

УДК 316.64:316.774

СПЕЦИФИКА УПРАВЛЕНИЯ МАССОВЫМ СОЗНАНИЕМ В ИНФОРМАЦИОННОМ ПОЛЕ Е-КУЛЬТУРЫ

Шипунова Ольга Дмитриевна¹,
o_shipunova@mail.ru

Коломейцев Иван Владимирович¹,
zelen_2133@yahoo.com

¹ Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого,
Россия, 195251, г. Санкт-Петербург, ул. Политехническая, 29.

Шипунова Ольга Дмитриевна, доктор философских наук, профессор Высшей школы общественных наук Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого.

Коломейцев Иван Владимирович, ассистент Высшей школы общественных наук Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого.

*Статья посвящена анализу управления ориентацией субъекта в семантическом поле современной е-культуры. **Актуальной задачей** социальной теории в междисциплинарной области является исследование механизмов влияния информационной среды на сознание и подсознание человека. **Цель статьи** – выявление скрытого ресурса управления массовым сознанием в информационном поле. Исходной позицией анализа служит положение об управляющем характере информационного воздействия на сознание в процессах социальной адаптации человека. Специфика матричного управления массовым сознанием раскрывается на основании топологического подхода, подчеркивающего роль инфосферы медиасреды как фактора социального контроля. **Методы исследования:** социокогнитивный и системно-аналитический, позволяющие реализовать междисциплинарный синтез социального и феноменологического аспектов в исследовании контроля массового сознания в практиках фрейминга. **Результаты.** Показаны возможности матрицы здравого смысла в контроле когнитивной ориентации пользователя в сетевой среде на примере проектирования блогов. Подчеркивается, что ориентации в сетевом социуме реализуются в иерархически организованных информационных средах, на разных уровнях восприятия информации (перцептивном, когнитивном, рефлексивном). **Выводы.** Скрытый социальный контроль массового сознания осуществляется через фоновое знание, которое выступает ресурсом матричного управления. Однако при высоком пороге сложности глобальной сети не возможен тотальный контроль поведения социотехнических элементов инфосферы, а также тотальный контроль в отношении когнитивной ориентации субъекта в виртуальном поле.*

Ключевые слова: Коммуникация, инфосфера, социальный контроль, когнитивная ориентация, фрейминг, массовое сознание

Введение

Проблемы управления массовым сознанием в публичной сфере выходят на первый план социальной теории и практики в связи с усложнением ориентации субъекта в виртуальных цифровых средах. Режим онлайн всё больше вплетается в повседневную жизнь пользователя сети. Новые функции человека в инфосфере е-культуры провоцируют размывание семантических границ реального и виртуального, на этом фоне обнажается проблема социального контроля адекватности поведения человека.

Социальный контроль в широком смысле соотносится с практиками, которые явно или неявно поддерживают легитимные действия людей, обеспечивая порядок в повседневной жизни. В современном мире принцип свободы выбора гражданской позиции в политической установке опирается на ресурсы дискурса в контроле поведения и мышления человека. При этом неявное управление массовым сознанием реализуется через самоопределение индивида в социальной общности и признание принятых в ней норм понимания и действия [1, 2]. В сетевом обществе механизмы социального контроля публичной сферы, определяющие мотивацию и направление мысли человека, скрыты в практиках компьютерно опосредованной коммуникации [3–5].

В осмыслении специфики контроля массового сознания в сетевом обществе мы исходим из представления об иерархии семантических сред в инфосфере коммуникации, с которой связано существование индивида. Неосознаваемое подчинение человека общественным нормам и традициями характеризует его действия в социальной практике. Фундаментальность коллективного бессознательного в жизни человека и общества особенно выделена в социологии XX в. [6–8]. В современной информационной культуре взаимосвязь ментальной динамики и фонового знания получает особое звучание.

Задачи данной статьи связаны с анализом механизмов социального контроля поведения человека в семантическом поле современной е-культуры, в частности с выявлением ресурса манипулирования когнитивной ориентацией субъекта в практиках фрейминга.

Ресурсы управления массовым сознанием, скрытые в инфосфере коммуникации, – актуальная проблема социальной технологии. В решении этой проблемы техника фрейминга опирается на тот факт, что семантика жизненного мира личности ограничивается кругом понятий, генезис которых в актуальной ситуации не прослеживается. Социальные формы (предметные и языковые) аналогично коду программируют комплекс человеческих реакций, выступая источником генерации смыслов в индивидуальном и массовом сознании.

Обзор литературы

Проблемы социального управления в современном обществе рассматриваются через призму информационных взаимодействий в сложных системах. В мировоззренческой установке информационной парадигмы утверждается единство материи, информации и энергии в природе. На этом основании в системе науки формулируется представление об информационной системе и распространяется информационная модель объяснения наблюдаемых процессов и явлений. Согласно этой модели объяснения, информационные взаимодействия пронизывают все и в наиболее общем случае представлены изменением структуры данных [9, с. 75].

