

ВИДЕОБЛОГИ КАК ИНСТРУМЕНТ ДЕСТРУКТИВНОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ВЛИЯНИЯ В УСЛОВИЯХ КОГНИТИВНОЙ ВОЙНЫ*

А. В. Курочкин

Институт научной информации по общественным наукам РАН,
Российская Федерация, 117418, Москва, Нахимовский пр., 51/21
Санкт-Петербургский государственный университет,
Российская Федерация, 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., 7–9

С. С. Морозова

Институт научной информации по общественным наукам РАН,
Российская Федерация, 117418, Москва, Нахимовский пр., 51/21
Санкт-Петербургский государственный университет,
Российская Федерация, 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., 7–9

Д. А. Будко

Институт научной информации по общественным наукам РАН,
Российская Федерация, 117418, Москва, Нахимовский пр., 51/21
Санкт-Петербургский государственный университет,
Российская Федерация, 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., 7–9

Г. В. Лукьянова

Институт научной информации по общественным наукам РАН,
Российская Федерация, 117418, Москва, Нахимовский пр., 51/21
Санкт-Петербургский государственный университет,
Российская Федерация, 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., 7–9

Данное исследование посвящено анализу видеоблогов как инструментов деструктивного информационного влияния в условиях когнитивной войны. Авторы предают особое значение методологическим основаниям исследования когнитивных войн, а также основным принципам и методам некинетических войн, направленных на осуществление контроля над общественным мнением и сознанием. Эмпирическая база исследования включала применение нескольких методов: анализ видеоблогов площадки YouTube как «глобального» сетевого пространства посредством использования языка R, тематического моделирования LDA и дискурс-анализа для интерпретации полученных результатов. Выборка исследова-

* Исследование выполнено в рамках проекта Экспертного института социальных исследований «Когнитивная война в условиях глобальной цифровизации: практики и перспективы» (№ 123091200077-6) при поддержке Минобрнауки в ИНИОН РАН.

ния была выстроена на основании трех критериев: оппозиционность, политизированность и популярность каналов блогеров. В результате проведенной работы авторами были выявлены особенности формулировки заголовков видео антироссийских блогеров, наиболее популярные текстовые единицы, используемые в заголовках недружественных для России YouTube-каналов, а также их центральные темы корпуса слов и словосочетаний. Основным итогом исследования стало выявление средств когнитивной войны, используемых оппозиционными блогерами в своих публикациях на площадке YouTube. В заключение авторы формулируют рекомендации для превенции деструктивного информационного влияния данного инструмента когнитивной войны: повышение степени информированности граждан в отношении реальных политических событий, в особенности в рамках СВО; воспитание информационной грамотности населения, объясняющей гражданам специфику подачи информации, носящей вражеский, дестабилизирующий характер для современной России; создание и имплементация стратегии ментальной безопасности России, базирующейся на традиционных и духовно-нравственных ценностях страны. Результаты проведенного исследования и рекомендации, могут позволить в значительной степени снизить риск деструктивного информационного влияния на граждан России в условиях когнитивной войны.

Ключевые слова: социальные медиа, видеохостинги, видеоблоги, YouTube, деструктивное влияние, когнитивная война, цифровизация.

Мы живем в опасном и неопределенном мире, внушающем не чувство слепой уверенности, а лишь тоже чувство умеренной надежды... Мир человека возник из хаоса обломков, оставшихся от прежних попыток. Он слишком хрупок и рискует снова обратиться в ничто...

С. П. Кузнецов. Динамический хаос.

ВВЕДЕНИЕ

Ключевой отличительной характеристикой современной системы международных отношений является чрезвычайное обострение конкуренции практически за все виды ресурсов: финансовые, материальные, человеческие, экологические и пр. Цифровая трансформация, сделавшая, с одной стороны, нашу жизнь более комфортной и разнообразной, с другой — способствовала этому процессу в значительной степени. Несмотря на казавшийся уже свершившимся фактом процесс нивелирования значения национальных границ, становящихся все более проницаемыми для информационных и ресурсных транзакций, совершаемых в цифровом формате, национальное государство не только не утратило свою значимость (в чем были уверены либералы еще 20 лет назад), но стало приобретать все большее значение в мировой политике. В этой связи абсолютно закономерным представляется появление в 2023 г. концепции мирового большинства, предложенной Российской Федерацией в качестве узлового принципа новой системы международных отношений. Сохранение реального суверенитета (политического, экономического, культурного) национальных государств — главное условие реализации данного принципа, что, очевидно, не устраивает коллективный Запад, развернувший сегодня гибридные войны в разных уголках планеты.

