

СРЕДСТВА МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ И ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ОБУЧАЮЩИХСЯ

В современном обществе информационная среда определяет не только сферу общения и удовлетворения социальных запросов населения, но и является фактором, влияющим на экономическую, политическую, социальную безопасность государства. Информационные технологии проникли во все сферы человеческой деятельности и скорректировали информационные потребности и интересы населения, а также играют значительную роль в определении и реализации прав и свобод граждан.

Средства массовой коммуникации превратились в наиболее эффективную, быстро развивающуюся и имеющую глобальное влияние индустрию. Все чаще национальные экономические интересы и перспективы развития инвестиций связывают именно с процессом информатизации. Слияние информационного поля с общественным сознанием способствует формированию новых вызовов, угроз и рисков в обеспечении национальной информационной безопасности, предполагающей защиту информационного пространства, систем и ресурсов, в том числе человеческого в части формирования морально-нравственных ориентиров.

Информационную среду Республики Беларусь можно охарактеризовать как обладающую высоким уровнем доступа для населения страны к объему информации. Это выражается в постоянном росте числа национальных средств массовой информации, а также интернет-ресурсов, формируемых при участии государства. «В стране ежегодно увеличиваются пропускная способность внешних каналов доступа в сеть Интернет, количество интернет-пользователей, абонентов сетей электросвязи. Также развивается информационное взаимодействие граждан, создаются сетевые сообщества для коммуникации, обмена информацией, опытом и знаниями, общественного обсуждения проектов нормативных правовых актов, широко применяется практика краудфандинга, повышается роль общественных советов и независимых экспертов в принятии решений государственными органами, формируются институты общественного самоконтроля в целях сохранения исторического, культурного наследия и укрепления правосознания.

В целом белорусскому информационному пространству в полной мере свойственны мировые тренды информатизации, в том числе перевод СМИ в цифровой формат (дигитализация), сочетание их различных типов (мультимедийность), адаптация

информационного продукта к распространению через Интернет, сближение и слияние в нем различных типов СМИ (конвергенция)» [1].

Средства массовой коммуникации во всем мире активно формируют интересы и мировоззрение социума и выступают своеобразным информационным оружием, направленным на становление идеологии, привычек, желаний и устремлений граждан. Именно благодаря средствам массовой коммуникации могут возникать конфликтные ситуации даже при отсутствии объективных причин и предпосылок. Имеет место и организация деструктивного информационного воздействия, итогом которого является привитие виктимных поведенческих стереотипов, мотивов массового потребления, иждивенчество, распространение недовольства и паники, потеря стабильности и уверенности в завтрашнем дне.

Теоретико-методологическими основаниями изучения влияния социальных сетей как формы информационной коммуникации явились труды М. Кастельса [2], Р. Коллинза [3], М. Грановеттера, в которых общественная структура рассматривается через взаимодействие социальных связей и контактов с социальными агентами посредством специально организованной межличностной коммуникации. Популярность современных социальных медиа основана на активном использовании межличностных связей и привлекательных вариантов коммуникации для передачи определенного объема информации заинтересованным социальным агентам. Научно-теоретическое объяснение феномена социальных медиа на примере социальной сети Facebook принадлежит Я. Штайнштадену [4], исследовавшему роль данной социальной сети в жизненном укладе современного человека.

Ежегодный мониторинг информационного пространства Республики Беларусь показывает стабильный рост интереса населения к поиску актуальной информации политического, экономического, образовательного и развлекательного толка в интернет источниках. Исследования показывают, что белорусы предпочитают получение информации о разных сферах функционирования общества из одного источника, которому отдают предпочтение в данный момент. Этими источниками в последние годы являются интернет и телевидение. Причем, интернет источниками регулярно пользуется все большее число населения Республики Беларусь.

Ни для кого не секрет, что интернет существенно отличается от традиционных средств массовой информации. В первую очередь благодаря особому цифровому формату, который предоставляет возможность использования как текстового, так и аудиовизуального способа передачи информации. Это отличает его от печатных СМИ, где используется только текстовый формат; от радио, где присутствует только аудиальный способ; от телевидения, применяющего аудиовизуальный формат. Еще одним отличием интернета является его свобода, т. е. отсутствие пространственных границ. Достаточно иметь возможность мобильного подключения к «мировой паутине», чтобы не зависеть от географического, временного расположения источника информации, а также его тиража. Немаловажным отличием интернет информации является и возможность беспрепятственного ее копирования и тиражирования, что существенно облегчает и упрощает возможность передачи

информации на огромную аудиторию потребителей интернет-контентов. И, наконец, интернет является открытой системой, где каждый пользователь имеет возможность не только ознакомиться с информацией, но и оставить свой комментарий, создать свой контент, разместить свое мнение, проявить инициативу. Данные особенности интернета являются весьма привлекательными для современного пользователя и способствуют ежегодному приросту основателей информационных ресурсов и их подписчиков. Таким образом, данный тип социальной коммуникации не только является актуальным, но сохраняет свое первенство.