В современных концепциях глобального сетевого общества инфосфера коммуникации и интеллектуальный потенциал человека рассматриваются наравне с материальными активами технологического развития [10]. Глобальный масштаб информационной революции в настоящее время связывается с тотальным включением интерактивных технологий Интернета в повседневную жизнь. Мобильность становится основой функционирования современного социума [11], порождает практику цифрового кочевничества, в котором обнаруживаются черты новой социальной реальности. Для ее описания используются концепции нестабильных онтологий [13, 13], затрагивающие проблему надежности информационно-технологической среды [14]. Цифровая реальность внедряется естественным образом в пространство социального и ментального опыта, трансформируя традиционный универсум жизненного мира человека [15, 16]. Влияние современных

средств коммуникации на восприятие, память, когнитивный процесс в мотивации поведения человека особенно подчеркнута в области медиапсихологии [17, 18].

Выделяя специфику универсума е-культуры, Л. Флориди обозначает его как «инфосферу», в которой обитают «информационные организмы», или «инфорги», и выдвигает трехстороннюю модель личности как мультиагентной системы, действующей на основе взаимосвязи трех уровней информационных взаимодействий: физического, когнитивного и сознательного [19]. В широком контексте термин «инфосфера» соотносится со всей знаковой средой, охватывает многоуровневую систему виртуальных представлений. Знаковая форма представления объектов допускает смысловые вариации их значений в ментальном образе при почтении смысловых структур, закодированных в наглядных образах или дискурсе. Символика позволяет сохранять и транслировать смыслы в социальном пространстве [20].

Практики непрямого социального влияния в литературе раскрываются на основе экзистенциальной роли коллективного бессознательного в жизни человека, образующего своеобразную семантическую среду коммуникации. В качестве факторов неявного влияния этой среды на понимание событий и мотивацию действия Бурдые [7] подчеркивает функциональную роль *габитуса* как словесно не оформленного социального поля ориентирующих значений и ценностей. Гидденс [21] отмечает базовую роль культурного контекста в формировании практического сознания человека. Луман выделяет ключевую роль кодов истины и власти, вокруг которых строятся когнитивные и социальные практики [22].

Новые возможности скрытого манипулирования деятельностью людей дают биохимические и электронные средства, в частности воздействие на мозг психотропными препаратами с целью изменения сознания, а также посредством информационной экспансии электронных медиа. Подчеркивается бесконтрольность технологий НЛП и электронных медиа. В этом случае массовый субъект не осознает, что на него оказывается давление, поскольку нет явной персоны, отдающей приказ, и нет самого официального приказа [23].

В контексте управления массовым сознанием навязывание установок восприятия реальных политических событий соотносится с технологией манипулирования публичной сферой. В политической практике возрастает эффективность информационного воздействия на групповом уровне. Скрытый манипулятор, который, даже не будучи лидером группы, идентифицирует себя с группой, выступает как коллективный субъект. При этом он использует в своих интересах особенности группового поведения, определенные внутренними взаимными отношениями, и может свободно уйти от ответственности за свои действия, перекадывая ее на группу или случайного человека [24].

Технология манипулирования общественным сознанием вне использования биохимических и других материальных средств физического воздействия на индивида обращена к идеальному плану жизненного мира социума и ментальному опыту человека. Формирование смыслового поля ментального опыта воспринимается человеком как естественный процесс жизни в социуме. Неявное манипулирование реализуется в схемах инверсии смысла, подмены понятия и сопровождается введением двойных стандартов для оценки суждений в технологии агитации и пропаганды [25].

Политическая технология, принципиально отрицающая манипулирование индивидуальным сознанием граждан, представлена стратегией «мягкой силы», которая предполагает прогнозирование вероятностных моделей поведения объекта управления на основании учета факторов давления жизненной среды. Согласно Д. Наю, гибкая власть базируется главным образом на ресурсах культуры, политических ценностей и

легитимной внешней политики [26]. Восприятие информации человеком невозможно без когнитивной ориентации в семантике социокультурной среды. Однако ресурс общезначимости содержания в контроле массового сознания ставится под сомнение в сетевой культуре. Виртуальная медиасреда, продуцируя фейки и мнимости, снижает правдоподобие передаваемого сообщения. Под сомнением оказывается доверие субъекта и сообщества к печатному слову и медийному контенту [27].

Методология матричного управления массовым сознанием

Исходная позиция нашего исследования определяется топологическим подходом в анализе организации жизненной прагматики социума. Методология исследования матричного управления в этом случае раскрывается через специфику информационной причинности, под которой понимается закономерность действия системных требований, воспринимаемых элементами системы как объективные условия существования или давление жизненной среды. Реализуется такая закономерность через код, который запускает последовательность процессов или действий. Функциональная взаимозависимость в системе определяет целесообразность ее поведения. При этом информационные взаимодействия и процесс управления имеют объективный характер и рассматриваются сами по себе, в абстракции от любой материальной структуры социума.

В контексте информационной парадигмы анализ ресурсов управления поведением сложной системы опирается на представление о *тезаурусе* – внутреннем смысловом поле, которое определяет способность восприятия информации активным субъектом и является одним из главных признаков интеллектуальной системы [28]. Это соответствует феноменологической установке, согласно которой некий базовый смысловой каркас определяет горизонт сознания человека и границы его когнитивной ориентации в инфосфере.