Одним из следствий обострения международной конкуренции в условиях глобальной цифровизации стало появление новых видов так называемых некинетических войн: ментальных, психологических, организационных, когнитивных, ключевой целью которых является борьба за человеческий разум. Глобальные социальные медиа, прежде всего видеохостинги, выступают главными инструментами данных методов борьбы, обладая значительным потенциалом для распространения информации, влияния на аудиторию и активизации мобилизационных процессов в виртуальном пространстве.

Цель данной работы заключается в анализе видеоблогов как средств деструктивного информационного влияния в условиях когнитивной войны. Основными исследовательскими вопросами являются следующие: Какую роль играют социальные медиа в условиях когнитивной войны? Какие инструменты когнитивной войны используют авторы видеоблогов? Какие угрозы в данном ключе стоят перед национальным суверенитетом России? Какие меры необходимо принять государству для снижения деструктивного информационного влияния на граждан России?

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ КОГНИТИВНЫХ ВОЙН

Некинетические войны стали предметом исследования мирового научного сообщества совсем недавно. Так, например, широкий общественный резонанс и пристальное внимание со стороны экспертного сообщества когнитивная война вызвала после публикации в 2020 г. доклада аналитиков НАТО Клаверье и дю Клузеля «Ведение когнитивной войны» (“Cognitive Warfare”). Он привлек самое широкое внимание и поверг в шок даже некоторых западных аналитиков, благодаря ряду резких и слишком откровенных (даже по меркам пропагандистов НАТО) суждений: «Человек очень часто является главной уязвимостью, и это следует признать не только для защиты человеческого капитала стран НАТО, но и для того, чтобы иметь возможность извлекать выгоду из уязвимостей наших противников... цель когнитивной войны — нанести вред обществу, а не только военным...» [Claverie, du Cluzel, 2022] (цит. по: [Northon, 2021]).

Несмотря на широкий общественный и экспертный интерес, методологические основания исследования когнитивных войн пока четко не определены. Наиболее адекватными международной политической повестке, а также стратегическим целям и задачам когнитивных войн могут быть признаны методологические принципы синергетики и теории управляемого хаоса, представленные в работах: И. Пригожина, Н. Стенгерс, С. Курдюмова, Дж. Шарпа, С. Манна и др. более четверти века назад. Ключевая цель когнитивной войны — посредством множественных флуктуаций, направленных в первую очередь на трансформацию когнитивных процессов, системы общественных ценностей и установок, лишить государства и общества, являющиеся целью агрессии, социальной и политической устойчивости. Используя принципы синергетики, мы можем говорить о возможности выведения общественных систем из состояния устойчивости

либо посредством небольших с точки зрения ресурсоемкости воздействий (флуктуаций), топология которых создает резонансный эффект, либо, согласно теории управляемого хаоса, посредством изменения начальных условий развития системы.

Так, один из ключевых принципов, сформулированный И. Пригожиным, определяет в качестве основного инструмента управления хаосом и одновременно условия устойчивости существования системы степень связанности ее элементов: «В сложных системах (социальных и экологических) взаимодействия множественны, как вертикальные, так и горизонтальные. В такой ситуации, когда каналов связи много, отношения между различными частями системы не могут быть интенсивными. Эффективность связи — залог устойчивости системы. Борьба между устойчивостью, которая обеспечивается эффективной связью, и неустойчивостью, вызываемой флуктуациями, формирует пороги стабильности системы» [Петров, 2017, с. 82].

В качестве ключевого параметра оценки такой связанности уместно предложить коммуникативную эффективность, определяемую как «результатирующая минимизации транзакционных издержек коммуникативного взаимодействия» [Курочкин, 2023, с. 50] и показывающую, насколько система ценностей и государственные институты способны обеспечить устойчивые связи между элементами системы, насколько они способны защитить их от деструкции, идущей извне.

Концепция дестабилизации общественной системы за счет разрушения социальных и культурных связей была изложена в работах американского исследователя Стивена Манна еще в начале 1990-х годов. В них ясно определены цели, задачи и общие положения стратегии формирования управляемого (извне) хаоса в странах, являющихся объектами агрессии со стороны США и Североатлантического альянса, которые абсолютно созвучны целям и задачам современной когнитивной войны.

Главная задача, как уже было отмечено выше, — это ослабление и (в идеале) разрушение связей между элементами общественной системы, т. е. деструкция социальной сплоченности общества, посредством насаждения ценностей индивидуализма, разрывов идентичностей, социальной атомизации в виртуальной среде социальных медиа и пр.

