

ВАСИЛЬЕВ

*Николай Александрович
магистр социологии,
старший научный сотрудник
сектора социокультурных
и медиакоммуникаций
Института социологии ФНИСЦ
РАН, Москва, Россия
nikolay.a.vasilyev@gmail.com*

VASILIEV

*Nikolay Alexandrovich
Master of Sociology, Senior
Researcher of the Sector of So-
cio-Cultural and Media Communi-
cations of the Institute of Sociology
of the Russian Academy of Scienc-
es, Moscow, Russia
nikolay.a.vasilyev@gmail.com*

КАРПУХИН Олег Иванович
*доктор социологических
наук, профессор, Главный
научный сотрудник Сектора
исследований социокультурных
и медиакоммуникаций,
Институт социологии ФНИСЦ
РАН, Москва, Россия
oi-karpuhin@mail.ru*

KARPUKHIN Oleg Ivanovich
*Doctor of Sociology, Professor,
Chief Researcher of the Sociocul-
tural and Media Communications
Research Sector of the Institute of
Sociology of the Russian Academy
of Sciences, Moscow, Russia
oi-karpuhin@mail.ru*

**Социальные сети: превращение «поля свободы»
в оружие антироссийской информационной войны/
Social networks: turning the «field of freedom» into a
weapon of the anti-Russian information war**

Аннотация

Авторы статьи ставили задачу выделить и охарактеризовать главные факторы, лежащие в основе глобальных изменений в медиакоммуникациях в РФ. Анализ большого количества новейших источников информации позволил сделать вывод, что социальные сети превратились в важнейшее звено инфраструктуры информационного пространства и один из главных инструментов стратегии и тактики уничтожения России как государства и российской цивилизации в целом. Поэтому перед научным сообществом и, главное, перед политической властью стоит важнейшая проблема противодействия агрессивной информационно-сетевой экспансии Запада.

Ключевые слова

Нематериальное культурное наследие; экологические ценности; мордовская культура; нормы; традиции.

Abstract

The author of the article set the task to identify and characterize the main factors underlying global changes in media communications in the Russian Federation. Analysis of a large number of new sources of information allowed us to conclude that social networks have become the most important link in the infrastructure of the information space and one of the

main tools of strategy and tactics for the destruction of Russia as a state and Russian civilization as a whole. Therefore, the scientific community and, most importantly, the political authorities face the most important problem of countering the aggressive information and network expansion of the West.

Keywords

Intangible cultural heritage; ecological values; Mordovian culture; norms; traditions.

Введение

«Для успешного проникновения держава, стремящаяся к господству, должна захватить средства массовой информации».

Г. Шиллер

В начале XXI века человечество вступило в новый этап мировой истории – информационно-технологический, который стал опорой формирования нового социального мира. От традиционных форм общения люди впервые за тысячелетия истории перешли к преимущественно виртуальной форме общения на расстоянии. Радио, рация, телефон, сотовая, мобильная связь переросла в гибридные виды электронных коммуникаций, которые заполнили собой всё живое пространство планеты. Интернет, социальные сети, социальные сервисы и коммуникаторы вошли в человеческую жизнь и преобразили ее настолько, что этот новый социальный мир зримо отделен от прежнего по информационно-технологическому и техническому обеспечению функционирования всех сфер общественной жизни, социальных институтов и межличностных отношений. Ныне «из специализированной компьютерной сети Интернет за короткий срок приобрел черты социальной системы»¹ и составляет «новую социальную морфологию (структуру) обществ»². Некоторые исследователи считают, что благодаря компьютеру – метамедиуму – возник «единый трансмедиаальный язык», принципиально изменивший способы получения знания, характер восприятия и тип коммуникации между людьми, а все «старые аналоговые медиа (книги, газеты, телевидение, радио, кино)» оказались оцифрованы и заговорили «на новом языке цифрового кода»³.

Впервые в человеческой истории люди разных рас, народов, разных стран и континентов, разного пола, разного возрастного и социального положения, с разной историей, вероисповеданием, уровнем жизни добровольно объединены американскими социальными сетями и сервисами. Это подтверждают данные самих сетей, что каждый человек является пользователем нескольких социальных сетей и

¹ Силаева В.Л. Интернет как социальный феномен // Социологические исследования, №11. ноябрь.2008. С. 101.

² Владимирова Т. В. Сетевые коммуникации как источник информационных угроз // Социологические исследования. 2011. № 5. С.123.

³ Александр Ветушинский. To Play Game Studies Press the START Button //Лорос. Том 25. №1 (103). 2015. С. 46 (вся статья 41-60)

сервисов одновременно, что еще сильнее подчеркивает силу и мощь фундамента, на котором в ближайшее время владельцы социальных сетей попытаются построить здание нового миропорядка.