Информационный контроль в современных коммуникационных системах осуществляется в основном над процессами, фиксируемыми в компьютерных технологиях (ввод, хранение, обработка, поиск, представление информации), в функционально ориентированных и объектно ориентированных технологиях. В инженерной сфере телекоммуникации и информационная система рассматриваются как социотехнический объект, абстрагированный в своем существовании от индивидуального сознания и поведения человека. На этом основании разрабатываются и реализуются автоматизированные информационные системы (например, автоматизированные системы научно-технической информации, справочно-правовые, информационно-поисковые системы) и автоматизированные системы управления.

Мы исследуем взаимосвязь инфосферы и ментального опыта в практиках коммуникации, в которых осуществляется социальный контроль когнитивной ориентации субъекта на уровне подсознания. Такой подход позволяет говорить о матричном характере неявного управления в социуме, при котором возможен свободный выбор ориентации в определенных семантических границах медиасреды.

В исследовании ресурсов влияния языковой среды коммуникации на ментальную активность человека конкретизацией топологического подхода выступает социокогнитивный подход [29]. Согласно социокогнитивной установке, смысловые ориентации человека в инфосфере культуры направляются дискурсом и нормой, которые могут рассматриваться в качестве ресурса скрытой манипуляции. Как отмечал М. Фуко, дискурс работает как матрица автоматического следования норме. В качестве ресурса матричного управления мы анализируем психотехнику формирования ментального опыта и технологии порождения дискурса в коммуникативной практике фрейминга.

Информационный контроль массового сознания в матричном управлении

Человек органично включен в инфосферу социума. Его сознание и подсознание работают как сложная открытая система, которая способна воспринимать, запоминать, перерабатывать, извлекать ценную информацию и использовать ее в своих целях. В отличие от простых физических систем вроде массы газа, в которых преобладают взаимодействия, поддающиеся расчету на основе физических законов, поведение открытых сложных систем строится на основе нефизических ориентирующих взаимодействий, имеющих информационный характер. Приоритет *ориентирующих взаимодействий* характерен для любой органической системы, взаимодействующей со средой обитания [30]. В этом случае жизненный мир системы представлен информационными средами, которые определяют потенциальное пространство выбора действия и потенциальную возможность прогнозирования действия с целью успешной адаптации. Принцип нормирования жизненного пространства разделяет среду как потенциальное пространство жизни и жизненный мир самой системы. Потенциальные возможности адаптации к жизненной среде определяют информационные качества системы.

В этом контексте условия социальной адаптации человека диктуются необходимостью постоянной ценностно-смысловой ориентации, направляющей его интеллектуальные и эмоциональные реакции. Любое действие в языковой культурной среде информационно нагружено и регламентировано смысловым контекстом. Например, форма этикета или ритуала выступает коммуникативным фактором, направляющим внимание и понимание знаков в определенном контексте, что позволяет человеку адекватно ориентироваться в ситуации.

Ментальная активность в процессе оценки информации опирается на естественную для человека социальную технологию жизни, в которой практики непрямого общения в социуме контролируют смысловые ориентации на разных уровнях психической структуры. Ресурсы контроля ментальной активности связаны с восприятием информации, поскольку именно смысловое значение запускает психофизиологический процесс ответного реагирования. При этом коммуникативная ситуация определяет вектор когнитивной ориентации, направляет внимание и понимание значений знаков и слов. Для человека смысловой сигнал, воспринимаемый структурами высшей нервной деятельности, играет ту же роль, что и биологический стимул, например потребность в пище. Согласно представлениям о второй сигнальной системе в организации высшей нервной деятельности [31], неосознаваемое восприятие смысла запускает комплекс психосоматических реакций в организме человека.

Контроль ментальной активности на неосознаваемом уровне восприятия смысла в коммуникативной практике соотносится с автоматическим реагированием в нужном направлении или непосредственным пониманием и подчинением. Б.Ф. Поршнев называл такую практику интердикцией, поскольку причиной, стимулирующей непосредственную реакцию, выступает чья-то воля, а не физическая причина или биологический инстинкт [32]. Ментальная активность в функциях рассуждения соотносится с уровнем рефлексии в процессе восприятия сообщений. Понимание в данном случае связано с интерпретацией знаков или наделением их смыслом.

Контроль ментальной активности в человеческом обществе осуществляется в любой коммуникативной ситуации, в которой используется знаковые средства передачи сообщений.

Жизненные ориентации в сетевом социуме реализуются в иерархически организованных информационных средах и соотносятся с когнитивными ориентациями в глобальной семантической сети, которая ассоциируется с инфосферой коммуникации.

Ориентации в семантических средах на разных уровнях требуют определенной специфики восприятия и переработки информации. В частности, выделяют три качественно различных канала воздействия инфосферы на личность [19]: перцептивный (аналог физического контакта, через ощущения); когнитивный (канал воздействия через смысловые структуры, пакеты знания фреймы); рефлексивный (канал восприятия информации, связанный с ценностными установками и осознанием ограничений, или с границами понимания).