Данная стратегия, активно реализуемая США и их сателлитами с самого начала 1990-х годов на постсоветском пространстве, базировалась на трех «китах»:

1. Экспорт институтов либеральной демократии по американской модели, имплементация которых должна дестабилизировать национальную систему политического управления (что само по себе, согласно принципам социальной синергетики, является крайне контрэффективным управленческим маневром, направленным против тенденций саморазвития общественной системы), обеспечить институциональные форматы реализации флуктуаций, направляемые извне в интересах «коллективного Запада».

2. Экспорт рыночных институтов, желательного в классической форме нерегулируемого рынка А. Смита, направленный на раздробление традиционных

хозяйственных связей и возможность захвата контроля над наиболее ценными рыночными активами.

3. Экспорт системы ценностей общества потребления, базовыми из которых является индивидуализм, ориентация на достижение личного успеха любой ценой, свободная нерегулируемая конкуренция индивидов за социальные статусы по рыночному образцу.

В качестве результирующего вывода С. Манн со всей прямотой и откровенностью приводит следующий: «Как показывают хакеры, наиболее агрессивный метод подмены программ связан с “вирусом”. Но не есть ли идеология лишь другое название для программного человеческого вируса?.. С этим идеологическим вирусом в качестве нашего оружия США смогут вести самую мощную биологическую войну и выбирать, исходя из стратегии национальной безопасности, какие цели-народы нужно заразить идеологиями демократического плюрализма и уважения индивидуальных прав человека. С сильными американскими обязательствами, расширенными преимуществами в коммуникациях и увеличивающимися возможностями глобального перемещения, вирус будет самовоспроизводящимся и будет распространяться хаотическим путем. Поэтому наша национальная безопасность будет иметь наилучшие гарантии, если мы посвятим наши усилия борьбе за умы стран и культуры, которые отличаются от нашей. Это единственный путь для построения долговременного мирового порядка (хотя, как мы видим, никогда нельзя достичь абсолютной постоянности)...» [Mann, 1992].

Таким образом, мы можем с высокой долей уверенности говорить о том, что стратегические принципы когнитивных и ментальных войн были сформулированы задолго до 2022 г. и в разных форматах уже нашли применение в Ираке, Афганистане, Сирии и других уголках планеты. Однако именно сегодня гибридная война развернута коллективным Западом прямо на европейском континенте и в невиданных ранее масштабах, что неудивительно, поскольку главным объектом агрессии стала Российская Федерация, к открытому военному противостоянию с которой ни США, ни их сателлиты никогда не были готовы. Информационная агрессия, развернутая ими в ходе специальной военной операции, представляет собой актуальный и масштабный материал для исследования стратегии и инструментов ведения когнитивной войны. В данной работе мы представим лишь небольшой срез такого исследования, основным объектом изучения которого станут видеоблоги глобального видеохостинга YouTube.

ДИЗАЙН ИССЛЕДОВАНИЯ

Для анализа видеоблогов как средств деструктивного информационного влияния в условиях когнитивной войны в качестве объекта нами была выбрана платформа YouTube, являющаяся одним из крупнейших и наиболее популярных онлайн-сервисов для обмена видео.

Выборка исследования включала блоги антилоялистов, относящихся к наиболее антироссийски настроенным кругам. Что характерно, они входят в число наиболее популярных политизированных блогеров на платформе YouTube:

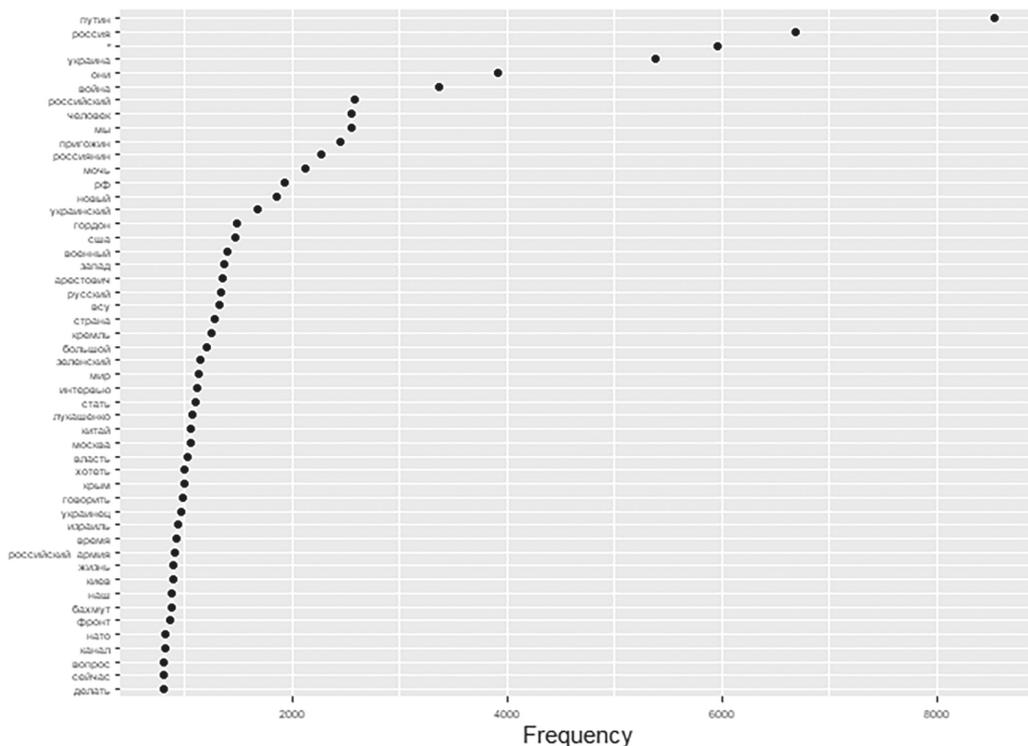


Рис. 2. График частотности в заголовках

представлены в виде графика, где по оси Y располагаются понятия, а по оси X — частотность их употребления (рис. 2). Посредством тематического моделирования LDA нами также был проведен анализ корпуса заголовков видеоблогеров-инфлюэнсеров (см. табл. 1).

Аналитика полученных результатов была выполнена на основе использования дискурс-анализа.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Прежде чем переходить к анализу заголовков видеороликов, следует обратить внимание на особенности их формулировки и позиционирования в сети. Отметим, что их интенции носят довольно агрессивный и гиперболизированный характер. Чаще всего они однотипны, текст набран заглавными буквами, с использованием большого количества восклицательных знаков. Такой подход направлен на привлечение внимания пользователей. С точки зрения SMM его можно охарактеризовать как кликбейт — форму манипуляции в интернете, когда заголовок или содержание статьи, видео или изображения используются для привлечения внимания, но не отражают полностью содержание контента. Кликбейтные заголовки обычно обещают сенсационные или драматические новости,

однако при переходе по ссылке пользователь не получает обещанную информацию или обнаруживает, что содержание не соответствует заголовку. Однако в условиях когнитивной войны использование кликбейтов становится сильным инструментом воздействия на человеческое сознание и способы восприятия пользователями полученной информации.

В результате проведенного исследования нами были выявлены наиболее популярные текстовые единицы, используемые в заголовках оппозиционных YouTube-каналов: «Путин» (свыше 8000), «Россия» (свыше 6000), « " »¹ (около 6000), «Украина» (около 4000), «они» и «война» (меньше 3000), «российский», «человек», «мы», «Пригожин» (около 2500). В большинстве случаев формулировки заголовков информационных материалов тематически соответствуют не столько обзору конкретных событий, связанных с СВО, сколько резко негативному отношению к политическому курсу Российской Федерации, и в первую очередь личности и решениям Президента России вне зависимости от конкретного контекста.

Весьма показательно, что на первый план выходит частотность упоминания не столько категории «Зеленский» или иных политических и военных деятелей Украины, сколько категорий «Арестович*» и «Гордон*», в связи с чем можно заключить, что данные авторы, во-первых, являются лидерами общественного мнения, во-вторых, в их контенте и позиционировании четко прослеживается стремление построить личный бренд, давая собственную экспертную оценку происходящему.

Заметим, что, судя по общему наполнению облака слов и частотности категорий (см. рис. 1 и 2), заголовки видеороликов сосредоточены преимущественно на внешнеполитической ситуации и теме СВО. С одной стороны, это можно объяснить актуальной повесткой, с другой, исходя из этого и общего посыла оформления ролика, — возможностью привлечения внимания наибольшего количества пользователей.

Для большей наглядности обратимся к анализу корпуса заголовков видеоблогеров-инфлюэнсеров. С помощью тематического моделирования LDA нами было выделено пять центральных тем корпуса слов и словосочетаний (см. табл.).

К первому тематическому блоку, который обозначен как «Свой — чужой», относятся слова «Россия», «они», «война», «Путин», «Украина», «человек», «российский», «новый», «большой», «ВСУ». Подобное сочетание можно интерпретировать, как относящееся к дихотомии «мы — они». На это прямо указывает как наличие в одной связке этих местоимений, так и слов «Россия», «российский» и «Украина».

