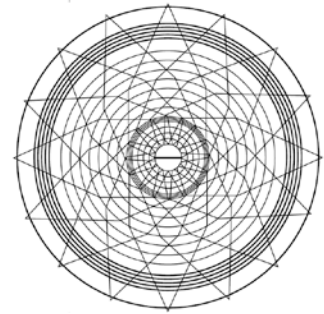


[Научная жизнь]

Социология информационных войн:

Материалы круглого стола



V Всероссийский социологический конгресс,
19-21 октября, Екатеринбург

СОЦИОЛОГИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ВОЙН

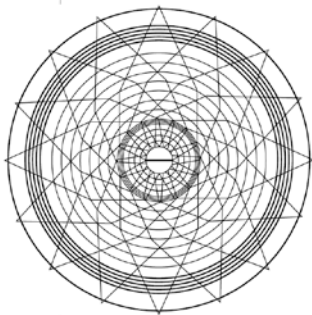
Материалы круглого стола

Abstract:

Модераторами дискуссии выступили руководитель Исследовательской группы «ЦИРКОН» Игорь Вениаминович Задорин, Валентина Александровна Шилова (Институт социологии Российской Академии Наук), а также заведующий отделом социологии Фонда «ИНДЕМ» Владимир Львович Римский.

В круг вопросов для обсуждения вошли такие темы как предмет социологического изучения, методы, пригодные для измерения информационного воздействия, основные каналы информационного воздействия, влияние на ситуацию медиаграмотности и медиаобразования. В Приложении к материалам Круглого стола читатели также могут найти проект исследования, посвященного изучению информационных воздействий во время межгосударственных конфликтов.

Keywords: информационные войны, информационные конфликты, социология, медиаграмотность, информационное воздействие



[Научная жизнь]

Социология информационных войн:
Материалы круглого стола

Участники круглого стола:

Задорин Игорь Вениаминович (Исследовательская группа ЦИРКОН)

Шилова Валентина Александровна (Институт Социологии Российской Академии Наук – ИС РАН)

Римский Владимир Львович (Фонд «ИНДЕМ»)

Кошкина Юлия Владимировна (Всероссийский центр исследования общественного мнения - ВЦИОМ)

Петренко Елена Серафимовна (Фонд «Общественное мнение»)

Карпова Анна Юрьевна (Национальный исследовательский Томский Политехнический Университет)

Моисеев Станислав Павлович (Национальный Исследовательский Университет Высшая Школа Экономики – НИУ ВШЭ)

Рыбакова Ольга Викторовна («Социум», Екатеринбург)

Василенко Людмила Александровна (Российская Академия Народного Хозяйства и Государственной Службы - РАНХиГС)

Шаронова Светлана Алексеевна (Свято-Тихоновский гуманитарный университет)

Пить Виктор Викторович (Научно Технический Центр «Перспектива», Тюмень)

Романович Нелли Александровна («Квалитас», Воронеж)

Черняева Татьяна Ивановна (Саратовский филиал РАНХиГС)

Егорова Лилия Георгиевна (Казанский Федеральный университет)

Задорин Игорь Вениаминович (Исследовательская группа ЦИРКОН). Здравствуйте, коллеги! ... Наш круглый стол, как и задумывалось, проводится в конце Конгресса, чтобы в нем могли поучаствовать участники других секций, в том числе связанных с проблемами коммуникаций, СМИ и тому подобных. Потому что то, что мы предполагаем обсуждать, находится на пересечении разных предметных областей.

В известной поговорке говорится «начали за здравие, закончили за упокой». Я сделаю наоборот, сначала скажу про неудачи. У нас подряд снялись все запланированные докладчики. Все пять. Некоторые не смогли приехать сюда на сам Конгресс. С некоторыми мы сначала договаривались по поводу скайпа, но с этим, к сожалению, тоже возникли накладки. Два человека, которые на конгрессе должны быть, тоже не обозначились. Поэтому мы со вчерашнего дня уже начали дрожать, но вчера вечером – теперь я перехожу к «за здравие» – у Елены Серафимовны Петренко появилась «плодотворная дебютная идея» – мы проведем что-то типа фокус-группы или мозгового штурма. И у нас получится настоящий круглый стол, не номинально, а реально – с репликами, с дискуссиями, и никаких формальных докладов и отчетных сообщений у нас не будет.

Вести круглый стол будем мы вдвоем – Валентина Александровна Шилова и я, Задорин Игорь Вениаминович. И еще, надеемся, подойдет Владимир Львович Римский.

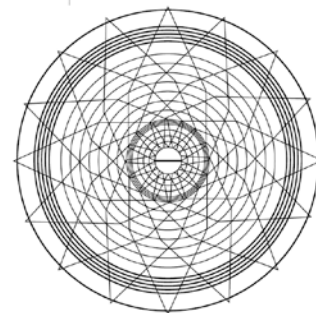
Для начала обозначим общую тематику дискуссии. Я скажу несколько слов о том, откуда возникла такая тема круглого стола, довольно необычная для российских социологических конгрессов.

Два с половиной года назад случились известные события, которые многих из нас потрясли своей остротой – это, прежде всего, российско-украинский кризис, Крым. В это время особенно проявились явления, связанные с понятием информационных

[Научная жизнь]

Социология информационных войн:

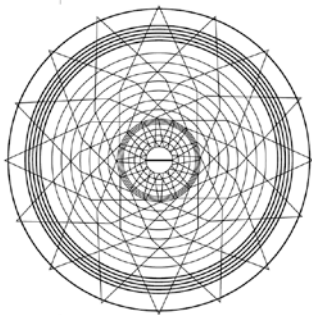
Материалы круглого стола



войн. Само по себе понятие, конечно, не новое, но оказалось так, что практика информационных войн существенно опережает их теоретическое и социологическое осмысление. Все уже вовсю практикуют соответствующие средства массового информационного поражения, есть уже соответствующие контуженные, убитые, и это самое поражение налицо. Тем не менее, социологи в этом процессе никак не присутствовали, хотя очевидно, что явление выходит на такой уровень, когда социологи уже должны сказать свое слово. Понятно, что эта тема уже достаточно хорошо и всесторонне изучалась психологами, социальными психологами. Во многом вопросы, связанные с информационными войнами, в аспекте воздействия на сознание человека, изучались в области психологии рекламы, психологии пропаганды, иногда немножко – социологии рекламы и СМИ. Тем не менее, именно в такой формулировке – информационной войны как межгосударственного информационного конфликта – это явление социологами не рассматривалось. А мы фиксируем информационные войны именно в этом жестком аспекте, мы не говорим про так называемые торговые информационные войны, банковские информационные войны. Мы говорим про межгосударственные информационные войны, которые во многом есть борьба за идентичность – или точнее война за смену идентичности. То, что мы наблюдали во многих странах в рамках цветных революций, описывается как трансформация, изменение идентичности части населения той или иной страны, и связано оно с изменением базовых компонент идентичности и самоидентификации, то есть понимания некоторых важных ценностей, понимания «свой»-«чужой», то есть позиционирования себя в социально-политическом пространстве. И в той или иной степени, мы – некоторые коллеги, которые собрались в 2014 году в один кружок – начали обсуждать эти проблемы, и теперь хотим это продолжить уже на более широкой аудитории.

Для начала хотел бы еще раз обозначить **тематику дискуссии**. Вот вопросы, которые хотелось бы сегодня обсудить:

- 1) *Что есть «социологического» в информационных войнах? В чем специфика социологического описания информационных войн, в чем отличия от психологического, политологического, технологического описаний?*
- 2) *Каковы теоретические основания для социологического описания информационных войн? Какие модели социологического описания информационных войн могут быть признаны эффективными?*
- 3) *Какие первоочередные цели и задачи социологического изучения информационных войн должны быть поставлены перед исследователями?*
- 4) *Какие методы социологического изучения информационных войн могут быть в настоящее время наиболее эффективными?*
- 5) *Какие необходимо предпринять организационные шаги для развертывания прикладных и фундаментальных социологических исследований информационных войн?*



[Научная жизнь]

