

НЯКОЛКО ПРЕДИМСТВА И НЕДОСТАТЪЦИ НА УЧАСТИЕТО НА ВОЕННОСЛУЖЕЩИ В СОЦИАЛНИТЕ МЕДИИ

гл. ас. д-р Сашо Воденичарски
Военна академия „Г. С. Раковски“

SEVERAL ADVANTAGES AND DISADVANTAGES OF THE INVOLVEMENT OF SERVICEMEN IN SOCIAL MEDIA

Chief assistant Dr. Sasho Wodenicharsky
„G. S. Rakovski” National Defence Academy

***Abstract:** This report examines the benefits and dangers of the institutions' presence in social media, with a focus on facebook, as most popular among the bulgarian users. Most particularly, the advantages and disadvantages from servicemen participaion - with profiles, pages, groups and events, are listed. The theoritical part is supported by many examples.*

***Key words:** social media, facebook, department of defence, armed forces, public affairs.*

Военната терминология е напълно уместна и приложима, що се отнася до случващото се в социалните медии – и там, като във всяка военна операция, една от целите е да бъде направен пробив; втора – да бъде разширен пробивът и изградено трайно присъствие върху „територията”; трета – да се поддържа наблюдение посредством мониторинг, за да се знае какво се случва, какво се говори за нас – кой ни хвали, кой ни клевети, кой е „за”, а кой, например, е „против” военния бюджет и закупуването на нова техника, увеличаването на заплатите в сектора за сигурност и отбрана и защо; какво влияние упражняваме – дали ни цитират, доколко посланията и действията ни са приемани и споделяни; до каква степен можем да разчитаме на подкрепата на инфлуенсърите в социалните медии за някой проект, но и каква съпротива бихме срещнали и др. п.

На практика вече се оказва, че всичко изброено по-горе представлява „битка” в съвсем ново оперативно пространство.

Разбира се, следвайки съвета на Сун Дзъ да се изправяме подготвени срещу опонентите си¹, трябва „да тренираме” и институциите от сектора за сигурност и отбрана, както и служителите им за участието им в социалните медии. Или, казано с други думи, да ги насърчим да помислят добре, преди да започнат да кликват и да скролват учестено с мишката на компютъра си върху преминаващите пред погледа им новини, и особено прецизно да избират съдържанието на публикациите си.

Промяната, която донесоха интернет и по-конкретно сайтовете за споделяне, торент-тракерите и днес – социалните мрежи в живота на хората е безспорна. Това, разбира се важи и за съвременните армии. Неслучайно, по време на семинар за въ-

¹ По-подробно в: Сун Дзъ, Изкуството да побеждаваш, С, Хомо Футурус, 1998, с. 42 и с. 122.

ржените сили и социалните медии в Южна Азия, един индийски генерал находчиво изтъкна, че мобилните устройства са „променили дори начина, по който вървим.“²

Общите предимства за потребителите, които може да донесе участието им с профили, страници, събития и групи във facebook (най-използваната социална медия от българските потребители и вече на трето място като сайт за посещения през декември 2017-та г., според брояча alexa.com)³ може да бъдат сведени до този, макар неизчерпателен списък:

1. Най-доброто е, че тези сайтове ни позволяват да поддържаме връзка с приятелите, съучениците и родителите си⁴ – и такава е била първоначалната идея на създателите им. Това е и най-рентабилният начин да влизаме в контакт с нашите служители. Тук дори географските местоположения не са пречка за реализирането на подобни намерения;

2. Тези сайтове ни дават възможност да изпращаме и получаваме съобщения, да качваме снимки и видеоклипове⁵, а отскоро и видео на живо. Като такива, те са много интерактивни – за да можем да видим какво правят нашите приятели и роднини;

3. По този начин се постига лесно преодоляване на социалната изолация – например на възрастни и самотни хора, инвалиди със затруднено придвижване и др.;