Во втором тематическом блоке, обозначенном «Сводки с фронтов» (реально-го и информационного), на первый план выходят слова: «Украина», «Арестович*»,

¹ Частое появление знака кавычек связано с тем, что заголовки активно используют мотивы иносказания. По правилам правописания кавычки ставятся в трех случаях: когда выделяются цитаты и прямая речь; обозначение собственных названий; использование слова в переносном значении (В каких случаях нужны кавычки? // Письмовник | Грамота ру. URL: <https://gramota.ru/biblioteka/spravochniki/pismovnik/v-kakikh-sluchayah-nuzhny-kavychki>).

* Признан в Российской Федерации иностранным агентом.

Таблица. Тематическое моделирование LDA

Свой — чужой	Сводки с фронтов	Взгляд извне	Взгляд изнутри	Альтернативная повестка
Россия	Украина	“	Путин	Путин
они	Арестович*	Путин	РФ	Россия
война	РФ	Россия	русский	Мы
Путин	российский	Украина	Невзоров*	Они
Украина	человек	Они	Россия	Власть
человек	мочь	Пригожин	Пригожин	Навальный**
российский	Путин	россиянин	война	россиянин
новый	украинский	Мы	новость	Человек
большой	военный	Гордон*	новый	Новый
ВСУ	война	война	пропаганда	Наш
мочь	перспектива	русский	невзоровский_среда	рассказывать

«РФ», «российский», «человек», «мочь», «Путин», «украинский», «военный», «война». Эта комбинация характеризует заголовки, связанные с антироссийской интерпретацией событий на фронте, прогнозирование дальнейших перспектив развития ситуации (в пользу Киева) и т. д. Наиболее частое присутствие в блоке фамилии «Арестович*» свидетельствует о том, что большинство названий видеороликов этого блока связаны с его личными онлайн-выступлениями, комментариями и их интерпретациями.

Третий тематический блок, который можно условно определить как «Взгляд извне», включает наиболее часто встречающиеся слова: «Путин», «Россия», «Украина», «они», «Пригожин», «россиянин», «мы», «Гордон**», «война», «русский», а также знак « “ ». В данной комбинации речь идет о критике того, что в оппозиционном дискурсе обозначается, как «российская пропаганда»; нарочито подчеркиваются как понимание ситуации со стороны простых украинцев, так и наличие соперничества им.

Четвертый тематический блок зеркален третьему и обозначается как «Взгляд изнутри». Здесь преобладают следующие слова и словосочетания: «Путин», «РФ», «русский», «Невзоров*», «Россия», «Пригожин», «война», «новость», «новый», «пропаганда». В данном блоке присутствуют те же нарративы, что и в предыдущем, но представленные со стороны российской (как она сама себя именует) оппозиции (А. Невзоров* и др.)* Признан в Российской Федерации иностранным агентом.

* Признан в Российской Федерации иностранным агентом.

** Внесен Росфинмониторингом в реестр террористов и экстремистов.

Отметим, что третий и четвертый блоки близки по своим оценкам и отличаются именно позиционированием главных авторов контента (один из них украинский журналист и пропагандист Д. Гордон*, а второй — (бывший) российский журналист А. Невзоров*). Кроме того, в обоих блоках достаточно часто встречаются упоминания бизнесмена и основателя ЧВК «Вагнер» Е. Пригожина, который наряду с Президентом РФ являлся одним из центральных объектов критики со стороны и украинских, и российских оппозиционных блогеров.

В рамках пятого тематического блока, обозначенного как «Альтернативная повестка», наиболее часто встречаются слова: «Путин», «Россия», «мы», «они», «власть», «Навальный**», «россиянин», «человек», «новый», «наш». Таким образом, в данном блоке наиболее ярко отражается тема противопоставления российского политического режима и политических «идеалов» антироссийских кругов. В качестве альтернативы В. Путину, как правило, приводится А. Навальный**. При этом, часто намеренно на повестку выносятся провокационные темы, а также даются направленные оценочные суждения относительно личностных и профессиональных характеристик российских политиков.

Таким образом, анализ видеоматериала позволил выделить пять тематических блоков: «Свой — чужой», «Сводки с фронтов», «Взгляд извне», «Взгляд изнутри», «Альтернативная повестка», которые, несмотря на различия в посылах, объединяет центральный нарратив — формирование негативного образа Владимира Путина. Президент России становится главным антагонистом подавляющего большинства видеороликов и наделяется яркими отрицательными чертами, граничащими с мифологемами.

Также в рассмотренных видеороликах обнаружена тема сбора средств (донатов) на поддержку ВСУ, покупку дронов, помощь украинским гражданам и беженцам и развитие канала и его продвижение, поэтому можно предположить, что в совокупности с яркой эмоциональной окраской и кликбейтностью заголовков данная стратегия направлена на продвижение канала и, как следствие, его монетизацию. С одной стороны, подобный контент становится эффективным способом трансляции антироссийских ценностей, с другой — возможностью сделать свой блог коммерчески успешным. Весьма характерно в данных заголовках как использование эзопова языка, так и частое обсуждения деятельности Е. Пригожина, который еще до своей гибели стал чуть ли не мифологическим персонажем, олицетворяющим СВО.