Социология информационных войн:
Материалы круглого стола

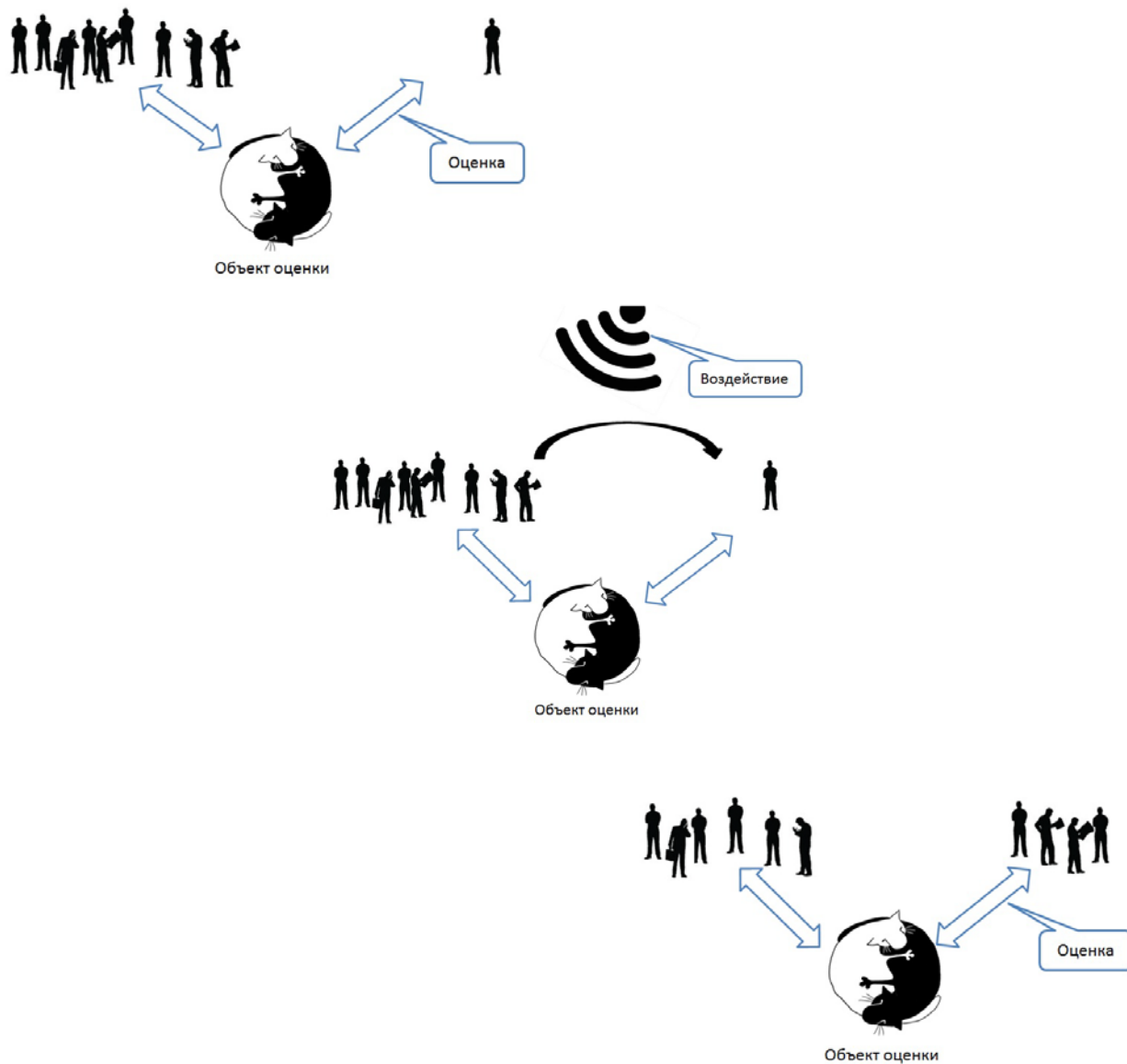


Рисунок 1.

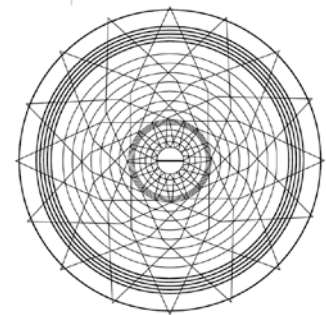
Задорин И.В. Для начала скажу, на чем мы в нашей группе фактически остановились. Мы сформулировали концепт информационной войны как концепт насильственного изменения мировоззренческой позиции масс.

Представим, что население некоторой страны так или иначе разделено с точки зрения идентификации «свой»-«чужой» в рамках соответствующего восприятия некоторого третьего объекта, который может быть определен (оценен) как «черное» или «белое» - я сознательно огрубляю. И вот это население попадает в определенное информационное

[Научная жизнь]

Социология информационных войн:

Материалы круглого стола



поле некоторой стороны, которая изменяет позиционирование определенных участников социальной группы таким образом, что они меняют свое позиционирование в социальном пространстве и восприятие этого третьего объекта (см. **рис. 1**).

То есть, это искусственное изменение позиции части населения, перенос его в другое состояние, которое начинает воспринимать тот же самый объект уже не как белый, а как черный, и таким образом изменяет позиционирование «свой»-«чужой», такое воздействие мы и называем по-настоящему информационными воинами. В настоящее время многие военные теоретики так и говорят: «Прошло время, когда надо было занимать территории противоборствующих стран – теперь достаточно занять умы». И если раньше таких военных технологий не существовало, то сейчас такие технологии созданы, и они уже в той или иной степени довольно успешно применяются, когда некоторые страны меняются фактически целиком, массы изменяют свою идентичность, [социально-политическое] позиционирование и переходят совсем в другую позицию. Меняют свою геополитическую ориентацию и так далее. И мы это в некотором смысле наблюдали.

И вот здесь я уже перехожу к вопросам, возможным репликам, возможным выступлениям...

Первый вопрос: где тут социология? И вообще, возможно ли обсуждать целенаправленное воздействие на массовое сознание населения с целью его смещения в социологических понятиях? Где там социология, где социальное, где возникают эти самые социальные отношения.

Второй вопрос – это, конечно, какие конкретные кейсы, случаи, социальные явления, которые в той или иной степени действительно могут подойти к такому пониманию информационной войны. Какие есть объекты исследования, которые для социологов могли бы быть рассмотрены как такие примеры.

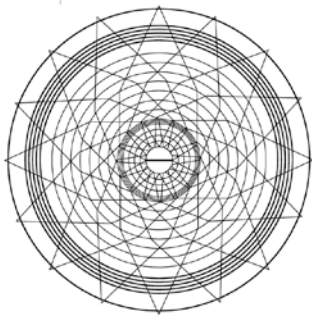
Ну и дальше соответственно хотелось бы, чтобы наш круглый стол завершился на конструктиве, то есть, чтобы вы не только высказали свои мнения, а, возможно, сформировали некоторую поверхностную и первичную, программу возможных дальнейших исследований в этой области. Если уж нас так много, тех, кто интересуется этим предметом...

Понятно ли вот такое вступительное слово взамен пяти докладов? Понятно? Хорошо.

Но у нас всё же есть Юлия Кошкина, которая готова нам что-нибудь сказать. У нас есть еще презентация коллеги Бродовской. Хочу сразу сказать, что мы по итогам, конечно, весь комплект презентаций всем предоставим.

Шилова Валентина Александровна (Институт Социологии Российской Академии Наук – ИС РАН) – Организационно: есть в Фейсбуке сообщество, которое называется «Гражданская оборона в информационной войне», в котором давно выкладываются интересные материалы, связанные с информационными войнами. Также у нас есть группа этого круглого стола, где мы планируем выкладывать материалы, в том числе презентации тех коллег, которые обозначали свои доклады и не смогли выступить. Мы их постараемся подгрузить. Я же пользуясь возможностью высказаться: хочу сказать, что, в принципе, сейчас основной акцент делается на том, что происходит информационная война между государствами – и объектом воздействия являются граждане другой страны. Но на самом деле, мне кажется, есть еще интересный ракурс этой проблемы – когда объектом информационного воздействия являются граждане собственной страны для формирования вот этих информационных акторов, которые становятся информационным полем для воздействия на другую страну. И, собственно

© Коммуникации. Медиа. Дизайн, Том 1, №4, 2016



[Научная жизнь]

Социология информационных войн:

Материалы круглого стола

говоря, эти аспекты тоже остаются не изученными. Я надеюсь, мы также эти вопросы обсудим. А сейчас, пожалуйста, Юлия Владимировна Кошкина, ВЦИОМ.

Кошкина Юлия Владимировна (Всероссийский центр исследования общественного мнения - ВЦИОМ). Тема информационных войн для меня достаточно новая. С другой стороны, она очень часто продолжает тему управления – а точнее, использования различных информационных технологий для управления общественным мнением. И опять же, возвращаясь к вопросу информационных войн и социологии, информационных войн и общества – работая в компании ВЦИОМ, я решила посмотреть, какие же данные могут относиться к нашей теме, и вот что из этого получилось.

Если мы обратимся к мнению о том, что интернет сейчас распространяется всё больше и больше – есть данные, если я не ошибаюсь, 2013 года – 26% населения интернетом не пользуется. В сети находятся абсолютно все и все находятся в информационном потоке, который нас окружает. Может быть, эти информационные войны и происходят. Что касается направления, где могут проходить эти войны – это на уровне государств, на уровне общества и на уровне личности. И, соответственно, вопрос об обеспечении информационной безопасности опять же рассматривается на разных уровнях. Что у нас в этом вопросе делает государство. Я нашла информацию о начале этого вопроса по обеспечению информационной безопасности. В 2000 году была доктрина, которая была принята по этому вопросу. И интересно, что в этой доктрине были прописаны права каждого гражданина на то, чтобы получать информацию, иметь доступ к информации. И получается, через 16 лет, уже в 2016, характер и наполнение той же самой доктрины очень сильно меняются – и основной акцент уже делается на личность человека, гражданина, на то, чтобы обеспечить его информационную безопасность от информационного воздействия и защитить его безопасность в информационном поле.

И в 2013 году — данные немного устаревшие, но, тем не менее, — проводился опрос, в котором респондентов спрашивали, насколько они чувствуют себя информационно-защищенными, насколько та информация, которой они обмениваются в интернете, никем не просматривается. И вот по данным мы можем увидеть, что 65% наших респондентов уверены в том, что спецслужбы смотрят нашу переписку, 50% – половина — считают, что иностранные спецслужбы за нами подсматривают, служба безопасности и частные лица, даже хакеры, они тоже имеют доступ, по мнению половины респондентов.

Это данные Всероссийского опроса. И последнее, о чем я хотела сказать — и это в дальнейшем, наверное, будет вопросом для обсуждения, для дискуссии... Обсуждая с коллегами тему информационных войн, мы столкнулись с таким вопросом. Социология уже в какой-то мере... некоторые эксперты считают опросы фактором, который формирует общественное мнение — иногда могут использовать данные опросов в каких-то своих целях. Насколько вы считаете, что тема информационных войн затрагивает социологию? В качестве примера здесь указывается опрос, который проводился после того, как Крым присоединили к России — это один из самых ярких и, я бы даже сказала, скандальных по своему представлению социологических опросов. Соответственно, с вами хотелось бы обсудить, как вы считаете, является ли опрос, так или иначе, оружием в информационной войне. И последний слайд. По данным опроса, что думает население о социологических опросах — все-таки доверие есть, большая часть доверяет социологическим опросам, это мнение населения. У меня все.

