УДК 32.019.51

Коротышев А. П., Рыхтик П. П.

Нижегородский государственный университет имени Н. И. Лобачевского
603022, Нижегородская обл., г. Нижний Новгород, пр-т Гагарина, д. 23, Российская Федерация

МАНИПУЛЯТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В «НОВЫХ МЕДИА»: МОНИТОРИНГ И АНАЛИЗ (НА ПРИМЕРЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ОБСУЖДЕНИЯ «ЧВК «РЁДАН»»)

АННОТАЦИЯ

Цель. Обоснование авторского метода выявления и анализа использования манипулятивных технологий для продвижения в социальных сетях отдельных событий, вызывающих интерес у публики.

Процедура и методы. Авторский метод ПРОЗИС-анализа основан на сборе эмпирических данных посредством онлайн-сервисов «Айкубаз» (IQbuzz) и «Вордстат» (WordStat), на анализе основных показателей сетевой активности пользователей (постеры, репосты, охват, запросы, источники, сообщения) и ряда дополнительных параметров, экспертной интерпретации результатов. Прикладное применение указанного метода демонстрируется на примере общественной дискуссии, развернувшейся в русскоязычном пространстве сети Интернет вокруг деструктивного молодёжного объединения «ЧВК «Рёдан»» в феврале–марте 2023 г.

Результаты. В результате сбора и анализа эмпирических данных авторам удалось выделить четыре основных количественных показателя, свидетельствующих об информационной манипуляции: высокая средняя вовлечённость пользователей, большой охват аудитории при относительно небольшом числе пользовательских сообщений, характер динамики поисковых запросов, отношение числа пользовательских сообщений к данной динамике.

Практическая значимость заключается в возможности использования авторской методики для выявления манипулятивных технологий в социальных сетях, анализа характера информационных потоков, мониторинга информационного пространства. Кроме того, ПРОЗИС-анализ открывает возможности по разработке новых методов формирования общественного мнения и противодействия деструктивным информационным воздействиям в сети.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

веб-аналитика, интернет-коммуникация, информационная политика, массовая коммуникация, социальные сети, социология интернета, формирование общественного мнения

БЛАГОДАРНОСТИ

исследование выполнено в рамках программы «Приоритет 2030», техническое задание от ноября 2021 г. «Школьное насилие – скулшутинг – колумбайн: лики, маски, причины и тенденции насилия в современной российской школе», Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского.

СТРУКТУРА

Введение
Методика исследования
Анализ и обсуждение
Заключение

К СОДЕРЖАНИЮ НОМЕРА

© CC BY Коротышев А. П., Рыхтик П. П., 2023

A. Korotyshev, P. Rykhtik

National Research Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod
pr-t Gagarina 23, 603022 Nizhny Novgorod, Nizhny Novgorod region, Russian Federation

MANIPULATIVE TECHNOLOGIES IN "NEW MEDIA": MONITORING AND ANALYSIS (ON THE EXAMPLE OF THE PUBLIC DISCUSSION OF "PMC "RYODAN")

ABSTRACT

Aim. To substantiate the authors' method of identifying and analyzing the use of manipulative technologies to promote separate events which attract public attention in social networks.

Methodology. The authors' PROSIS-analysis method is based on empirical data collection, carried by IQbuzz and WordStat online services, the analysis of main indicators of user network activity (posters, reposts, coverage, requests, sources, messages) and a number of additional parameters, expert interpretation of results. Application of the above-mentioned method is demonstrated on the example of the public discussion in the Russian-language Internet sources concerning the destructive youth subculture PMC "Ryodan" in February-March 2023.

Results. As a result of empirical data collection and analysis, the authors identified four main quantitative indicators pointing to information manipulation. They include high average user involvement, large audience coverage with relatively small number of user messages, the search queries dynamics and the ratio of user messages to this dynamics.

Research implications. The practical significance lies in the possibility of using the unique methodology to identify manipulative technologies in social networks, to analyse the nature of information flows and to monitor information space. In addition, PROZIS-analysis opens up opportunities for developing new methods of public opinion forming and counteracting destructive information influences in social networks.

