

МАНИПУЛЯТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ КОНСТИТУИРУЮЩИХ ПРИЗНАКОВ ИНТЕРНЕТА

Статья посвящена вопросам манипулирования эмоциями и сознанием пользователя в интернет-среде. Своеобразие исследования заключается в том, что манипулятивная природа Интернета выводится из основополагающих признаков виртуального пространства.

К л ю ч е в ы е с л о в а: Интернет; дискурсивная система Интернета; манипуляция; когнитивность; вариативность; интерактивность; психологичность; социологичность.

Манипулятивный эффект в массовой коммуникации изучается настолько давно, что кажется каждый, кто сегодня знакомится с журналистскими текстами, заранее ждет манипуляции, подвоха, воздействия или внушения. Современный адресат давно и много слышит о воздействии слов, журналисты долго и громко рассказывали о своей особенной власти, а ученые усердно исследовали, обосновывали, классифицировали и называли приемы манипулирования сознанием и эмоциями. Пользователь Интернета пусть не настолько образован, чтобы применять научные термины, но он интуитивно разбирается в средствах создания образов, навязывания сведений, передачи оценок. Он даже интуитивно использует их в своих комментариях, постах, сообщениях на форумах в Интернете. Приемы воздействия/манипуляции воспринимаются как опасные, но выявление их, определение их места, роли, наличия, на наш взгляд, для современного адресата массмедиа становится нормальным, привычным делом, даже обязательным, например, если это касается публикаций на политическую тему или телепередач на острые социальные темы.

Широкое распространение суждения «нами манипулируют» приводит к тому, что журналистов часто обвиняют в пропаганде, т. е. оценивают пропаганду (а следом и всех журналистов) негативно. Пропаганда понимается как вмешательство в личное пространство, как внешнее давление, непозволительная корректировка внутреннего, личного, частного под всеобщее, требуемое и безличное. Протест аудитории против пропаганды очевиден и понятен. Однако сложность проявляется в том, что когда журналист пытается показать проблему изнутри, раскрыть определенную точку зрения достаточно глубоко, чтобы она была ясна и понятна каждому читателю, журналиста нарекают пропагандистом и критикуют его «однобокий» текст. В автора летят камни: «необъективно», «односторонне», «нарочито узко», «манипулятивно» и т. п. Как только журналист желает показать объективную картину и демонстрирует разные точки зрения, расширяет палитру оценок, раскрывает весь диапазон проблемы —

его тут же обвиняют в размытости положений, в отсутствии четкой линии мышления, потому что адресат привык следовать точной формулировке, а широта рассуждений пугает, она требует от читателя самостоятельности. Адресату необходимо самому выбирать точку зрения и иметь мужество следовать ей. Разумеется, проще обвинить журналиста в безответственности и нежелании помочь своему читателю определиться, упрекнуть в отсутствии ценностей и точности в суждениях.

Такой же двойкой оказывается возможность свободы выбора информации адресатом во Всемирной сети. С одной стороны, читатель волен сам решать, откуда ему получать сведения в Интернете (СМИ, блоги, соцсети, порталы, форумы и т. д.). И журналисты не могут препятствовать читателю. Наоборот, именно такая свобода, такое разнообразие источников, конкуренция должны подстегивать пишущих, заставлять их делать продукт более качественным и привлекательным. С другой стороны, оказавшись среди информационного шквала, адресат становится беспомощным. Информации чрезвычайно много, сведения об одном и том же факте часто даются по-разному, факты бывают искажены, следовательно, усиливается ощущение обмана, дезинформации и пропаганды. И в журналистов снова летят камни уже за то, что читатель чувствует себя брошенным среди беспокойного информационного моря. Но стоит изданию только начать подсказывать адресату что к чему, что ложь, а что правда — журналисты тут же из безответственных авторов превращаются в злобных пропагандистов, продажных писак и т. д. Как видно, при всех раскладах журналисты оказываются виновными и обязанными своим читателям.

