



Цикл из 4-х семинаров
кафедры социальных коммуникаций ФП ТГУ:
**«Знания об инфовойнах как условие
информационно-коммуникативной безопасности»**

Тема семинара №1:



Эволюция

информационных войн

Ведущая:

Кужелева-Саган Ирина Петровна,

д. филос. н., зав. кафедрой социальных коммуникаций ФП ТГУ,
руководитель лаборатории гуманитарных новомедийных
технологий ФП ТГУ

“Praemonitus, praemunitus” (лат)
(«Предупреждён – значит вооружён»)



Часть 1

От печатной пропаганды до постправды

Информационная война — это форма наиболее острого информационно-коммуникативного противостояния или конфликта, который всегда предполагает наличие противодействующих сторон, преследующих определённые стратегические и тактические цели и использующих самый широкий спектр инструментов и способов управления массовым сознанием, включая манипуляцию, пропаганду и нейролингвистическое программирование (НЛП), что обеспечивает им (сторонам) безусловное господство в информационном коммуникативном сетевом пространстве



«Поколенческий» принцип классификации инфовойн:

Каждое поколение инфовойн соотносится с доминирующими в определённый исторический период *медиа*, что обусловлено концепцией канадского теоретика Маршалла Маклюэна — «Медиа есть сообщение» (“Media is the message”)

Инфовойны 1.0

Период: середина XV — конец XIX вв.

Доминирующие медиа: печатные СМИ и печатная пропаганда

Целевая аудитория — все слои общества

Цель: формирование общественного мнения в интересах правящей элиты или её оппозиции, претендующей на власть; либо в интересах воюющих друг с другом государств



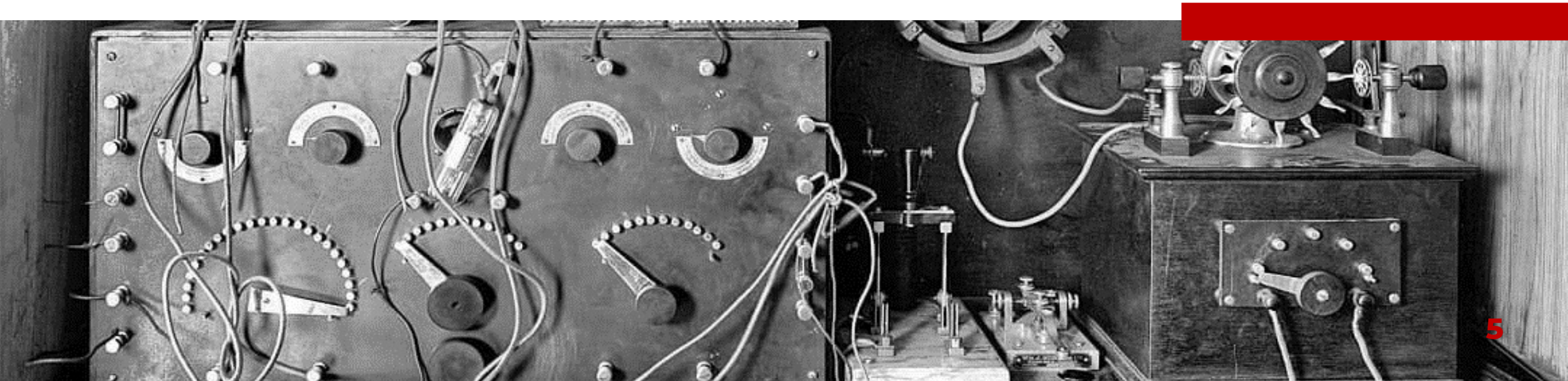
Инфовойны 2.0

Период: XIX — середина XX вв.

Доминирующие медиа: радио

Целевая аудитория — все слои общества

Цель: обеспечение эффекта «присутствия на площади» и формирование коллективных общностей, мотивированных к реальным действиям в интересах противоборствующих сторон



