

УДК 659.441.8

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОЛИТИЧЕСКОГО ПРОТИВОБОРСТВА И ИНФОРМАЦИОННЫХ ВОЙН

Александр Вадимович БУТУСОВ

ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина»
392000, Российская Федерация, г. Тамбов, ул. Интернациональная, 33
E-mail: boo2zz75384@mail.ru

Аннотация. Рассмотрены социальные сети как площадка для ведения информационных войн. Приведена актуальная статистика использования социальных сетей среди интернет-пользователей на основе опроса Всероссийского центра изучения общественного мнения. Обоснована привлекательность социальных сетей как средств массовой информации путем транслирования альтернативной повестки дня. Обусловлена эффективность новых медиа в политическом дискурсе вовлечением в государственную повестку незаинтересованных в политике интернет-пользователей. Разобрана механика и специфика различных социальных сетей как каналов коммуникации. В контексте информационных войн описаны явные и скрытые методы воздействия государства на целевую аудиторию в сети Интернет. На примере деятельности «Свободной Европы» описано манипулятивное воздействие на общество с применением социальных сетей, а также разобраны контрмеры на примере информационной политике Российской Федерации.

Ключевые слова: информационная война; информация; Интернет; манипулирование; новые медиа; пользователь; социальные сети; средства массовой информации; целевая аудитория

В современном мире информационных технологий социальные сети стали неотъемлемой частью повседневной жизни общества. По данным социологических исследований, каждый второй (52 %) пользователь сети Интернет регулярно посещает социальные сети. Возможность самостоятельно формировать новостную ленту, обилие разнопланового контента и многие другие возможности позволили вербовать в свои ряды все больший процент интернет-пользователей. Сегодня обилие социальных сетей и количество их пользователей позволяет говорить о существовании целой виртуальной реальности, отражающей наряду со средствами массовой информации (СМИ) повестку дня. Тем не менее, социальные сети не относятся к СМИ, их принято называть «новые медиа».

Изначально «социальная сеть» имела несколько другое значение. Впервые это понятие в научном контексте использовал британский социолог Дж. А. Барнс в 1954 г., характеризуя этим термином систему общественных отношений. «Социальная сеть» в современном понимании представляет собой интернет-площадку для создания социального взаимодействия. Основной структурной единицей социальных сетей является профиль (аккаунт) – личная страница с данными пользователя. Обладая личным профилем, каждый человек способен осуществлять по-

иск пользователей, писать им личные сообщения и пользоваться многими другими сервисами в той социальной сети, где он зарегистрирован. Критерии поиска могут варьироваться от пола, возраста и географического положения до интересов и хобби. Сетевая структура позволяет, с одной стороны, формировать пользователю собственное коммуникативное пространство, с другой – дает возможность сторонним наблюдателям отследить контакты человека и установить с ним связь [1].

Наиболее посещаемой социальной сетью в России является ВКонтакте. По данным опроса Всероссийского центра изучения общественного мнения, на июнь 2017 г. 42 % опрошенных интернет-пользователей ежедневно используют именно эту социальную сеть. Одноклассники используют 27 % пользователей, Instagram – 25 %, Facebook – 20 %. Наиболее просматриваемыми тематическими сообществами и группами в социальных сетях являются юмористические (43 %) и новостные (41 %). Это говорит о том, что кроме развлекательной функции социальные сети выполняют функции СМИ. Так, узнавать новости и события в стране и мире людям удобнее не из СМИ, и даже не из интернет-СМИ, а именно из социальных сетей.

В качестве каналов коммуникации новые медиа предоставляют широкие возможности

для своих пользователей. Участвуя в бесконечной гонке, где лидер получает наибольший охват у целевой аудитории, социальные сети с каждым годом обрастают новыми сервисами. По большому счету механика различных социальных сетей схожа – они все обладают примерно одинаковым набором функций. Различается лишь исполнение и технические акценты [2].

Сегодня в России наблюдается рост политических интернет-коммуникаций. Благодаря этому обеспечивается доступ к политической информации и упрощает обратную связь между государством и обществом. Можно говорить о присутствии всех уровней власти в сети Интернет. Сейчас практически все государственные органы и их подразделения имеют свои аккаунты (личные страницы) в тех или иных социальных сетях. Региональные отделения таких политических партий, как Единая Россия, ЛДПР и др., представлены в социальных сетях ВКонтакте, Instagram и др. Присутствие властных структур в интернет-среде во многом облегчило прямую связь, ведь в Интернете достаточно просто написать личное сообщение с интересующим вопросом или обратиться с просьбой. Благодаря беспроводному доступу к Интернету люди получили возможность практически круглосуточного присутствия в информационно-коммуникативном пространстве. Это позволяет интернет-пользователям не только быть в курсе последних политических событий, но и выступать непосредственными участниками политических интернет-коммуникаций в режиме онлайн [3].