KEYWORDS

web analytics, Internet communication, information policy, mass communication, social networks, Internet sociology, public opinion formation

ACKNOWLEDGMENTS

This research was supported by the Federal Program "Priority 2030", technical task dated November 2021 "School violence - schoolshooting - Columbine: faces, masks, causes and trends of violence in modern Russian school", National Research Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod.

ВВЕДЕНИЕ

Одной из наиболее заметных общественных тенденций современности является трансформация структуры массовых коммуникаций. Происходят не только количественный рост объёмов информации, передаваемой через традиционные и новые медиа, но и качественная перестройка моделей восприятия информации массовой аудиторией, под которую вынуждены подстраиваться субъекты массовой коммуникации.

К СОДЕРЖАНИЮ НОМЕРА
К НАЧАЛУ СТАТЬИ

© CC BY Коротышев А. П., Рыхтик П. П., 2023

Коммерческие структуры в борьбе за внимание потребителя разрабатывают новые маркетинговые стратегии [8; 12]; политические акторы ищут новые пути влияния на общественное мнение, трансляции в информационное пространство своих тезисов и идей [10; 15]; научные организации уделяют всё большее внимание вопросам своего медийного имиджа и процессам популяризации науки в обществе, повышая свою привлекательность в глазах потенциальных заказчиков или грантодателей [5; 13]; государственные и частные образовательные учреждения конкурируют в информационном поле за внимание потенциальных студентов [6; 17]; структуры гражданского общества всё большее значение придают медийному освещению актуальной для них повестки [7; 16]. Новые информационные стратегии могут, помимо прочего, включать и распространение заведомо ложной или искажённой информации, контента, способного повлиять на общество в деструктивном ключе.

Представляется, что с распространением «новых медиа» увеличилась субъектность как общества в целом, так и отдельных социальных групп и индивидов. В актуальном социально-политическом процессе всё более спорной видится классическая теория П. Лазерсфельда об однозначной «объектности» общества в процессе коммуникации с государством через СМИ [20]. Общество и отдельные его представители всё чаще выступают субъектом массовой коммуникации, создавая собственные информационные тренды.

В информационном пространстве «новых медиа» соседствуют информационные потоки различной природы: как порождённые общественными процессами, объективным интересом общества к важным проблемам, так и являющиеся результатом манипулятивных воздействий со стороны СМИ и лидеров общественного мнения, в том числе и стремящихся к распространению деструктивного контента.

Деструктивный контент, как порождение манипулятивных технологий, имеет наибольший потенциал воздействия на молодёжную аудиторию в возрасте 14–20 лет. По Э. Эриксону, в этот период социализации человек сталкивается с особым кризисом психологического развития, влияющим на его мировоззрение [18]. Происходит разрушение «детской» идентичности, и начинает формироваться идентичность подростка, в дальнейшем выступающая базой и для «взрослых» самоинтерпретаций. В этот момент обществу и государству необходимо сформировать и донести до индивида (в том числе через СМИ и новые медиа) конструктивные ценности и модели поведения, а также организовать противодействие распространению ценностей деструктивных.

Таким образом, разграничение объективно сформированных обществом потоков информации и деструктивных потоков, ставших результатом воздействия манипулятивных технологий, становится сегодня важной прикладной задачей.

К СОДЕРЖАНИЮ НОМЕРА
К НАЧАЛУ СТАТЬИ

© CC BY Коротышев А. П., Рыхтик П. П., 2023

Решение данной задачи не только способствует борьбе с деструктивными воздействиями на молодых людей, но и представляет большой интерес для исследования массовых коммуникаций. Что, в свою очередь, требует использования особых исследовательских методов, без которых о научном подходе к изучению манипулятивных технологий говорить не приходится.