Контроль формирования ментального опыта в психотехнике эмоционального давления

Эмоциональное давление направлено на актуализацию неосознаваемой предубежденности восприятия ситуаций и последующих событий. В нерелективных практиках влияния неявный контроль ментальной активности обеспечивает механизм импульсивной реакции через эмоциональное заражение. Для активизации той или иной импульсивной поведенческой реакции индивидуума используются образы, мемы, ритмы. В этом случае активизируется доминирующий психоконфликт, который автоматически вызывает запрограммированную эмоциональную реакцию. Психотехника формирования ментального опыта определяется неявным форматированием интуитивно возникающего смысла (например, любовь с первого взгляда, привязанность к азартным и компьютерным играм, курению). В неосознаваемом процессе спонтанного обретения смысла активизируются механизмы импринтинга, опредмечивания потребности, фиксации установки [33]. При этом направляющую роль играет фоновое знание в виде знаковых средств и оценочных критериев, которые задают некую схему движения мысли (рамку мысли) в интуитивном понимании ситуаций.

Хотя восприятие смыслов в символических формах происходит интуитивно, для расшифровки смысла символа требуется знание прагматических критериев, обеспечивающих необходимый уровень его использования в жизненной практике. Превращенные формы (фетиши, мнимости) существуют в социуме объективно (например, деньги, которые замещают не только товар, но и социальный статус, и понятие благосостояния). В сетевой e-культуре продуцируются и тиражируются новые мнимости (симулякры).

Контроль формирования ментального опыта в психотехнике фрейминга

На уровне рефлективной деятельности неявный контроль ментальной активности обеспечивает дискурсивно оформленное информационное воздействие. Форматирование смыслового контекста и контроль сферы предзнания и предвидения реализуется в практиках фрейминга, опирающихся на культуру речевой коммуникации. Формирование смысловой сферы ментального опыта в этом случае связано с когнитивной ориентацией субъекта в информационном поле и опирается на актуализацию контекстного знания в процессе самоопределения личности. В психологии выделены следующие стратегии генерации смысла [33]: *индукция смысла* предполагает когнитивную ориентацию с целью придания смысла первоначально бессмысленной деятельности и осознание собственной цели; *идентификация* с определенной социальной группой связана с подсознательным принятием определенных жизненных установок и социальной роли. К моменту осознания себя в качестве органичного члена общности (правоспособным, американцем, мужчиной, воином и т. п.) человек уже разделяет ее смысловые ориентации. В стратегии *полагания смысла* ключевую роль играет осознание ценностной ориентации, определяющей границы жизненного мира личности. Примером может служить осознанный выбор веры.

Специфика матричного управления массовым сознанием в практиках фрейминга

Основой техники фрейминга в социально-коммуникативной практике выступает совмещение внеперсональной символики инфосферы с когнитивной структурой ментального опыта в процессе генерации смыслов. Дозированное распространение знаний успешно используется в практиках управления обществом с незапамятных времен. Трансляция в информационном поле стереотипов восприятия объективной реальности направлено на формирование массового сознания в определенных границах понимания и действия. В практиках фрейминга функции управления массовым сознанием выполняют когнитивные схемы, образы, ментальные модели, которые выступают «форматором» смысловых горизонтов. Так, манипуляция массовым сознанием в политической технологии может быть скрыта за неким когнитивным примитивом. Краткие, емкие, доступные всем формулы смысла обладают мощным стимулом активизации массовых действий. В качестве примеров можно привести популярный лозунг «Голосуй, а не то проиграешь!» или известную формулу «Свобода – Равенство – Братство».

В современных практиках публичной коммуникации фрейминг представлен в медиа-технологии создания постов и блогов, в тематизации смыслового поля («повестке дня»), в продуцировании фейковой информации. Направленное изменение общественного сознания от информационного повода к конструированию нового информационного поля в новой повестке дня, изменению ценностной и когнитивной ориентации субъектов в публичном пространстве представлено в технологии Окон Овертона.

Контроль формирования контекста и дискурса в практиках фрейминга

На ресурсы манипулирования когнитивной ориентацией субъекта в инфосфере указывают общие нормы высказываний и рассуждений. В речевой коммуникации норма понимания регулирует целенаправленное поведение человека, а функции контроля формированием ментального опыта выполняют нечеткие контекстные формы. Смысловая канва языковой и мыслительной деятельности человека всегда присутствует в социуме. Порождение контекста и дискурса в процессе усвоения языка составляет необходимое условие социальной адаптации и ассоциируется с психической нормой индивидуального развития человека.

Практика фрейминга в *технологии нейромаркетинга* представлена способами побуждения человека к определенным действиям на рынке услуг. Формат подачи информации ориентируется на прогнозируемые эмоциональные и смысловые ожидания усредненного потребителя сети. Мягкий нейромаркетинг предполагает активное использование знаний из психологии и психофизиологии в технологии построения брендов, разработке рекламных материалов, планировании коммуникаций и их контекстуальном наполнении. Определенные перспективы нейротехнологии в образовательной практике связаны с интенсивным развитием электронной среды, создающей новые форматы обучения и деятельности в интеллектуальной и профессиональной сети [34, 35].