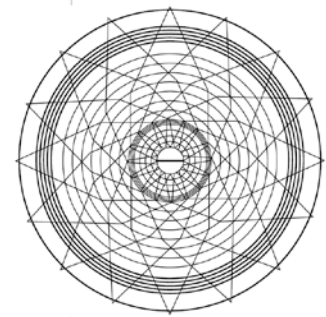
- Спасибо. Юля нас выручила, теперь ей отвечает Елена Серафимовна Петренко.

© Коммуникации. Медиа. Дизайн, Том 1, №4, 2016

[Научная жизнь]

Социология информационных войн:

Материалы круглого стола



Петренко Елена Серафимовна (Фонд «Общественное мнение») - Я хочу сказать, я осознала сегодня, что в 1996 году мы, Фонд «Общественное мнение», активно участвовали в информационной войне. Тогда была ситуация президентских выборов, и рейтинг Зюганова было сильно выше, чем у Ельцина, то есть у Ельцина выбора фактически не было. Впоследствии так случилось, что Фонд «Общественное мнение» стал опросной организацией, на которую ельцинской штаб и люди, которые там были, ориентировались. И с одной стороны, так оказалось, что на выборы тогда оказали влияние наши рейтинги, с другой стороны, я сейчас – на Конгрессе – оказалась вписана в работу секции информационных войн. И поначалу я удивилась, где я, и где информационные войны? А оказалось, я это прожила. То есть, это совершенно эмпирический опыт. Я не вела информационную войну. Но мы честно видели, что происходит, мы честно придумывали, как это хоть чуточку сдвинуть. То есть мы участвовали в этом противостоянии с помощью наших опросов. Такая ситуация была где-то в самом начале. Мы решили: «А давай спросим граждан, что они о Ельцине думают». Открытый вопрос задали. А Ельцин перед этим сказал, «мол, если чего, я на рельсы лягу». В общем, наслушались матов и советов об этих самых рельсах – мы полторы тысячи человек опрашивали, и 63% было вот такого мнения. Что мы сделали – мы все ответы на этот открытый вопрос записали, перевели и прислали в ельцинский штаб, буквально вот этот весь талмуд, со всеми этими... Ну, кое-где было многоточие.

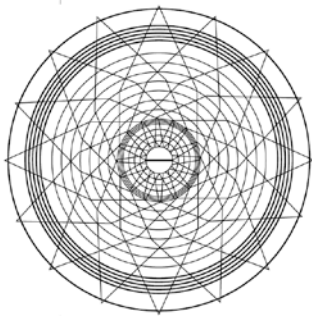
- И получился словарь русского языка.

- И этот талмуд произвел впечатление не только на членов штаба. Он произвел впечатление, и немалое, на главных героев, на Ельцина и на Татьяну [Дьяченко]. Собственно говоря, этот талмуд, который мы показали, он привел где-то к полной смене парадигмы кампании.

Задорин И.В. – Конечно, когда я сказал, что социологи никак не присутствовали при решении этого вопроса [об информационных войнах] – это было очень провокационное заявление. Всегда были, и были рядом. Я в этой связи, конечно, вспоминаю совсем недавний случай – это проект, который делает на Украине наш уважаемый Владимир Ильич Паниотто. Коллега уважаемый, но делает он малоуважаемый проект под названием «Индекс эффективности российской пропаганды»...

Петренко Е.С. - Как хочет, так и называет...

Задорин И.В. - Это понятно. Но не случайно же проект так назван. А почему, я сейчас скажу. Кстати, этот проект как раз к нашей дискуссии очень относится. Ведь фактически там берутся некоторые суждения, 6 суждений, которые оцениваются как пророссийская или проукраинская позиция. Например, «Майдан организовали американцы» – пророссийская позиция, или «Майдан был народной революцией снизу» – проукраинская позиция. «Крым оккупирован» или «Крым – это проявление субъектности самих крымчан», и так далее и тому подобное. И дальше, соответственно, во всех регионах был проведён опрос на согласие или несогласие с этими парными суждениями. Далее Паниотто фактически построил карту Украины на основе того, насколько в каждом регионе люди выражают точку зрения, близкую (в модели Паниотто) к российской позиции. И эти люди были им фактически объявлены, как информационно поражённые. То есть, карта Украины, как карта радиоактивного поражения – точно так же были индексированы регионы Украины с точки зрения информационного поражения российской пропагандой. Более того, этот проект имел и административные последствия. В докладе, который был опубликован, была прямая рекомендация, что в тех или иных областях, где этот индекс, то есть степень



[Научная жизнь]

Социология информационных войн:

Материалы круглого стола

приобщения населения к соответствующим суждениям российской позиции, слишком высок, надо принять определенные меры «защиты». Я сейчас специально немного утрирую, потому что это один из ярких примеров того, когда информационное воздействие и идеологическое воздействие именно так интерпретируется – как война. Она измеряется в терминах информационного поражения, и по результатам принимаются соответствующие меры, аналогичные мерам защиты безопасности и гражданской обороны. А нерадивые начальники, не защитившие соответствующее население от российской пропаганды, должны быть наказаны. Конечно, надо сказать, меня это «исследование» в свое время достаточно сильно возмутило, потому что, как мне показалось, всё-таки социолог должен допускать личностный генезис тех или иных идеологических или политических воззрений, а не относиться к людям, только как к пораженным или не пораженным пропагандой. В конце концов, у человека может быть свое собственное мнение по этим вопросам без всякой связи с российской позицией.

Петренко Е.С. - Ну что такое, ну, у него сорвалось...

Задорин И.В. - Не надо, Елена Серафимовна, не сорвалось, он это осознанно сделал.

- Ну вот такие кейсы. Это я к тому, что социологи, конечно, присутствуют... Но все-таки давайте дальше пойдём по списку тех вопросов, которые я постарался обозначить. Кто еще хотел бы что-то сказать относительно того, где тут вообще возникает социология, что тут социологическое, как могут быть операционализированы предметы исследования, объекты исследования, именно с социологической точки зрения. И соответственно где могут быть – и будут актуальными социологические исследования.

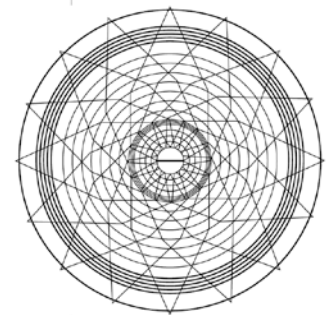
Карпова Анна Юрьевна (Национальный исследовательский Томский Политехнический Университет). Я занимаюсь темами политической коммуникации. Конечно, это очень пересекается с темой информационных войн, потому что давно есть исследования, которые появляются в политическом предметном поле, в нашем поле. Я хочу сказать, что здесь, конечно, в первую очередь возникает первый вопрос – социологический, о том, как происходит коммуникация. Как она осуществляется, как происходит эффект информационного воздействия. Как возникает информация, потом коммуникация. Коммуникация невозможна без информации. Я слушала сообщение представителя ВЦИОМ, приводились данные, и я удивилась, почему вы говорите только об интернете. Несмотря на то, что вы говорите про 25%, телевизионное воздействие всё равно остается на первом месте. Везде, и у нас, и там. Поэтому, конечно же, надо смотреть, в первую очередь, на то, как информационная война проявляется в СМИ – и в первую очередь на телевидении. Это говоря о том, как могут быть применены социологические исследования информационной войны.

Моисеев Станислав Павлович (Национальный Исследовательский Университет Высшая Школа Экономики – НИУ ВШЭ) - Я хочу сказать две вещи, в рамках этого конгресса тема вызывает у меня два больших вопроса. Первый из них в том, чем угрожает и что нам угрожает, то есть надо понимать, какая информация является информационным оружием и кем она используется. Второй вопрос также касается коммуникации, а именно: кем и как эта информация воспринимается. То есть, есть некая целевая аудитория в любой информационной войне. И вот вопрос такой, что на эту целевую группу информация направлена, она в нее попадает, она изменяет какие-то мнения. Но, с другой стороны, есть и не целевая аудитория, и на нее эта информация тоже воздействует, и вот тут возникают довольно интересные ситуации. Для меня примером такой информационной войны являются последние события, связанные с

[Научная жизнь]

Социология информационных войн:

Материалы круглого стола



Боингом, давно идет спор, возникает вопрос о том, было это или нет. И вот здесь мы, наверное, не отвечая о социологических опросах или нет, можем показать, что есть политика, которая так или иначе формируется, и как она преломляет общественное мнение.

И второе, про интернет. Выражаю согласие с тем, что нельзя оставлять без внимания телевидение, потому что пока массовое информационное поле – оно именно так и формируется. Но если говорить о социальной навигации, то, наверное, в интернете сейчас происходят более интересные вещи в плане информационного поля. Потому что в интернете воздействие, оно более тонкое – и теперь появляются ситуации, когда речь идет о воздействии на массовое сознание в целом. Комплексное формирование позиций и смыслов – происходит комплекс информационной направленности, который вызывает дискуссии, и за этим можно следить. Есть информационные атаки, когда появляются люди или боты, которые пишут комментарии. И информационный повод – они не только формируют позицию, но и транслируют ее, мы можем ее прочитать, увидеть определенное мнение. И что интересно, с этой точки зрения, если подумать, какая часть аудитории является активной и какова ее база. И становится очевидным, что сама эта интернет-аудитория является такой, интересной для информационной пропаганды и, собственно, на нее стоит внимание обращать. То есть для них интернет – это место, где они могут реализоваться и высказать свое мнение.

Петренко Е.С. - Я хотела бы к этому добавить: где-то весной этого года, проводились опросы, откуда люди берут информацию... Четверть респондентов из разговоров с друзьями и знакомыми...