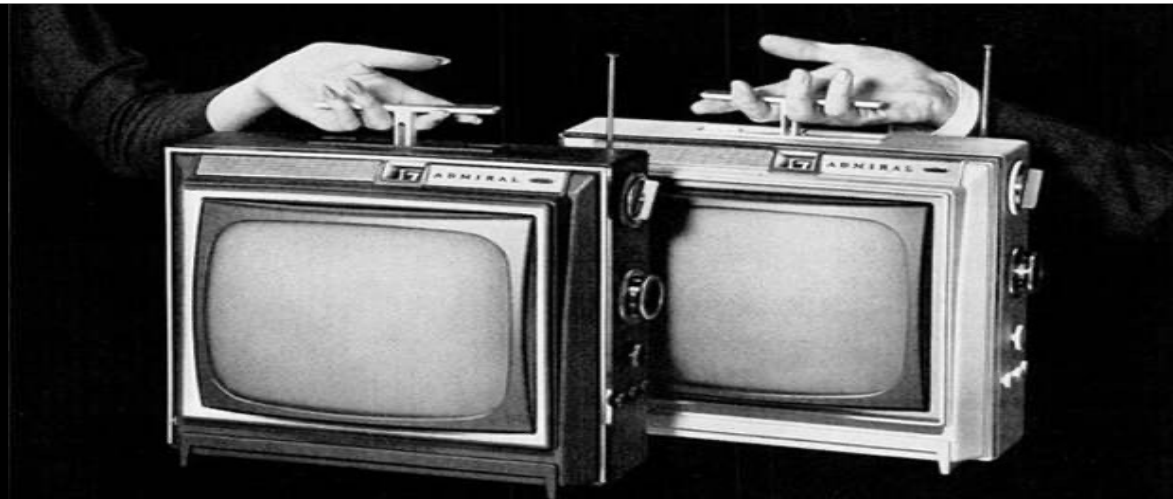
Инфовойны 3.0

Период: середина XX — конец XX вв.

Доминирующие медиа: телевидение

Целевая аудитория — все слои общества

Цель: атомизация общества и создание эффекта «реального присутствия на месте событий», не побуждающего к каким-либо реальным действиям, но формирующего в массовом сознании определенную идеологическую установку



Инфовойны 4.0

Период: начало «нулевых» — конец 2-й декады XXI в.

Доминирующие медиа: интернет

Целевая аудитория — все слои общества

Цель: продолжающаяся атомизация общества и создание иллюзии правдивости информации от лидеров общественного мнения в интересах противодействующих сторон



Инфовойны 5.0

Период: 2020-й — наше время

Доминирующие медиа: мессенджеры

Целевая аудитория — все слои общества

Цель: окончательная атомизация общества, обеспечение индивидуального потребления информации и создание иллюзии получения персонифицированного контента



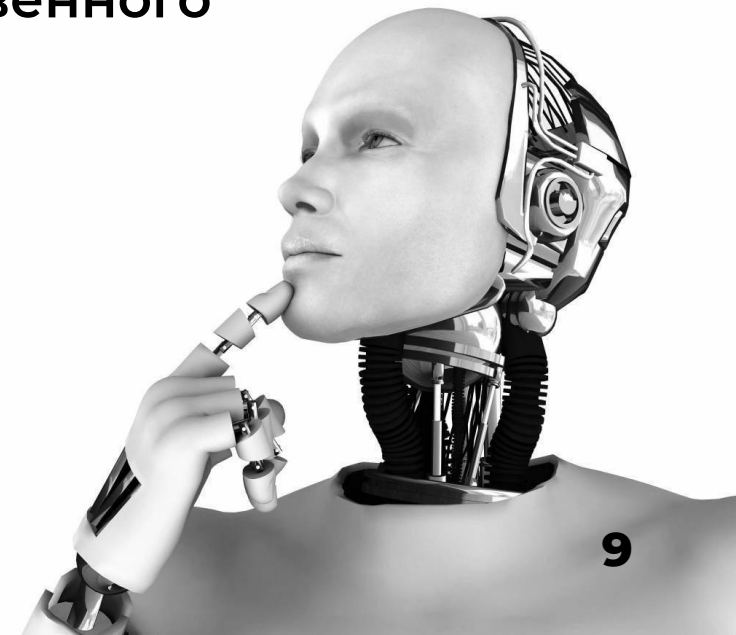
Революции в области современных инфовойн

1-ая: Возникновение феномена «постправды»

«Правда — это то, в чём журналист уверен, хотя он может при этом и ошибаться. Ложь — это когда журналист знает, что он врёт. **Постправда** — это когда ложь нежелательна, а правда недопустима» (Сергей Переслегин)

2-ая: Тотальность инфовойн

3-я: Использование в инфовойнах технологий искусственного интеллекта (ИИ) и беспилотников (БПЛА)



Выводы

По мере эволюции инфовойн —

— каналы доставки информации всё более усложняются

и совершенствуются технически;