Роль журналиста в современном мире незавидна, однако в Интернете, кроме текстов СМИ, предусмотрено достаточно средств, которые могут способствовать воздействию на аудиторию, и не одни только журналисты в результате окажутся замеченными в пропаганде и манипулировании аудиторией. Новизна нашего подхода заключается в том, что манипулятивные явления, существующие в Сети, мы связываем с конституирующими признаками самого Интернета [2, 3, 7, 8]. К таким определяющим признакам мы относим: когнитивность, интерактивность, вариативность, а также психологичность и социологичность. Названные черты Сети основываются не только на гуманитарном содержании виртуального пространства, но и на технических средствах, его организующих. Серьезными средствами, способствующими организации интернет-поля, становятся средства дискурсивной защиты. Итак, мы говорим о том, что признаки Сети определяют манипулятивную природу Интернета. Рассмотрим названные черты.

Во-первых, это когнитивность, жизнеподобие Сети, ее многотемность, разнообразие гуманитарного содержания. Интернет становится технически организованной копией жизни, понятной, близкой для аудитории. Имитирование реальности в Сети настолько гармонично, естественно, богато, что виртуальная реальность часто заменяет пользователям настоящую жизнь, это отмечает-ся во многих исследованиях психологов, социологов и лингвистов [2, 3, 6, 8]. Интернет предлагает информацию на любую тему, в невероятном объеме, ярко, красочно, со звуком и видеорядом. В то же время разнообразные стороны

жизни по-разному представлены в Интернете: что-то в том виде, в каком существует в реальности, а что-то трансформируется и приобретает новые грани. Сеть отражает все, что окружает человека в реальной действительности, следовательно, дискурсивное поле Интернета устроено сложно, как и дискурс самой жизни. Составной характер дискурса Сети подразумевает, что глобальный дискурс Интернета комплектуется из множества субдискурсов по принципу «частное — целое». При этом структура каждого субдискурса такова, что он, в свою очередь, тоже может делиться на частные составляющие, еще более мелкие субдискурсы. Таким образом, сложный дискурс Интернета, основанный на многотемности, на жизнеподобии, находится в постоянном движении, делении на многие компоненты. Образно данную структуру можно представить в виде трехмерного дерева, где мощное основание — ствол — это глобальный дискурс Интернета, а отростки, листья — это субдискурсы и их частные составляющие.

Дискурсивное дерево постоянно трансформируется и ширится. Интернет находится в непрерывном процессе изменения, это подвижная, растущая система. Все субдискурсы и частные дискурсы взаимодействуют, что приводит к мощному междискурсивному влиянию. Это свойство мы назвали термином «когнитивное взаимодействие» [2, 6]. Когнитивное взаимодействие подразумевает одновременное сосуществование принципиально разных субдискурсов на одном поле (например, на одной интернет-странице), их взаимодополнение, контраст и т. п. Сосуществуя, разные субдискурсы показывают свою взаимосвязь, образуют сложное поле сетевого пространства, подчеркивают его жизнеподобие. Составная дискурсивная система Интернета сложна, раскидиста, но упорядочена и сжата благодаря гипертекстовым элементам. Гиперссылки помогают глобальному дискурсу сохранять стройность, а пользователю обеспечивают относительно удобную навигацию в сложном пространстве Сети.

Манипулятивность сложной дискурсивной интернет-системы заключается в том, что взаимодействие субдискурсов в ней может быть запланированным, намеренным. В этом случае на одном смысловом поле аудитории представляется информация разных типов, не просто дополняющая одна другую, а целенаправленно подобранная, выделяющая некий текст, суждение, мысль, идею, предмет речи, предназначенные для пропаганды или рекламы. Такое явление (по сути манипулятивное) мы назвали приемом «когнитивного столкновения». Когнитивное столкновение — это выразительный прием, построенный на намеренном сочетании разных когнитивных зон, разных субдискурсов, для усиления воздействующего эффекта, для манипулирования процессами создания интерпретационного текста со стороны адресата информации [2, 6, 7].