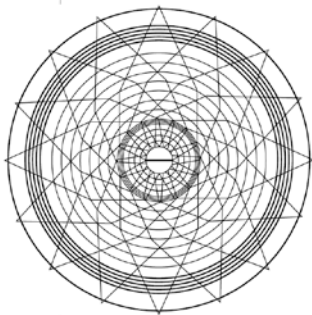
Карпова А.Ю. - Исследования российской блогосферы, последние российские исследования показали, что большая доля респондентов, использует для получения информации три телевизионных канала, а только потом интернет.

- Ольга Викторовна, пожалуйста.

Рыбакова Ольга Викторовна («Социум», Екатеринбург) - Мне кажется, сегодня телевидение не столько слушают, сколько читают комментарии – если бы кто-то взялся проанализировать комментарии, то стала бы понятна пикантность ситуации. Можно целый диспут об этом сделать.

Задорин И.В. - Я сейчас отнесусь к тому, что было сказано по поводу того, какие есть типовые воздействия, например, связанные с тем же самым Боингом... Понятно, что самого явления уже вообще может не быть. Вопрос в том, какая картинка мира формируется... А мы знаем про известную теорему Томаса: ситуация, которая воспринимается, как реальная, реальна по последствиям. В том смысле, что человек начинает себя вести, исходя из воображаемого. И в этой связи, конечно, информационные войны ориентированы на то, чтобы создавать соответствующие события, которых может не быть, к которым формируется определенное отношение, и дальше, соответственно, формируется поведение людей. Конечная цель любой информационной войны – это не только изменение сознания, это конкретное поведение. Но для этого используется такой промежуточный механизм как изменение отношения к тем или иным ситуациям. Вопрос опять же ... Я так упорно буду, как занудный модератор, говорить про социологическое. Посмотрите, значит, у нас есть социология СМИ, у нас есть тема, которая уже проработана, психология пропаганды. В чем специфика социологии информационной войны в отличие от психологии пропаганды?... Мы вот это должны понять – и то, что отличает от типовых задач, уже разработанных.

© Коммуникации. Медиа. Дизайн, Том 1, N°4, 2016



[Научная жизнь]

Социология информационных войн:
Материалы круглого стола

Шилова В.А. Можно Валентина Александровна свои пять копеек вставит? Дело в том, что пропаганда – это не самое страшное, на мой взгляд, потому что пропаганда – это все-таки стратегия коммуникативная, которая построена на убеждении, то есть она апеллирует к каким-то конструктам разума. А у нас возникает манипуляция, которая, собственно говоря, подменяет все реальные смыслы и апеллирует к подсознательному и способствует именно обману людей. У нас появились новые технологии, такие как провокация, то есть провокация как новая коммуникативная технология, когда происходят информационные вбросы, которые тиражируются в социальных сетях и которые, собственно говоря, нацелены именно на дезинтеграцию сообщества. То есть они своими какими-то вопиющими данными просто взрывают сознание людей и, конечно, это деструктивно по своей сути. Вы, наверное, многие являетесь зарегистрированными пользователями Facebook. Дело в том, что у меня огромная лента в связи с тем, что я ее изучаю. Не потому что это мои друзья, а потому что я изучаю Facebook, и мне важны разные дискурсы, нужны разные люди, разные аккаунты, как они представлены и так далее. И таким образом в моей ленте появляются люди, которые на меня информационно воздействуют. То есть они сначала под страницей того, что это какой-то благовидный человек, который живет где-то в Иркутске, является ученым, тоже социологом, он становится моим френдом, и он становится френдом по цепочке многих-многих коллег этого сообщества. И он публикует абсолютно нормальный дискурс. А потом вдруг в какой-то момент эта страница, как атомная бомба, взрывается, она начинает тиражировать огромное количество информации возмущенного характера, манипулятивного, то есть это какие-то фейковые сообщения или какие-то подделки под реальные сообщения и, собственно говоря, вот Facebook и любая социальная сеть — мы находимся, особенно те люди, которые открытые стратегии воспринимают коммуникативные, находятся в ситуации вот этого минного поля, заминированного такими аккаунтами.

- Спасибо.

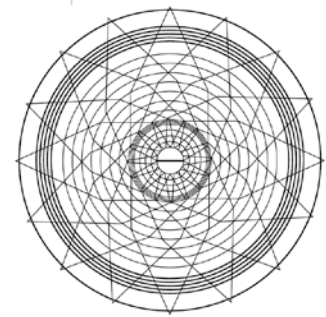
Задорин И.В. - Сейчас Владимир Львович войдет в контекст... Это важно в рамках информационных войн — сначала войти в контекст. Как известно, средства массовой информации уже давно являются не поставщиками информации — они являются поставщиками эмоций, и в этом смысле я хочу поспорить немножко о том, что пропаганда действует только на «рацио». Кто еще хотел бы выступить? Да, пожалуйста...

Василенко Людмила Александровна (Российская Академия Народного Хозяйства и Государственной Службы - РАНХиГС) - Я уже много лет занимаюсь интернетом, начинала из социологов, наверное, первая в этом направлении еще до начала двухтысячных годов, и я наблюдаю эти процессы довольно давно. Первое, на что я хочу обратить внимание – мы не должны забывать, что в интернете границ нет. Вот если мы можем, хотим защитить территорию, здесь есть граница. В информационном пространстве нет границ, поэтому ограничивать свое влияние — вот только интернет-сообществом в России совершенно будет непродуктивно, это не подействует, потому что всегда найдется 10 раз больше людей, которые будут так же воздействовать достаточно массово и оттуда. Первый момент, на что я хотела обратить внимание – почему это социология? Ну, первое, это меняет социальные отношения и общественное мнение. То, чем занимается социология – измеряет эти процессы в поле социологии. Тогда нужно применять социологические методы, но они в интернете другие. Ну, вот с точки зрения управленческих воздействий, уже лет пять, наверное, прошло, у меня

[Научная жизнь]

Социология информационных войн:

Материалы круглого стола

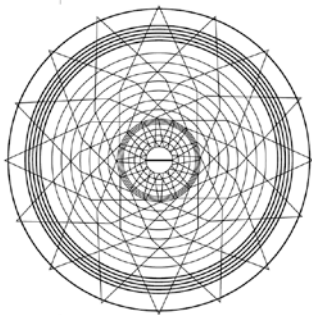


аспирантка защищала диссертацию по управленческим воздействиям в интернет-коммуникациях, то есть понятно, она классифицировала, просто посмотрела, что и как, причем делала она это на обычном блоге, то есть в блогосфере — интернет-то шире, чем блогосфера. В блоге просто, причем это было творческое сообщество, это никакая не война, ничего, но воздействие на сознание, на поведение. Она обнаружила приемы, как это делается сознательно или несознательно — это следующий вопрос. Сами принципы можно выделить, можно сейчас повторить исследование и расширить его, можно посмотреть, как это делается, но то, что приемы воздействия есть — понятно. Если мы понимаем, какой прием применяется, что это за прием, а вы еще вдобавок запомнили, по сравнению с тем, что было когда-то уже, то сможем выделить, каким способом идет влияние. Причем влияние какое? У нас есть социальная база, то есть надо понимать, на кого воздействуют, кто воздействует, с какой целью воздействуют, то есть это все придется выделять. Третий момент — момент оценки среды, она границ не имеет, но в этой среде — это среда общая, средства массовой коммуникации, совершенно верно, что это нужно объединять, и телевидение тоже. И самое главное — не останавливаться только на российском телевидении. Я включаю каналы, а там много чего, и я их не понимаю уже. Нельзя соглашаться, что это кто-то не понимает. То есть этот момент тоже можно социологически исследовать, каким способом и как — какие воздействия? Здесь и дискредитация, здесь и провокация, здесь и манипулирование какое-то прямое, и это тоже у психологов, вообще говоря, уже классифицировано. Это есть тоже, но это проблема на стыке психологии, никуда не денешься, здесь придется работать с этим. Второй момент, нужно же понять, чего хотят, и кто хочет — и если вот это исследовав, опубликовать, это довольно эффективное оружие. Четвертый момент — я обращаю внимание на методы конкурентной разведки, они здесь работают очень хорошо, они очень хорошо уже разработаны, они классифицированы, там все понятно, что и как. Есть технологические приемы, есть манипулятивные, информационные. Все есть, те самые слова, которые вы говорили там, это работает, потому что это конкретные инструменты, в том числе, и конкурентных войн. Вот вы говорите: «не будем экономику трогать», но методы одинаковые, это одни и те же методы, они уже используются, и я еще раз говорю, здесь нужно иметь команду технических специалистов, которые понимают, что, какие фиктивные блоги, какие настоящие, кто там чего, это все тоже можно изучить. Они заготавливаются заранее, то есть, есть признаки, когда вот она пойдет. Есть определенные признаки, когда начнется эта война, она не сразу начинается, идет подготовка сначала. Вот артподготовка, а есть другая подготовка. Просто эти приемы нужно знать и понимать, но это нужно специально заниматься. Второй момент — этим заниматься должно гражданское общество. Ни в коем случае нельзя допускать, чтоб занялось правительство, которое запретит Интернет и все прочее — хуже вариантов не придумаешь. Потому что закрыть интернет могут, а скандал будет еще выше.

- Мы уже на некоторые украинские, например, сайты зайти не можем, это нормально?

- В Китае закрывают, это можно сделать. Но если мы не организуемся... Я еще раз обращаю внимание, не российским гражданским обществом, а международным, иначе вы ничего не сделаете. Там нет границ, я еще раз обращаю внимание, и тогда нужно действовать крайне корректно, не обозначать, что это против России, это еще что-то, то есть каждый раз нужно смотреть...

Задорин И.В. - Можно на правах модератора... Значит, все-таки, я вот хочу сфокусировать внимание на том, что методы сами по себе, методы манипуляции, © Коммуникации. Медиа. Дизайн, Том 1, №4, 2016



[Научная жизнь]

Социология информационных войн:
Материалы круглого стола

воздействия, это не главное. Когда мы говорим про войну, специфика в том, что там точно есть одна сторона, и есть другая сторона, при этом эти стороны – это страны и население.

