

УДК 316.77 (476)

## ТЕХНОЛОГИИ ДЕСТАБИЛИЗАЦИИ ИНФОРМАЦИОННОГО ПОЛЯ СРЕДСТВАМИ СЕТЕВОЙ ВИРТУАЛЬНОЙ МЕДИАКОММУНИКАЦИИ

**А. В. Посталовский**

кандидат социологических наук,  
научный сотрудник Центра социально-политических исследований  
Белорусский государственный университет

*Популярность средств сетевой виртуальной медиакommunikации в своем эвристическом назначении играет амбивалентную роль. С одной стороны, отмечается высокая степень развития коммуникативных практик в социальных медиа. С другой – формируется благодатная почва для распространения негативного информационного контента с целью дестабилизации социально-политической обстановки и манипуляции массовым сознанием. Представленная статья посвящена социологическому рассмотрению содержания технологий дестабилизации информационного поля средствами сетевой виртуальной медиакommunikации на примере конкретных социально-политических конфликтов.*

**Ключевые слова:** социальные медиа, информационное поле, социальные сети, средства сетевой виртуальной медиакommunikации, дестабилизация.

Медиаконвергентное состояние структурных сегментов национального информационного поля обуславливает процессы взаимного медиазамещения традиционными СМИ и сетевыми коммуникативными ресурсами друг друга. Взаимное медиазамещение предполагает условное стирание жестких структурных границ между средствами массовой информации. Трансляция телевизионного сигнала обеспечивается, с одной стороны, форматом цифрового или кабельного вещания. С другой – технологии потокового мультимедиа и Stream-TV предполагают активное использование интернет-трафика для воспроизводства телевизионного изображения. С номером печатного издания можно ознакомиться на соответствующем сайте газеты, а посты в блогосфере носят ярко выраженный формат колумнистической печатной публикации. Наконец, в стремительно меняющихся реалиях информационного общества бывает порой сложно отличить профессионального журналиста от сетевого блогера, поскольку оба субъекта в равной степени могут выступать в качестве источников воспроизводства и распространения информационного контента. В указанных контекстах медиаконвергентного состояния средств массовой информации происходит перераспределение влияния на аудиторию от традиционных СМИ в пользу медиакommunikативных сегментов информационного поля, в частности, средств сетевой виртуальной медиакommunikации.

Средства сетевой виртуальной медиакommunikации (ССВМК) представляют собой сетевое онлайн-пространство, основной задачей которого выступают визуализированные социальные отношения, межличностное общение между

интернет-пользователями, формирование интерактивных форм самопрезентации, а также возможность индивидуального создания и последующего распространения информационного контента. ССВМК – это, прежде всего, комплексное собирательное понятие форм сетевой коммуникации и технологий воспроизводства массовой информации.

На первоначальном этапе формирования виртуального сетевого пространства данные онлайн-сервисы было принято называть “социальными сетями”. Вместе с тем, наиболее популярные у аудитории социальные сети (“Twitter”, “Facebook”, “Instagram”, “ВКонтакте”, “Одноклассники” и др.) в настоящее время перестали быть просто виртуальными сетями для установления коммуникационных связей. Данные онлайн-сервисы трансформировались в полноценные информационные ресурсы с возможностью воспроизводства, трансляции и распространения социально значимой для конкретного автора информации. Технический инструментарий публикации авторского контента фактически приравнял пользователей социальных сетей к формату редакции информационного издания, которая сама определяет время, очередность и содержание транслируемой информации. В данном случае происходит взаимное медиазамещение текстового контента (блогосфера) и онлайн-сервисов сетевой коммуникации (социальные сети). Отсюда следует, что для сетевого виртуального пространства также характерна тенденция медиаконвергенции, в связи с чем, и социальные сети и блогосфера и система микроблоггинга стали именоваться собирательным понятием “социальные медиа”.

Авторский подход к рассматриваемой проблематике предполагает употребление комплексного понятия “средства сетевой виртуальной медиакommunikation” (ССВМК) как интегративной теоретико-методологической категории, которая включает в себя коммуникацию, равно как и воспроизводство с последующим распространением значимого информационного контента и возможность индивидуальной самопрезентации. Соответственно, ССВМК – это, одновременно и социальные сети, социальные медиа, блогосфера и сервисы презентации.