Кроме того, структура сложного дискурса Сети такова, что пользователь постоянно находится в состоянии подразумевания, ожидания, предчувствования информации. Мы имеем в виду, что на видимой части дискурсивного поля, на открытой странице, в развернутом интернет-окне представлена только малая часть существующей в Сети информации. Большая часть сведений для пользователя скрыта на виртуальных страницах, находящихся «за кадром»,

подразумеваемых за гиперссылками. В этом тоже есть манипулятивный потенциал: это усиливает ощущение объема информации, ее бесконечности, что может ослабить силы адресата в случае информационного давления. Даже в ситуации ухода от новостей, от надоевших сведений, в период игнорирования сообщений пользователь чувствует их наличие. Адресат оказывается в информационной ловушке, поскольку знает, что на любой странице может быть информационный раздражитель, но как избежать встречи с ним — этого пользователь может не знать. Зато авторы новостей всегда в курсе, где, как и когда разместить новость, чтобы адресат практически не мог от нее увильнуть [4, 5]. Это позволяют сделать и сама составная система глобального дискурса, и техническая сторона виртуального пространства.

Во-вторых, манипулятивная природа Сети скрывается в принципиально новой коммуникативной модели, которая активна только на дискурсивном поле Интернета. Сеть — это такое техническое подобие жизни, которое серьезно корректирует представления человека об опосредованной коммуникации. Один из внутрисистемных признаков виртуального пространства — интерактивность — показывает инициативность пользователя, вскрывает новую роль адресата в процессе коммуникации [7, 8, 10]. Активность коммуникаторов, особенно динамичность адресата, становится главной чертой коммуникативной модели «автор — Интернет — адресат». Пользователь приобретает возможность стать автором, а автор периодически получает роль адресата, когда знакомится с откликами на свои сообщения. Автор и адресат — это два состояния одного и того же пользователя в Сети во многих текстовых образованиях (СМИ, соцсети, форумы и т. д.). Интерактивность также обеспечивает развитие Сети, ее изменчивость и предъявляет пользователю требование приспосабливаться к ней, к ее техническим особенностям, занимать то место, которое отведено каждому в Сети (как и в жизни). Например, каждый в Сети проходит обязательную регистрацию, получает логин и пароль, оставляет о себе определенные сведения, занимает в итоге некое пространство в Сети, которое выглядит особым образом и диктует пользователю свои правила.

Манипулятивность интерактивности видится в том, что пользователю даются новые возможности, позволяющие не просто быстро получать информацию и реагировать на нее, но и самому ее создавать. Каждый пользователь имеет возможность стать автором наполнения Интернета, его гуманитарного содержания. И при этом можно видеть результаты своей работы, получать оценки других пользователей, оценивать их действия и т. д. Интернет-пространство, таким образом, — это кипящий котел коммуникации, в котором автор и адресат — это двуликий Янус. Манипулятивность отражается еще и в том, что ответственность за пропаганду, манипулирование, воздействие, раздражение аудитории несет не только автор СМИ, но и комментирующий публикацию читатель. В этом случае пропагандисты, субъекты воздействия получают возможность провоцировать аудиторию, вызывая на конфликт, на детальное обсуждение проблемы, на такое обсуждение, в результате которого части пользователей будет навязана, внушена определенная информация. Это манипулятивная возможность, например, для журналистов или для провока-

торов. Полемика, конфликтное взаимодействие, повышенная эмоциональность, оскорбления — все это часто проявляется именно в обсуждении материала, в репликах конкретных читателей, а не в спокойном материале журналиста. Провоцируя обсуждение в комментариях к материалу, автор может не только раскрыть часть «неудобной», некрасивой, чересчур откровенной, запрещенной и т. п. информации, но и переложить ответственность за сказанное на пользователей Сети.