Социальные сети и сервисы, кратко называемые в США «socials», стали главными средствами коммуникации на всех социальных уровнях от рабочего до миллиардера, от солдата до генерала, от клерка до президента. Это отчетливо видно на примере американских рекламодателей, которые тратят на рекламу в социальных сетях и сервисах в два раза больше, чем во всех остальных медиа. Именно в социальных сетях, сервисах и сетевых играх сконцентрировалось большинство населения, которое уже не мыслит себя без цифровых видов коммуникаций. Телевидение переместилось на второе место, далее следует наружная реклама и радио. Пресса теряет свои позиции и больше не является массовым медиа. Большинство газет и журналов перестало выходить на бумаге и сконцентрировалась на работе в интернете. В отличие от других стран, американский рынок радио не только самый большой по количеству радиостанций (более 15 тысяч), но и самый гибкий. Есть коммерческие, государственные и общественные станции, все они активно используются в интересах американского государства.

Социальные сети как основа для развития нового социального мира

Социальные сети и сервисы (socials) стали основой для формирования нового социального мира, в котором контент social, его создание, подача, дистрибуция и анализ являются лишь небольшой частью новых социокультурных и медиакоммуникационных отношений.

Социальные сети как кровеносная система Нового социального мира, навязываемого человечеству, сумели сконцентрировать в себе всё, что необходимо человеку для жизни: электронная коммерция (e-commerce), позволяющая осуществлять онлайн покупки любых товаров; поиск работы, который не возможен, например, в США, без специализированной социальной сети LinkedIn; доставка продуктов, медицина, страхование, банковское обслуживание, другие сервисы о всех отраслях экономики, а также сверхмощный, разнородный, высококачественный эртертейнмент, который все зримее обретает черты и создает особый вариант субкультуры - сетевую культуру.

Этот новый вид масскульта — не только развлекательный контент, это глобальный и доступный для большинства пользователей любого социально - демографического и потребительского уровня развлекательный мир, в котором происходит разработка, производство, доставка и продвижение развлекательного контента потребителям, прежде всего, в видео, фото, аудио, текстах, а также в игровом формате. Это тысячи сетевых игр, миллионы видеороликов, музыка на любой вкус, фильмы, мультфильмы, документальное и авторское кино, тысячи стриминговых сервисов, включая YouTube и

телеграм-каналы. Развлекательный мир сегодня существует и переплетается в онлайн и в офлайн, чаще всего в виде различных развлекательных мероприятий, включая сетевые игры, викторины, шоу, квесты, sport gaming, игровые соревнования и т. д.

Именно эта панмедиальная экспансия определяет ныне характер становления нового общественного сознания и распространения «мозаичной культуры», в которой, как отмечал А. Моль, «знания формируются в основном не системой образования, а средствами массовой коммуникации»¹. Однако новая социальная реальность показывает, что речь идет теперь не только о знаниях, духовно-нравственных ценностях, эстетических вкусах, оценках справедливости и несправедливости, добра и зла, правды и неправды, истины и лжи, но и о психологических установках на восприятие всего многообразия мира. Создатели и, практически, монопольные владельцы этого технологического чуда превратили социальные сети и сервисы в информационное оружие, которое служит целям уничтожения соперников на геополитическом пространстве.

Мгновенно распространяющаяся в социальных сетях информация создает устойчивую установку восприятия любых событий, формирует политические установки, отношение к происходящему в мире и, в конце концов, политическое поведение огромных масс людей и политическую реальность в целом. Хорошим примером такой эффективности новых социальных медиа являются выборы в США. С помощью новейших цифровых технологий, на основе детального таргетинга и рекомендательных механизмов, строятся все последние президентские выборы, в которых побеждает тот, кто победил в социальных сетях.

Социальные сети как основа медиакommunikаций

Прежде всего, молодые люди считают интернет, а в нем социальные сети и сервисы, своей основной площадкой самоутверждения и самореализации. Уже подросли поколения, которые не мыслят свое существование без социальных сетей и сервисов – в отличие от представителей старших поколений, которые не мыслят свой образ жизни без телевидения, без книги или радио. Телевидение продолжает активно работать на старшие возрастные группы, но они менее активны и более консервативны в своих действиях и возможностях. Чтение книг и регулярное радиослушание постепенно маргинализируется, образуя устойчивые целевые группы, например, любители слушать радио в автомобиле. Но и эти группы, также как и старшие возрастные группы, после пандемии коронавируса значительно увеличили количество активных пользователей социальных сетей и сервисов. Это общемировая тенденция и Россия входит в десятку стран по максимальному проникновению социальных сетей в домохозяйства, а также по самой низкой стоимости интернета.

¹ Моль А. Социодинамика культуры. -М., 2007. -С.45.

