из недовольств по поводу повышения цен на газ они переросли в требования отставки правительства (политические цели). Например, сообщение от 5 января 2022 г.: «В Сети распространяются слухи об отставке правительства. Скорее всего, это тактический ход, чтобы обмануть протестующих. Нельзя прекращать протест до тех пор, пока отставка правительства и диктатора Назарбаева не станет реальным фактом. Не позволяйте себя обмануть!» (Nexta Live // Telegram. URL: https://t.me/s/nexta_live (дата обращения: 23.01.2022)). Или сообщение от 6 января 2022 г.: «На главной площади в Жанаозене около трех тысяч жителей продолжают мирный протест» (Nexta Live // Telegram. URL: https://t.me/s/nexta_live (дата обращения: 23.01.2022)), с фотографией, на которой не более трех десятков человек.

С прибытием российских миротворцев в Telegram-канале стали распространяться сообщения о якобы боевых действиях и насильственных задержаниях протестующих. Чуть позже авторы Telegram-канала обратились к подписчикам с призывом идентифицировать личности бойцов-миротворцев ОДКБ, направленных в Казахстан для попытки ослабить их позиции [5].

Параллельно с деятельностью Nexta Live в Twitter [с 04.03.2022 данная соцсеть заблокирована на территории РФ. – Прим. ред.] начинают появляться сообщения с крайне резкой оценкой действий России в Казахстане, которые отправляются ботами и формируют негативное отношение к миротворческим силам со стороны мирового сообщества (В соцсетях развернули кампанию по дискредитации действий ОДКБ в Казахстане // ФАН. Федеральное агентство новостей. 2022. 08 янв. URL: <https://riafan.ru/1584467-v-socsetyakh-razvernuli-kampaniyu-po-diskreditacii-deistvii-odkb-v-kazakhstan> (дата обращения: 23.01.2022)).

Актеры казахстанских протестов планировали дискредитировать государственную власть и институт защиты государства, а также подорвать экономику страны.

Казахстанские власти, памятуя опыт Белоруссии, в первый день начала протестов ограничили все возможности интернета и телефонной связи, что позволило существенно затормозить протестную волну по стране.

В целом, можно говорить об ощутимом влиянии социальных сетей на аудиторию интернет-пользователей. Происходит точечное медиавоздействие на аудиторию, стремление привлечь как можно больше пользователей, которые, не задумываясь, распространяют ложные сообщения, расширение спектра воздействия путем обращения к молодежной аудитории (упор на отсутствие критического восприятия действительности), делается акцент на сенсационных «громких» заголовках и коротких емких сообщениях для отвлечения внимания

от важных тем, при этом максимальное приближенное к правдивому освещение событий, наблюдается стремление к вирусному распространению нужной информации. Немаловажными являются и акцент на негативной информации, которая всегда привлекает больше внимания.

Литература

1. Догаев П. П. Слактивизм как форма общественно-политического участия в эпоху «пост-правды» / П. П. Догаев // Политика и общество. – 2017. – № 8. – С. 1-9.
2. Карнаушенко Л. В. Суверенитет государства в аспекте формирования нового облика массового коммуникативного пространства / Л. В. Карнаушенко // Закон и право. – 2020. – № 11. – С. 20-23.
3. Уразова С. Л. Социальные сети как форма общественного диалога и массовых коммуникаций / С. Л. Уразова // Журналистика и массовые коммуникации. – 2016. – № 2. – Т. 150. – С. 26-33.
4. Шатилов А. Б. «Диванные войска» как новая форма информационно-пропагандистского сопровождения политических и военных конфликтов в начале XXI в. / А. Б. Шатилов // Власть. – 2014. – № 7. – С. 56-58.
5. NEXTA призывает к мести миротворцам ОДКБ – Текст: электронный // Stan Radar. – 2022. – 08 янв. – URL: <https://stanradar.com/news/full/48073-nexta-prizyvaet-k-mesti-mirotvortsam-odkb-.html> (дата обращения: 25.01.2022).