Полученные результаты позволяют сделать следующие основные выводы:

— Наиболее популярными текстовыми единицами, используемыми в заголовках оппозиционных YouTube-каналов, являются: «Путин» (свыше 8000), «Россия» (свыше 6000), « ” » (около 6000), «Украина» (около 4000), «они» и «война» (меньше 3000), «российский», «человек», «мы», «Пригожин» (около 2500).

— Заголовки видеороликов, которые вошли в выборку исследования, сосредоточены преимущественно на внешнеполитической ситуации и теме СВО.

* Признан в Российской Федерации иностранным агентом.

** Внесен Росфинмониторингом в реестр террористов и экстремистов.

— Заголовки размещенных на страницах оппозиционных каналов видео отличает преимущественно агрессивный и негуманный характер (Nevzorov_TV*: «Путин-поминки. Так кто же разбомбил больницу? Почему Израиль проиграл инфовойну. И что дальше», «Погром в Дагестане. Путин в холодильнике. Как выяснить, умер ли диктатор. Хеллоуин и серебряные пули», Гордон*: [Соловей о том, где Путина лечили от рака и с кем был его последний разговор]), а также однотипность построения фраз (Арестович*: [Если хороших русских даже бы не было, то их надо было бы создать. И создать нам | Алексей Арестович*], Арестович*: [Арестович*, Фейгин*. Обезопасен ли Путин на 9 мая?], [Валдайские сказки Путина [Смена власти с Николаем Бондаренко]]).

— Контекст данных заголовков явно вписывается в сценарий когнитивной войны и направлен на делигитимацию политической системы Российской Федерации посредством мультипликации дискредитирующих мотивов, открытых оскорблений главы государства, многочисленных фейков и дезинформации.

— Прослеживается четкое разделение героев роликов по принципу «свой — чужой», «мы — они», где Россия, ее политический курс, властные структуры и в особенности Президент представлены в антагонистическом ключе. Такой подход преследует цель дискредитации не только государственной власти в стране, но и СВО, а также поиска сторонников среди международного сообщества, где существует больше возможностей для использования манипулятивных техник ввиду отсутствия всей полноты информации по СВО.

— В заголовках видео YouTube-каналов, входящих в выборку исследования, активно используются кликейты и оценочные эпитеты, направленные на привлечение внимания пользователей и увеличение количества просмотров. Кроме того, четко прослеживается цель блогеров на продвижение своего контента и монетизацию, чем и объяснимо их стремление к созданию запоминающегося контента.

Таким образом, можно сделать вывод об использовании оппозиционными блогерами в своих каналах различных инструментов когнитивной войны. Специфика обозначения заголовков, существующая в антилоялистском дискурсе, имеет четкую направленность на деструкцию коллективного и индивидуального сознания. Так, на первый план выходит негативная информация, после ознакомления с которой потребитель испытывает эмоциональные переживания, не задумываясь над ее достоверностью.

ВОЗМОЖНЫЕ СПОСОБЫ СНИЖЕНИЯ ДЕСТРУКТИВНОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ВЛИЯНИЯ ВИДЕОБЛОГОВ

Деструктивное информационное влияние видеоблогов заключается в применении их авторами манипулятивных тактик, направленных на контроль над сетевым пространством, общественным мнением и сознанием. Последствия такого влияния могут быть значительны и неминуемо вести к уничтожению духовно-нравственных ценностей, традиций и культурно-исторических основ государства. Среди основных средств, используемых антироссийскими блогерами в процессе

* Признан в Российской Федерации иностранным агентом.

распространения деструктивной информации, — применение «фейков» и негативных коннотаций по отношению к руководству и властным структурам страны, против которой они направлены. Основная преследуемая ими цель — подорвать доверие граждан по отношению к политическому курсу страны. В случае с Россией данные тактики не увенчались успехом: показатель одобрения деятельности Президента только увеличивается² [Рейтинги доверия...], несмотря на постоянные информационные атаки. СВО также является доказательством особой патриотической гражданской позиции у преобладающего большинства населения страны: согласно результатам исследования ВЦИОМ, с самого начала военной операции общественная поддержка решения о ее проведении остается стабильно высокой и находится в диапазоне 70–73 %. Тем не менее, за отсутствием военных успехов «на земле», Украина и коллективный Запад аккумулировали свои ресурсы на ведении ментальной и когнитивной войн против РФ, что свидетельствует о необходимости усиления мер по обеспечению информационной безопасности страны. Результаты проведенного исследования позволяют нам сформулировать следующие рекомендации, направленные на снижение деструктивного информационного влияния в сетевом пространстве:

— Повышение степени информированности граждан в отношении реальных политических событий, в особенности в рамках СВО. Такие меры могут содержать раскрытие фактов, опровергающих «фейки», распространяемые оппозиционными авторами и сообществами. Необходимо «перекрывать» негативную повестку и оказывать поддержку пророссийским политизированным каналам, формирующим позитивные дискурсы в отношении России и способным их популяризировать.