Еще в начале 2000-х гг. в нашей стране компьютер и Интернет были далеко не распространенным явлением¹. В 2011 г. почти половина (48%) опрошенных ВЦИОМ не пользовались Интернетом ни в каком качестве. В 2020 г. число «не охваченных» Интернетом снизилось до 17%.² Сегодня социальные сети и сервисы охватывают уже 95% домохозяйств РФ. Практически всё население страны находится в социальных сетях. Больше 80% наших граждан посещают социальные сети и сервисы несколько раз в день. Столько же - 80% населения России в возрасте старше 12 лет имеет ныне регистрацию в социальных медиа. «Уровень проникновения Интернета в российское общество составляет 90%, степень сетевого охвата превышает 90%».³

По данным Hootsuite, в 2021 году 17 самых крупных социальных сетей и сервисов обладали совокупной аудиторией в почти 17 млрд человек. Общее количество открытых и действующих эккаунтов в 2,5 раза превышает население Земли, что превращает современные столкновения и кризисы в войну за «очаги и алтари», как было раньше, а за эккаунты.

Стриминговый видеоконтент - основа современного информационного потребления

Социальные сети и сервисы предоставляют пользователям технические возможности по удобному и быстрому просмотру беспрецедентного количества видео контента. Они работают на очень высоких скоростях, в среднем каждые пять минут появляется новый контент-пост с фотографией или видеоролик с описанием показанного в видео с точки зрения позиции, которую занимает социальная сеть, блог или телеграм-канал. Больше 20% одних и тех же фотографий и видео публикуется разными сторонами с противоположным описанием, потому что аудитория легко потребляет контент, особо не задумываясь, это правда или фейк.

Для активной современной аудитории важен непрерывный скроллинг – постоянный поток контента. Это является важным мотивирующим фактором современного потребления информации. Особенно с учетом того, что социальные сети и сервисы предоставляют постоянно новый контент. Анализ данных, проверка, использование и хранения информации – эти структурные составляющие соцсетей не столь важны для их функционирования. Главным уже давно стал стриминговый видео контент – непрерывный ряд коротких видеороликов («видосов», «рилз»), на основе которого строится весь визуальный ряд. Это и есть контент, который создается профессионалами под определенные (целевые) аудитории в

¹ Материальное положение россиян и самооценка ими своего социального статуса // Информационно-аналитические бюллетени. Вып. №3. 2008. С.4.

² См.: URL: <https://news.ru/society/opros-kazhdyy-shestoj-rossiyanin-ne-polzuetsya-internetom/> (дата обращения 20. 01.2022)

³ Васильев Н. А., Комиссаров С. Н. Социальные сети. Формирование нового социального мира // Гуманитарий Юга России. 2021.4 (50). С. 44.

огромном количестве. Если мы хотим изменить информационный фон в свою пользу, мы должны создавать тысячи видеороликов каждый день. При этом этот контент должен строиться на четких и понятных установках, доступных для понимания большинства граждан: что, где, зачем, почему, как долго, что в итоге. Необходимо производить как минимум 1 пост в течение 5 минут (картинка плюс описание) – то есть 12 постов в час, 120 постов за 10 часов для каждого информационного носителя, с которым работает центр производства контента.

Негативные последствия проникновения социальных сетей в российское общество

Социальные сети и сервисы являются эффективными носителями и передатчиками любой информации, формируют отдельные группы по специализированной информации, активно ей обмениваются и обсуждают. Высокий уровень доверия в социальных сетях сформировался на основе высокого личного доверия пользователей друг к другу, а также вследствие навязываемой социальными сетями доктрины «открытости» любой информации. То есть в сети бытует мнение, что любую информацию можно легко и быстро проверить. Это далеко не так, но эту иллюзию разделяет большинство пользователей. Нужно учитывать, что формируют информационную повестку люди, которые, как правило, профессионально занимаются информацией. И профессиональные информационщики могут быть в любой сети, имеет ли она иностранное или отечественное происхождение. Поэтому отечественные по происхождению социальные сети сами по себе не являются панацеей от информационной войны. Телеграм вроде бы отечественная социальная сеть, но антирусских телеграм-каналов в ней в три раза больше, чем пророссийских. Существует примерно 100 активных антирусских каналов и примерно 30 активных, с приличной по масштабам аудиторией, пророссийских. Среди топ-50 телеграм-каналов в категории «политика» только 59% каналов являются пророссийскими. При этом оппозиционный телеграм-канал Нехта имеет около двух миллионов подписчиков, а пророссийский colonelcassad или anna-news - чуть больше 300 тысяч.

«Повсеместное проникновение интернета дало людям бесконечные возможности для саморазвития и самореализации», - с неохотой восторгом поколения «информационной цивилизации» отмечали авторы интеллектуального журнала о культуре и обществе «Нож». И тут же признавали, что «следующим шагом стало формирование в интернете инфраструктуры, которая запустит и будет поддерживать новую волну социальных перемен»¹. Чьи интересы стоят за этими «волнами» показало цунами антирусских фейков, захлестнувших социальные сети до и в ходе военной спецоперации

¹ Коллектив авторов: Таня Козн, Екатерина Иванова, Настя Травкина, Артем Чапаев, Серое Фиолетовое и др. Конец привычного мира. Путеводитель журнала «Нож» по новой этике, новым отношениям и новой справедливости. М.: Альпина нон-фикшн, 2021. С.1.