Практика фрейминга в создании блогов в сети предполагает управление вниманием в процессе восприятия информации. Успехи нейромаркетинга в реализации конкретных методик матричного управления подсознательной установкой и неосознаваемой реакцией потребителя строится на контроле ментальной активности с использованием смыслового ресурса когнитивного примитива, который в данном случае ограничен рамками обыденного «здорового смысла». Подсознательные установки здравого смысла направляют интуитивные принятия решений в условиях неопределённости. При этом на бессознательный уровень мышления приходится около 90 % всех принимаемых решений, в то время как сознательная часть подстраивается под первое впечат-

ление бессознательной части мышления [36]. Поэтому в подаче информации так важны первое впечатление и эмоциональная реакция.

Поскольку современный пользователь информационно перегружен, опора на когнитивный примитив позволяет формировать доступный контент с учетом экономии времени в процессе ориентации пользователя в сетевой среде. В компьютерно-опосредованной коммуникации пользователи бегло просматривают страницу по типу сканера, внимательно читают, если статья заинтересовала. Факторы, влияющие на восприятие блога: правило пяти секунд, содержание поста, заголовки, простой и привычный дизайн. Подразумевается, что у каждого пользователя есть некий шаблон восприятия информации, определяющий его ожидания в той или иной тематике. В случае несовпадения с ожиданиями можно потерять посетителя блога. Учет когнитивных подсознательных реакций людей для привлечения целевой аудитории создает преимущество блогу в сетевых интеракциях. В продвижении компании блог характеризуется более высокой эффективностью по сравнению с навязчивой рекламой, поскольку дает информацию о характере ее деятельности, а не ограничивается рекламой ее продукции. При этом на подсознательном уровне у посетителей откладывается в памяти позитивный образ данной компании [37]. Это соответствует цели нейротехнологии в проектировании ожиданий потребителя и прогнозируемой направленности его выбора.

Особенности политического контроля массового сознания в инфосфере е-культуры

Политическое управление в современной либеральной установке предполагает признание власти широкими массами населения. Контроль публичной сферы в этом случае ориентирован на подспудное отнесение к нормам и определенную свободу выбора в оценке событий. При этом процесс признания легитимности власти определен противоположными векторами свободы и необходимости в когнитивной ориентации субъекта.

Декларация принципов делиберативной демократии подчеркивает регулируемую роль общего дискурса и моральной нормы в политическом процессе. Однако влияние на индивидуальное и массовое сознание в существенной мере определяются доверием к содержанию посланий. Акт принятия содержания сообщений опирается на активизацию интеллектуального действия в оценочном суждении и эмоционального восприятия ценности послания для данного субъекта. В интеллектуальной реакции человек ориентируется на критерии истинности и ценности, определяющие смысловые границы в понимании ситуаций и событий. Эмоциональный механизм принятия смысла сообщения действует на уровне подсознательных установок веры и набора расплывчатых критериев различения реального и нереального, правдивого и лживого, справедливого, полезного, красивого и т. д. [27]. В инфосфере е-культуры неопределенность критериев понимания контента сообщений усиливается, поскольку в сети продуцируются различные виртуальные мнимости, фейки, мемы, символы веры и псевдоустановки, которые принимаются массовым сознанием как общезначимые, но при этом разрушают традиционные критерии здравого смысла в восприятии объективной реальности. Таким образом, в инфосфере со сложной когнитивно-коммуникативной структурой ни эмоциональный механизм восприятия, ни интеллектуальный механизм понимания не гарантируют контроля массового сознания в акте признания и принятия власти.

Заключение

Специфика матричного управления когнитивной ориентацией субъекта в практиках фрейминга связана с манипулированием контекстным знанием, направляющим по-

нимание и актуальное действие. Формирование контекстного знания в ментальном опыте человека реализуется на основе механизмов эмоционально-инстинктивного и эмоционально-интеллектуального восприятия смысловых структур, уже существующих в социокультурном пространстве. Актуализация и понимание контекста действий на неосознаваемом уровне, стимулированное в психотехниках фрейминга, опирается на архетипическую базу коллективного опыта и когнитивную ориентацию субъекта в семантике информационной среды.

Анализ ресурсов контроля массового сознания и ментальной активности в инфосфере социальной коммуникации приводит к выводу, что принцип свободного выбора в либеральной политической установке не устраняет потенциальной возможности скрытой манипуляции сознанием граждан в матричном способе управления. В современной технологии мягкой силы с анонимным характером социального управления необходимость статистического расчета вероятных моделей поведения и прогнозирование факторов среды подчеркивает наличие границы дозволенности и социально значимого в данную эпоху идеала, которые создают матрицу неявного социального контроля.