— Важными мерами для противодействия манипулятивным практикам когнитивной войны является воспитание информационной грамотности населения, объяснение гражданам специфики подачи информации, носящей вражеский, дестабилизирующий характер для современной России. Люди с клиповым мышлением в наибольшей степени подвержены влиянию извне, именно такая категория граждан активно реагирует на кликбейты и яркие заголовки, не оценивая их критически и впитывая информацию, основываясь на эмоциональной составляющей. Формирование способности анализировать и оценивать сведения, полученные из видеоблогов, значительно способствует снижению их влияния.

— Создание и имплементация стратегии ментальной безопасности России, базирующейся на традиционных и духовно-нравственных ценностях страны, позволит прояснить населению основные принципы и способы ментальной войны, организовать согласованную работу органов государственной власти на всех уровнях по решению задач, направленных на противодействие различным видам некинетических войн.

² Рейтинги доверия политикам, оценки работы президента и правительства, поддержка политических партий // Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ). URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/reitingi-doverija-politikam-ocenki-raboty-prezidenta-i-pravitelstva-podderzhka-politicheskikh-partii-10112023?ysclid=IQdy2qrohc317878579> (дата обращения: 01.12.2023).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В эпоху цифровизации и информационного империализма социальные медиа являются мощными инструментами применения манипулятивных технологий и обладают значительным мобилизационным потенциалом, поэтому контроль над информацией, предоставляемой ими, является одним из необходимых условий формирования прочного национального суверенитета государства.

На сегодняшний день Россия смогла успешно преодолеть беспрецедентное количество по своему масштабу экономических санкций, адаптировать экономику к новым вызовам и условиям. Кроме того, Россия продолжает активно развивать собственные технологии и инновации, формировать новую международную повестку и стремится жить в открытом, взаимосвязанном, равноправном и многообразном мире, где представлены и уважаются интересы всех стран³, что, безусловно, не устраивает США и их сателлитов. Результаты проведенного исследования и рекомендации, представленные его авторами, позволят в значительной степени снизить риск деструктивного информационного влияния на граждан России в условиях когнитивной войны.

Дальнейшие перспективы данной работы заключаются в расширении выборки оппозиционных политизированных каналов, в том числе на основе использования других платформ глобального сетевого пространства.

Литература

Курочкин А. В. Проблема оценки эффективности политических коммуникаций в социальных медиа // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС. 2023. Т. 19, № 1. С. 49–57.

Петров П. А. Теоретические основания концепции «управляемого хаоса» в социальной философии // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Гуманитарные и общественные науки. 2017. Т. 8, № 4. С. 77–87.

Claverie B., du Cluzel F. The Cognitive Warfare Concept. 2022. URL: https://www.innovation-hub-act.org/sites/default/files/2022-02/CW%20article%20Claverie%20du%20Cluzel%20final_0.pdf (дата обращения: 20.09.2023).

Northon B. Behind NATO's 'cognitive warfare': 'Battle for your brain' waged by Western militaries. 2021. URL: <https://thegrayzone.com/2021/10/08/nato-cognitive-warfare-brain/> (дата обращения: 12.10.2023).

Mann S. Chaos theory and strategic thought Parameters, 1992. URL: <http://konservatizm.org/konservatizm/theory/080310032055.xhtml> (дата обращения: 01.11.2023).

Курочкин Александр Вячеславович — д-р полит. наук, проф.; a.kurochkin@spbu.ru

Морозова Светлана Сергеевна — канд. полит. наук, доц.; s.s.morozova@spbu.ru

Будко Диана Анатольевна — канд. полит. наук, доц.;
<https://orcid.org/0000-0002-4064-7031> d.budko@spbu.ru

Лукьянова Галина Владимировна — канд. полит. наук, доц.; g.lukiyanova@spbu.ru

Статья поступила в редакцию: 12 января 2024 г.;

рекомендована к печати: 27 мая 2024 г.

³ Заседание дискуссионного клуба «Валдай» // Президент России 05.11.2023. URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/transcripts/72444> (дата обращения: 01.12.2023).