по демилитаризации и денацификации Украины.

Социальные сети стали инструментом осуществления стратегии «геополитической экспансии и гегемонии», овладения всем миром, информационным оружием борьбы с государствами, «которые стремятся к обеспечению национального цифрового суверенитета и сохранению независимого и стабильного функционирования собственных политических режимов в современных условиях»¹.

Социальные сети как поле производства «информации об информации» в невиданных масштабах меняют не только сложившуюся систему духовно-нравственных и культурных ценностей все новых и новых миллионов людей, но и политические взгляды и критерии оценки происходящего. Поэтому культуролог Владимир Винников считает, что современное человечество проходит «новую стадию рабовладения», в котором вместо эксплуатации физических сил человека эксплуатируются его «интеллектуальные и душевные силы»².

Новые способы воздействия на массовое сознание на самом деле стары как мир: создать миф и заставить людей в него поверить. Конечно, при этом нужна режиссура, но не зря же великий режиссер Эмир Кустурица не так давно признал себя «творческим ничтожеством» по сравнению с западными режиссерами украинского майдана. Режиссеры фейков фабрикуют наглядные доказательства чего угодно. Поэтому поточное производство и распространение фейков о бомбежках «российскими агрессорами» мирных жителей, в том числе родильных домов, превратилось в широкомасштабное и беспрецедентное по оболваниванию миллионов военное нападение на нашу страну в виртуальном пространстве. Чрезвычайно действенное, поскольку последующее разоблачение этих фейков доступно пользователям, по числу с одураченными не сопоставимое...

Речь идет об информационно-сетевых войнах, которые представляют собой реальную угрозу безопасности не только России, но и любых государств и национальных сообществ. Ведь по одной «эсэмэске» с дубинками и в масках собираются десятки тысяч людей и сметают власть без применения иностранной военной силы, но в интересах иностранных держав. Сейчас мало кто помнит, что Интернет в начале 1990-х лично «продвигал» вице-президент США А. Гор. И продвинул – через все границы, железные занавесы, запреты и т.д. А потом в разных странах стали расцветать «цветы» революций и «революции роз». Революция в IT-технологиях была использована для создания «условий, необходимых для процветания наших интересов и ценностей» - так буквально написано в «Национальной стратегии для

¹ Артамонова Ю.Д., Володенков С.В. Трансформация Интернета как пространства общественно-политических коммуникаций: от глобализации к гло(локал)анклавизации // Социологические исследования, 2021, С.95.

² Винников В. Человек сердца // Завтра. 2009. № 53 (841). С. 3. См. URL: <https://pub.wikireading.ru/153281> (дата обращения 21.10.2021)

нового столетия», принятой США в 1997 году. А информационная мощь американско-европейских медиа и экспансия атлантической культуры стали новым видом оружия для завоевания мирового господства.

В условиях проведения военной спецоперации по защите ДНР и ЛНР, демилитаризации и денацификации Украины социальные сети используются Западом для дезинформационного цунами, сметающего на пути все, что ему противостоит. При этом, российские информационные источники, включая «Russia Today», запрещаются, правдивая информация блокируется – вопреки таким провозглашаемым на Западе «основополагающим» принципам демократии, как «свобода слова», «свобода доступа к информации», которые применяются только для дезинформации населения потенциального противника.

Информационная агрессия осуществляется не только для дезинформации, но и для разрушения национальной идентификации (американская пропагандистская акция «мне стыдно, что я русский»), национальной памяти, доблести и гордости с последующей атакой на национальный культурный код – глубинное национальное самосознание, лежащее в основе духовно-нравственной и культурной идентичности, на которой построено любое национальное государство.

Фейковый контент как часть информационной войны

Социальные сети и сервисы как носители разнообразного контента подвержены большому уровню фейковой информации. На январь 2022 года Следственный Комитет заблокировал всего 1600 фейков [vedomosti.ru, 2022]. В России нет оперативного центра системного анализа информации и контента на ее правдивость, фейки становятся огромной частью пропаганды, нанося последовательные и непрерывные удары по информационной политике. Борьбa с фейками крайне сложно, большинство пользователей не обладают знаниями по распознаванию фейковых новостей. Фейки обрастают сомнительными фактами, которые множатся в геометрической прогрессии, создавая иллюзию правды.

С развитием технологий появилось новое явление, deep fake, «глубокий фейк». Разница между «обычным» и «глубоким» заключается в гораздо более высоком качестве дип фейка. Его могут отличить от правды только высокотехнологичное оборудование, эксперт может доказать, что это фейк, только на основе накопленного опыта, нелогичности и несоответствия фейка каким-то другим событиям, происходящим в тоже время в том же месте. Просто зрительно понять, что это фейк – практически невозможно.

Важно понимать, что фейки становятся неотъемлемой частью контента – они привлекают новых зрителей, увеличивают посещение информационных ресурсов, распространяются с гигантской скоростью, «убедительно» работают на пропаганду, способствуют продвижению других фейков. Фейки производятся сознательно как часть общего информационного потока, противодействовать им можно только

производством высококачественных информационных материалов - особенно в сложной ситуации, как, например, на Украине, где такие возможности крайне ограничены.