Манипулятивным эффектом становится и тот факт, что недовольство читателей, возникшее при участии в процессе комментирования, переносится на работу журналистов по принципу обобщения: «Раз я недоволен после комментирования прочитанного, значит, журналисты влияют на мое сознание». В этом случае манипулятивный потенциал коммуникативного процесса бьет по представителям СМИ.

В-третьих, манипулятивная природа Интернета существует на базе широкой вариативности предлагаемых сведений. Теория варианта и инварианта в Сети очень актуальна. Она отражает различные способы подачи информации [7, 10]. Существование множества способов выражения информации в Сети определяет широкую вариативность предлагаемых сведений. Вариативность приводит к тому, что каждый пользователь ищет и находит сведения, понятные и интересные именно ему. Один и тот же факт предлагается в Сети в виде научного сообщения, и студенческого исследования, и бытовой беседы, и журналистского материала, и видеосъемки, и поста в соцсети, и сообщения в блоге и т. д. Разнообразие подачи одного факта — залог того, что максимальное количество пользователей познакомится с ним, сформирует отношение к нему, узнает авторскую позицию, сможет поучаствовать в дискуссии и т. д. Кроме того, вариативность обеспечивает доступность изложения. Каждый пользователь выберет то, что ему понятно и близко, следовательно, каждый получит не только сведения, но и удовольствие от самого факта доступности и ясности информации. Результатом становится состояние спокойствия адресата от факта понимания сути вещей.

С другой стороны, вариативность приводит к тому, что объем сведений непрерывно растет. Интернет превращается в огромную библиотеку, в которой невероятное количество источников дублирует одни и те же сведения, буквально или с разными оттенками, дополняя иллюстрациями или искажая факты. И несмотря на то, что «библиотечная система» отрегулирована, пользователю приходится вырабатывать иммунитет к объемам сведений и учиться различать правду и ложь в шквале получаемой информации. Более того, информационные объемы, возникающие в результате неограниченного представления вариантов новости, раздражают адресата, пугают его и отталкивают. Избыточность сведений становится навязчивой, вызывает равнодушие и к определенной проблематике, и к процессу отслеживания новостей вообще. На возникающей волне безразличия пользователь оказывается невнимателен, пассивен, следовательно, становится привлекательной жертвой для манипулятора.

В-четвертых, манипулятивными в Интернете, на наш взгляд, являются средства дискурсивной защиты [1, 9, 10]. Теория дискурсивных защит — это

теория, вскрывающая набор элементов, приводящих к качественной, продуктивной, менее конфликтной работе пользователя в Сети. Это теория, объясняющая, как может быть защищен интернет-пользователь от недопонимания, коммуникативных неудач, от неверной интерпретации предлагаемых сообщений, потерянности среди гигантского количества информации, заложенной в Сети. Средства дискурсивной защиты — это конкретные приемы, задействованные в Сети, которые помогают человеку ориентироваться в пространстве Интернета, облегчают работу со сложной дискурсивной системой виртуального мира. Авторы сообщений в Интернете успешно применяют средства дискурсивной защиты, чтобы установить доверительные отношения с читателем, усилить воздействующий эффект на его разум и эмоции. Средства дискурсивной защиты подчеркивают некоторые названные нами выше манипулятивные эффекты, помогают им реализоваться.

К средствам дискурсивной защиты мы относим композиционно-речевые (сегментация/интеграция, компрессия, ссыльно-отсылочные элементы, повторы, семиотическое варьирование, внутренняя политекстуальность, текстовые элементы и параграфемные средства) и собственно технические элементы, существующие в компьютере, а не на сетевом пространстве (курсор мыши, элементы рабочего стола и т. п.).