— сама информация упрощается и «упаковывается» во всё более лаконичные и привлекательные внешне визуальные формы с помощью соответствующих знаков и символов

Информационные войны в целом становятся всё более изощрёнными с точки зрения своих специфических целей: создания не только определённого психического и эмоционального состояния целевой аудитории, но и формирования у неё определённой картины мира

Технологии (ИИ) умнеют; а общественный разум становится всё примитивнее

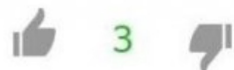
ОТКЛ. ЗВУК



АЛЕКСАНДР ФРОЛОВ 23 д

Сергей Щ., в Амурске не улицы, а лунный пейзаж. У нас в Эльбано в сто раз лучше. Но народ там же бежит.

Ответить



28.05.17

цеплята не пахнут почти

циплята

как это слово пишется вообще

маленькие курицы

Катюшка Михайлова

30 лет, Сердобск, Россия Последний визит: 1

Основное

Друзья 160

Фото 22

Группы 15

Заметки 15

Видео

Ещё ▾

Мужики. Запомните! Женщина выгледит так, как вы зарабатываете. Не красивых женщин не бывает, бывают НЕДОФЕНАНСИРОВАННЫЕ!!!

24 Комментировать 15 Класс!



♥ Нравится: 46

Красота в простате, простата во мне 🌿🌿 #красота


#мирспасаетпростата #горы #лес #Сибирь
#русскаякрасота #Красноярск #столбы
#Россия



Часть 2

Знаково-символический характер современных информационных войн





Знак — это абстрактный или материальный объект, представляющий в человеческом сознании *другой* объект. Это единство **означаемого** — содержания, смысла знака, воспринимаемого сознанием, и **означающего** — формы знака, воспринимаемой органами слуха или зрения

Знаковые (семиотические) системы — это совокупности знаков, объединённых определёнными **кодами**

Код — это то, что связывает знаки в одну систему

Коды бывают конвенциональными и неконвенциональными

Система конвенциональных кодов, разделяемых всеми членами общества, составляет духовную культуру этого общества. Коды контролируют социальное поведение его членов

Знаки бывают трёх типов: иконические, индексальные и символические (Ч. Пирс)

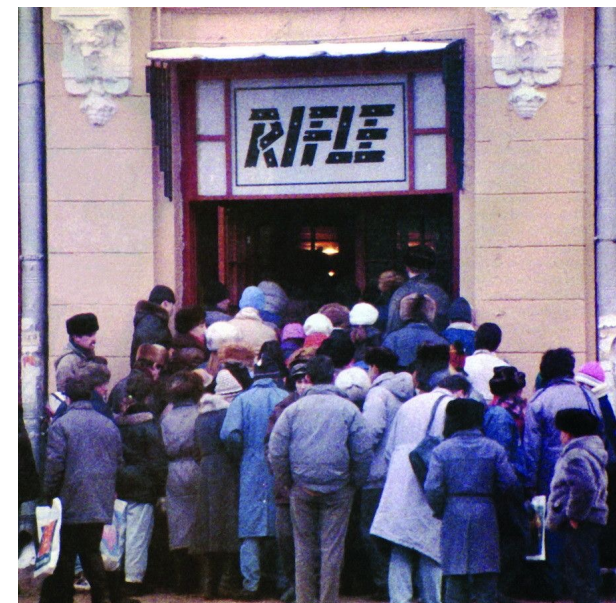
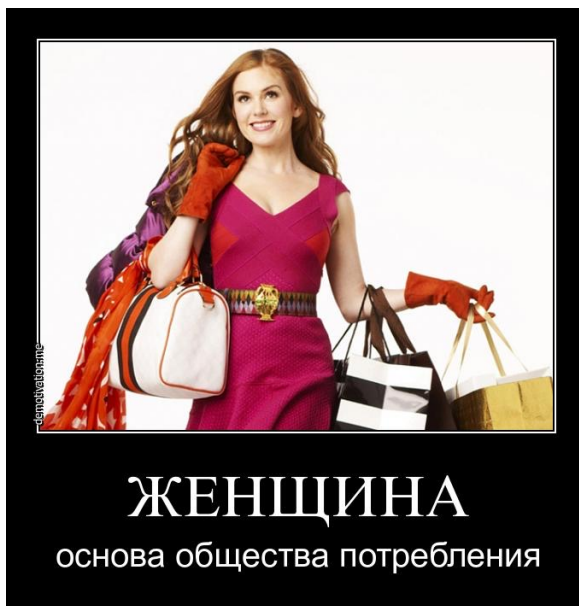
В широком смысле: знак = символ

Символы: исторические, религиозные, национальные, нравственные и др.