Социальные сети позволяют активно комментировать политические новости, размещенные в различных тематических группах. Уже одно это дает возможность людям проявлять свою гражданскую позицию по тем или иным вопросам. Кроме того, появилась возможность делиться этими новостями на своей странице. Так, в обсуждение политически значимых новостей могут вовлекаться люди, ранее не заинтересованные в этом. Также социальные сети позволяют эффективно мобилизовывать общественность с помощью таких инструментов, как электронное голосование, сбор подписей, организации в сети массовых акций. Политики используют социальные сети в первую очередь в целях обеспечения собственной публично-

сти и повышения популярности. Так, ключевым показателем успешности становится «постоянное присутствие» в виртуальном пространстве [4].

В настоящее время помимо своих основных функций социальные сети несут в себе возможность для политических манипуляций, чем активно пользуются многие организации и даже государства. По сути, социальные сети стали новым инструментом ведения информационных войн. В своих работах А.В. Манойло определяет информационную войну как процесс противоборства человеческих общностей, направленный на достижение политических, экономических, военных или иных целей стратегического уровня, путем воздействия на гражданское население, власти и (или) вооруженные силы противостоящей стороны, посредством распространения специально отобранной и подготовленной информации, информационных материалов [5].

Социальные сети, будучи инструментом обмена информации, где высказываются мнения по поводу событий, которые способны заинтересовать человека, становятся формой политического воздействия, особенно в тех случаях, когда действия оппозиции затруднены или в стране нет конструктивной оппозиции. Люди в социальных сетях высказывают свое мнение о власти, выражают недовольство или поддержку ее действиям. Именно социальные сети позволяют власти составить представление о протестных настроениях в обществе и ставят перед властью вопрос о ее отношении к данным настроениям. Отсутствие единого центра распространения информации превращает социальные сети в действенное оружие для борьбы с различными режимами, так как сетевые организации способны объединить протестные массы, что и доказали деятели «цветных революций» в различных странах, где именно социальные сети стали платформой для мобилизации на борьбу с существующими режимами. Огромную роль в раскрутке «цветных революций» играла блогосфера, которая способна нейтрализовать такие действия властей, как отсутствие информации в официальных СМИ, неспособность к быстрой реакции официальных источников информации [6].

Социальные сети на сегодняшний день являются самой перспективной площадкой

для ведения информационных войн. Широкий спектр возможностей при низких затратах делают новые медиа особенно эффективными в контексте манипулирования информацией.

Раньше всех это поняли в Соединенных Штатах Америки, где в 1949 г. был создан национальный комитет «Свободная Европа» с собственной радиостанцией. Так, политический советник комитета О. Джексон (позднее помощник президента Д.Д. Эйзенхауэра по вопросам «психологической войны»), выступая перед сотрудниками радиостанции «Свободная Европа» (РСЕ) в ноябре 1951 г., откровенно заявил: «РСЕ – это служба психологической войны. Наша организация учреждена для провоцирования внутренних беспорядков в странах, на которые мы ведем вещание. Военное вмешательство вообще имеет смысл только в том случае, если народам интересующих нас стран будет привит импульс к вооруженным действиям внутри страны» [7].

Деятельность радиостанций «Свободная Европа» и «Свобода» нуждается в особом анализе. С самого начала «холодной войны» руководители пропагандистского аппарата США начали вынашивать идею таких организаций, которые могли бы вести подрывную радиопропаганду на зарубежные страны, формально не нанося ущерба репутации Соединенных Штатов. Позднее на базе чешского радио «Свобода» создаются «информационные войска», которые должны заниматься антироссийской пропагандой в социальных сетях Одноклассники, ВКонтакте, а также русскоязычных сегментах Facebook и Twitter. Так предполагалось распространять информацию через социальные сети, в большей мере соответствующую интересам «свободной прессы», чем та, которая содержится в российской медиасфере [7]. Проект даже привлекал к работе популярных российских блогеров. В целом работа «Радио Свобода» направлена на ведение американской пропаганды и поддержание любых протестных движений путем предложения собственной оппозиционной повестки.