- Нет, в странах кто-то конкретно.

- Хорошо. Соответствующее население, граждане страны являются объектами. Я просто хочу, как бы заузить, потому что мы можем понятие войны использовать как метафору для всего, но в данном случае хотелось бы все-таки социологизировать... В любой войне есть то, что называется «цель», в том смысле, что это не просто так, а это целенаправленное воздействие. И вот здесь я хочу привести вас вот к чему. Что мы знаем хорошо, так это про само информационное оружие, средство доставки, это мы знаем, механизмы воздействия знаем. У нас нет социологических моделей понятия «массовое информационное поражение» как цели применения этого информационного оружия и его результата. Вот индивидуальное поражение — есть модели, и в психологии особенно. Но что называется *массовым* информационным поражением? Где там социологическая модель? Вот был объект – население страны, и вот он такой стал. Есть же примеры, пожалуйста?

Шаронова Светлана Алексеевна (Свято-Тихоновский гуманитарный университет) - Я **Светлана Шаронова**, сейчас Свято-Тихоновский православный университет, но вы не пугайтесь, о религиозных темах я с вами не буду говорить. Просто так случилось, что я занималась один период времени деловыми играми, социальными технологиями и привлекло меня туда мое внимание, а потом я вот искала социологическое начало, и я думаю где-то мы с вами будем сталкиваться, и я нашла польского социолога, который занимался разработками теоретических оснований — на социологической основе — социальных технологий. И о том, что информационная война, вы рассматриваете вот как субъект в целом, а они его рассматривали, как — одна из социальных технологий для изменения вот этих вот, достижений целей и прочее. Для применения в социуме в целом, потому что происходит не только смена системы взаимоотношений и каких-то представлений в мире, меняется капитально социум в целом, здесь не меняется только экономика, политика и культура. И вот в этом плане есть базовое начало, кроме того, что уже подготовили, теории коммуникации, массовые коммуникации, пропаганды <...>

И потом, я еще хочу обратить ваше внимание, вы очень увлечены, что информационные войны, интернет, знаменитые телевизионные войны (Ирак), когда мы каждый день смотрели по вечерам фильмы о том, как бомбят. У меня была девочка-магистр в РУДН, она из Намибии, мы пытались с ней тоже понять вот это информационное пространство — и я ей тоже: «Интернет! Телевидение!». А она мне говорит: «Комиксы».

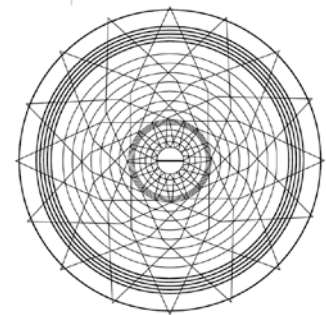
- Самое эффективное оружие.

- А эти комиксы мы вообще не учитываем в нашем российском пространстве. Оно к нам приходит извне в огромном количестве, и мы не видим этого, это более латентное и более мощное оружие, которое работает и оформляет все ваше будущее информационных войн на уровне выбора Януковича или второго, Ющенко. Мы одну войну тогда информационную проиграли, а вторую мы выиграли. Но еще хочу один момент добавить. Я в политику интернета... когда произошли события на Донбассе, самые первые основные на Донбассе. У меня есть очень хорошие знакомые, большой политолог при власти, она мне звонит и говорит, Света, знаешь, какая интересная вещь по поводу информационной войны собственно. Я в это время находилась в Англии, в мире шла война. Вы знаете, какая страшная в самом начале была война. Вообще ни

[Научная жизнь]

Социология информационных войн:

Материалы круглого стола



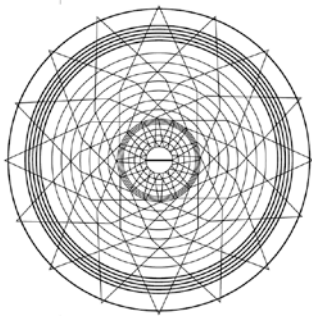
звука. Мы говорили, что там они против нас или еще что-то – ничего. Англия не знала, что идет война. Вообще не знала. Она говорит — как же так? Информационная война — она как блокада. Вообще. В сознании людей стирание полностью этого события, его нет, оно не присутствует. И взорвали это событие, как раз позже, когда я сказала ей: «Ну а сарафанное радио на что?». И я ей объясняю, и она уже начинает показывать картинки, показывать факты как раз с помощью интернета и программ телевидения, но уже было поздно. А вот отсюда волна пошла — снизу кверху. Блокировано было все, информации не было никакой. Она была не одна, естественно, это распространилось вообще по всему обществу, и начался процесс, стали интересоваться — а что же на самом деле там происходит? Я закончила, я просто заострила внимание на том, что есть теоретические основания, и не упускайте такие технологии, которые не имеют отношения к традиционным каналам массовой коммуникации.

Задорин И.В. - Спасибо. Ну вот мы подходим к тому, что, по крайней мере, специфика — это воздействие на весь социум, изменения в том числе ценностной структуры, отношения к определенным базовым вещам. Вопрос в том, что иногда некоторые вещи...Ну, например, возьму, так сказать, самую дурную тему... Вот, например, тот же самый гомосексуализм. За многие годы происходит в определенных обществах трансформация отношения к определенному явлению. И через 50 лет это явление рассматривается, условно говоря, как приобщение к определенным ценностям некоторого сообщества. И это рассматривается как прогресс. А в тоже время, например, точно такое же, так сказать, воздействие по изменению отношения к какому-то явлению рассматривается как агрессия, информационная агрессия, война и насильственное изменение ценностей. Где возникает эта развилка, когда одно изменение ценностной структуры общества рассматривается где-то как прогресс естественный самого этого общества и его развитие (у нас все общества, слава Богу, в той или иной степени, с первобытного периода изменили эти ценности), а где-то рассматривается как информационная агрессия против национальной культуры? И вот это уже война. Когда в короткое время изменяют эту самую идентичность и ценностную структуру. Вот здесь, мне кажется, есть развилка по пониманию того, что является войной. Итак, кто еще хотел бы сказать? ...Да, пожалуйста.

– **Пить Виктор Викторович (Научно Технический Центр «Перспектива», Тюмень)** Я бы вот хотел высказать полярное мнение. Я считаю, что в информационных войнах социологического ничего нет. Сейчас объясню свою позицию. Мы все отталкиваемся — социологи — в наших исследованиях от того, что на первом месте стоит социология. На самом деле, по моему мнению, на первом месте стоит использование социологических данных, то есть на первом месте стоит само использование цифр в средствах массовой информации. А мы все на телевидении, в интернете, других средствах массовой информации — мы видим только цифры. И все знают, что один и тот же вопрос можно задать по-разному, и получить цифры на одну и ту же тему абсолютно противоположные. Каким же образом происходит деление, условно, проправительственных СМИ и оппозиционных СМИ. Одни источники выбирают ВЦИОМ и ФОМ, другие источники выбирают, допустим, Левада-центр, которые как раз и пострадали из-за того, что их цифры расходились с общепринятыми.

- В том-то и дело, что не расходились.

- Использование и объяснение цифр должно быть по-другому. Т.е. массовому населению не говорят, как они получаются, почему они получаются. Просто вот так вот.



[Научная жизнь]

Социология информационных войн:

Материалы круглого стола

- Можно маленькую реплику? Все-таки социология не останавливается на цифрах, должна быть интерпретация, должен быть анализ...

- Большое спасибо, точки зрения зафиксированы. Нелли Александровна, пожалуйста.

Романович Нелли Александровна («Квалитас», Воронеж) - У меня вот такой комментарий по специфике информационных войн: то есть если идет воздействие, и вначале оно изучается у психологов, они естественно будут смотреть, как будут воспринимать эту информацию в зависимости от эмоционального состояния. А социология изучает социальные группы. То есть мы можем смотреть и описывать, как различные социальные группы воспринимают ту или иную информацию.

Карпова А.Ю. - Можно еще сказать по поводу интернета и телевизионного воздействия? Хочу доказать свою точку зрения. Данные исследования именно зарубежные, я изучала американские исследования и могу сказать, что самая главная последняя тенденция – это фрагментация идей и селективное воздействие. Они говорят – это интернет аудитория. А телевизионная аудитория – она глобальна. Именно там масштаб информационной войны наиболее сильный, а дальше уже можно осуществлять это как точечное воздействие через интернет коммуникации и т.д. Пример того, как осуществляется селекционное воздействие, я хотела привести на примере арабских телеканалов. Вы, наверное, все помните историю с Аль-Джазирой, как она потеряла рейтинги, это активно изучается другими исследователями, и в нашем поле тоже. Вот, пожалуйста, как информационная война оказала влияние на телеаудиторию арабских стран.

- Один некорректный показ, один некорректный случай – и все...

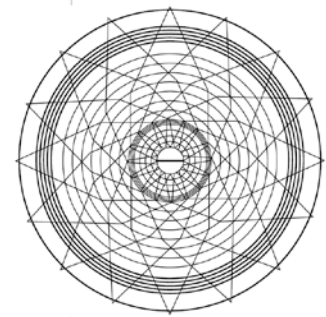
- 4 из 5 отказались от просмотра этого телеканала. И наоборот, обратный пример. Мы, Россия, после того, как Аль-Джазира утратила позиции влияния на массовую аудиторию, наш канал российский, который вещает только на англоязычные страны – Russia Today, но по-арабски по-другому звучит – они как раз в рейтинге обрели очень большую популярность. Мы ведем свою информационную войну.