Атлас предрассудков и стереотипов о России и россиянах

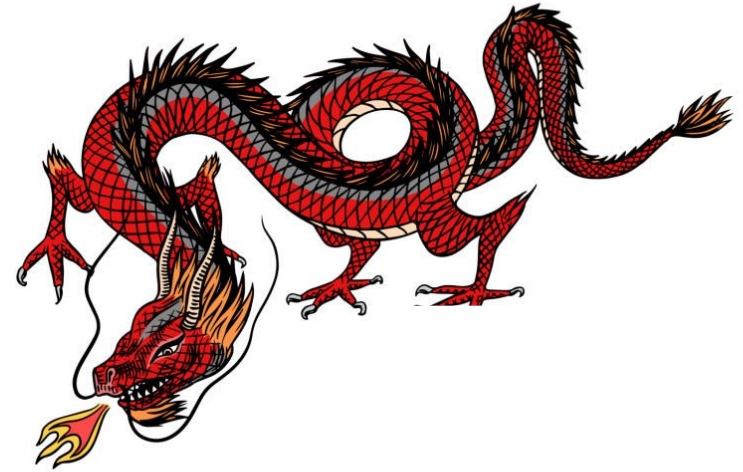


Открытие «семиотических границ» СССР



Что здесь «не так»?





«Эффект CNN»

“ Мы не побеждаем, пока CNN
не сообщает о том, что мы побеждаем

Джон Шаликашвили,
американский генерал



«**“Дивид”** — фрагментарный, разорванный, смятённый, лишённый целостности человек Новейшего времени» (Жак Лакан), испытывающий состояние «после оргии» (Жан Бодрийяр)

Фрагмент картины Иеронима Босха «Сад земных наслаждений»





“Культурное заражение” —
это состояние общества,
при котором его культура начинает
испытывать влияние более
престижных, но недостаточно
освоенных культурных знаков
/ символов и кодов,
накладывающихся на изначальные

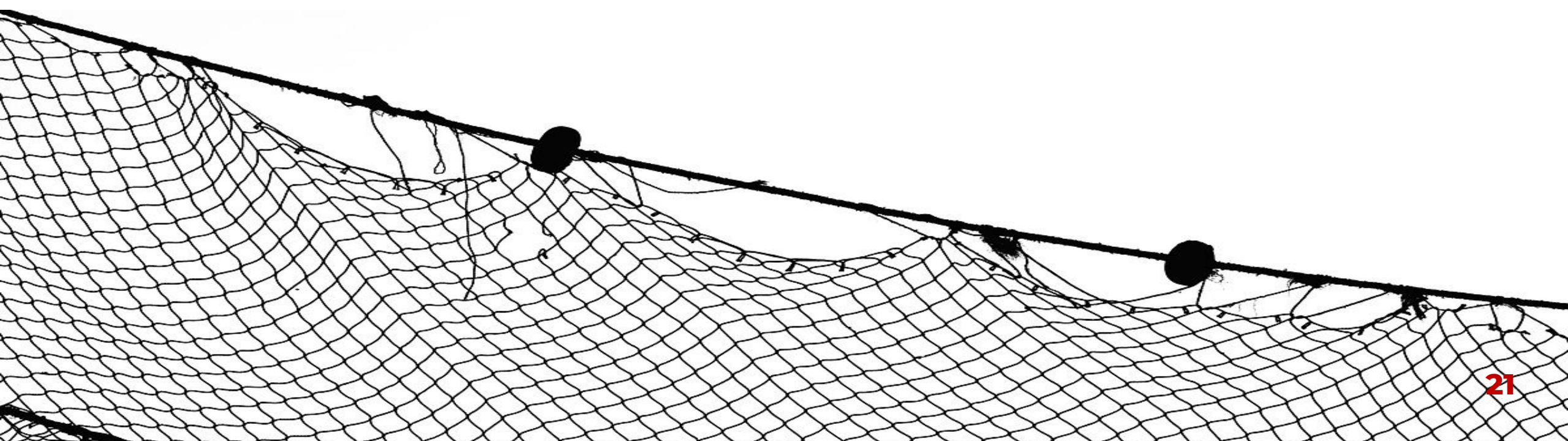
Роланд Познер,
немецкий семиотик



Часть 3



**Меметические войны в социальных сетях
как стратегические коммуникации
и проявление «генетических» законов**



“

Стратегические коммуникации — это продуманная интеграция вопросов восприятия и реакции в процессе разработки политики, планирования и операций на всех уровнях

