

УДК 330

ИНФОРМАЦИОННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ КАК ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ СТРАТЕГИЯ В ГЛОБАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Кристиневич С. А., к.э.н., доцент,
доцент каф. экономической теории
Белорусский государственный экономический университет
г. Минск, Республика Беларусь

Современные технологии воздействия на массовое сознание, возможности использования медиапространства, гуманитарные техники формирования нужных образов обостряют информационную конкуренцию, особенно на глобальном уровне. В результате актуализируется проблема информационного противостояния в глобальном политико-экономическом пространстве. Такое противостояние предполагает разработку техник информационно-психологического воздействия со стороны интервента и, соответственно, конструирование систем информационной безопасности со стороны остальных акторов.

Применение технологий воздействия на массовое сознание обусловлено широким спектром целей. Результативность воздействия, как правило, оценивается сопоставлением планируемого изменения поведения объектом с фактически полученным. Сложной задачей является моделирование восприятия реальности в краткосрочном периоде. Для такой цели обычно используется такая форма рефлексивного управления как поведенческое оружие, под которым принято понимать комплекс действий, нацеленный на эксплуатацию поведенческих стереотипов [1]. Облегчает задачу накопление в интернете данных о человеческом поведении (Больших Данных, англ. Big Data). Технология позволяет с помощью программных инструментов структурировать огромные массивы информации и на их основе анализировать привычки, поведение и ценностные установки больших социальных групп.

Обобщение некоторого опыта когнитивного управления в различных сферах общественной жизни [2] позволяет предположить, что существует определенный общий механизм манипулятивного воздействия, условно состоящий из четырех этапов.

1. «Неприятие» – происходит фокусировка на конкретном информационном контексте, актуализуется «проблема», которая сопровождается широким публичным обсуждением, фиксируется противоречие существующим ценностным установкам социальной группы.

2. «Странность» – широкое обсуждение приводит к тому, что, несмотря на негативное восприятие «проблемы» большинством, следует признать ее существование.

3. «Допустимость» – происходит встраивание «проблемы» в систему ценностных установок социальной группы, при этом оговаривается ее особое положение.

4. «Норма» – происходит симбиоз и «опривычивание». «Проблема» претерпевает трансформацию от девиации к норме.

Деструктивное информационное воздействие приводит к мировоззренческим и ценностным искажениям на персональном и общественном уровне. Это, в свою очередь, в долгосрочном периоде, ведет к деформации (снижению устойчивости) существующих неформальных институтов и появлению новых, не всегда адекватных, практик восприятия реальности через смысловые шаблоны и искусственно сконструированные паттерны. Конечной целью такого манипулятивного воздействия на объект, как правило, является снижение общего конкурентного потенциала и адаптивности к изменениям. Сдерживание или, по крайней мере, фильтрация информационного контента становится актуальной проблемой в процессе выработки стратегий межсубъектного взаимодействия на глобальном уровне. Реакцией на этот вызов и распространенной практикой является разработка национальных систем информационной безопасности.

Список литературы

1. Кугушева, А. От информационных войн к поведенческим / А. Кугушева // Информационные войны. – 2016. – Т. 37, № 1. – С. 11-23.

2. Калдор, М. Новые и старые войны: организованное насилие в глобальную эпоху / М. Калдор. – Москва: Изд-во Ин-та Гайдара, 2015. – 416 с.