4. Можем да изградим мрежа от контакти и да си взаимодействаме тематично и по интереси с голям брой хора едновременно⁶. По този начин става твърде лесно да разпространим мислите си сред голям брой хора, при това добре таргетиран;

5. Страниците могат да бъдат важен инструмент за популяризиране на бизнес, услуги, продукти или сайтове. Поради големия брой хора, които редовно ги използват, те намират огромно приложение сред рекламодателите. Очаква се съвсем скоро facebook да започне да предлага реклами и в групите на потребителите;

6. Сайтовете за социални контакти причиняват екстремни реакции. Или някой ни харесва, или го мразим. Няма посредници;

7. Във връзка с предходното, могат да бъдат открити и ползите при организиране на хора за защита на социални каузи, благотворителност и оказване на помощ на нуждаещите се при природни бедствия, технологични аварии и терористични актове.

Въпреки изброеното, под „видимата част на ледената планина“ на предимствата, закономерно има и много недостатъци:

1. Най-очевидният от тях е рискът от кражба на самоличност⁷ и измами („Александър Николов“ не е Спас от Кочериново!)⁸. Личната информация на потребителите може да бъде използвана от хора, които са заподозрени в извършване на незаконни дейности. Информация като имейл адрес, име, адрес на пребиваване, възраст и др. п. може да се използва за извършване на онлайн престъпления;

² <https://www.linkedin.com/pulse/social-media-armed-forces-kumar-rajesh/>.

³ <https://www.alexa.com/topsites/countries/BG> - последно посетен на 07.12.2017 г.

⁴ <https://fr1402013.wordpress.com/2013/04/14/avantages-et-inconvenients-des-reseaux-sociaux/>

⁵ Пак там.

⁶ Пак там.

⁷ <https://fr1402013.wordpress.com/2013/04/14/avantages-et-inconvenients-des-reseaux-sociaux/>

⁸ <https://trud.bg/%D1%81%D0%BF%D0%B0%D1%81-%D0%BE%D1%82-%D0%BA%D0%BE%D1%87%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%BE-%D0%B8%D0%B7%D0%BC%D0%B0%D0%BC%D0%B8%D0%BB-%D0%B4%D0%B5%D1%81%D0%B5%D1%82%D0%BA%D0%B8-%D0%B1%D1%8A/>

2. Освен това, много хора с профили в социалните медии твърдят, че са някой друг и подготвят акаунтите си онлайн с невярна информация, за да заблудят нищо неподозиращите потребители. Така че, ако не познаваме персоната лице в лице онлайн, ще се окаже много трудно да открием истинската ѝ идентичност;

3. Друг източник на безпокойство са случаите на тормоз и онлайн проследяване. Като се има предвид, че сайтовете за социални контакти са много малко регулирани (върху което уж се работи, но винаги твърде бавно), те могат да бъдат достатъчно лесен канал за достъп за хора, които се опитват да ни отмъстят. Те могат да разпространяват бързо злонамерени слухове сред нашите приятели и да качват и редактират нашите снимки.⁹

Що се отнася до присъствието на военнорслужещите в социални мрежи и медии - кои все пак са предимствата, които примерно facebook носи за Министерството на отбраната, подчинените му структури и Българската армия? Ползите от изработване и въвеждане в употреба на една Стратегия за комуникация на отбраната в социалните мрежи може да се представи в поне седем точки:

1. Мисията на Министерството на отбраната (МО) в социалните медии е преди всичко да отговори на напълно законната необходимост да се информират сънародниците ни и данъкоплатците за протичането на всекидневните дейности във формиранията и щабовете на Българската армия (БА)¹⁰. В това число влизат и новините за военнорслужещите на мисии зад граница и поддържането на връзка с техните семейства. Днес това е несравнимо по-лесно, отколкото в деня на атаката (27-ми декември 2003 г.) срещу база „Индия” в Кербала, Ирак. Заради многото отклонения от телефонната централа на МО позвънявания на роднини и забавената във времето пресконференция, най-високотиражният тогава вестник „Труд” излезе със статия на заместник-главния си редактор, озаглавена „Въздух под фуражките”...;