Роза Брукс,
американский военный советник



Условия, при которых коммуникации становятся стратегическими:

1. они направлены на множественную и разнообразную аудиторию;
2. осуществляются длительно, а не единожды;
3. ключевые сообщения ориентированы на получателя, а не отправителя;
4. слова и действия синхронизированы в едином ключе

Эмили Голдман,
американский военный эксперт





Стратегические коммуникации —

это проецирование совпадающих стратегических ценностей, интересов и целей в сознание целевых аудиторий путем синхронизации разносторонней деятельности во всех областях общественной жизни с её профессиональным коммуникационным сопровождением

Евгений Пашенцев, д.и.н., проф., в.н.с. Центра цифровых исследований Института актуальных международных проблем Дипломатической академии МИД России, координатор международной группы специалистов по исследованию угроз международной информационно-психологической безопасности посредством злонамеренного использования искусственного интеллекта (Research MUAI)



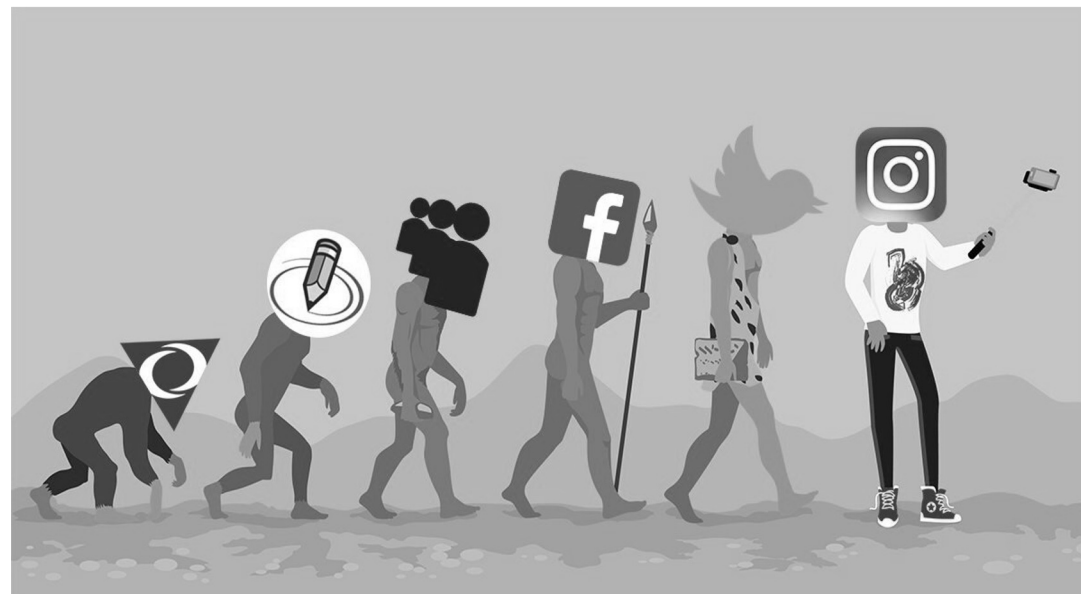
Свойства соцсетей, возникшие в результате их технологической эволюции:

Интегрирование межличностных и массовых коммуникаций

Агрегация и систематизация больших данных

Нивелирование роли традиционных СМИ как посредников между коммуникаторами и их целевыми аудиториями

Возможность создавать ложную онлайн-идентификацию и скрывать истинную



** Деятельность социальных сетей Facebook* и Instagram * признана экстремистской и запрещена на территории Российской Федерации*

Проблема: становление социальных сетей пространством трансформации повседневных коммуникаций в стратегические при неочевидности этого процесса для самих пользователей

(кафедра соц. коммуникаций ФП ТГУ)



Facebook* существует не для того, чтобы помочь нам заводить друзей, он превращает сеть наших контактов, предпочтений и активность — наши социальные графы — в деньги для других. Обладая этой информацией, Facebook* и исследовательские фирмы предсказывают ещё больше информации о нас — от будущей покупки продукта или сексуальной ориентации до нашей склонности к гражданскому неповиновению и даже терроризму