В национальном информационном поле, согласно результатам массового опроса населения, проведенного ЦСПИ БГУ в 2017 г., наиболее популярными сетевыми онлайн-сервисами выступают “ВКонтакте” (34,8%), “Одноклассники” (31,0%) и “Instagram” (31,0%) – таблица 1.

**Таблица 1 – Распределение ответов на вопрос: “Какими социальными сетями пользуетесь Вы лично?” (в%)**

Социальные сети	2014	2016	2017
ВКонтакте	39,6	33,6	34,8
Одноклассники	37,8	29,2	31,0
Instagram	5,8	29,3	31,0
Facebook	15,4	11,8	11,1
Мой Мир@mail.ru	14,2	5,8	8,3
Google+	8,9	2,2	3,5
Twitter	8,0	3,3	2,2
Не пользуюсь социальными сетями	7,9	16,0	13,2

Среди наиболее рейтинговых сетевых онлайн-сервисов не представлена классическая блогосфера. Однако сам по себе технический инструментарий традиционных социальных сетей позволяет публиковать полноценные посты и автор-

ские колонки, которые благодаря репостингу и возможностям визуального сетевого одобрения (“лайк”, кнопка “мне нравится”) позволяет автору публикации в ССВМК мгновенно распространить информацию.

Согласно данным, представленным в таблице 2, существует три парадигмальных направления использования социальных сетей аудиторией соцмедийного пространства – непосредственно сама коммуникация (51,1%), досуг (32,4%) и ориентация на поиск значимой информации (23,4%). Показатели значимости поиска новостей о последних событиях позволяют отнести социальные сети (средства сетевой виртуальной медиакommunikации к полноценным сегментам национального информационного поля наряду с телевидением, радио, печатными СМИ, Интернетом (сайты, порталы).

**Таблица 2 – Распределение ответов на вопрос: “С какой целью Вы пользуетесь социальными сетями?” (в %)**

Цели использования	2014	2015	2016	2017
Для общения с друзьями, знакомыми	51,9	51,6	50,0	51,1
Для развлечения	34,4	39,1	29,5	32,4
Для поиска новостей о последних событиях	27,7	29,1	26,0	23,4
Для организации встреч, событий и прочее	5,5	9,7	9,8	11,8
Для поиска новых знакомств	8,4	9,8	10,1	10,2
Другое	1,6	3,9	1,0	0,7
Не пользуюсь социальными сетями	42,5	37,0	16,0	13,2

Главным отличием средств сетевой виртуальной медиакommunikации как сегмента национального информационного поля от традиционных СМИ выступает установление коммуникативных связей между источниками воспроизводства информации и ее потребителями. Кроме того, ССВМК могут выступать в качестве коммуникативного пространства, основной задачей которого будет выступать интеграция и межличностное общение сетевой аудитории. Установление коммуникативных связей и последующее объединение групп по интересам может играть, с одной стороны, позитивную роль, так как выполняет функцию межличностной социальной коммуникации и поиска единомышленников с их последующим нахождением. С другой стороны, техническая возможность средств сетевой виртуальной коммуникации, предполагающая объединение групп по интересам, может выполнять и негативную роль. Ряд экстремистских политических организаций, используя инструментарий ССВМК и технологии манипуляции сознанием, способствуют консолидации радикально настроенных индивидов (в большинстве своем молодежи как устойчивой социально-демографической группы с не до конца сформировавшимся мировоззрением и ценностными ориентациями) с дальнейшим участием в несанкционированных антиправительственных мероприятиях с целью дестабилизации социально-политической обстановки.

Дестабилизация представляет собой комплекс технологий, направленных на приведение социальной системы в нестабильное состояние, результатом которого выступает коллапс существовавших ранее социальных норм и отношений, приводящий к полному радикальному изменению структуры социальной системы или приводит ее в неупорядоченное конфликтогенное состояние. Дестабилизация, реализуемая через ССВМК, выступает в форме комплекса сетевых медийных технологий, способствующих возникновению и развитию конфликтогенного процесса. Учитывая вышесказанное, представляется актуальным рас-

смотрение содержания конкретных технологий дестабилизации информационного поля с помощью средств сетевой виртуальной медиакommunikации на примере конкретных социально-политических конфликтов.