2. Проучване на кандидатите за работа в МО и БА и така – подобряване на комуникационните подходи при набиране на персонал. МО на Република България разполага с Военния телевизионен канал и вестник „Българска армия”, но, според едно социологическо изследване, проведено по време на професионализацията на БА, основният канал, по които кандидатите за войници научават за предложенията, доскоро оставаше „от уста на ухо”, или казано с други думи, благодарение на познат военнорслужещ. Това може да се промени с професионално изградено присъствие в социалните медии и сайтовете за споделяне като youtube;

3. Подобряване на съдържанието на информацията по темите на сигурността и отбраната. Към ноември 2017 г., българският потребител в социалните медии е претоварен с фалшиви новини и пропагандни манипулации. Вътрешната за БА аудитория най-често се информира от сайтове на частни медии, които следват своите интереси, които не всякога съвпадат с тези на държавата. Следва да се припомни, че от години във връзките с обществеността на Северноатлантическия пакт, в който страната ни членува, няма „пасивна информационна политика”¹¹. Това означава своевременно разпространение на проверени новини, професионални коментари и анализи от страна на военните медии и Пресцентъра на МО, но най-вече бърза реакция на съ-

⁹ <https://fr1402013.wordpress.com/2013/04/14/avantages-et-inconvenients-des-reseaux-sociaux/>

¹⁰ Правила за дейността „Връзки с обществеността” в Министерството на отбраната, структурите на пряко подчинение на министъра на отбраната и Българската армия.

¹¹ NATO Policy on Public Affairs, MC 0457/2, 2011.

битията в страната и чужбина на страниците и в групите с военна насоченост в социалните медии. Докато при атаката срещу база „Индия” в Кербала, Ирак се смяташе, че срокът за започване на пресконференция е час-два (оказаха се на практика 4-5), а смъртта на Г. Гърдев от „приятелски огън“ официално беше обявена дни по-късно – сега се приема, че и десет минути са много, за да има официална реакция в институционалния Facebook-профил при подобно събитие;

4. Използване на социалните медии като по-добър канал за патриотично възпитание и солидарност с целите на армията. Това е лесно обяснимо: щом в тях са нашите целеви аудитории, там трябва да сме и ние. Ако те се радват на кратки непрофесионални видео клипчета, такива трябва да заснемаме и разпространяваме и ние;

5. Улесняване на пътя към „армейското” съдържание в социалните медии: ако всяка въоръжена сила има свои собствени средства за комуникация в социалните мрежи, всички служители ще бъдат и останат в постоянен контакт помежду си – често това се оказва по-бърз начин за разпространяване на неклаифицирана информация от локално значение;

6. Осигуряване на равнопоставеност на всички потребители на армейска информация, което е сред основните принципи на дейността „Връзки с обществеността” в МО и БА. Пагоните и заеманите от военнослужещите длъжности не губят значение в социалните медии, но при общуването в тях се преодоляват негативните ефекти на ранговото влияние и субординацията. Така може да се окаже, че по-младши успяват да предложат и аргументират нови и свежи идеи, което би било доста по-трудно в традиционната офлайн среда на военното формирование – особено при познаването на българската народопсихология;

7. Достигане до целевите аудитории директно, без посредничеството на традиционните медии. Това позволява да бъдат спестени на читателите и зрителите техните грешки, недоразбиране и дори злонамереното рамкиране, акцентирание и изкривяване на информацията относно МО и БА.