Дуглас Рашкофф,
Why I'm quitting Facebook*, 2013



* Деятельность социальной сети Facebook* признана экстремистской и запрещена на территории Российской Федерации



Facebook* — это глобальная открытая, постоянно эволюционирующая информационно-коммуникационная социально-технологическая система и интернет-платформа, функционирующая в формате Web 3.0, предназначенная для онлайн взаимодействия между персонализированными пользователями, являющимися **(неявно для них самих)** целевыми аудиториями коммерческих и государственных структур, заинтересованных в увеличении разного рода капитала: экономического, информационного, политического, имиджевого и прочего

** Деятельность социальной сети Facebook* признана экстремистской и запрещена на территории Российской Федерации*

“

Соцсети уникальны и в том смысле, что они дают возможность наносить точечные удары и накрывать обширные площади. Система засекает любое действие, совершенное в интернете. Если ты подключен к интернету — ты уязвим. Предконфликтная кибервойна будет порождать разногласия и оказывать влияние на общественное мнение ещё задолго до того, как население поймёт, что что-то не так. Соцсети и дальше будут использоваться в неблагоприятных целях. Наше самое уязвимое место — это наша наивность.

Джозеф Ванн

per Concordiam

ТОМ 10, № 2, 2020

Журнал по проблемам безопасности и обороны Европы

■ ЖИЗНЬ В МИРЕ НЕПРАВДЫ

Российская стратегия «разделяй и властвуй»

■ ИСПОЛЬЗУЯ СИЛУ МЕМОВ

Вирусные сообщения, наносящие болезненные удары

■ ОБЩЕСТВЕННЫЕ ЭМОЦИИ ПОД ПРИЦЕЛОМ

Социальные сети становятся незаменимым оружием

■ БОРЬБА С РАСПРОСТРАНЕНИЕМ «ФЕЙКОВЫХ» НОВОСТЕЙ

Может ли технология блокчейн предложить противоядие?

ПЛЮС

Северной Македонии предстоит преодолеть многочисленные препятствия
Коммуникации в чрезвычайных ситуациях: уроки Сербии
Дезинформация и присоединение Черногории к НАТО



Мемы — самовоспроизводящиеся информационные структуры-репликаторы, культурные аналоги генов, в качестве которых могут выступать идеи, нарративы, модные слова, изображения, мелодии, технологии и т. д.



Главное свойство мемов, обеспечивающее их репликацию, — это их **психологическая привлекательность** из-за связи с глубинными экзистенциальными смыслами

Важнейшим фактором эволюции и выживаемости мемов является не долговечность каждой их копии, но **скорость («вирусность»)** и относительная **точность их копирования**

Ричард Докинз

Цитаты из журнала «Конкордия»

“ Мемы — это инструменты ведения меметических войн — разновидности сетевых войн

Главная сила мемов в том, что они кажутся органическими, а не продуктом корпораций. Отсюда нельзя ошибаться в психологических и культурных контекстах, поэтому чем больше разработан план сбора информации, поступающей снизу, тем лучше

Мэтью Шлупнер,
военный эксперт Центра им. Маршалла

“ Нужно думать о мемах не как об оружии, как об инструменте в “конкуренции за нарратив”. Если цель кибервойны — контроль над информацией, то цель меметической войны — контроль над диалогом и психологическим пространством

Джефф Гизеа,
эксперт по социальным сетям

СИЛА МЕМОВ

ПОЧЕМУ ГОСУДАРСТВА-ЧЛЕНЫ НАТО
ДОЛЖНЫ ОСВОИТЬ ЭТОТ МОЩНЫЙ ЦИФРОВОЙ
ИНСТРУМЕНТАРИЙ

Майор Мэтью Шлупнер, сухопутные силы США

УПРАВЛЯЯ ТРЕНДАМИ

Информационная война
в социальных сетях

Подполковник Джерред Прайер, ВВС США

Тренды — ключевые (т. е. наиболее обсуждаемые) в данный период времени темы публичного дискурса, отсортированные по степени их популярности в соцсетях на основе анализа слов, фраз и хештегов с применением специальных алгоритмов