Сегментация и интеграция информации касается разделения сведений на самостоятельные блоки и объединения получившихся блоков в единое составное произведение. Сегментирование и интегрирование информации помогает читателю увидеть структуру издания, разобраться с богатым содержанием СМИ, сориентироваться в том, отвечает ли оно его интересам. Сегментация и интеграция информации позволяет воспринять максимально широкое поле сведений, предложенных авторами, на одной плоскости, рассмотреть все аспекты информации, а затем, выбрав наиболее привлекательные, открыть отдельное окно, страницу в Интернете, чтобы узнать подробности, детали интересующих новостей. С одной стороны, это средство удобной навигации, с другой стороны, это гарантия наличия на одном плоскостном модуле большого количества сведений (часто ненужных адресату), например, почтовый ящик пользователя не только позволяет получать и отправлять письма, но и заставляет обратить внимание на новостные и рекламные блоки, которые часто носят навязчивый характер, однако на подсознательном уровне запоминаются адресатом.

Компрессия позволяет сжать информацию до уровня отсылочного элемента, способного скрыть огромную часть сведений за активным сигналом — гиперссылкой. Компрессия помогает сжать объемы информации и разместить их на видимой, обозримой площади (на открытом модуле, одной интернет-странице). Компрессия защищает пользователя Интернета от хаоса среди потоков сведений, создает приятные условия для нахождения информации, способствует структуризации самой системы Интернета, что тоже оказывает определенное воздействие на эмоции и сознание адресата. Информация, предлагаемая без раздражающих моментов, воспринимается аудиторией более доброжелательно, при удобной навигации пользователь склонен меньше раздражаться, встречая постороннюю информацию.

Ссылочно-отсылочные элементы — это компрессированные части составного текста, раскрывающие подробную информацию одного из сегментированных компонентов на отдельной самостоятельной плоскости. Они позволяют сделать просторы обозримыми, активизируют деятельность адресата, который вынужден додумывать информацию, скрытую на виртуальных плоскостных модулях. Так подключаются воображение адресата, его аналитические способности: у читателя появляется возможность сравнения текстовых сообщений, их одновременного просмотра. Кроме того, ссылочно-отсылочные элементы приводят к формированию гиперссылочного чтения, сопоставимого с заголовочным. Читатель часто получает знание о реальности только по заголовкам, анонсам, лидам — гиперссылочным частям сетевого СМИ. В итоге составной текст издания тоже превращается в ссылочный текст, обрывочный, заголовочный. В этом скрывается манипулятивный эффект, поскольку так у адресата остается ощущение знания информации, но совершенно отсутствует понимание ее сути, ориентация в деталях. Такое пассивное, гиперссылочное чтение приводит к тому, что знания адресата о событиях становятся множественными и поверхностными, а это делает читателей более податливыми, менее вдумчивыми. Следовательно, возникает некая масса одинаково плохо мыслящих людей, удобных для манипулирования.

Повторы обеспечивают доступность информации и максимальную ее распространенность на дискурсивном поле Интернета. Повторы сведений связаны с вариативностью, а также с возможностью адресата делиться информацией (например, делиться ссылками на интересные страницы в соц-сетях, блогах, дублировать понравившуюся информацию в электронных письмах и т. д.).

Семиотическое варьирование показывает, что в Интернете одновременно взаимодействуют знаки разных семиотических групп: математические значки, знаки пунктуации, тексты, видеоряд, аудиофайлы, любые изображения, анимация, мемы и т. д. Креолизация виртуального сообщения очень велика, что делает сообщения действенными. Элементы разных знаковых систем позволяют не только передать факты, но и сформировать к ним отношение, подчеркнуть особые ракурсы, важные для восприятия авторской мысли. Знаки разной семиотической природы способствуют выражению эмоций автора, подчеркивают его отношение к описываемому, часто передают иронию и сарказм, уточняют статус материала (развлекательный, информационный, пропагандистский и т. п.). Семиотическое варьирование помогает автору добиться желаемого эффекта, произвести на читателя большее впечатление, а читателю варьирование знаков позволяет разобраться с природой материала, избежать коммуникативной неудачи в понимании публикации автора.