Един подобен, макар и непълен анализ на участието на военнослужещи в социалните медии би страдал от незавършеност и необективност, ако не бъдат посочени и конкретни опасности, произтичащи както от липсата на регламентиращи документи в областта, така и от неподготвеността на самите участници в разглежданите процеси:

1. По традиция се започва с опасността от разпространение на класифицирана информация, или поне на чувствителна служебна такава – заради което следват наказания, но може да се стигне и до загуба на доверие у съюзниците ни;

2. Военнослужещите лесно могат да станат „жертва” на целенасочена пропаганда срещу всичко, в което са вярвали и за което са се заклели да спазват и бранят;

3. Социалните медии и особено facebook усилено се използват в частен интерес като канали за въвличане в партийните битки и агитация, включително на униформени, докато на тях им е забранено да го правят със закон;

4. Както всички граждани, така и военнослужещите могат да станат обект на измама, що се отнася до дублирането на имената на сайтове и институции, при това с противоположно съдържание и дори идеология. Във facebook има групи с название „Българска армия” и други подобни, които нямат нищо общо с актуалната Българска армия, с нейните мисия, цели и задачи;

5. Много бързо и лесно могат да бъдат разпространени слухове, негативни и фалшиви новини, за което има многобройни примери от частни сайтове, страници и групи. По този начин може да бъде повлияна мотивацията на военнослужещите,

усърдността при изпълнение на техните задължения и разколебано желанието им да участват в мисии в чужбина;

6. От неподготвеност, от липса на инструкции и стресова обстановка, но и от глупост и скука се случва военнослужещи да споделят неподходящо текстово и видео съдържание – дори когато правят добро на местното население в чужда държава.

Списъкът може да бъде продължен в последващо изследване.

Нарастването на броя на сайтовете за социални контакти е феноменално отчасти поради огромната „свобода”, която предлагат. Докато интернет е превърнал света в световно селище, социалните мрежи и медии са го довели между четирите ни стени. Можем да се сприятеляваме, да си взаимодействаме, да се запознаем с култури и различни места посредством тях и дори повече – „да седнем на една и съща маса”. Те ни улесняват да разпространяваме информация и да рекламираме с минимални разходи. Не е чудно, че това са едни от най-бързо развиващите се комуникационни средства. С тях можем да намерим отдавна изгубени приятели, за да се запознаем с хора със същите идеи, но можем и да бъдем намерени от злонамерени познати, партийни пропагандисти и скучаещи хейтъри. Социалните медии и сайтовете за споделяне ни предлагат възможности за улесняване на живота ни онлайн, но при неправилна употреба могат да ни донесат и извънредно много неприятности.

Източници:

1. Сун Дзъ, Изкуството да побеждаваш, С, Хомо Футурус, 1998, с. 42 и с. 122.
2. <https://www.linkedin.com/pulse/social-media-armed-forces-kumar-rajesh/>.
3. <https://www.alexa.com/topsites/countries/BG> - последно посетен на 07.12.2017 г.
4. <https://fr1402013.wordpress.com/2013/04/14/avantages-et-inconvenients-des-reseaux-sociaux/>.
5. <https://trud.bg/%D1%81%D0%BF%D0%B0%D1%81-%D0%BE%D1%82-%D0%BA%D0%BE%D1%87%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%BE-%D0%B8%D0%B7%D0%BC%D0%B0%D0%BC%D0%B8%D0%BB-%D0%B4%D0%B5%D1%81%D0%B5%D1%82%D0%BA%D0%B8-%D0%B1%D1%8A/>.
6. <https://fr1402013.wordpress.com/2013/04/14/avantages-et-inconvenients-des-reseaux-sociaux/>.
7. NATO Policy on Public Affairs, MC 0457/2, 2011
8. https://www.lesechos.fr/06/12/2015/lesechos.fr/021533452150_comment-l-armee-francaise-communique-sur-les-reseaux-sociaux.htm
9. Правила за дейността „Връзки с обществеността” в Министерството на отбраната, структурите на пряко подчинение на министъра на отбраната и Българската армия, С, 2012.