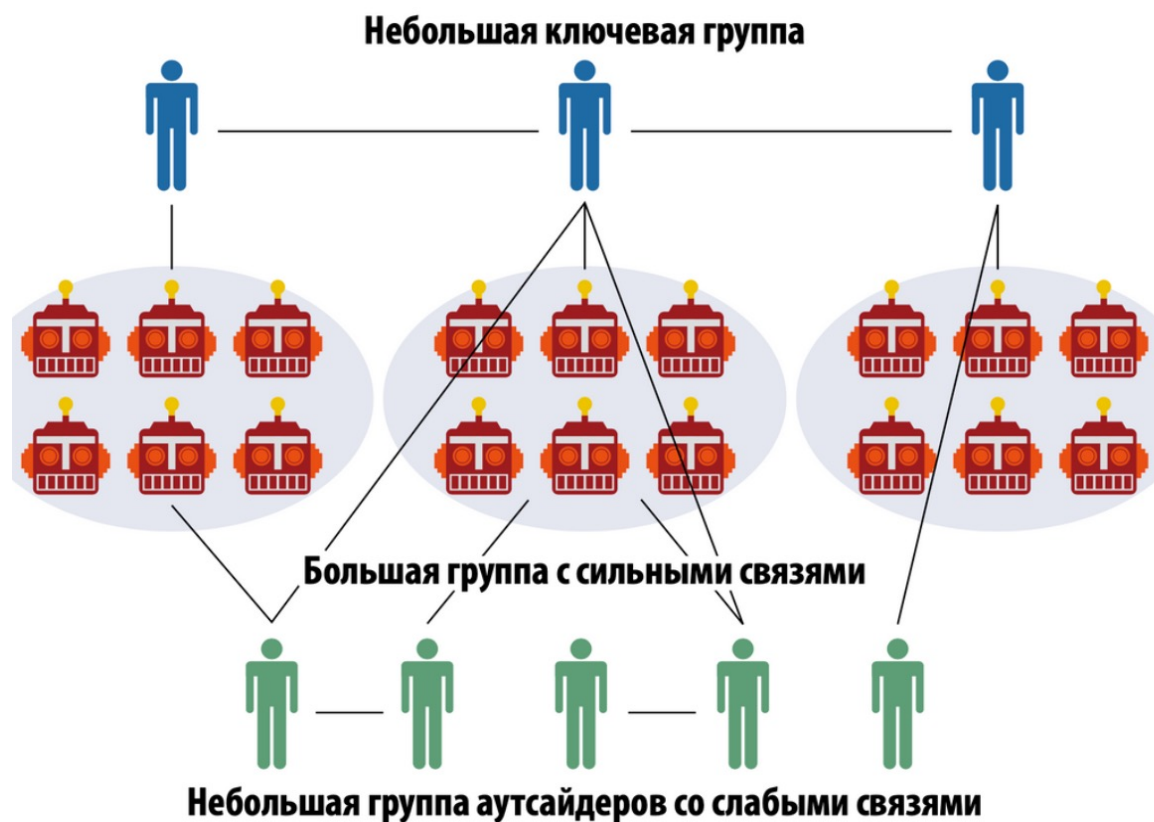
Три способа управления трендами:
их распространение, похищение и создание

Архитектура соцсетей позволяет распространять стратегические нарративы / мемы за пределы отдельного кластера их «адептов» именно через управление трендами

