

Новые инструменты информационных войн

Научный руководитель – Колесникова Наталия Львовна

Арустамян Альберт Давидович

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет мировой политики, Кафедра международной коммуникации, Москва, Россия

E-mail: albert-7a@mail.ru

В современном мире войны отходят от своего привычного классического образа и приобретают все более гибридный характер. Одним из проявлений гибридизации войн являются информационные войны, которые в настоящее время приобретают все большую популярность. Данная тенденция во многом связана с усилением влияния социальных сетей на жизнь общества. Безусловно, политики не могли обойти этот факт стороной и не начать использовать его для реализации своих целей. [2] Если раньше для ведения информационных войн и пропаганды использовались газеты и различные другие печатные издания, телевидение и радио, то современные технологии позволяют распространять информацию намного быстрее, используя социальные сети. Сейчас ту или иную новость можно молниеносно твитнуть или запостить на страничке соцсети, что существенно оперативнее, нежели публикация в печатном СМИ. Поскольку большинство людей используют социальные сети ежедневно, то безусловно они оказывают влияние на формирование общественного мнения, что позволяет политикам расположить к себе население и тем самым добиться своих целей. [1]

Целью данной статьи является определение роли социальных сетей в ведении информационных войн. Для достижения этой цели необходимо выполнить ряд задач:

- выявить формы информационных войн;
- определить формы влияния социальных сетей на общество;
- проанализировать конкретные примеры ведения политических кампаний с помощью социальных сетей.

Реализацию стратегии использования социальных сетей можно наблюдать не только на межгосударственной, но и на внутригосударственной арене. Так, например, социальная сеть Twitter, активно использовалась кандидатами и их сторонниками либо противниками на последних выборах президента Соединенных Штатов Америки. Это, безусловно, так или иначе повлияло на мнение граждан государства при выборе главы государства. [3] Подобное проявлялось и во время антитеррористической кампании в Сирии, когда представители коалиций своими постами в соцсетях пытались продемонстрировать размер своего вклада в борьбу с терроризмом. На примере политической кампании Алексея Навального проводится анализ информационной войны, которую ведет Навальный со своей командой против существующей власти с помощью социальных сетей. Оппозиция публикует дифференцированную компрометирующую информацию о действующем правительстве и отдельных его представителях, используя пространства YouTube, Twitter и официальные страницы в других соцсетях с целью увеличить свою поддержку со стороны населения.

Результат проведенного исследования демонстрирует, что использование социальных сетей в подобных кампаниях является одним из проявлений гибридизации войн.

Определение роли социальных сетей в современных войнах позволит вырабатывать стратегии по прогнозированию и продвижению или предотвращению разного рода политических и военных действий внутри и за пределами государства.

Источники и литература

- 1) Лавренчук Е. «Социальные сети как медиа-площадки. «Центр изучения интернета и общества», 2014
- 2) Почему политики полюбили Twitter: <http://www.inosmi.ru/world/20150716/229132082.html>
- 3) Тролли против клик-ферм: как соцсети искажают реальность в эпоху «постправды»: <https://www.daily.afisha.ru/technology/3711-trolli-protiv-klik-ferm-kak-socseti-iskazhayut-realnost-v-epohu-postpravdy/>