Итоги года. Мария Макушева — о ключевых коммуникационных эффектах конфликта для НЕЗЫГАРЬ

Если бы нужно было подобрать слово года, то им мог бы стать «разрыв» — отношений с людьми, странами, брендами, прежних моделей поведения и коммуникаций.

Конфликт накладывает отпечаток на восприятие и циркуляцию информации, формирование мнений и поведение людей. Коммуникационная сфера в период конфликта проходит всесторонний функциональный тест — с точки зрения смыслов, тональности, каналов и доверия.

Первый эффект — это блоковость. Борьба, конфликт имеет комплексное влияние — усиливает внутригрупповую идентичность и страх оказаться в изоляции, снижает толерантность к другим и терпимость к сомнениям внутри группы. Восприятие информации становится блоковым — решение и оценка формируются часто не на основе аргументов, а по маркерам близости. Снижается чувствительность к контексту, нюансам.

В ситуации поляризации и низкой терпимости возникает т.н. эффект эхо-камеры — принятые убеждения усиливаются, так как их постоянно повторяют (возникает эффект эха), а притока новых идей не происходит. Находясь в кругу, где, как кажется, доминирует определенная позиция, человек опасается заявлять о своих сомнениях. Выбор источников информации также подчиняется блоковому принципу.

Коммуникационная черта конфликта — взаимное лишение субъектности. Риторика приобретает моральный оттенок, а противник описывается как человек без самостоятельной позиции — обманутый или подкупленный. Следствие стратегии шейминга — постоянная эскалация — так как нападки воспринимаются как агрессия и еще больше сплачивают группу. Кроме того, без полноценного реконструирования позиции оппонента, договориться просто нельзя.

Особый характер приобретает экспертная позиция. Те, кого наделяют экспертным статусом, часто тоже плывут по волнам эмоциональной солидаризации. Прогнозы и оценки следуют за отношением к ситуации.

Это же заметно на массовом уровне. На фоне алармизма экономистов первые полгода конфликта социологи фиксировали рост экономического оптимизма — он выполняет функцию поддержки позитивной самооценки группы.

Опросы показывают, что население готово поддержать любое решение президента — и о наступлении, и о мирных переговорах. Растет роль признанных, привычных лидеров: в ситуации неопределенности, в вопросах, где не вполне понятно влияние того или иного решения на собственную жизнь человека, он склонен поддерживать или не поддерживать то, что он понимает. В данном случае — свою власть.

В ситуации неопределенности и риска у человека есть потребность, с одной стороны, понимать, с другой — общаться, быть ближе со своим окружением. Создается идеальная почва для распространения слухов и фейк-ньюс, особенно, если официальные коммуникации оставляют лакуны.

Наконец, наблюдается парадокс дефицита информации среди ее изобилия. Большая часть новостей — это НЕ новости, в том смысле, что они не дают ответа на самые важные вопросы. Как было и во время пандемии — не ясно, когда все закончится и что мне самому предпринять.

У широкой аудитории есть потребность в официальной доверительной информации. При этом полного доверия к ней нет, так как ясно — ситуация изменчива и никто не может с уверенностью прогнозировать вызовы завтрашнего дня. Кроме того, еще с пандемии накоплено недоверие — из-за противоречий и отсутствия четких ответов. Каждое новое сообщение увеличивает энтропию и сомнения.

Будь то работодатель или представитель власти — от него ждут ответов, которых пока ни у кого нет. Не давать ответа значит вызвать недоумение. Давать ответы — рисковать ошибиться и потерять доверие в будущем. Главным вызовом становится умение говорить с аудиторией в поле неопределенности.

Возрастает разрыв между тем, что транслируется в неофициальных каналах, и тем, что сообщается в официальных. Это создает ощущение закрытости информации.

Оказавшись между двух проблем, пандемией и СВО, стоит загадать желание. Кажется, что нам всем сегодня не помешают и рассудительность, и эмпатия, и, главное, умение говорить с другим и договариваться.

НЕЗЫГАРЬ