Лавинообразная информационная экспансия Запада на нашу страну, резко обострившаяся в условиях военной спецоперации России на Украине, привела, наконец, к решительным действиям политической власти по отношению к иностранным социальным сетям. Были блокированы Facebook, Instagram и Twitter. Facebook и Instagram, продукты американской компании Meta Platforms, являются мировыми лидерами, ежемесячная аудитория которых составляет 3,6 млрд человек, а ежедневная активная аудитория 2,1 млрд человек [F. Richter, 2021]. В России показатели этих компаний также велики, Facebook – 37 млн человек, и Instagram – 67 млн пользователей в месяц, но они не являются лидерами российского сетевого рынка [Statista, 2022]. Так, количество месячных активных пользователей ВКонтакте составляет 72 млн. человек [G. Todorov, 2022], а Telegram 45,5 млн [B. Dean, 2022]. Twitter также американская социальная сеть, которая специализируется на бизнес аудитории и политической аудитории. Главная особенность сети – активное распространение неподтверждённой информации в сфере бизнеса и политики, нацеленное на последующее цитирование в других медиа. Так, по данным исследований сентиментного анализа твитов за 2020 год, более 40% контента на площадке посвящено политике [Y. Yener, 2020]. Аудитория в мире 329 млн человек, аудитория в России 3 млн ежемесячных пользователей.

В результате этих изменений американские сети потеряли возможность получать актуальную информацию о российской аудитории; утратили возможность создания, модерации и контроля информационной повестки для наиболее лояльной к США аудитории¹ в нашей стране. Эти изменения значительно повлияли на карту социальных сетей в России. Наибольшая часть (4 млн человек) перешла в социальную сеть ВКонтакте. Еще 0,5 млн человек перешло в Одноклассники и 0,4 млн человек перешли в Яндекс Дзен. Наблюдается стремительный рост Телеграм, который составил за последний месяц более 11,6 млн человек. А доля трафика Телеграм в России среди всех мессенджеров составила 63%. Часть пользователей перераспределили своё время на те социальные сети, где они и так присутствовали. С момента начала кризиса уникальные сеансы просмотров на YouTube выросло на 5 миллионов. На 15% увеличились просмотры в ВК Видео и количество загружаемого контента в ВК Reels увеличилось вдвое. На 1 млн человек увеличились посещения в Яндекс.Дзен. Многие вернулись на забытые социальные сети: LiveJournal демонстрирует рост трафика на 0,3 млн человек, а числа уникальных пользователей на 30%. Аудитория российской социальной сети Одноклассники, которая, казалось бы, должна была

¹ Instagram только по предварительным данным потерял около 16% российской аудитории [P. Таиров, 2022].

значительно выиграть от блокировки иностранных сетей, подросла на полмиллиона пользователей.

Американские соцсети не только утратили возможность проведения пиар акций и пропаганды своей позиции, но и потеряли доходы от российской рекламы, в том числе от блогеров и инфлюенсер маркетинга¹. Пользователи – блогеры лишились доходов от размещения рекламы в этих сетях, особенно в Instagram, где активно используются видео ролики («video reels»). Общие потери от блокировки составили, по разным оценкам, от 200 до 800 млн долларов. Фактически безработными стали примерно 270 тыс. человек.

Таким образом, в результате последних изменений, по данным Brand Analytics за март 2022 года, пользователи частично потеряли возможность регулярного посещения сети². Однако нельзя не признать последствия этих изменений достаточно противоречивыми, а действия властных структур – не последовательными. Их попытка борьбы с всевластием американских сетей во многом блокируется открытым доступом к этим сетям через бесплатные приложения VPN³, которые после 24 февраля 2022 года в России установило около 1,3 млн россиян⁴. Конечно, как и предполагалось, VPN освоили не все, да и пребывание в запрещённой социальной сети негативно повлияло на желание российских пользователей выкладывать «сторис». Очевидно, что при необходимости жёсткого запрета на использование запрещённых социальных сетей необходимо проводить более комплексные ограничения, в частности, запрет или ограничение VPN сервисов.