В январе 2011 г. власти Египта отключили Интернет в районах активизации оппозиции, однако это не помешало оппозиционерам координировать свои действия и информировать своих сторонников о происходящем в режиме реального времени благодаря мобильному сервису “Speaktotweet”. Данный сервис позволял размещать информацию в “Twitter” в условиях отсутствия интернет-сигнала посредством смс-сообщения или голосовой связи, что привело к нивелированию последствий отключения египетскими властями Интернета. В условиях социально-политических конфликтов периода 6–8 апреля 2009 г. в Молдове, “Арабской весны” (2010–2011 гг.) и украинского “Евромайдана” (2013–2014 гг.) средства сетевой виртуальной медиакommunikации перешли к новым форматам подачи информационного контента, что превратило социальные медиа в эффективный инструмент воздействия на массовую аудиторию, которые в ряде случаев действовали результативнее традиционных СМИ.

7 апреля 2009 г. в Кишиневе произошли массовые беспорядки в знак протеста против итогов парламентской избирательной кампании, в соответствии с которыми Коммунистическая партия Молдовы сохраняла де-факто статус правящей партии. Организованный днем ранее молдавской оппозиции митинг не принес желаемых для нее результатов, заключающихся в пересмотре итогов выборов в парламент. Однако уже на следующий день социально-политическая обстановка была дестабилизирована радикальными действиями протестного электората, мобилизация которого осуществлялась посредством средств сетевой виртуальной медиакommunikации и, в частности, онлайн-сервиса “Twitter”. Предпосылки к социальным протестам в молдавском обществе представлялись очевидными, однако реальной почвы для открытых столкновений с органами правопорядка не существовало. Аккумуляция протестной активности и коммуникация оппонентов действующему Президенту В.Н. Воронину была реализована, по свидетельству активиста оппозиции Н. Морарь, в течение нескольких часов [1]. В своем блоге на платформе Livejournal.com Н. Морарь 7 апреля 2009 г. в 12.39 по местному времени опубликовала пост со следующей информацией: *“Шесть человек. 10 минут на креатив и принятие решения. Несколько часов распространения информации по сетям, facebook, блогам, смс друзьям и e-mail рассылкам. Вся организация – через интернет. На улицу вышло 15 тысяч молодежи!!! ... И это всего за несколько часов распространения информации, без телевидения или каких-либо других СМИ. Наша инициативная группа называется “Я не коммунист”. ... Только молодежь и никаких партий. Наша инициативная группа объявила 6 апреля Национальным днем траура и призвала всю молодежь, несогласную с результатами выборов в молдавский парламент, прийти к памятнику Штефану чел Маре и зажечь свечу. Заявку подали на 50 человек. Пришло 15 тысяч...”* [1].

Короткие в содержательном плане предложения опубликованного текста, выдержанном в микроблоггинговом формате, включают в себя эмоциональное руководство социальным действием, в частности, управление протестной активностью. Сервисы мгновенного виртуального обмена информацией даже в условиях отключенной мобильной связи позволяли активистам оппозиции в считанные сроки мобилизовать для выражения протеста значительное число людей. Выбор и последующее распространение протестного лозунга (“Я не коммунист”)

в сетевом пространстве аккумулировало усилия оппонентов действующего Президента Молдовы, создав условия для дальнейшей дестабилизации социально-политической обстановки, хотя изначальных условий для формирования радикализма не существовало.

21 ноября 2013 года украинский журналист афганского происхождения М. Найем опубликовал в своем профиле [2] социальной сети “Facebook” призыв собраться в центре Киева (“...Встречаемся в 22:30 под монументом Независимости. Одевайтесь тепло, берите зонтики, чай, кофе, хорошее настроение и друзей. Перепост всячески приветствуется”) в знак протеста против проводимой политики украинского правительства, изменившего внешнеполитические и внешне-экономические приоритеты в пользу социально-экономической интеграции со странами Таможенного союза. Данный пост набрал 12000 отметок “нравится”, более тысячи пользовательских комментариев и 7400 перепостов (распространение другими пользователями социальной сети поста М. Найема в личных профилях) и стал отправной точкой к началу “Евромайдана” – серии антиправительственных выступлений радикальных оппонентов тогдашнего Президента Украины В.Ф. Януковича, которая обернулась глубоким социально-политическим кризисом и отчуждением части территории государства.