Внутренняя политекстуальность — это средство, вскрывающее прием когнитивного столкновения. Внутренняя политекстуальность демонстрирует сочетание разных когнитивных сфер, разных субдискурсов в пространстве Сети. Например, на новостном портале одновременно взаимодействуют субдискурсы: «новости», «культура», «спорт», «экономика», «прогноз погоды», «коммерция», а также тематические форумы, конкурсы, опросы и т. д. Все это

представлено на одной плоскости, но раскрывается в многомерном, нелинейном пространстве Интернета с помощью гиперссылок.

Текстовые компоненты — это оформление сегментированных частей составного текста (рубрики, подрубрики, анонсы, заголовки, лиды, врезки), это словесное представление изображения (наименования смайлов, мемов, сокращений, описательный перевод заимствованных слов и т. д.), жаргонизмы или элементы из «языка падонкафф». Словесное выражение, описательные обороты повышают изобразительность сообщений, делают материалы более понятными адресату, избавляя его от пестроты нетекстовых символов.

Параграфемные средства дискурсивной защиты касаются нюансов композиционно-пространственного оформления сообщений в Интернете. Рамки разделительного или выделительного характера, зачеркивания, изображения и фотографии, звездочки, математические знаки и знаки препинания, иконки разных программ или сайтов, шрифты, цветовое выделение, смена регистра — все это помогает пользователю ориентироваться в статусе информации. Например, увидеть разницу между подчеркнутой смысловой частью текста и гиперссылкой. Параграфемика обеспечивает графическую выразительность интернет-сообщений, указывает читателю на содержательные аспекты информации. Допустим, заголовок красного цвета активизирует внимание, создает ощущение главенствующей новости.

Средства дискурсивной защиты направлены на защиту адресата от помех, конфликтов, неудач при работе в Сети, но они же ориентированы и на то, чтобы у манипулятора в руках оказались современные инструменты воздействия на адресата.

Кроме прочего, Интернет изначально психологичен и социологичен. Психологичность и социологичность — два признака дискурса Интернета, вскрывающие его связь с внешними обстоятельствами, они демонстрируют, что Сеть влияет на реальность, изменяет общество, трансформирует личность пользователя. И психологичность, и социологичность Интернета подробно изучаются представителями соответствующих наук. Социологичность показывает особенности влияния Интернета на социум: формирование сообществ в интернет-пространстве и их деятельность; способность пользователей планировать действия, общаться, распространять влияние и воздействовать друг на друга. Также указывается распространенность Интернета в определенных социальных кругах, влияние Интернета на развитие человечества в целом, на взаимоотношения людей внутри отдельных групп и т. д.

Психологичность предусматривает обращение к изучению изменения психологии пользователей Сети. Подробно изучаются процессы самопрезентации, зависимости, потери ориентации в результате смещения границ виртуального и реального, эмоционального отношения к контенту, изменения и формирования типов сознания пользователей. Рассматривается проблема хронических изменений, происходящих в структуре личности активного пользователя Сети, подчеркивается манипулятивный характер Интернета, влияния Сети на подрастающее поколение и выработка особых процессов восприятия мира, особого отношения к жизни, образования новых и трансформации

вечных морально-нравственных принципов в Сети. Все это говорит о том, что многие стороны Всемирной паутины оказываются манипулятивными по природе, и это связано не только с деятельностью представителей сетевых СМИ.