Процесс интеллектуального и эмоционального принятия культурных смыслов, а также общезначимых политических установок и позиций работает в социуме как скрытый ресурс матричного управления. В то же время направленное информационное воздействие как важнейший ресурс политической технологии не гарантирует тотального контроля публичной сферы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Хабермас Ю. Проблема легитимации позднего капитализма. – М.: Праксис, 2010. – 264 с.
2. Boniolo G. The Art of Deliberating: Democracy, Deliberation and the Life Sciences between History and Theory. URL: <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2F978-3-642-31954-9.pdf> (дата обращения 03.01.2019).
3. Burgoon J.K., Guerrero L.K., Floyd K. Nonverbal Communication. – London: Routledge, 2016. – 480 p.
4. Pragmatics of Computer-Mediated Communication / Ed. by S. Herring, D. Stein, T. Virtanen. – Berlin, Boston: De Gruyter Mouton, 2013. – 758 p.
5. Technologies of political system modernization in new communicative environments / L.I. Evseeva, A.A. Bashkarev, E.G. Pozdeeva, T.S. Tarakanova // The European Proceedings of Social and Behavioral Sciences. Future Academy. – 2018. – V. XXXV. – P. 349–356. DOI: <http://dx.doi.org/10.15405/epsbs.2018.02.41>
6. Foucault M. The order of discourse // Language and politics / Ed. by M.J. Shapiro. – Oxford: Blackwell, 1984. – P. 108–138.
7. Bourdieu P. Language and Symbolic Power / Ed. by J.B. Thompson / Translated by G. Raymond, M. Adamson. – Cambridge, Mass: Harvard University Press, 1991. – 301 p.
8. Ricœur P. The Conflict of Interpretations: Essays in Hermeneutics. – Evanston, Illinois: Northwestern University Press, 1974. – 512 p.
9. Колин К.К. Философия информации: структура реальности и феномен информации // Метафизика. – 2013. – № 4 (10). – С. 62–84.
10. Schwab K.M. The Fourth Industrial Revolution. – Geneva, 2016. – 172 p. URL: <https://luminariaz.files.wordpress.com/2017/11/the-fourth-industrial-revolution-2016-21.pdf> (дата обращения 03.01.2019).
11. Urry J. Sociology beyond Societies. Nobilities for the twenty-first century. – London; New York: Routledge, 2000. – 272 p.
12. Harman G. Immaterialism: Objects and Social Theory. – Cambridge: Northwestern Cambridge Polity, 2016. – 140 p.
13. On Non-Classic Ontological Models for Studying Digital Nomadism Phenomena / S. Klyagin, A. Volobuev, E. Zamaraeva, O. Borovinskikh, E. Kuzina // Modern Journal of Language Teaching Methods. – 2018. – V. 8. – Iss. 10. – P. 555–562.

14. Lintern G., Kugler P.N. Sociotechnical System Safety: Hierarchical Control versus Mindfulness // *Systems Engineering*. – 2017. – № 20 (4). – P. 307–317.
15. Floridi L. *The Fourth Revolution – How the infosphere is reshaping human reality*. – Oxford: Northwestern Oxford University Press, 2014. – 272 p.
16. Быльева Д.С. Сеть Интернет как новый тип пространства // *Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета*. – 2016. – № 2 (244). – С. 124–130. DOI: 10.5862/JHSS.244.15.
17. Giles D. *Media Psychology*. – London: Lawrence Erlbaum Associates Publ., 2003. – 337 p.
18. Harris R.J. *A Cognitive Psychology of Mass Communication*. – Mahwah, New Jersey; London: Lawrence Erlbaum Associates, publishers, 2004. – 475 p.
19. Floridi L. The Informational Nature of Personal Identity // *Minds & Machines*. – 2011. – V. 21. – Iss. 4. – P. 549–566.
20. Evans V. *The Emoji Code: the Linguistics behind Smiley Faces and Scaredy Cats*. – London: Picador, 2017. – 256 p.
21. Giddens E. *The Consequences of Modernity* – Cambridge: Polity Press, 1990. – 186 p.
22. Луман Н. *Реальность массмедиа*. – М.: Практикс, 2005. – 256 с.
23. Романенко И.Б., Пую Ю.В. Манипулятивная восприимчивость тинейджеров и виртуальная реальность // *Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета*. – 2018. – № 9 (3). – С. 79–86. DOI: 10.18721/JHSS.9308.
24. Пую Ю.В. Манипулятивная роль четвертой власти // *Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета*. – 2010. – № 1 (105). – С. 31–34.
25. Солонько И.В. *Феномен концептуальной власти: социально-философский анализ*. – М.: Концептуал, 2011. – 304 с.
26. Nye J.S. Jr. *Soft Power: the Means to Success in World Politics*. – New York: Public Affairs, 2005. – 130 p.
27. Дубровский Д.И. Актуальные аспекты проблемы интерсубъективности // *Естественный и искусственный интеллект: методологические и социальные проблемы: под ред. Д.И. Дубровского и В.А. Лекторского*. – М.: Канон + РООИ «Реабилитация», 2011. – С. 129–148.
28. Шрейдер Ю.А. О семантических аспектах теории информации // *Информация и кибернетика: под ред. А.И. Берга*. – М.: Советское радио, 1967. – С. 15–47.
29. Dijk van T.A. *Discourse and Context. A sociocognitive approach*. – Cambridge: Cambridge University Press, 2008. – 267 p.
30. Maturana, H., Poerksen V. *From Being to Doing: The Origins of the Biology of Cognition*. – Heidelberg: Carl Auer International, 2004. – 208 p.
31. Шичко Г.А. *Вторая сигнальная система и её физиологические механизмы*. – Л.: Медицина, 1969. – 225 с.
32. Поршнев Б.Ф. *О начале человеческой истории. Проблемы палеопсихологии*. – СПб.: Алетейя, 2007. – 714 с.
33. Леонтьев Д.А. *Психология смысла*. – М.: Смысл, 2003. – 488 с.
34. Абабкова М.Ю., Леонтьева В.Л. Нейромаркетинг в образовании: возможности и вызовы новых технологий // *Конфликтология*. – 2016. – № 1. – С. 221–242.
35. Абабкова М.Ю., Леонтьева В.Л. Исследование эмоционального состояния студентов на основе метода биологической обратной связи // *Образование и наука*. – 2017. – № 7 (19). – С. 60–76. DOI: 10.17853/1994-5639-2017-7-60-76.
36. Kahneman D. *Thinking, Fast and Slow*. – New York: Farrar, Straus and Giroux, 2013. – 499 p.
37. Нейромаркетинг: как оптимизировать дизайн блога? URL: <https://lpgenerator.ru/blog/2014/05/26/nejromarketing-kak-optimizirovat-dizajn-bloga/> (дата обращения 10.11.2018).