Само понятие “Евромайдан” появилось в форме тематического хештега (#Евромайдан) в твите (посте) одного из лидеров оппозиции А.П. Яценюка 21 ноября 2013 года в “Twitter” (“Все на #Евромайдан! Янукович не понимает другого языка, кроме Майдана. Поэтому должны показать, что власть – это МЫ! Присоединяйтесь” [3]). Данная публикация получила мгновенное распространение в количестве 515 ретвитов (перепостов) и 136 единиц визуального социального одобрения. Тематический хештег, сформированный посредством слияния двух тематических конструкторов “Евро” и “Майдан” (“Евро” – путь к европейской интеграции, апологетами которого выступали оппоненты В.Ф. Януковича, “Майдан” – символ украинского масштабного уличного протеста, возведенный в культ в период “Оранжевой революции” 2004 г.), стал атрибутом украинского радикального политического протеста, который благодаря гипертекстовой конструкции мгновенно распространился в сетевом пространстве. Призыв к открытому протесту, равно как и объединение потенциальных единомышленников с последующей аккумуляцией совместных усилий и наращиванием своей аудитории через социальные сети стали неотъемлемым элементом современных политических конфликтов, в которые все больше включаются средства сетевой виртуальной медиакоммуникации.

Кроме того, необходимо отметить, что в онлайн-пространство социальных сетей и других сервисов виртуальной коммуникации также включены “сетевые симулякры”, которые представляют собой имитирующих реальных личностей виртуальных социальных агентов, осуществляющие свою деятельность в рамках вымышленного логического смысла. Данный вид пользователей ССВМК склонен использовать технологии манипуляции и астротурфинга, предполагающего визуализацию и демонстрацию мнимой массовой поддержки того или иного явления в социальных медиа. Астротурфинговые технологии в деятельности социальных медиа активно применялись в период кризисных отношений между Российской Федерацией и Украиной в период 2014–2015 гг. в рамках информационной войны между государствами, результатом которой выступала борьба за общественное сознание и количество поддерживающих проводимую внешнюю и внутреннюю политику социальных агентов.

Примером классического астротурфинга в средствах сетевой виртуальной медиакommunikации могут выступать априорно накрученные “ботами” (мнимые пользователи-роботы соцмедийного поля, действующие по заданному алгоритму) количественные показатели наглядной поддержки (отметки “лайк”, “мне нравится”) той или иной социально значимой информации, в результате которых может показаться, что предлагаемое содержание информационного контента уже нашло значительную поддержку других пользователей. Хотя на самом деле данные показатели были завышены ввиду автоматической механической деятельности виртуальных сетевых симулякров. Симулякризация, согласно концепции Ж. Бодрийера, представляет собой процесс, в рамках которого “речь идет о замене реального знаками реального, то есть об операции устрашения всего реального процесса его операционным дубликатом, метастабильной знаковой машиной, программатичной (*так в тексте. – П.А.*), безупречной, которая дарует все знаки реального и минует при этом все перипетии” [4, с. 18]. В сетевом пространстве виртуальным симулякром выступает вымышленный пользователь, который в личном профиле выдает свои данные и информацию о себе в качестве реальных социальных фактов, априори искаженных им ввиду необходимости остаться вне узнаваемости среди других пользователей Интернета. Если в процессе межличностного общения индивид визуально может оценить находящегося перед ним человека (иметь представление о поле, возрасте, внешности и т. д.), то в сетевом пространстве в отдельных случаях имеет место симулякризация пространства, в рамках которой сформированная медиареальность (гиперреальность по Ж. Бодрийеру) вытесняет реальную повседневность.