Социальные сети как особый вид многосторонней коммуникации имеют определенные отличия от интернет-сайтов. Первое привлекательное отличие – открытость. Каждый пользователь социальной сети является как реципиентом информационного поля, так и его донором. Иными словами, пользователь социальной сети является как потребителем информационного контента, так и источником распространения информации. Причем скорость распространения информации зависит от количества подписчиков и важности конкретной новости для данного сообщества. В то время как у традиционных интернет-порталов основным источником информации являются модераторы, которые регулируют новостные потоки и осуществляют своеобразный «надзор» за реакцией пользователей. Это ведет к административному управлению информационным потоком. В социальных сетях преобладает сетевой принцип, в котором отсутствует центр и появляются информационные очаги, реагирующие на активность социальных агентов, составляющих данную сеть. Не стоит забывать и об открытости интернет сообщества, где в каждую единицу времени вбрасывается новая информация от социальных агентов, причем не всегда имеющая позитивную и конструктивную направленность. Ведь суть любого события можно изменить с помощью подачи заведомо ложной информации. Обозначенные проблемы актуализируют необходимость оценки включенности детей и учащейся молодежи в мировое информационное пространство.

В связи с этим, решено выяснить, какую роль играют социальные сети в жизни современных обучающихся. Исследование проводилось среди подростков шести витебских школ и студентов трех учреждений высшего образования г. Витебска. Всего в опросе приняло участие около 550 респондентов. Нами была разработан опросный лист, состоящий из вопросов как закрытого, так и открытого типа.

Пользователями социальных сетей являются 100% респондентов, причем каждый из них имеет регистрацию под собственным именем. При этом 62% из них имеют также регистрацию под другими именами. Состоят ВКонтакте 100% опрошенных; 84% – пользователи TikTok, 52% зарегистрированы в Instagram, 36% посещают Facebook, 36% – Twitter. 88% респондентов не ограничиваются одной социальной сетью, а являются подписчиками различных мессенджеров.

Менее двух часов в день в сети не проводит ни один респондент, от двух до семи часов – 24%; больше семи часов – 56%; оставшаяся часть респондентов находится на связи круглосуточно.

Все пользователи в социальных сетях общаются и слушают музыку. 44% смотрят кино, 38% ищут информацию, 14% играют, другое – 4%.

Зависимыми от социальных сетей признали себя 36%. Среди вариантов ответов в рубрике «Другое» можно отметить: «Лучше в сети, чем сидеть на «соли»», «Думаю, что смогу в любой момент бросить». 26% не дали ответа на вопрос.

Нас заинтересовал характер использования социальных сетей. Большинство респондентов (86%) отметило, что социальные сети обладают широким инструментом возможностей для самоутверждения и самореализации пользователей. Одним из привлекательных способов является объединение в группы и сообщества в рамках конкретной социальной сети. Это позволяет, во-первых, презентовать групповую принадлежность, во-вторых, использовать информацию, генерируемую конкретным сообществом, в-третьих, получить возможность высказать свое мнение, оставить комментарий, заявить о себе как эксперте в той проблеме, которая интересует сообщество в конкретный промежуток времени. По данным нашего исследования, в группах и сообществах состоит более 80% респондентов. Они предпочитают сообщества развлекательного (81%), творческого (35%), образовательного (32%), научного и профессионального (15%), общественного и политического характера (8%).

Результаты опроса показали, что радость от общения в социальных сетях переживают 70% респондентов, агрессию – 32%, нервозность – 20%, усталость – 36%, прилив сил – 32%, власть – 24%, зависть – 12%, вседозволенность – 14%, ненависть к успешным людям – 10%. Если не удастся выйти в социальную сеть, скуку испытывают 39% респондентов, раздражение – 13%, занимаются поисками входа 42%, спокойно занимаются делами – 4%. 14% испытывают комплекс чувств; у 10% проявились негативные эмоции «психую», «хочется кого-нибудь убить», «выпрыгнуть из окна», «повеситься».

Не нашли отрицательных сторон у социальных сетей 52% респондентов, 12% отметили ненормативную лексику, испорченное зрение – 16%; распространение агрессии – 18%; деградацию общества – 18%; пустую трату времени – 6%; возникновение зависимости – 18%, «часто на нервах», негативные эмоции от ряда комментариев – 12%. О том, что за социальными сетями будущее отметили 54% респондентов, 28% считают, что социальные сети изживут себя, 18% не думали об этом.

Информация, производимая социальными сетями, может оказывать существенное влияние на реальные действия подписчиков. Это подтверждает ответ на вопрос о том, приходилось ли респондентам откликаться активными действиями на информацию из социальных сетей (участвовать в мероприятиях различного толка, приобретать товары, заказывать услуги и т. д.). Почти половина респондентов ответила утвердительно (46%). Большинство заказывали товары и услуги (78%), принимали участие в развлекательных (32%) и волонтерских (15%) мероприятиях. Определенный процент респондентов (11%) под воздействием призывов из социальных сетей, выходили для участия в политических акциях. Следует отметить, что существуют некоторые различия в оценке политических течений и событий пользователями социальных сетей и официальных средств массовой коммуникации.