На такое давление Запада через новые медиа твердо реагируют российские правительственные структуры. На законодательном уровне это вылилось в закон о создании Единого реестра запрещенных сайтов для

борьбы с наркотиками, детской порнографией и пропагандой суицида в сети Интернет. Реестр представляет собой базу данных, куда вносятся сайты, содержащие запрещенную к распространению в России информацию. Позже был создан Комитет Государственной думы по информационной политике, информационным технологиям и связи. Он призван осуществлять законодательное регулирование в сфере информационных технологий и массовых коммуникаций и заниматься совершенствованием законодательства в отраслях связи и массмедиа. Проще говоря, все, что явно подрывает авторитет Российского государства на просторах Интернета, стало немедленно блокироваться [8].

С другой стороны, государство стало формировать свой собственный положительный образ в сети. Помимо уже упомянутой развитой сети правительственных групп (от Государственной думы и ее комитетов до партий и их региональных ячеек) государство стало действовать через сторонние, не связанные с политикой сообщества. Так, например, в различных крупных группах социальной сети ВКонтакте нередко можно увидеть карикатуры на оппозицию и различные юмористические посты, изображающие действующую власть сильной и бескомпромиссной. Также с целью улучшения мнения о власти в Сети стали привлекаться различные лидеры общественного мнения, имеющие большую целевую аудиторию в Интернете [9].

Таким образом, в современном мире СМИ, а также новые медиа стали ключевым элементом информационных войн, без которых сегодня не обходится ни один политический конфликт. В контексте информационных войн социальные сети не являются причиной народных волнений – они могут быть лишь эффективным инструментом. Являясь средством информационных войн, новые медиа превратились в опасное оружие, создавшее необходимость в повышенном контроле со стороны государства за информационным потоком, проходящем через социальные сети.

Список литературы

1. Крестинина Е.С., Чернышов Ю.Г. Использование интернет-блогов и «социальных сетей» в российской публичной политике // Известия Алтайского государственного университета. 2008. № 4-3. С. 288-296.

2. *Видная О.Е.* Функционирование журналистской информации в новых медиа // Альманах теоретических и прикладных исследований рекламы. 2015. № 2 (10). С. 66-74.
 3. *Акопов Г.Л.* Политика и Интернет. М.: ИНФРА-М, 2014.
 4. *Катькина А.Н.* Выборы в европейский парламент через призму социальных медиа как электорального ресурса в европейских странах // Волгоградский государственный университет. Серия 4: История. Регионоведение. Международные отношения. 2016. № 1 (37). С. 129-136.
 5. *Манойло А.В.* Информационно-психологическая война: факторы, определяющие формат современного вооруженного конфликта // Информационные технологии и безопасность: материалы 5 Междунар. науч.-практ. конф. 2005. № 8. С. 73-80.
 6. *Могилевская Г.И.* Информационная война в социальных сетях // Молодой ученый. 2015. № 15. С. 650-654.
 7. *Широнин В.С.* Агенты перестройки. Рассекреченное досье КГБ. М.: Алгоритм, 2010.
 8. *Бутусов А.В.* Специфика ведения информационных войн в сети Интернет // Державинский форум. 2017. № 4. С. 111-115.
 9. *Соловей В.Д.* Абсолютное оружие. Основы психологической войны и медиаманипулирования. М.: Изд-во «Эксмо», 2015.
- Поступила в редакцию 04.12.2017 г.
Отрецензирована 11.01.2018 г.
Принята в печать 27.02.2018 г.

Информация об авторе

Бутусов Александр Вадимович, магистрант по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью». Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина, г. Тамбов, Российская Федерация. E-mail: boo2zz75384@mail.ru

Для цитирования

Бутусов А.В. Социальные сети как инструмент политического противоборства и информационных войн // Вестник Тамбовского университета. Серия Общественные науки. Тамбов, 2018. Т. 4, № 13. С. 71-75.