Поступила 10.01.2019 г.

UDC 316.64:316.774

SPECIFICITY OF MANAGING MASS CONSCIOUSNESS IN THE INFORMATION FIELD OF E-CULTURE

Olga D. Shipunova¹,
o_shipunova@mail.ru

Ivan V. Kolomeyzev¹,
zelen_2133@yahoo.com

¹ Peter the Great Saint Petersburg Polytechnic University,
29 Polytechnicheskaya street, Saint Petersburg, 195251, Russia.

Olga D. Shipunova, Dr. Sc., professor, Peter the Great Saint Petersburg Polytechnic University.

Ivan V. Kolomeyzev, assistant, Peter the Great Saint Petersburg Polytechnic University.

The article analyzes the management of subject orientation in the semantic field of modern e-culture. Studying the mechanisms of information environment influence on human consciousness and the unconscious constitutes an urgent task for social theory and complex of interdisciplinary research. The aim of the article is to identify the hidden resource of managing mass consciousness in the information field. The analysis baseline is the provision on the control nature of informational impact on consciousness in the processes of social adaptation. The specificity of matrix management of mass consciousness is revealed on the basis of topological approach emphasizing the role of media environment InfoSphere as the factor of social control. Socio-cognitive and system-analytical methods are used. This allows realizing interdisciplinary synthesis of social and phenomenological aspects in the study of mass consciousness control in framing practices. The results show the possibilities of common sense matrix for user's cognitive orientation control in the network environment on the example of blog design. Orientations in the network society are noted to implement in hierarchically organized information environments, at different levels of information perception (perceptual, cognitive and reflexive). It is concluded that the hidden social control of mass consciousness is carried out through background knowledge, which acts as a resource of matrix management in the community. However, the high threshold of complexity of the global network makes it impossible to control totally the behavior of socio-technical elements of the InfoSphere and cognitive orientation of the subject in the virtual field as well.

Key words: Communication, InfoSphere, social control, cognitive orientation, framing, mass consciousness.

REFERENCES

1. Khabermas Yu. *Problema legitimatsii pozdnego kapitalizma* [Problem of late capitalism legitimization]. Moscow, Praxis Publ. 264 p.
2. Boniolo G. *The Art of Deliberating: Democracy, Deliberation and the Life Sciences between History and Theory*. Available at: <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2F978-3-642-31954-9.pdf> (accessed 3 January 2019).
3. Burgoon J.K., Guerrero L.K., Floyd K. *Nonverbal Communication*. London, Routledge, 2016. 480 p.
4. *Pragmatics of Computer-Mediated Communication*. Ed. by S. Herring, D. Stein, T. Virtanen. Berlin, Boston, De Gruyter Mouton, 2013. 758 p.
5. Evseeva L.I., Bashkarev A.A., Pozdeeva E.G., Tarakanova T.S. Technologies of political system modernization in new communicative environments. *The European Proceedings of Social and Behavioral Sciences. Future Academy*. 2018, vol. XXXV, pp. 349–356. DOI: <http://dx.doi.org/10.15405/epsbs.2018.02.41>
6. Foucault M. *The order of discourse. Language and politics*. Ed. by M.J. Shapiro. Oxford, Blackwell, 1984. pp. 108–138.
7. Bourdieu P. *Language and Symbolic Power*. Ed. by J.B. Thompson. Translated by G. Raymond, M. Adanson. Cambridge, Mass, Harvard University Press, 1991. 301 p.