Манипулятивная сила интернет-пространства связана с его конституирующими признаками. Сама природа Интернета, его организация изначально манипулятивна. И в целях воздействия на аудиторию авторами сообщений эксплуатируются именно основополагающие черты Сети. При этом пользователь по-разному чувствует себя в интернет-мире. Следует отметить, что привычный мир, отраженный в Сети, не вызывает больших напряжения или эмоций, чем сама жизнь. Возникает отмеченная исследователями усталость: физическая или моральная (от количества информации). В случае же информационного давления, информационной атаки, усиленного внимания к определенной теме пользователь Сети оказывается в непривычной для себя обстановке и переживает целую палитру чувств и реакций. Следует отметить, что при информационной атаке в центре внимания оказывается определенная тема, которая детально, много, часто муссируется в Интернете. Пользователь получает сведения из СМИ, от друзей, знакомых, чужих людей, из блогов, соцсетей, даже форумы по интересам могут дать толчок рассуждениям по актуальному поводу. Человек оказывается в новостной западне, из которой вырваться крайне трудно (можно остаться в неведении, прослыть равнодушным, оказаться за бортом происходящего, глупее остальных и т. п.). Таким образом, при информационной атаке, при манипулятивном давлении человек меняет свое отношение к новостям. Он начинает выискивать, более внимательно изучать новости, обращаться к ним чаще обычного, искать дополнительные сведения, сравнивать суждения из разных источников и т. д. Начинается борьба за понимание сути происходящего. Начинается активный поиск информации.

Далее человек меняет представление о других пользователях Сети. Адресат внимательно изучает отзывы своих знакомых, друзей и чужих лиц относительно актуальной темы и часто выясняет, что многие из них думают совсем не так, как он сам. Этот конфликт интересов высвечивает людей с новой стороны. Человек наблюдает, кто и как умеет высказываться, принимать участие в диалоге, дискуссии, кто и как аргументирует свой ответ, кто какие точки зрения разделяет и т. д. Если в качестве примера взять всколыхнувший мир украинский кризис, то в социальных сетях хорошо было видно, как пользователи демонстрировали изменение отношения друг к другу. Информационная атака заставляет людей говорить о том, чему при обычном ходе жизни внимания уделяется мало (без особой нужды мы не обсуждаем ежедневно и в деталях вопросы национализма, единства и братства народов, военной мощи стран и т. д.). Острый конфликт и массированное его обсуждение приводит к тому, что мир довольно быстро делится на группы по-разному думающих людей, причем разделение мира на группы происходит без учета родственных или дружеских связей. Люди распределяются в группы «за» или «против», а также в группу равнодушно относящихся и к самой проблеме, и к уже сформировавшимся командам. Причем если представители противоположных взглядов непримиримы по отношению друг к другу, то к кучке равнодушных обе

противопоставленные группы относятся с одинаковым презрением и примерно одинаковой долей агрессии. Три группы вступают в активное словесное противостояние, если оценивать их деятельность по материалам в Интернете. В результате активного обсуждения темы и разделения собеседников пользователь Сети меняет свое поведение. Это отражается в сути его собственных выступлений. Пользователь выбирает для себя какую-либо позицию: активно-гуманистическую (выкладывает свои соображения с целью привести всех к разумному диалогу, избежать конфликта и мирно решить возникшие вопросы); активно-агрессивную (многочисленные и часто грубые формы отстаивания определенной точки зрения); пассивно-наблюдательскую (большая степень равнодушия, свои сообщения выкладываются редко, полноты сведений нет); активную позицию молчания (такие пользователи всегда в курсе дела, они внимательно следят за событиями, но предпочитают не высказывать свое суждение, хотя могут делиться чужими сообщениями, демонстрируя перепостами свои предпочтения).

Итак, в ситуации информационной атаки пользователь Сети меняет отношение к новостям, меняет отношение к другим пользователям, меняет поведение. В качестве яркого примера информационной атаки мы использовали тему украинского кризиса 2014 г.: массированное обсуждение революции на майдане сделало идеологически окрашенными слова «Украина», «майдан», «Крым». Внимание к актуальной теме оказалось настолько сильным, что буквально за две недели пользователи Сети успели пережить страх, панику, беспокойство от непонимания ситуации и разделения мира на идеологические лагеря, усталость и равнодушие к проблеме. Через две недели люди стали реагировать на украинский кризис с меньшей активностью, например, в Фэйсбуке появились сведения о том, как заблокировать новости, содержащие слова «Крым», «Украина», «майдан», «революция», и начать снова «постить кошечек». При возникновении равнодушия, пассивности и усталости от информации пользователь Сети становится весьма уязвимым для обмана, манипулирования, пропаганды. Информационная атака строится благодаря всем названным выше манипулятивным средствам (которые являются определяющими признаками самого Интернета): когнитивности (жизнеподобию), интерактивности (активизации роли адресата), вариативности изложения информации, средствам дискурсивной защиты, а также психологичности и социологичности.