SOCIAL NETWORKS AS A MEAN OF POLITICAL CONFRONTATION AND INFORMATION WARFARE

Aleksander Vadimovich BUTUSOV

Tambov State University named after G.R. Derzhavin
33 Internatsionalnaya St., Tambov 392000, Russian Federation
E-mail: boo2zz75384@mail.ru

Abstract. Social networks as a platform for information warfare are considered. We present current statistics on the use of social networks among Internet users based on a survey of the Russian Public Opinion Research Center. The attractiveness of social networks as mass media is substantiated by broadcasting an alternative agenda. The effectiveness of new media in the political discourse is determined by involving in the state agenda Internet users who are not interested in politics. The mechanics and specifics of various social networks as communication channels are analyzed. In the context of information wars explicit and implicit methods of influence of the state on the target audience on the Internet are described. On the example of "Free Europe" we describe manipulative impact on society with the use of social networks and analyze countermeasures on the example of information policy of the Russian Federation.

Keywords: information warfare; information; Internet; manipulation; new media; user; social networks; mass media; target audience

References

1. Krestinina E.S., Chernyshov Y.G. Ispol'zovanie internet-blogov i «sotsial'nykh setey» v rossiyskoy publichnoy politike [Use the Internet-blogs and “social networks” in the Russian public policy]. *Izvestiya Altayskogo gosudarstvennogo universiteta – Izvestiya of Altai State University*, 2008, no. 4-3, pp. 288-296. (In Russian).
2. Vidnaya O.E. Funktsionirovanie zhurnalistskoy informatsii v novykh media [Function of journalism information and new media]. *Al'manakh teoreticheskikh i prikladnykh issledovaniy reklamy* [Almanac of Theoretical and Practical Investigations on Advertising], 2015, no. 2 (10), pp. 66-74. (In Russian).
3. Akopov G.L. *Politika i Internet* [Politics and Internet]. Moscow, INFRA-M Publ., 2014. (In Russian).
4. Katkina A.N. Vybory v evropeyskiy parlament cherez prizmu sotsial'nykh media kak elektoral'nogo resursa v evropeyskikh stranakh [Elections to the European parliament through the prism of social media as an electoral resource in European countries]. *Volgogradskiy gosudarstvennyy universitet. Seriya 4: Istoriya. Regionovedenie. Mezhdunarodnye otnosheniya – Science Journal of Volgograd State University. History. Area Studies. International relations*, 2016, no. 1 (37), pp. 129-136. (In Russian).
5. Manoylo A.V. Informatsionno-psikhologicheskaya voyna: faktory, opredelyayushchie format sovremenno vooruzhennogo konflikta [Information and Psychological War: Factors that Make Format of the Modern Weaponed Conflict]. *Materialy 5 Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii «Informatsionnye tekhnologii i bezopasnost'»* [Proceedings of the 5th International Scientific and Practical Conference “Information Technologies and Security”], 2005, no. 8, pp. 73-80. (In Russian).
6. Mogilevskaya G.I. Informatsionnaya voyna v sotsial'nykh setyakh [Information warfare in social networks]. *Molodoy uchenyy – Young Scientist*, 2015, no. 15, pp. 650-654. (In Russian).
7. Shironin V.S. *Agenty perestroiki. Rassekrechennoe dos'ye KGB* [Agents of Perestroika. Declassified Profile of the Committee for State Security]. Moscow, Algoritm Publ., 2010. (In Russian).
8. Butusov A.V. Spetsifika vedeniya informatsionnykh voyn v seti Internet [Specifics of information warfare on the Internet]. *Derzhavinskiy forum – Derzhavin Forum*, 2017, no. 4, pp. 111-115. (In Russian).
9. Solovey V.D. *Absolyutnoe oruzhie. Osnovy psikhologicheskoy voyny i mediamanipulirovaniya* [Absolute Weapon. Basic Principles of Psychological War and Media Manipulation]. Moscow, “Eksmo” Publ., 2015. (In Russian).

Received 4 December 2017

Reviewed 11 January 2018

Accepted for press 27 February 2018

Information about the author

Butusov Aleksander Vadimovich, Master's Degree Student in “Advertising and Public Relations” Programme. Tambov State University named after G.R. Derzhavin, Tambov, Russian Federation. E-mail: boo2zz75384@mail.ru

For citation

Butusov A.V. Sotsial'nye seti kak instrument politicheskogo protivoborstva i informatsionnykh voyn [Social networks as a mean of political confrontation and information warfare]. *Vestnik Tambovskogo universiteta. Seriya Obshchestvennyye nauki – Tambov University Review. Series: Social Sciences*, 2018, vol. 4, no. 13, pp. 71-75. (In Russian, Abstr. in Engl.).