Задорин И.В. - Хорошо. Вот, очень хороший, кстати, пример по поводу того, каким образом формируется предустановка к воздействию. Валентина Александровна говорила, что вначале к ней в ленту приходит тот, кто завоевывает доверие, лоялен, ведет себя хорошо, деликатно, а потом бац – и говорит что-то обратное. Значит, сначала формируется предустановка на доверие, а потом вброс, дезинформация или еще что-то похожее. Но есть случаи прямо противоположные. Например, известная история про распятого мальчика на Первом канале. Типичная дезинформация, однажды вброшенная и Первым каналом съеденная, и потом транслированная. После чего, соответственно, происходит дискредитация самого канала, потому что это фальшивка. И после этого любая, даже самая правдивая информация Первого канала тут же купуруется со словами «а, это очередной «распятый мальчик». Здесь, наоборот, формируется сначала предустановка на недоверие – и дальнейшая любая информация от этого канала воспринимается соответственно.... Но я все-таки отнесусь к тому, что Нелли Александровна сказала, а где социология? Смотрите, есть такие модели распространения некой идеи, как доминирующей в определенной группе. Есть некоторые расчеты, которые говорят: «вот она – идея - появилась, и если она захватывает 1-2%, она не сильно растет, но если ее доводят до 10%, в дальнейшем происходит взрывообразное распространение». Вот это как раз пример того, где наступает социология. Социология наступает при поиске вот таких критических уровней

[Научная жизнь]

Социология информационных войн:

Материалы круглого стола



распространенности той или иной идеи, после чего она начинает распространяться сетевым образом совсем по-другому, в виду других механизмов, и захватывает большое количество людей. Это только первые такие расчеты и на очень конкретных примерах, и они могут быть не валидны для других случаев. Но как мне кажется, социологи здесь могли бы проявить себя при поиске этих критических порогов. Но это как пример.

Моисеев Станислав Павлович (НИУ ВШЭ) - У меня есть комментарий о пересечении с полем социологии. Сегодня не раз уже об этом говорили, но ведь в социологии давно разрабатывались разные подходы и языки описания. Ну, например, я здесь говорю и про психологическое насилие, и про конструирование идентичности, или у нас также описан механизм различения «мы»-«они», и механизм, который они сознательно сделали, чтобы описывать себя. Собственно говоря, они и доказали, что эта групповая самоидентификация является объектом социологии. Кроме того, я хотел бы сказать ещё, что даже эмоции и эмоциональное восприятие – сегодня они входят в поле социологии, потому что уже лет, наверное, так тридцать, развивается социологическая концепция аффекта, как не индивидуального эмоционального переживания, а как – я бы сказал, смежного группового переживания. И это все очень интересно, и есть опять же исследования о том, как распространяется информация, которые стараются учитывать эти направляющие, которые изменяют сознание людей – это тоже со счетов сбрасывать не стоит.

Задорин И.В.: - Майдан – как массовый аффект.

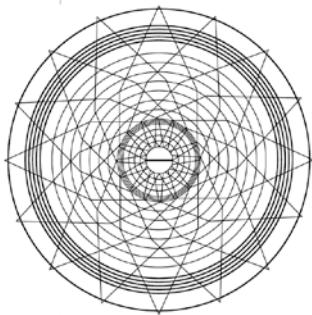
Моисеев С.П.: - В этом смысле не только такие формальные, персональные, я бы сказал, пороговые – но и социологические, но и в целом более глубокие истории можно развивать для того, чтобы сохранять это соотношение с нашим социологическим полем.

Римский Владимир Львович (Фонд «ИНДЕМ») - Пару слов. Во-первых, мне, извините, абсолютно непонятно, как это так, какие-то там социальные технологии. Я понимаю технологию как некий план конкретных действий, которые гарантированно дают результат. И что? Вы все убеждены, что если сейчас на меня какое-то воздействие будет – гарантированно будет результат? Я субъект, вы понимаете? Я субъект, я человек, поэтому гарантировать результат не может никто. Вот оно – поле социологии. Значит, пусть психологи изучают, как это воздействует на конкретного индивида. Наша задача – увидеть, где этот массовый вариант, это не технология, в том-то и беда. Никто не может гарантировать результат.

Задорин И.В. - Не технология в том смысле, что при определенных условиях делается воспроизводимый результат, а в социуме это вероятно.

Римский В.Л. - Вот, в этом и есть как раз предмет социологии. Потому что, что определяет успех? Ну, допустим, достаточно большое число, не знаю, подверженных этому воздействию. Я согласен, что оно целенаправленное, но я думаю, что здесь есть люди, которые занимаются продажами. Ну и чего, мы там в каком-нибудь супермаркете будем бегать за каждым покупателем? Да никогда, зачем нам это нужно? Мы делаем воздействие, и мы знаем, по опыту, что 80% их на это воздействие клюнет. И нам достаточно! Разве мы следим, как покупатели поведут себя? Никто ни за кем не бегает никогда. Они всё поставили как надо, и вы это купите. Не вы? Ну, 8 из 10 купит. Вот что нужно, на мой взгляд, в этой социологической тематике изучать. То есть, это на самом деле есть. И методы есть, ну, начиналась вот эта вся маркетинговая наука с социологии, но теперь можно вернуться обратно, потому что, на мой взгляд, здесь есть полная

© Коммуникации. Медиа. Дизайн, Том 1, N°4, 2016



[Научная жизнь]

Социология информационных войн:
Материалы круглого стола

аналогия. Никто в информационных войнах не ищет конкретного человека, на которого можно повлиять. Это вообще никого не интересует. Потому что, скажем, массовая паника – это массовая паника. Пусть там будет 2-3% тех, кто все понимает, но что они сделают? Что они сделают в этой массовой панике?

И еще одно соображение, это в плане модели. Вот с этим очень сложно, потому что, на мой взгляд, теоретических описаний именно этой специфики, именно информационных войн, пока нет. Но вот одно соображение у меня некоторое время назад появилось. Значит, когда эффективны вот эти методы, как бы сказал? Когда у наших замечательных социальных групп нет собственных стратегий поведения, нет собственных выстраиваемых сценариев развития ситуации. Вот в этом случае очень эффективно навязать чужой сценарий. Когда у вас та пустота, вот особенно— давайте продолжим пример с гомосексуалистами. Я в этом не специалист, но то, что я знаю в Европе, никто там ничего не пропагандирует, там просто сделана очень простая вещь – демократия. Знаете, что это такое? Нельзя их дискриминировать, вот все! Точка, больше никто ничего не делает. Вас не дискриминируют, вы хотите пройти по площади – идите. Вы хотите браки заключать – заключайте, только не лезьте к другим. Вот это главное, понимаете? Как только они начинают лезть к другим, так все, это право других жить своей жизнью. Мы же говорим, что это информационная война, разлагающая наше общество. Почему она разлагает? Потому что никто не знает этой специфики, именно социальной, что делают в Европе. Это вообще нигде у нас не присутствует, и в этой ситуации очень легко – просто пробить сознание и сказать, что они враги, они растлевают нас. Извините, как можно нас растлить, если вы в принципе не признаете это вообще как явление? Вы живете по-другому, как вас можно растлить? Уверенно заявляю, если можно растлить, значит, что-то у вас в сознании присутствует, что вы так как-то думаете, а вот может быть? А почему может быть? Да потому что нет своей стратегии, мы не понимаем, что мы должны делать с этими гомосексуалистами. Мы их раньше чуть ли не расстреливали, ну, по крайней мере, сроки давали. Потом вроде как свободу дали, сейчас начинаем все это обратно закрывать, свободу ограничивать. Надо решить этот вопрос, понимаете? Просто решить, как мы к этому относимся. После этого, уверяю вас, никакие воздействия с точки зрения гомосексуализма никак не будут влиять на информационные войны. Потому что это бессмысленно! У нас есть своя позиция. Вот вы мне рассказываете, что они так живут. Так пусть живут, ну, пожалуйста. Какое мне до этого дело? На меня это не подействует.

Римский В.Л. - Еще раз, если у вас сформирована собственная позиция, любое внимание по этой позиции вас не интересует, у вас своя позиция. Вы можете ее корректировать, можете говорить, почему те неправы, но повлиять на ваше поведение это никак не может.

Задорин И.В. – Может.

Римский В.Л. – Нет, не может.

Задорин И.В. - Та же самая пресловутая, уже доставшая всех в публицистике концепция окон Овертона, о которой, наверное, все слышали, она как раз и показывает, каким образом можно постепенно сдвигать имеющуюся позицию.

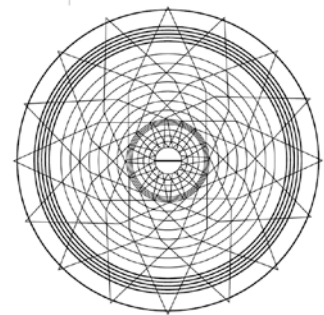
Римский В.Л. - Значит, это плохо сделанная позиция.

Задорин И.В. - Механизмы [сдвига позиции] существуют. Тем не менее, у нас двадцать минут осталось. Я бы уже хотел перейти к конструктиву, который заложен в третьем и

[Научная жизнь]

Социология информационных войн:

Материалы круглого стола



пятом вопросе, поставленных в начале дискуссии. Вот здесь еще нужны конструктивные идеи. Но вы хотели еще что-то сказать? Давайте.

- Я хотел дополнить. Сотрудник Саратовского государственного технического университета имени Гагарина. Хотелось бы вспомнить, как Гумер описывает круговую реакцию. И вот мы говорили об эффективности той или иной информации и её воздействия. Если заразить одного человека, он быстро разнесет, и это превратится в атомную бомбу. Можно ли вести речь здесь именно об эффективности воздействия на конкретно одного индивида, можно вообще все ему одному говорить? А он сделает всю остальную работу.

Римский В.Л. – Нет, это все-таки методика. Нас интересует, почему будет воздействие на всех.

Задорин И.В. – Хорошо! Промежуточная черта. Разобрались. Все-таки мы двигаемся. Социологию нашли, объект как-то определили. Все-таки это массовое изменение установок...