Для цитирования: Курочкин А. В., Морозова С. С., Будко Д. А., Лукьянова Г. В. Видеоблоги как инструмент деструктивного информационного влияния в условиях когнитивной войны // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭК. 2024. Т. 20, № 3. С. 531–545.
<https://doi.org/10.21638/spbu23.2024.310>

VIDEO BLOGS AS A TOOL OF DESTRUCTIVE INFORMATIONAL INFLUENCE IN THE CONTEXT OF COGNITIVE WARFARE*

Alexander V. Kurochkin

Institute of Scientific Information for Social Sciences of the Russian Academy of Sciences,
51/21, Nakhimovsky pr., Moscow, 117418, Russian Federation

St. Petersburg State University,
7–9, Universitetskaya nab., St. Petersburg, 199034, Russian Federation; a.kurochkin@spbu.ru

Svetlana S. Morozova

Institute of Scientific Information for Social Sciences of the Russian Academy of Sciences,
51/21, Nakhimovsky pr., Moscow, 117418, Russian Federation

St. Petersburg State University,
7–9, Universitetskaya nab., St. Petersburg, 199034, Russian Federation; s.s.morozova@spbu.ru

Diana A. Budko

Institute of Scientific Information for Social Sciences of the Russian Academy of Sciences,
51/21, Nakhimovsky pr., Moscow, 117418, Russian Federation

St. Petersburg State University,
7–9, Universitetskaya nab., St. Petersburg, 199034, Russian Federation; d.budko@spbu.ru

Galina V. Lukiyanova

Institute of Scientific Information for Social Sciences of the Russian Academy of Sciences,
51/21, Nakhimovsky pr., Moscow, 117418, Russian Federation

St. Petersburg State University,
7–9, Universitetskaya nab., St. Petersburg, 199034, Russian Federation; g.lukiyanova@spbu.ru

This study is devoted to the analysis of video blogs as tools of destructive information influence in conditions of cognitive warfare. The authors attach particular importance to the methodological foundations of the study of cognitive wars, as well as the basic principles and methods of non-kinetic wars aimed at exercising control over public opinion and consciousness. The empirical basis of the study included the use of several methods: analysis of YouTube video blogs as a «global» network space through the use of the R language, LDA topic modeling and discourse analysis to interpret the results obtained. The study sample was built on the basis of three criteria: opposition, politicization and popularity of bloggers' channels. As a result of the work, the authors identified the peculiarities of the wording of video titles of anti-Russian bloggers, the most popular text units used in the titles of YouTube channels unfriendly to Russia, as well as their central themes in the corpus of words and phrases. The main result of the study was the means of cognitive warfare used by opposition bloggers in their publications on YouTube. In conclusion, the authors formulate

* The study was carried out within the framework of the project of the Expert Institute of Social Research "Cognitive War in the Context of Global Digitalization: Practices and Prospects" (no. 123091200077-6) with the support of the Ministry of Education and Science at the INION RAS.

recommendations for preventing the destructive information influence of this tool of cognitive warfare.

Keywords: social media, video hosting, video blogs, YouTube, destructive influence, cognitive warfare, digitalization.

References

Claverie B., du Cluzel F. *The Cognitive Warfare Concept*. 2022. Available at: https://www.innovationhub-act.org/sites/default/files/2022-02/CW%20article%20Claverie%20du%20Cluzel%20final_0.pdf (accessed: 20.09.2023).

Northon B. *Behind NATO's 'cognitive warfare': 'Battle for your brain' waged by Western militaries*. Available at: <https://thegrayzone.com/2021/10/08/nato-cognitive-warfare-brain/> (accessed: 12.10.2023).

Kurochkin A. V. The problem of evaluating the effectiveness of political communications in social media. *Political Expertise: POLITEX*, 2023, vol. 19, no. 1, pp. 49–57. (In Russian)

Mann S. *Chaos theory and strategic thought Parameters*. 1992. Available at: <http://konservatizm.org/konservatizm/theory/080310032055.xhtml> (accessed: 01.11.2023).

Petrov P. A. Theoretical foundations of the concept of operated chaos in social philosophy. *St. Petersburg State Polytechnical University Journal. Humanities and Social Sciences*, 2017, vol. 8, no. 4, pp. 77–87. (In Russian)

Received: January 12, 2024

Accepted: May 27, 2024

For citation: Kurochkin A. V., Morozova S. S., Budko D. A., Lukiyanova G. V. Video blogs as a tool of destructive informational influence in the context of cognitive warfare. *Political Expertise: POLITEX*, 2024, vol. 20, no. 3, pp. 531–545. <https://doi.org/10.21638/spbu23.2024.310> (In Russian)