Государственное участие в создании и продвижении информационного контента

Описанные выше обстоятельства со всей серьезностью ставят вопрос об информационной политике государства, адекватной современным процессам, протекающим в медиа сфере. Социальные сети и сервисы достигли такого уровня влияния, что даже на их «родине», в США, президент Байден потребовал от Конгресса установить более строгие правила защиты конфиденциальности данных, запретить таргетированную рекламу для детей и заставить социальные сети разрабатывать свои продукты с учетом безопасности несовершеннолетних. Во всем мире государственные структуры принимают непосредственное участие в контроле социальных сетей, разрабатываются новые законы, ограничивающие возможности социальных сетей и сервисов. И речь идет не только об ограничении пользования в интернете тотализаторов, в том числе якобы спортивных, благодаря которым дети легко подсаживаются на «спортивные

¹ Потери дохода Meta оценивают в сумму до 40 млрд рублей [Sostav, 2022])

² [В. Черный, 2022]

³ Более 130 программ, в том числе новые разработки, доступны для скачивания в русском Apple Store и Google Market)

⁴ [Д. Кучерявых, 2022]

казино» и становятся игровыми наркоманами. Государственную значимость обретает индикативная коррекция контента и обеспечение бесплатных ресурсов в сети (государственных, медицинских, образовательных, научных, культурных), и прежде всего - разработка таких условий для развлекательного, в том числе игрового контента, которые соответствовали бы отечественной культуре и национальным интересам страны. Учитывая скорость обновления и распространения информации в соцсетях необходимо осознать важность перестройки всего телевидения, оно должно быть значительно быстрее и основано на многочисленном и ежедневно меняющемся видеоряде. Необходимо «разбавлять» однобокие и одноплановые брифинги с долгим перечислением нанесенного противнику ущерба эффективными и свежими видео материалами с места событий.

Важность и настоятельная необходимость новой информационно-сетевой политики государства диктуется не только беспрецедентным обострением информационной войны Запада, но и очевидным процессом деструкции единого культурно-информационного пространства России, которое представляет собой такую же основу целостности государства, как экономика и территория, а также плачевным состоянием технологической базы отечественных медиа. Поэтому в России в деятельности медиа особое значение приобретает такая принципиально новая функция, как духовная и культурная консолидация общества и всей огромной страны.

Между тем, сегодня государство фактически не работает на информационном рынке как заказчик и дистрибьютор информационного контента. Нет единых центров создания и обработки собственного контента, а также борьбы с фейками и создания собственных фейков. Сегодня информационную угрозу России несет манипулирование с помощью разных медиа, в том числе социальных сетей, общественным сознанием (дезинформация, демонстрация натуралистических сцен жестокости, убийств, расправ, насилия, распущенности; целенаправленное навязывание асоциальных и противоправных эталонов поведения и стилей жизни и т.д.).¹

В нынешней кризисной ситуации в стране и в мире невозможно построить эффективную коммуникацию между государством и обществом без проведения взвешиваемой и последовательной информационной политики в области социальных сетей и сервисов. Эта политика должна быть последовательной и многоуровневой от общего подхода к рынку социальных сетей до индивидуальной целенаправленной работы с каждой социальной сетью.

Государственный подход к рынку социальных сетей сервисов

В новом цифровом мире государство больше не может быть только законодателем, контролером и распределителем, государство

¹ Запесоцкий А. С. Гуманитарное образование и проблемы духовной безопасности // Педагогика. 2002. № 2. С. 3–8.

обязано быть непосредственным участником всех цифровых процессов от создания нового информационного контента до его эффективной дистрибуции в медиа среде.

Важно, что контент основывается на продуманном позиционировании, выражаясь не только в тексте, но и в символах. Символы фактически являются графическим продолжением контента – выражают суть позиционирования. Символы – это язык информации будет воспринят обществом, если он будет не только соответствовать истине, но и будет обладать привлекательной формой подачи, оперативно распространяться и мультиплицироваться по всем медиа. Государство в лице уполномоченного министерства должно активизировать работу с информационным контентом, разрабатывать позиционирование информационных задач, формировать символы и смыслы, адекватные национальным интересам в этой сфере.

Кроме этого, государство обязано постоянно реагировать на недружелюбные вызовы со стороны социальных сетей и сервисов и подобающим образом отвечать. Если социальные сети являются источниками антироссийской пропаганды, их необходимо закрывать, блокировать, перекрывать доступ к ним. Если доступ обходят с помощью VPN, ограничивать использование VPN, использовать штрафы (в Китае штраф за использование анонимайзеров эквивалентен 10 тыс. рублей). Кроме этого, государство в лице уполномоченного органа обязано:

- поддерживать развитие существующих отечественных сетей и сервисов;
- контролировать отечественные сети и сервисы на предмет возникновения антироссийской пропаганды;
- закрывать антироссийских блоги и телеграм-каналы, что является обычной практикой в других странах, а в России даже вопрос об этом не ставится;
- содействовать открытию новых, особенно специализированных сетей и сервисов;
- временно приостановить развитие в стране других иностранных сетей;
- создать единый координационный государственный Центр по работе с социальными сетями и сервисами с правом оперативного управления ситуацией в социальных сетях и с главной тактической задачей – максимально широкое донесение до всех технически достигаемых аудиторий текущей информационной государственной повестки;
- создать в рамках работы Центра нескольких национальных контент-центров по систематическому сбору, обработке и размещению государственной информации в социальных сетях с использованием всех современных информационных технологий;
- организовать во всех населенных пунктах, находящихся в орбите кризисных событий, сеть поставщиков контента с четким

функционалом, материальным, информационным, методическим и кадровым обеспечением для регулярного создания и пересылке в Центр качественного видео и фото контента;

- разработать и реализовать исследовательскую программу, которая позволит на регулярной основе получать подробную аналитическую информацию о состоянии информационного рынка, что позволит оперативно реагировать на изменения в информационной среде, а также проводить собственную скоординированную для всех медиа эффективную информационную политику, в том числе и в отечественных и иностранных социальных сетях и сервисах.