Информационное деструктивное воздействие в сети осуществляется в соответствии с определенными правилами:

- Психологическое давление через многократное тиражирование контента в социальных сетях. Используются ссылки на авторитетное мнение известных политиков, писателей, блогеров и др.; манипуляции фактическим материалом и данными эмпирических исследований; яркий, запоминающийся контент, имеющий эмоциональную окраску. Все это направлено на дезориентацию подписчиков и создание эмоционального дискомфорта, что влечет за собой снижение возможности адекватно оценивать получаемую информацию.

- Целенаправленное и ненавязчивое проникновение в сознание с идеями, пропагандируемыми создателями контента.

- Скрытая деструктивная манипуляция заключается в подмене и искажении понятий, логики событий, модели поведения, замены причины следствием и т. д.

Таким образом, специфика деструктивного информационного воздействия заключается не в событийной подаче информации, а в особенностях оценочных суждений, провокационных постах в комментариях, что приводит к извращенному пониманию события аудиторией. Зачастую подаваемая информация наполняется ложными сообщениями, агрессивными высказываниями, пропагандой невежества. Следует отметить, что большая часть пользователей социальных сетей, воспринимают подаваемую информацию без должного анализа того контента, на котором данная информация появляется, что приводит к глубокому личностному кризису. Пользователи сетевых контентов перестают мыслить логично и самостоятельно, целостно и адекватно воспринимать окружающую действительность, ставить четкие реальные жизненные цели, их мозг намеренно перегружается ярким эмоционально насыщенным информационным мусором, что позволяет загрузить новые нравственные и поведенческие установки. С целью повышения эффективности информационного влияния, в социальных сетях создаются контентные следующих типов:

- эксклюзивный контент (провокационный, развлекательный, о котором хочется рассказать и поделиться своим мнением с друзьями);

- экспертный контент (создает впечатление об использовании авторитетных мнений, результатов научных исследований, не доступных массовому пользователю);

- инфлюационный контент (оказывает влияние на тех пользователей, которые поверили в его исключительность)

Эффективность воздействия социальных сетей можно отследить по следующим меткам: динамика роста фолловеров; количество и качество лайков и комментариев; объем новых записей за определенный промежуток времени; контентный охват аудитории.

Скрытое управление сознанием и манипулирование поведением подписчиков является основой функционирования популярных социальных сетей. Неординарный контент, красочность, креативный подход к привлечению новых подписчиков, бонусы и реклама, усиливают психологическое давление на пользователей как объектов информационного воздействия. В связи с этим, не стоит недооценивать возможность использования

социальных сетей для организации пропагандистской деятельности в целях изменения отношения к социальной действительности в необходимом для организатора направлении. Эти изменения могут носить как позитивный, так и негативный характер. Управление в социальных сетях ведется с использованием контента, который основан на информационно-алгоритмическом воздействии на психику человека и является действенным инструментом формирования стандартов поведения, мышления, ценностных ориентаций. Любая открытая или скрытая провокация представляет опасность как на личностном, так и государственном уровне, и основывается на следующих факторах: реализация влияния на отдельную личность и массовое сознание; борьба за информационное лидерство и формирование необходимой модели поведения в социуме; подрыв общественной стабильности и государственной безопасности.

Проведенное исследование позволяет сделать выводы о том, что современные белорусские обучающиеся являются активными пользователями интернет-пространства, и в частности, социальных сетей. Привлекательность социальных сетей состоит в организации многоуровневой коммуникации, досуга, предоставлении информации по вопросам жизнедеятельности общества. Активность пользователей социальных сетей, а также их реакция на происходящие, в том числе и политические, события, являются детерминантами формирования информационной безопасности как личности, так и государства в целом.

Безграничные возможности социальных сетей позволили им прочно войти в нашу жизнь. Они являются носителями социального взаимодействия, жизненных планов и стереотипов поведения, дарят эмоции и помогают самоутверждению. Многие пользователи находят в социальных сетях то, чего им не хватает в реальной жизни. Для одних самореализация в социальных сетях стала сценой, на которой играют роли и придумываются социальные статусы. Для других существование в социальных сетях становится смыслом жизни.

Литература

1. Концепция информационной безопасности Республики Беларусь Утверждена Постановлением Совета Безопасности Республики Беларусь 18.03.2019 №1 Зарегистрирована в Национальном реестре правовых актов Республики Беларусь 10 марта 2019 г. № 7/4227.
2. Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. Екатеринбург: У.-Фактория (при участии изд-ва Гуманитарного ун-та), 2004. 328 с.
3. Коллинз Р. Социология философий: глобальная теория интеллектуального изменения. Новосибирск: Сибирский хронограф, 2002. 1280 с.
4. Штайншаден Я. Социальная сеть. Феномен Facebook. СПб.: Питер, 2011. 223 с.