Римский В.Л. – Массовое поражение.

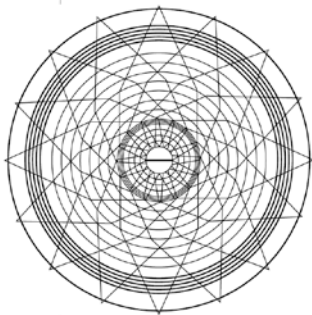
Задорин И.В. - Массовое поражение, хорошо. Я к тому, что манипуляция в принципе может быть не целеориентированная. Иногда бывают парные взаимодействия, манипулирование друг другом, исходя из любви к процессу. Это игра. Но мы говорим про войну, которая действительно имеет изначально совершенно четкую стратегию, в противном случае — это не война. То есть мы уже предполагаем, что есть стратегия, есть конечные цели, которые надо достичь. Они операционализированы, например, в виде конкретных цифр: было 50% думающих так-то, а стало 80%. Вот это и есть конкретное достижение в рамках информационной войны. Причем как раз важно, чтобы изменялись фундаментальные вещи, которые в обычной среде без этого интенсивного воздействия могут изменяться довольно долго.

Теперь переходим к организационным вещам. Мы уже определили, что в принципе нам – социологам – тут есть над чем поработать, и окружающий мир нам предоставляет море всяческих примеров, этих войн становится все больше и больше, именно потому что сами средства информационного воздействия становятся все более эффективными, а случаи массового информационного поражения — все более частыми.

И тут есть два направления работы: с одной стороны, можно изучать явление для того, чтобы сделать средства нападения более эффективными. Но мы два года назад организовали такую группу в Фейсбуке под названием «Гражданская оборона в информационной войне». Пока она не очень активна, но мы собирали различные методы манипуляции и методы защиты, собрали целую библиотеку... Почему «Гражданская оборона»? Потому что, как здесь было сказано, важно, чтобы помимо того, что государство применяет свои методы повышения безопасности населения от внешнего поражения, например, отключает интернет в разных местах, само гражданское общество тоже должно каким-то образом самозащищаться. И оно должно, по крайней мере, иметь знания, во-первых, для распознавания угроз, и, во-вторых, знания о некоторых средствах, каким образом можно защищаться. Что тут могут сделать социологи? Какие исследования надо провести для того, чтобы мы могли более ответственно предоставить эти вот знания о защите? Какие исследования?

Романович Н.А. - По информативности есть такие средства. Мы говорили о методах защиты, если по поводу методов изучения, то первое, что приходит в голову – это эксперименты. То есть одни плавают в этом информационном море – и из них можно

© Коммуникации. Медиа. Дизайн, Том 1, N°4, 2016



[Научная жизнь]

Социология информационных войн:
Материалы круглого стола

каким-то образом выделить контрольную группу, по каким-то критериям померить эффект.

Задорин И.В. - Замечательно. Мы ровно такую заявку на грант и подали полтора года назад, даже два раза, нам два раза отказали.

Римский В.Л. - Не понимают пока.

Задорин И.В. – Не понимают. Пожалуйста.

Карпова А.Ю. - Есть пример. Опять возвращаясь к экспериментальным исследованиям, вот примеры 2016 года исследования, свежие, весенние. Они как раз-таки проводятся: исследования по изучению факторов того, как происходит информационное воздействие на аудиторию с точки зрения бизнеса. Цели воздействия именно медиа-корпораций на сознание людей. Контролируют экономику медиа-корпорации, поэтому они постоянно проводят эти исследования, и вот вам, пожалуйста, цель воздействия – им нужно повысить рейтинг, им нужно зарабатывать деньги. Поэтому они изучают вот такие вот факторы воздействия.

Задорин И.В. – Хорошо! Так, еще соображения? Не только про методы, но и, действительно, какие цели и задачи в принципе могли бы быть поставлены перед социологами, и может быть какие-то организационные шаги.

- По поводу организационных шагов.

Задорин И.В. – Так, отлично!

Василенко Л.А. - Что мы можем сделать, будучи преподавателями и профессурой и так далее. У нас могут быть аспиранты. То есть нужно сформировать тематику предпочтительную в данном направлении, которую можно было дать тем аспирантам, которые придут. Потому что иногда приходят аспиранты, которые ещё не знают, чем заняться. Редко бывает, но все-таки бывает. Либо эту тему могут взять магистранты, бакалавры и так далее, и потихонечку писать, причем они должны быть разноуровневые. Что трудно? Нужно определить, по какой они будут специальности, вот это будет сложно.

Задорин И.В. – Социологические.

– Ну, есть у нас специальности связанные с исследованиями, есть специальности связанные с управлением, есть с социальными процессами. В принципе можно дифференцировать по специальностям...

Задорин И.В. – Очень хорошее, конкретное предложение. Предложение будет для аспирантов.

– Второе предложение. Но поскольку научные фонды пока не готовы к такой тематике, значит нужно смотреть, у нас же есть не только официальные государственные фонды, поискать спонсора на этом поле можно, можно найти. Потому что есть люди, которым это интересно и которые могут это финансировать. Я условно говорю. В принципе можно посмотреть, можно подумать над тем, что можно создать, может быть со временем.

Задорин И.В. – Хорошо. Создать фонд – это, конечно, для нас...

- Я думаю, надо начать информационную войну. Информационная война как социологическая инфекция. Нужно создать соответствующее мнение в органах власти.

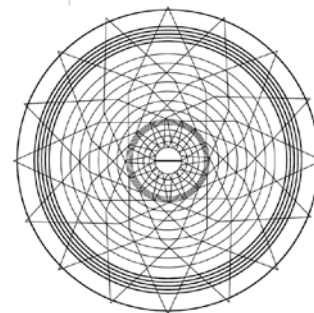
Задорин И.В. – Да-да-да.

- Я хочу сказать про методы. Мне кажется, что здесь можно было бы с одной стороны провести семиотический анализ вот тех материалов, которые служат оружием воздействия. Там явно должен быть также контент-анализ. Еще мне кажется, что для

[Научная жизнь]

Социология информационных войн:

Материалы круглого стола



измерения эффективности подошли бы методы типа решеток Келли, исследование изменения восприятия — то есть каким оно было до чего-то, и каким оно стало после чего-то. Следующий момент, это как задача было бы, возможно, мы уже говорили об этом, об измерении доверия к источникам, из которых приходит информация, по тем каналам, которые могли бы нам помочь.

Задорин И.В. – Хорошо, спасибо!

Черняева Татьяна Ивановна (Саратовский филиал РАНХиГС) - Вот я хотела бы к целям обратиться. Мне кажется, нам нужно время, чтобы выявить, какие вообще наиболее уязвимые группы социальные, какие могут быть стратегии защиты выстроены для этих наиболее уязвимых групп, и кто это вообще такие....

Задорин И.В. – Уязвимые группы относительно чего?

Черняева Т.И.- Относительно информационного поражения.

Задорин И.В. – Тогда скорее может быть первой задачей является поиск, а что является угрозой?

Черняева Т.И. - Да, что есть угроза, что является опасностью, как масштабировать это поражение.

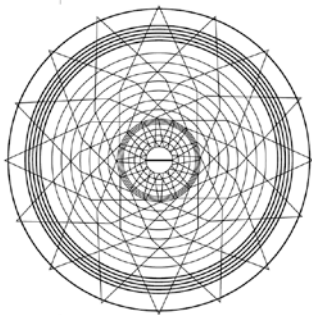
Задорин И.В. - Спасибо большое. Вот я не случайно задал этот вопрос по поводу того, где разница между прогрессом и агрессией. Потому что мы одно и то же явление можем действительно по-разному воспринимать: как угрозу или как подарок, который нам принес... троянский конь мирового капитализма.

- Можно я еще добавлю. Вот как соблюсти безопасность при проведении такого рода исследований? Потому что мы понимаем, что задавая вопрос, мы уже ставим под угрозу эту безопасность. Поэтому здесь это, конечно, очень деликатный вопрос.

Задорин И.В. – Это правда, да, пожалуйста.

- **Егорова Лилия Георгиевна (Казанский Федеральный университет)**. Почему это важно, потому что мы вместе и сейчас вместе с журналистами существуем — и у нас достаточно широкий круг совместных исследований. Сейчас во всем мире очень популярна, и я думаю, оно дойдет и до нас, потому что для нас это очень актуально, такое направление работы как медиа-образование, которое должно быть для всех студентов всех вузов и всех специальностей. Поскольку субъектом ведения информационной войны часто выступают средства массовой информации, то задача нас, как социологов, тоже могла бы быть каким-то образом встроиться в эту линию медиаобразования и медиаграмотности. Поскольку мы можем социологически обеспечить этот процесс, и показать его не только с точки зрения психологии... Так вот, когда мы об этом говорим, о медиаобразовании и о медиаграмотности, то это движение, понимаете, навстречу друг другу. Вот журналисты, они ищут, когда исследуют процессы той или иной информационной войны, они ищут выход на социологическое осмысление проблемы. А мы должны, со своей стороны, предложить им что-то. Это есть наша непосредственная задача, что в рамках публичной социологии мы должны включиться в рамках медиаобразования, в рамках осуществления образования...

Задорин И.В. - Спасибо большое. Исследовательская группа ЦИРКОН, как известно, проводит мониторинг медиаграмотности, и я хотел бы обратить внимание, что мы регулярно задаем один вопрос: «если вам встретится в СМИ информация, которой вы не очень доверяете, которая кажется вам спорной, то что вы будете делать?». И предлагаем самые разные варианты ответа: «поищу в интернете», «переспрошу у знакомых, родственников и т.п.» и так далее. И в частности есть опция ответа «ничего не буду делать, не буду перепроверять». Так вот доля таких ответов достигает сейчас 20-
© Коммуникации. Медиа. Дизайн, Том 1, №4, 2016



[Научная жизнь]

Социология информационных войн:
Материалы круглого стола

25%. То есть в нашем обществе сформировалась группа, которая, в известной степени, готова принять ложь, сказку, дезинформацию спокойно, как норму.