Можно констатировать, что социальные сети и сервисы становятся главными медиаканалами коммуникаций для государственной информационной политики. Это уже произошло в экономически развитых государствах, прежде всего, в США, Евросоюзе и Китае. Поэтому в этих странах социальные сети и сервисы определяются уже даже не как часть интернета, а как самостоятельное медиа со своими пользователями, специализацией и медиа бюджетами. Аналогичные процессы происходят в России. На протяжении последних двадцати лет страна впитывала в себя иностранные социальные сети и сервисы. И сейчас наступил «момент истины» – пора понять, какой должна быть политика государства по отношению к социальным сетям и как в этой среде должен работать государственный информационный механизм.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Горшков М. К. Реальности пореформенной России: четверть века социальных трансформаций в социологическом измерении //Россия реформирующаяся. – 2018. – №. 16. – С. 6-33.
2. Горшков М. К. О социальных результатах постсоветских трансформаций //Социологические исследования. – 2019. – №. 11. – С. 3-17.
3. Горшков М. К. Российская молодежь: к истории и роли в современном обществе //Гуманитарий Юга России. – 2019. – Т. 8. – №. 4. – С. 16-24.
4. Горшков М. К., Комиссаров С. Н. Ревальвация культуры и задачи социологии //Россия реформирующаяся. – 2019. – №. 17.
5. Горшков М. К., Баграмов Э. А. «Новый национализм» и проблема наций в трактовке американских социальных теоретиков //Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. – 2020. – Т. 20. – №. 4. – С. 733-751.
6. Васильев Н. А., Комиссаров С. Н. Социальные сети. Формирование нового социального мира //Гуманитарий Юга России. – 2021. – Т. 11. – №. 4. – С. 43-61.
7. Васильев Н. А. Социальные сети: основные индикаторы и показатели //Гуманитарий Юга России. – 2021. – Т. 10. – №. 6. – С. 77-92.
8. Васильев Н. А. Новый социальный мир: Всевластие сети //Знание. Понимание. Умение. – 2021. – №. 4. – С. 133-146.
9. Ведомости 2022, Россиян будут наказывать за призывы к санкциям и антивоенные лозунги// <https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2022/03/03/912035-budut-shtrafovat-za-prizivi> (Дата доступа: 28.03.2022)

10. F. Richter 2021, Meta Reaches 3.6 Billion People Each Month// Statista, <https://www.statista.com/chart/2183/facebooks-mobile-users/> (Дата доступа: 28.03.2022)
11. Statista 2022, Average monthly number of users of Meta in Russia in January 2022, by platform// <https://www.statista.com/statistics/1294187/russia-meta-users-by-platform/> (Дата доступа: 28.03.2022)
12. B. Dean 2022, How Many People Use Telegram in 2022? 55 Telegram Stats// Backlinko <https://backlinko.com/telegram-users> (Дата доступа: 28.03.2022)
13. G. Todorov 2022, 50+ Impressive VKontakte Statistics in 2022// ThriveMyWay <https://thrivemyway.com/vkontakte-stats/> (Дата доступа: 28.03.2022)
14. Y. Yener 2020, Step by Step: Twitter Sentiment Analysis in Python // TowardsDataScience <https://towardsdatascience.com/step-by-step-twitter-sentiment-analysis-in-python-d6f650ade58d> (Дата доступа: 28.03.2022)
15. Р. Таиров 2022, Аналитики оценили потери признанной экстремистской Meta от блокировки в России// Forbes <https://www.forbes.ru/tekhnologii/460625-analitiki-ocenili-poteri-priznannoj-ekstremistskoj-meta-ot-blokirovki-v-rossii> (Дата доступа: 28.03.2022)
16. Sostav 2022, ФНС раскрыла суду доходы Meta в России//Sostav <https://www.sostav.ru/publication/meta-platforms-52282.html> (Дата доступа: 28.03.2022)
17. Д. Кучерявых 2022, В России резко вырос спрос на VPN-сервисы// Lenta.ru <https://lenta.ru/news/2022/03/01/vpn/> (Дата доступа: 28.03.2022)
18. В. Черный 2022, Как изменились соцсети в марте 2022 года// Brand Analytics <https://br-analytics.ru/blog/social-media-march-2022/> (Дата доступа: 28.03.2022)
19. АКАР 2022, Объем рынка рекламы// akarussia https://www.akarussia.ru/knowledge/market_size (Дата доступа: 28.03.2022)
20. Theverge 2022, Biden demands Congress protect kids online in State of the Union address// <https://www.theverge.com/2022/3/1/22957505/biden-children-kids-privacy-tech-facebook-instagram-frances-haugen-sotu> (Дата доступа: 28.03.2022)