8. Ricœur P. *The Conflict of Interpretations: Essays in Hermeneutics*. Evanston, Illinois, Northwestern University Press, 1974. 512 p.
9. Kolin K.K. Information Philosophy: the structure of reality and the phenomenon of information. *Metafizika*, 2013, no. 4 (10), pp. 62–84. In Rus.
10. Schwab K.M. *The Fourth Industrial Revolution*. Geneva, 2016. 172 p. Available at: <https://luminariaz.files.wordpress.com/2017/11/the-fourth-industrial-revolution-2016-21.pdf> (accessed 3 January 2019).
11. Urry J. *Sociology beyond Societies. Nobilities for the twenty-first century*. London; New York, Routledge, 2000. 272 p.
12. Harman G. *Immaterialism: Objects and Social Theory*. Cambridge, Cambridge Polity, 2016. 140 p.
13. Klyagin S., Volobuev A., Zamarayeva E., Borovinskikh O., Kuzina E. On Non-Classic Ontological Models for Studying Digital Nomadism Phenomena. *Modern Journal of Language Teaching Methods*, 2018, vol. 8, Iss. 10, pp. 555–562.
14. Lintern G., Kugler P.N. Sociotechnical System Safety: Hierarchical Control versus Mindfulness. *Systems Engineering*, 2017, no. 20 (4), pp. 307–317.
15. Floridi L. *The Fourth Revolution – How the infosphere is reshaping human reality*. Oxford, Oxford University Press, 2014. 272 p.
16. Byleva D.S. The Internet as a New Type of Space. *St. Petersburg State Polytechnic University Journal. Humanities and Social Sciences*, 2016, no. 2 (244), pp. 124–130. DOI: 10.5862/JHSS.244.15. In Rus.
17. Giles D. *Media Psychology*. London, Lawrence Erlbaum Associates Publ., 2003. 337 p.
18. Harris R.J. *A Cognitive Psychology of Mass Communication*. Mahwah, New Jersey; London, Lawrence Erlbaum Associates, publishers, 2004. 475 p.
19. Floridi L. The Informational Nature of Personal Identity. *Minds & Machines*, 2011, vol. 21, Iss. 4, pp. 549–566.
20. Evans V. *The Emoji Code: the Linguistics behind Smiley Faces and Scaredy Cats*. London, Picador, 2017. 256 p.
21. Giddens E. *The Consequences of Modernity*. Cambridge, Polity Press, 1990. 186 p.
22. Luman N. *Realnost massmedia* [Reality of Mass Media]. Moscow, Praksis Publ., 2005. 256 p.
23. Romanenko I.B., Puyu Yu.V. Manipulative Receptivity of Teenagers and Virtual Reality. *St. Petersburg State Polytechnic University Journal. Humanities and Social Sciences*, 2018, no. 9 (3), pp. 79–86. DOI: 10.18721/JHSS.9308. In Rus.
24. Puyu Yu.V. The Manipulative role of the fourth estate. *St. Petersburg State Polytechnical University Journal. Humanities and Social Sciences*, 2010, no. 1 (105), pp. 31–34. In Rus.
25. Solonko I.V. *Fenomen kontseptualnoy vlasti: sotsialno-filosofskiy analiz* [Phenomenon of Conceptual Power: social and philosophical analysis]. Moscow, Kontseptual Publ., 2011. 304 p.
26. Nye J.S. Jr. *Soft Power: the Means to Success in World Politics*. New York, Public Affairs, 2005. 130 p.
27. Dubrovskiy D.I. Aktualnye aspekty problemy intersubektivnosti [Actual aspects of the problem of intersubjectivity]. *Estestvenny i iskusstvenny intellekt: metodologicheskie i sotsialnye problemy*. [Natural and artificial intelligence: methodological and social problems]. Eds. D.I. Dubrovsky, V.A. Lektorsky. Moscow, Kanon + ROOI «Reabilitatsiya» Publ., 2011. pp. 129–148.
28. Schreyder Yu.A. O semanticheskikh aspektakh teorii informatsii [On semantic aspects of information theory]. *Informatsiya i kibernetika* [Information and Cybernetics]. Ed. by A.I. Berg. Moscow, Sovetskoe Radio Publ., 1967. pp. 15–47.
29. Dijk van T.A. *Discourse and Context. A sociocognitive approach*. Cambridge, Cambridge University Press, 2008. 267 p.
30. Maturana, H., Poerksen B. *From Being to Doing: the Origins of the Biology of Cognition*. Heidelberg, Carl Auer International, 2004. 208 p.
31. Shichko G.A. *Vtoraya signalnaya sistema i ee fiziologicheskiye mekhanizmy* [The Second signal system and its physiological mechanisms]. Leningrad, Medicine Publ., 1969. 225 p.
32. Porshnev B.F. *O nachale chelovecheskoy istorii. Problemy paleopsikhologii* [On the beginning of human history. Problems of Paleopsychology]. St. Petersburg, Aleteya Publ., 2007. 714 p.
33. Leontev D.A. *Psikhologiya smysla* [Psychology of sense]. Moscow, Smysl Publ., 2003. 488 p.
34. Ababkova M.Yu., Leonteva V.L. Neuromarketing in education: opportunities and challenges of new technologies. *Conflictology*, 2016, no. 1, pp. 221–242. In Rus.
35. Ababkova M.Yu., Leontieva V.L. Biofeedback as a method for students' mental state assessment. *The Education and Science Journal*, 2017, no. 7 (19), pp. 60–76. DOI: 10.17853/1994-5639-2017-7-60-76. In Rus.
36. Kahneman D. *Thinking, Fast and Slow*. New York, Farrar, Straus and Giroux, 2013. 499 p.
37. *Neuromarketing: kak optimizirovat dizayn bloga?* [Neuromarketing: how to optimize blog design?]. Available at: <https://lpgenerator.ru/blog/2014/05/26/nejromarketing-kak-optimizirovat-dizajn-bloga/> (accessed 10 November 2018).

Received: 10 January 2019.