В отечественной науке исследования описанной проблемы в основном сосредоточены в рамках криминологии [1], возрастной психологии [3], социологии интернета [9], политической социологии [11], политологии [2]. Среди общих черт данных исследований стоит отметить, что в них СМИ однозначно определяются как ключевая детерминанта потенциально деструктивного поведения российской молодёжи. Говорится об особой роли экспертного сообщества (в основном психологов и специалистов по воспитательной работе) в вопросах формирования здоровой личности российского подростка, а также о необходимости учёта «новых медиа» не только как потенциально опасных источников деструктивной информации и пространства деструктивной коммуникации, но и как каналов позитивного воздействия на молодёжь со стороны психологов, социологов, политологов, педагогов и иных узкопрофильных специалистов, вовлечённых в процессы воспитания и формирования молодёжной политики.

Отдельно в контексте данной проблемы следует упомянуть инструментарий нейросетевого моделирования и прогнозирования социальных процессов на базе данных социальных сетей и иных «новых медиа». Передовые исследования в данной области, причём ориентированные на практическое применение в сфере социальной инженерии, ведутся в рамках американской программы «Соушл-Сим програм» (Social-Sim program (DARPA)) [19]. Разработанный коллективом программы нейросетевой алгоритм позволяет отслеживать весь жизненный цикл новой информации в сети, начиная с момента её вброса в оборот до того, как общество потеряет к ней интерес. На основе накопленных данных он может строить новые стратегии распространения информации, позволяя эффективно транслировать в информационное пространство целевые тезисы и открывая новые возможности для ведения информационных войн с использованием «новых медиа» [14].

Нейросетевые алгоритмы, при всей их привлекательности, обладают двумя фундаментальными недостатками. Первый из них заключается в сложности и высокой стоимости. Требуется отдельный штат специалистов для настройки и обслуживания алгоритма и отдельный – для интерпретации данных. Кроме того, для работы с большими объёмами данных из социальных сетей алгоритму требуется доступ к их API-интерфейсам, который придётся оплачивать. Таким образом, использование нейросетей в анализе сетевой активности пользователей остаётся, по крайней мере на сегодня, прерогативой больших междисциплинарных коллективов с обширным финансированием.

К СОДЕРЖАНИЮ НОМЕРА
К НАЧАЛУ СТАТЬИ

© CC BY Коротышев А. П., Рыхтик П. П., 2023

Второй недостаток заключается в том, что, несмотря на впечатляющие вычислительные мощности нейросетей, финальный результат их работы в конечном итоге зависит от исследователя. Во-первых, именно исследовательский коллектив определяет изначальный набор количественных показателей сетевой активности пользователей, на которые в своём анализе будет опираться нейросеть. Во-вторых, интерпретация результатов нейросетевого моделирования также остаётся прерогативой исследователя.

В то же время общественные науки, а также прикладные задачи общественной коммуникации нуждаются в методике эффективной оперативной оценки сетевой активности пользователей, в т. ч. применительно к информационным манипуляциям и профилактике деструктивных информационных воздействий.

МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Методика, получившая название ПРОЗИС-анализ, была подробно описана авторами в ряде более ранних работ [4]. В рамках настоящей статьи продемонстрированы её возможности в части выявления информационных манипуляций.

ПРОЗИС-анализ опирается на эмпирические данные, собранные посредством двух онлайн-сервисов: «Айкубаз» (IQbuzz)[1] (отслеживает статистику пользовательских сообщений в социальных сетях) и «Вордстат» (WordStat)[2] (отслеживает статистику пользовательских запросов на поисковом портале «Яндекс»). Они позволяют оценить параметры использования пользователями в их постах и поисковых запросах определённых лексем.

Из обширного массива эмпирических данных, предоставляемых упомянутыми сервисами, наибольшее значение имеют шесть числовых показателей:

1. «постеры» – число пользователей, размещающих сообщения с заданной лексемой;
2. «репосты» – число репостов сообщений с заданной лексемой;
3. «охват» – число пользователей, имевших возможность прочитать сообщения с заданной формулировкой (в своих подборках, лентах, комментариях и пр.);
4. «запросы» – число пользовательских запросов в поисковом сервисе «Яндекс» с заданной лексемой.
5. «Источники» – число СМИ или высокорейтинговых пользователей, впервые написавших о проблеме с использованием заданной лексемы;

К СОДЕРЖАНИЮ НОМЕРА

К НАЧАЛУ СТАТЬИ

[1] IQbuzz. Система мониторинга социальных медиа и СМИ [Электронный ресурс]. URL: https://iqbuzz.pro (дата обращения: 13.03.2023).