REFERENCES

1. Gorshkov M. K. Realities of post-reform Russia: a quarter century of social transformations in the sociological dimension [*Real'nosti poreformennoj Rossii: chetvert' veka social'nyh transformacij v sociologicheskom izmerenii*]// Russia is reforming. – 2018. – №. 16. – pp. 6-33.
2. Gorshkov M. K. On the social results of post-Soviet transformations [*O social'nyh rezul'tatah postsovetских transformacij*] //Sociological research. – 2019. – No. 11. – pp. 3-17.
3. Gorshkov M. K. Russian youth: towards history and role in modern society [*Rossiyskaya molodezh': k istorii i roli v sovremennom obshchestve*]//Humanities of the South of Russia. – 2019. – Vol. 8. – No. 4. – pp. 16-24.
4. Gorshkov M. K., Komissarov S. N. Revaluation of culture and the tasks of sociology [*Reval'vaciya kul'tury i zadachi sociologii*]//Russia is reforming. – 2019. – №. 17.
5. Gorshkov M. K., Bagramov E. A. "New nationalism" and the problem of nations in the interpretation of American social theorists [*«Novyj nacionalizm» i problema nacij v traktovke amerikanskih social'nyh teoretikov*] // Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia. Series: Sociology. – 2020. – Vol. 20. –

No. 4. – pp. 733-751.

6. Vasiliev N. A., Komissarov S. N. Social networks. Formation of a new social world [*Social'nye seti. Formirovanie novogo social'nogo mira*] // Humanities of the South of Russia. – 2021. – Vol. 11. – No. 4. – pp. 43-61.

7. Vasiliev N. A. Social networks: main indicators and indicators [*Social'nye seti: osnovnye indikatory i pokazateli*] // Humanities of the South of Russia. – 2021. – Vol. 10. – No. 6. – pp. 77-92.

8. Vasiliev N. A. The new social world: The Omnipotence of the network [*Novyj social'nyj mir: Vsevlastie seti*] // Knowledge. Understanding. Ability. – 2021. – No. 4. – pp. 133-146.

9. Vedomosti 2022, Russians will be punished for calls for sanctions and anti-war slogans [*Rossiyan budut nakazyvat' za prizyv k sankciyam i antivoennye lozungi*] // <https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2022/03/03/912035-budut-shtrafovat-za-prizivi> (Access Date: 03/28/2022)

10. F. Richter 2021, Meta Reaches 3.6 Billion People Every Month // Statista, <https://www.statista.com/chart/2183/facebooks-mobile-users/> (Access date: 03/28/2022)

11. Statista 2022, Average monthly number of Meta users in Russia in January 2022, by platform// <https://www.statista.com/statistics/1294187/russia-meta-users-by-platform/> (Access date: 03/28/2022)

12. B. Dean 2022, How many People use Telegram in 2022? 55 Telegram Statistics// Backlinko <https://backlinko.com/telegram-users> (Access date: 03/28/2022)

13. G. Todorov 2022, 50+ Impressive VKontakte statistics in 2022// ThriveMyWay <https://thrivemyway.com/vkontakte-stats/> (Access date: 03/28/2022)

14. Y. Yener 2020, Step by Step: Sentiment Analysis on Twitter in Python // TowardsDataScience <https://towardsdatascience.com/step-by-step-twitter-sentiment-analysis-in-python-d6f650ade58d> (Access date: 03/28/2022)

15. Analysts estimated the losses as recognized extremist. Tairov 2022, Analysts estimated the losses of the recognized extremist Meta from blocking in Russia// Forbes <https://www.forbes.ru/tekhnologii/460625-analitiki-ocenili-poteri-priznannoj-ekstremistskoj-meta-ot-blokirovki-v-rossii> (Access date: 03/28/2022)

16. Composition 2022, the Federal Tax Service disclosed to the court the income of Meta in Russia//Composition <https://www.sostav.ru/publication/meta-platforms-52282.html> (Access date: 03/28/2022)

17. D. Kucheryavykh 2022, Demand for VPN services has sharply increased in Russia [*Kak izmenilis' socseti v marte 2022 goda*] // Lenta.ru <https://lenta.ru/news/2022/03/01/vpn/> (Access date: 03/28/2022)

18. How social networks changed in March. Black 2022, How social networks changed in March 2022// Brand Analytics <https://br-analytics.ru/blog/social-media-march-2022/> (Access date: 03/28/2022)

19. The volume of the advertising market 2022, the volume of the advertising market// akarussia https://www.akarussia.ru/knowledge/market_size (Access date: 03/28/2022)

20. In February 2022, Biden demands that Congress protect children on the Internet in an appeal to the State of the Union // <https://www.theverge.com/2022/3/1/22957505/biden-children-kids-privacy-tech-facebook-instagram-frances-haugen-sotu> (Access date: 03/28/2022)