Средства сетевой виртуальной медиакommunikации также представляют собой потенциально рискованное пространство функционирования ввиду хаотичного распространения информации и вольной интерпретации пользователями медиа (блогерами) сведений о повседневности. Если традиционные СМИ имеют соответствующий формат, ограниченный редакционной политикой издания, тематической направленностью, журналистской этикой и законодательством, то соцмедийное поле представляется неупорядоченной сферой, в которой направление и содержание информационных потоков зависят от самого блогера и реакции на нее аудитории. Соответственно, реакция аудитории на происходящие события зачастую зависит от специфики содержания и подачи информации автором или ретранслятором информационного контента. С одной стороны, это позволяет блогеру быстрее донести информацию до потребителя, которая будет ему понятна и доступна, с другой стороны – сама аудитория рискует получить непроверенную и не всегда достоверную информацию, создавая риски непредсказуемого поведения и реакции на нее простых пользователей. В данном случае на первый план выходит не само содержание информация, а то, каким образом блогер доносит ее до аудитории.

Именно аспекты донесения информации в социальных сетях и других средствах сетевой виртуальной коммуникации массовой аудитории стали определяющими факторами радикальной трансформации правящих элит Туниса и Египта в период “Арабской весны” 2010–2011 гг. В качестве примера можно привести пост “JAN 25” в социальной сети “Facebook” одного из координаторов сетевой революции в Египте В. Гонима, который был опубликован в преддверии 25 января 2011 г., когда оппоненты правящего режима Х. Мубарака готовили акцию протеста под названием “День Гнева” (*“Важно понимать, что смысл протестов – привлечь на нашу страну весь народ. Все обозлены и не удовлетворены*

положением в стране. Мы должны воодушевить всех к участию. Вот почему мы должны организовать марши во всех рабочих регионах...” – цитирование поста производится из работы В. Гонима “Революция 2.0” [5, с. 206]). Несколько коротких и емких по содержанию фраз сосредоточили в себе главное назначение публикуемого поста – привлечение как можно большего числа сторонников из числа оппозиционно настроенных граждан с целью дальнейшей мобилизации для радикального протеста против действующей власти. Данная виртуальная публикация в социальной сети получила широкое распространение и мгновенно стала популярной в сетевом пространстве (1977 единиц социального одобрения (“лайков”), 1527 сетевых откликов на опубликованный материал (пользовательских комментариев), 506871 просмотр публикации – [5, с. 208]).

Далее в публикуемом посте В. Гонима содержится информация по тактике и организации действий оппозиционеров во время акции протеста. (*“Протесты – мирные. Мы доборники мира, а не насилия... 2. Пожалуйста, будьте в месте сбора точно в назначенное время... 3. Выходя из дома, не берите с собой ненужных вещей... 4. Пожалуйста, возьмите флаг Египта... 8. Не приходите в одиночку...”*) [5, с. 206–208]). Обратим внимание, что содержание поста охватывает организационно-технические аспекты протестного действия и совсем не затрагивает идейно-нравственные позиции. В программном плане содержание публикации В. Гонима представляет собой интерпретацию концепции «мягкого» демонтажа правящего политического режима Д. Шарпа, предлагающей совершение оппозицией 198 “ненасильственных” действий, которые должны привести к “мирному” свержению действующей власти [6, с. 101–110].

Если традиционные СМИ в период информационных войн предлагают “борьбу идеологий”, в основе которой лежит пусть и ангажированное, но все же публичное обсуждение актуальных текущих проблем, то в средствах сетевой виртуальной коммуникации на первый план выходит не конкретная идеология и ее обсуждение, а именно действие и метод. Как отмечает Л.М. Исаев, в период “Арабской весны” в Египте среди сетевой аудитории местной оппозиции в тематических группах на “Facebook” “распространялась информация о формах, способах и практике противодействия полиции, то есть сведения организационного и технологического характера” [7, с. 45]. В данном случае мы можем наблюдать тенденцию смещения акцентов с идеологии и борьбы за сознание на аккумуляцию протестной активности и выдвиганием на ведущие роли именно действия и метода как объекта информационного воздействия средств сетевой виртуальной медиакommunikации.

Традиционные СМИ в период информационных войн и социально-политических конфликтов изначально борются за сознание и поведенческие установки, в то время как средства сетевой виртуальной медиакommunikации акцентируют свое внимание, прежде всего на действиях, объединении и распространении. Идеологическое содержание и наполнение происходит уже после аккумуляции протестной активности, когда результатам политического радикализма необходимо дать логическое объяснение. Кроме того, необходимо отметить саму специфику распространения информационного контента в традиционных СМИ и ССВМК.