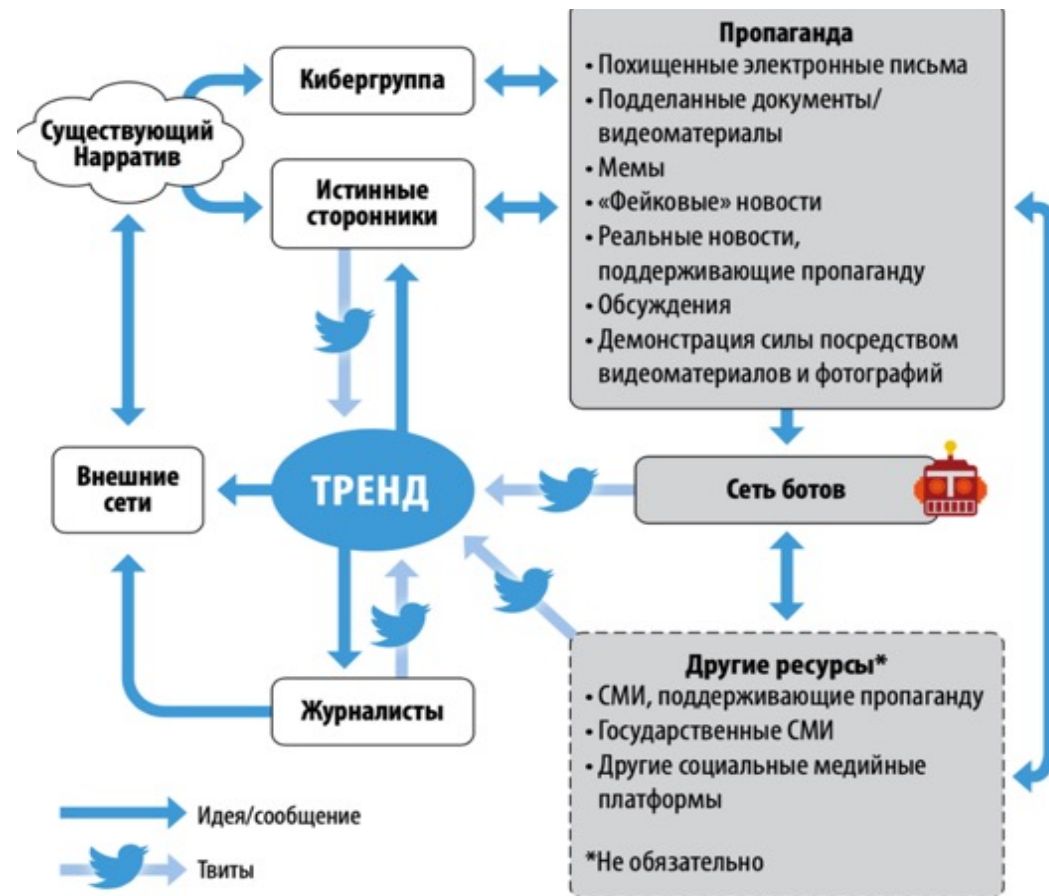
Тот, кто управляет трендом, будет управлять и нарративом; а именно нарратив, в итоге, управляет волей людей

Джерред Прайер, военный эксперт

Схема взаимодействия людей и ботов, участвующих в сетевой войне (в т. ч. меметической)



Общая схема управления трендом, а через него — нарративом



Нарратив-мем «Хлебная встреча»

“

Друзья мои, большинство из вас знают меня хорошо, независимо от того, когда наши пути пересекались, дорожек-то было ой, как немало. Может быть, мы с кем-то из вас общаемся ближе, с кем-то не так близко, кому-то из вас я нравлюсь, а кому-то и нет. Но если вы у меня в друзьях, то это потому, что вы мне нравитесь, и нас может объединять много общего. Решил поучаствовать в эксперименте под названием «Хлебная встреча». Идея в том, чтобы посмотреть, кто читает пост без картинок. Мы настолько глубоки в технологиях, что забыли самое главное – хорошая дружба. Если никто не читает это сообщение, то это будет короткий социальный эксперимент. Но если вы прочтете до конца, я бы хотел, чтобы вы прокомментировали одним словом о нашем знакомстве. Например: место, объект, человек, момент и т. д., когда вспоминаете меня. Тогда скопируйте этот текст и разместите его на своей странице (не делитесь), и я перейду на вашу страницу, чтобы оставить слово, которое напоминает мне о вас. Пожалуйста, не комментируйте, если у вас нет времени на копирование текста. Это разрушит эксперимент. Давайте посмотрим, кто потратил свое время на чтение и ответил по запросу!

Спасибо за участие!



Нарратив-мем «Хлебная встреча»

1. Ориентирован на множественную и разнообразную аудиторию
2. Функционирует длительно, а не единожды (в соцсетях с конца 2019 до конца 2023гг.)
3. Главный посыл ориентирован на получателя
4. Слова и действие, к которому он побуждает, синхронизированы в одном ключе
5. Психологически привлекателен для людей, поскольку разработан в соответствии с культурными кодами русскоязычных пользователей
6. Обладает высокой скоростью и точностью копирования, «встроенными» в послание
7. Нацелен на контроль над диалогом и психологическим пространством
8. Собирает информацию «снизу», формируя массивы больших данных о пользователях
9. Разработан с учетом концепции трендов (тренд «настоящей дружбы»)

“ Только человек — единственное существо на планете, способное восстать против тирании эгоистичных репликаторов»

(Р. Докинз)

A collage of vintage electronic equipment including televisions, a stereo system, and a radio, set against a background of newspaper clippings. The text "Спасибо за внимание!" is overlaid in the center in a bold red font.

Спасибо за внимание!