- Не согласны. Это такая психологическая защита.

- Я говорю, что они относятся к происходящим процессам в некоторой степени пассивно, не активно.

- Зафиксировано: исследования по медиаграмотности и соответственно медиаобразование — в них стоит включаться.

— Мне хотелось бы вернуться ко второму пункту — теоретическим основаниям информационных войн.

Задорин И.В. - Это для нас вопрос, мы его задали, потому что мы сейчас набрасываем вопросы. Нет, конечно, у нас больше вопросов, чем собственных теоретических моделей — в этом и был смысл этого круглого стола, задать всем вопрос, что помимо того, что у нас эмпирики не очень много, так мы говорим о том, что реально практическое воплощение существенно опережает теоретическое осмысление. Нет нормальных теоретических моделей.

Римский В.Л. - Все эти методы секретны, я вам ответственно заявляю. Мне с вами поделиться что ли, как это делается?

- То, что там военные получают с этой войны, оно ушло на второй план, а главное — была победа в информационном плане. И когда была смерть Саддама Хусейна в прямом эфире, это воспринималось очень даже спокойно.

Задорин И.В. - Еще и раньше, и во время Югославской войны это было... Тот же Глеб Павловский написал тогда про *оружие информационного доминирования*, когда фактически явление воспринималось, исходя из того, кто в большей степени доминирует в понимании того, что там происходит. Вот сказано: «эта сторона плохая, они на самом деле устроили этническую чистку», хотя те ничего не сделали — все, дальше все оправдания всех бомбежек уже были как само собой разумеющийся шаг. Это все было, и это все, безусловно, есть. Вопрос в том, что раньше это самое информационное воздействие сопровождало, тем не менее, реальную войну с физическим занятием территории. Сейчас уже не надо, я подчеркиваю, уже не надо этих самых бомбежек, достаточно отбомбиться на головы. И здесь, например, в связи с ситуацией Россия-Украина иногда говорят так, что обе стороны отбомбились на своей собственной территории. В том смысле, что украинская пропаганда полностью победила российское информационное оружие на своей территории, а Россия полностью победила Украину здесь, но обе стороны полностью проиграли на чужой территории. Ни Россия не смогла донести до Украины свою позицию, ни Украина до России не может донести. Средства защиты здесь хорошие, а нападение не очень...

- А понятие публичной политики вы рассматриваете?

- Конечно. Так вот в том-то и дело, что очень много смешано. Вот публичная политика хорошо, а если политика переходит в агрессию? Это очень интересный вопрос. И где действительно политика превращается в войну, а где просто в информационное взаимодействие или, вообще в диалог.

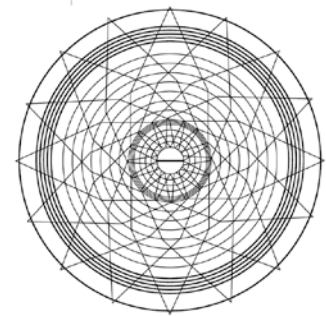
- Этот переход видно хорошо по тому, как это освещается. По дискурсу. Можно увидеть, где политика переходит в агрессию...

Задорин И.В. - Вот, Ольга Викторовна, вот очень интересный момент. На самом деле две презентации, которые нам готовили наши докладчики, они как раз связаны с анализом дискурсов, тех месседжей, сообщений в Грузино-Осетинском конфликте и

[Научная жизнь]

Социология информационных войн:

Материалы круглого стола



еще где-то. Они разбирали конкретные кейсы. Но вот что здесь очень интересно, с моей точки зрения: агрессия не фиксируется в непосредственном дискурсе, она фиксируется только в реакции того, на кого это воздействие оказано. Он это воспринимает, либо как благо, либо как агрессию, порой вне зависимости от нейтральности или направленности самого меседжа. Может быть, здесь есть материал для социологов. Да, надо подумать.

- Дискурс меняется, потому что...

- Тогда, прошу прощения, чтобы найти ответы на эти задачи психологические, найти критерии, когда дискурс можно идентифицировать не как дискурс информационного диалога, а как дискурс войны.

Задорин И.В. - Хорошая идея по поводу устойчивости, потому что есть воздействие, которое через три месяца элиминируется полностью.

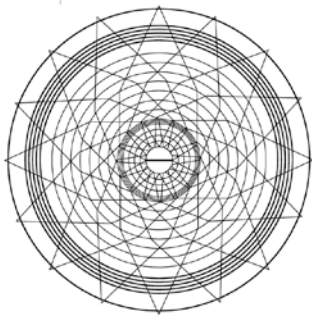
- Вот в 2013 году у нас был круглый стол, правда, по поводу лидерства и авторитета, были темы про патриотическое воспитание молодежи. И там был очень интересный доклад, студенты его сделали, они на примере социальной сети ВКонтакте показали, как они создают, по аналогии с вами, такие вот фонды, мини-фонды. Они работают по фотографиям с комментариями, сообщения ВКонтакте визуальные, где стараются использовать методы исторической реконструкции, прежде всего. Здесь есть и плюсы, и минусы, если речь идет о войне информационной, политика – это война, ну, когда вспоминаем, что такое война. Для них информационная война – это как стимул переосмыслить, вспомнить традиции, вообще узнать свою историю лучше. Поэтому исторические реконструкции, которые они активно используют, это Невский пятачок. Стараясь пережить те самые впечатления, события, так сказать. Но и те же самые памятники, которые в Европе ставят, это тоже информационная война. И для них, для сообщества студентов, которое занимается реконструкцией – это, конечно, метод самого движения. Хочу сказать, что в принципе согласен с Владимиром Львовичем, что человек, который сформирован, на него сложно повлиять. Но нужно понимать, что сейчас идет война самых молодых, молодежи, потому что поколенческий разрыв, он всегда есть, был и будет. И очень важно понять, кстати, на этом круглом столе обсуждались вопросы, которые решались тысячелетиями. Или вот зачем сейчас совершает самоубийство молодой, здоровый, это тоже следствие информационной войны против нас.

Задорин И.В. - Хорошо, спасибо.

– Я считаю, что нам не только нужно не только говорить о социологических методах изучения информационных войн, но еще и изучать методы, которые используют в целях их ведения. Потому что, например, если мы посмотрим статьи по проблеме распространения информации и пропаганды, то там идет пропаганда – будьте агентами-моделями. Специальные математические методы используются. Все это используется для чего? Чтобы строить некие конструкции. А второй, собственно, пример, это автоматический анализ текстов. Есть программисты, есть методы, тоже можно их очень хорошо использовать.

Задорин И.В. - Очень правильно, в нашей группе есть один математик, который как раз хотел бы использовать математические модели, но есть одна засада, и он обращается к социологам. Есть некоторые математические модели, которые могли бы быть применены к такому социальному явлению, но у него, что называется, нет эмпирического материала, который мог бы заполнить эту модель, и в каком-то смысле он обращается, как бы к социологам, он говорит: «а вы вообще хоть что-то меряете?». К

© Коммуникации. Медиа. Дизайн, Том 1, №4, 2016



[Научная жизнь]

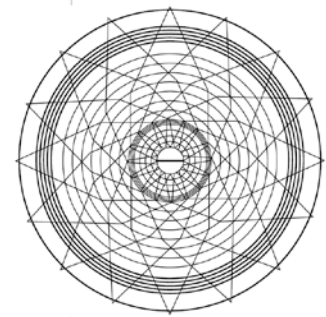
Социология информационных войн:

Материалы круглого стола

сожалению, мы просто измеряем мало, мало параметров таких, которые могли бы потом быть встроены в эту модель.

Петренко Е.С. - Мы же не знаем, какие параметры лучше измерять...

Задорин И.В. - Вот это одна из целей нашего круглого стола. Коллеги, смотрите, мы очень хорошо и плотно провели эти полтора часа, сейчас листочки идут, в них просьба записаться. Это не потому, что мы тут вспомнили про информационные технологии в последний момент, а мы все-таки хотим продолжить соответствующую работу в этом направлении и создать некоторый круг заинтересованных лиц, который будет, скорее всего, в сети в виде группы, может быть не в сетях типа Facebook, а где-то более корпоративно, где мы попытаемся организовать некоторую коллективную работу, как минимум, некоторый информационный обмен определенными материалами, источниками, работами какими-то, задачами, у кого какие есть. Попробуем организовать некоторое взаимодействие всех специалистов, которых эта тема интересует. Спасибо всем большое.



SOCIOLOGY OF INFORMATION WARS

Round Table Materials

Abstract:

The first Russian debate dedicated to the sociology of information wars was held in Ekaterinburg during the Fifth Russian National Sociological Congress (19-21 of October, 2016).

The participants to the debates were sociologists, social researchers, members of the academic society and media researchers.

During the discussion, many questions were observed from different points of view. All the specialists concluded that the subject of research of Information war from a sociological point is still needed to be found and established, as there is no settled opinion about this topic.

Some questions about the instruments and effects of the information war were also discussed during the round table talks. It was thus necessary to define some characteristics of the Information War – what researchers identify as an attack with the aim to facilitate information affection and what they do not identify as an attack.

The moderators of the discussion, Igor Zadorin (Research Group “ZIRCON”) and Vladimir Rimskiy (Foundation “INDEM”), mentioned some projects dedicated to the topics of information war and information affection, that was already held by modern Russian speaking sociologists. The question of polls as a tool of forming the mass opinion about the subject was also mentioned by Elena Petrenko (Foundation “Social Opinion”).

During the table talks some decisions were also made about the further strategy for researchers and the academic community. One of the offers was to unite within the framework of the Facebook group “Civil Defense against Information War”.

Keywords: information war, sociology, information affection, contested truths, media literacy