По верному замечанию Д.Г. Балужева, “...при традиционных подходах к распространению информации сообщение посылается потенциальному потребителю информации. ... при использовании социальных медиа необходимо создать условия, при которых потребитель информации заинтересуется в ее потребле-

нии и даже поиске. ... такие условия создаются при включении устойчивых связей между элементами сети, которыми являются как производители, так и потребители информации” [8, с. 613]. Соответственно, в данном случае и источник воспроизводства информации и ее потребитель в социальном пространстве взаимно “заинтересованы” друг в друге, вследствие чего происходит выстраивание коммуникативного ряда между теми, кто хочет информацию донести и теми, кто желает эту информацию получить. Если в традиционных СМИ источник воспроизводства информационного контента находится в перманентном поиске целевой аудитории, то в сетевом пространстве каналы распространения и потребления информации стремятся образовать обратную связь друг с другом. Описанный механизм взаимного интереса производителей и потребителей информации в ССВМК в условиях социально-политического конфликта позволяет в кратчайшие сроки аккумулировать и мобилизовать протестную аудиторию сетевого пространства с последующей ее трансформацией в аудиторию радикального дестабилизирующего действия.

Борьба за действие и метод с последующим объединением единомышленников, которое в условиях сетевой коммуникации происходит в кратчайшие сроки, выступает четвертым условием успеха современной революции по Д. Голдстоуну. Данное условие, согласно мнению теоретика современных революционных процессов, представляет собой идеологему, предполагающую “... убедительный и разделяемый всеми нарратив сопротивления, объединяющая: недовольство и требования: населения и элит, устанавливающая связь между различными группами и способствующая их мобилизации” [9, с. 34]. Общий нарратив сопротивления мгновенно распространяется и популяризируется сетевой аудиторией через пространство социальных медиа и иных форм виртуальной коммуникации.

Модераторы соответствующих тематических сообществ в социальных сетях должны постоянно поддерживать психоэмоциональный градус дискуссии или обсуждения, происходящих в контексте общей идеи протеста (нарратива сопротивления) путем публикации пользовательских комментариев или иного контента, который, так или иначе, поддерживает внимание сетевой аудитории. Как отмечает Ю. Герлах, “постоянный повтор важных фотографий и статей на личных страницах пользователей Facebook увеличивает эмоциональный эффект” [10, с. 75]. Перманентное психоэмоциональное напряжение, поддерживаемое постоянными публикациями и обсуждениями в ССВМК, позволяет сохранять высокий уровень протестной активности. Немаловажным аспектом также выступает публичное требование визуального социального одобрения в ССВМК. По мнению Д. Диккенсона, сформированный сетевой тренд “Просимо максимальный репост!” выступил эффективным инструментом распространения информации в украинском оппозиционном сетевом пространстве в период “Евромайдана” (2013–2014 гг.) [11, с. 84]. Многократное повторение информационного контента, с одной стороны, обеспечивает повышенное внимание к рассматриваемой проблеме. С другой стороны – способствует созданию пространства манипулятивных технологий негативного дестабилизирующего воздействия на массовое сознание.

Таким образом, технико-структурный функционал ССВМК в указанных контекстах представляется эффективным каналом аккумуляции коллективных действий социальных агентов и одновременно инструментом манипуляции сознанием со стороны заинтересованных лиц, управляющих (либо являющихся модераторами) виртуальными сетевыми сообществами. Каналы регуляции про-

тестной активности, мгновенная мобилизация сетевых социальных агентов, апелляция к действию и методу взамен громоздкой и долговременной борьбы за массовое сознание и ценностные ориентации привели к тому, что именно средства сетевой виртуальной медиакommunikации действовали гораздо эффективнее традиционных СМИ в период “Арабской весны” в Тунисе, Египте (2010–2011 гг.) и активной фазы “Евромайдана” в Украине (2013–2014 гг.), выступая фактором дестабилизации социально-политической обстановки.