1. Горина Е. В. Воздействующий потенциал теории дискурсивных защит в интернет-СМИ // Вестн. Гуманит. ун-та (Екатеринбург). 2013. № 2 (2). С. 155–161.

2. Горина Е. В., Лазарева Э. А. Когнитивность как внутренний признак дискурса Интернета // Новое в когнитивной лингвистике XXI века : сб. науч. ст. / отв. ред. М. В. Пименова. Киев, 2013. С. 157–163. (Сер. Концептуальные исследования ; вып. 20).

3. Горина Е. В., Лазарева Э. А. Структурно-содержательные признаки дискурса Интернета (на примере субдискурса о событии «Падение метеорита») // Вестн. Челяб. гос. ун-та. Сер. : Филология. Искусствоведение. 2013. № 21 (312). С. 315–319.

4. Интернет-коммуникация как новая речевая формация / науч. ред. Т. Н. Колокольцева, О. В. Лутовинова. М., 2012. 328 с.

5. Интернет-СМИ: теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. М. М. Лукиной. М., 2011.
6. Лазарева Э. А., Горина Е. В. Когнитивное взаимодействие и когнитивное столкновение в Интернете // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2013. № 1 (110). С. 48–56.
7. Лазарева Э. А., Горина Е. В. Определяющие внутрисистемные признаки Интернета // СМИ в условиях информационной глобализации : материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 25–26 апр. 2012 г.) / Урал. федер. ун-т. Екатеринбург, 2013. С. 88–90.
8. Лазарева Э. А., Горина Е. В. Структурная модель и свойства дискурсивной системы Интернета // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2013. № 2 (113). С. 41–47.
9. Лазарева Э. А., Горина Е. В. Теория зачит А. А. Реформатского в современных средствах массовой коммуникации // Там же. 2010. № 4 (81). С. 135–143.
10. Скворцов О. Г., Лазарева Э. А., Горина Е. В. Дискурс Интернета : моногр. Екатеринбург, 2009. 177 с.

Статья поступила в редакцию 14.03.2014 г.

УДК 070:366.636 + 316.773.3 + 004.5 + 004.428.4

А. Е. Джазоян

БЛОГИ И ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЙ КОНТЕНТ КАК НОВЫЙ ФОРМАТ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ИНТЕГРАТИВНОЙ ФУНКЦИИ СМИ

Развитие технологий интерактивности в сетевой среде, вовлечение потребителей СМИ в создание, обсуждение и распространение контента массовой информации оказали трансформирующее влияние на индустрию. Предлагаемая работа рассматривает вопросы трансформации интегративной функции СМИ под влиянием технологий «пользовательского контента» (UGC — user generated content) и развития альтернативных способов массовой коммуникации.

Ключевые слова: СМИ; интерактивность; web 2.0 журналистика; пользовательский контент.

Одним из свойств массовой информации на протяжении многих лет считалась централизованность новостного потока, за которым следовало его массовое распространение, не предполагавшее диалог с получателем, его возможность ответа и обратного воздействия на отправителя [6]. Способность СМИ к единой системе воздействия регулярно использовалась и продолжает использоваться в интересах государственной пропаганды и/или в так называемых «черных» пиар-технологиях частных компаний. «Гражданская журналистика» XXI в. стала разрушать идею одностороннего воздействия и привела к децентрализации информационного потока.

ДЖАЗОЯН Ашот Егишеевич — президент медиаконгресса «Содружество журналистов», г. Москва (e-mail: info@mediacongress.ru).

© Джазоян А. Е., 2014