Традиционные СМИ в данном случае “опаздывают” с реакцией на происходящие события. В то время, когда появляется содержательный материал с неангажированной оценкой ситуации, аудитория уже проинформирована и ее реакция на материалы средств массовой информации в ряде случаев может быть контрпродуктивной. Поэтому традиционные СМИ вынуждены частично отказываться от привычных своих форматов и включаться в информационное поле посредством ресурса социальных медиа, чтобы не отставать от социальных сетей и блогосферы в вопросе воздействия и удержания своей аудитории. Также необходимым условием упорядоченного функционирования конструктивного информационного поля является обязательная трансляция информационного контента и формирование контраргументов на непроверенную и заведомо недостоверную информацию. В противном случае сознание потребителя информационного контента уже будет наполнено содержанием и запоздалая реакция традиционных СМИ будет вызывать у него отторжение.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. **Морарь, Н. Г.** “Я не коммунист!” [Электронный ресурс] / Н. Г. Морарь // Livejournal.com. – Режим доступа: <http://natmorar.livejournal.com/36886.html>. – Дата доступа: 10.02.2017.
2. **Найем, М.** “Встречаемся в 22.30 под Монументом Независимости” [Электронный ресурс] / М. Найем // Facebook. – Режим доступа: <https://www.facebook.com/Mustafanayem/posts/10201178184682761>. – Дата доступа: 10.08.2016.
3. **Яценюк, А. П.** “Усі на #Євромайдан!” [Электронный ресурс] / А.П. Яценюк // Twitter. – Режим доступа: [https://twitter.com/yatsenyuk\\_ap/status/403453433648148481](https://twitter.com/yatsenyuk_ap/status/403453433648148481). – Дата доступа: 28.11.2016.
4. **Бодрийяр, Ж.** Симулякры и симуляция [Текст] / Ж. Бодрийяр ; перевод О. А. Печенкина. – Тула, 2013. – 205 с.
5. **Гоним, В.** Революция 2.0 / Ваэль Гоним. – Санкт-Петербург : Лениздат : Команда А, 2012. – 250 [2] с.
6. **Шарп, Д.** От диктатуры к демократии / Джин Шарп. Антипутч / Джин Шарп и Брюс Дженкинс ; [пер. с англ. Н. Макаровой]. Комм. Э. Лимонов, А. Цветков, И. Шамир, И. Яшин. – Екатеринбург : Ультра. культура, 2005. – 224 с.
7. **Исаев, Л. М.** Социальные сетевые технологии и революционный процесс в Египте / Л. М. Исаев // Протестные движения в арабских странах / ответственные редакторы: И. В. Следзевский, А. Д. Саватеев. – Москва : URSS : Либроком, 2012. – С. 43–46.
8. **Балуев, Д. Г.** Политическая роль социальных медиа как поле научного исследования / Д. Г. Балуев // Образовательные технологии и общество (EDUCATIONAL TECHNOLOGY & SOCIETY), 2013. – Том 16. – № 2. – С. 604–616.
9. **Голдстоун, Д. А.** Революции / Джек А. Голдстоун. – Москва : Издательство института Гайдара, 2015. – 187, [1] с.
10. **Герлах, Ю.** Мы хотим свободы! Восстание арабской молодежи [Wir wollen Freiheit! Der Aufstand der arabischen Jugend] / Ю. Герлах. – СПб. : БХВ-Петербург, 2013. – 192 с.

11. *Dickinson, J.* “Prosymomaksymal’nyiperepost!” Tactical and discursive use of social media in Ukraine’s Euromaidan / J. Dickinson // *Ab Imperio*. – 2014. – № 3. – P. 75–93.

Поступила в редакцію 27.12.2017 г.

Контакты: postalnio@tut.by (Посталовский Александр Владимирович)

**Postalovsky A.V. THE TECHNOLOGY OF INFORMATION FIELD DESTABILIZATION BY THE VIRTUAL MEDIA COMMUNICATION MEANS.**

*The popularity of virtual media communication in its heuristic function plays an ambivalent role. On the one hand, a high level of development of communication practices in social media has been identified. On the other hand, it creates a ground for a negative content spread with an aim to destabilize social and political life and manipulate mass consciousness. The article provides a sociological view of the technology applied to destabilize the information field by means of virtual media communication regarding certain social and political conflicts.*

**Keywords:** social media, information field, social networks, virtual media communication means, destabilization.