[2] Яндекс.WordStat [Электронный ресурс]. URL: https://wordstat.yandex.ru (дата обращения: 12.03.2023).

© CC BY Коротышев А. П., Рыхтик П. П., 2023

6. «сообщения» – число сообщений, включающих заданную лексему.

Собственно, от этих шести параметров и происходит название метода – ПРОЗИС-анализ, а, рассмотренные в комплексной взаимосвязи, они могут именоваться ПРОЗИС-показателями.

АНАЛИЗ И ОБСУЖДЕНИЕ

В качестве примера использования ПРОЗИС-анализа для выявления манипулятивных технологий рассмотрим показатели сетевой активности, сопровождавшей общественное обсуждение т. н. «ЧВК «Рёдан»» в феврале–марте 2022 г.

Начало этой общественной дискуссии положил инцидент, произошедший 22 февраля 2023 г. в ТРЦ «Авиапарк» в г. Москве. В ресторанном дворике этого ТРЦ проходила встреча поклонников аниме «Hunter x Hunter», многие из которых были одеты в стилистике героев аниме – банды «Геней Рёдан» (что предусматривает одежду чёрного цвета со стилизованным символом паука и порядковым номером). У поклонников возник конфликт с группой молодых людей, закончившийся массовой дракой, победу в которой одержали любители аниме.

Видео инцидента попало в сеть, быстро распространилось. Представители движения «Рёдан», которое на тот момент представляло собой не более чем группу в социальной сети «ВКонтакте» с 2030 участниками, приобрели большое число сторонников и противников. Развернулась широкая общественная дискуссия о роли, значении и допустимых рамках развития молодёжных субкультур. В некоторых постах высказывались идеи о формировании «боевого крыла» движения «ЧВК «Рёдан»», члены которого, как предполагалось, будут драться с представителями прочих субкультур.

Эти события вызвали заметный общественный резонанс и неоднократно комментировались официальными лицами. Так, пресс-секретарь Президента РФ Д. С. Песков заявил, что ««Рёдан» – это “псевдосубкультура, которая идёт со знаком минус”»[3], а глава Комитета Государственной Думы по молодёжной политике А. П. Метелев обратился к участникам движения «ЧВК «Рёдан»» с предложением встретиться и обсудить возникшие проблемы[4].

В то же время анализ ПРОЗИС-показателей по лексеме «рёдан» позволяет привести как минимум четыре аргумента в пользу того, что информационный резонанс вокруг этой темы был создан искусственно.

[3] Песков назвал движение «Редан» псевдосубкультурой // РИА Новости: [сайт]. [28.02.2023]. URL: https://ria.ru/20230228/peskov-1854820083.html?ysclid=lg0llbj7g6619508475 (дата обращения: 04.05.2023).

[4] В Госдуме обратились к участникам «ЧВК Редан» // Lenta.Ru: [сайт]. [28.02.2023]. URL: https://lenta.ru/news/2023/02/28/redan_/?ysclid=lg0lrbvqoj284808228 (дата обращения: 04.05.2023).

К СОДЕРЖАНИЮ НОМЕРА
К НАЧАЛУ СТАТЬИ

© CC BY Коротышев А. П., Рыхтик П. П., 2023

Эти аргументы базируются на количественных значениях ПРОЗИС-показателей по лексеме «рёдан» за период с 24 февраля по 7 марта, на который пришёлся пик общественного интереса к данной теме. Вначале приведём данные по пяти из них (табл. 1).

Таблица 1 / Table 1

ПРОЗИС-показатели сетевой активности пользователей по лексеме «рёдан» за период с 26 февраля по 3 марта (шт.) / PROZIS-indicators of user network activity by the lexeme "рёдан" for the period from February 26 to March 3 (pcs.)

ПРОЗИС-показатель	24 фев.	25 фев.	26 фев.	27 фев.	28 фев.	1 мар.	2 мар.	3 мар.	4 мар.	5 мар.	6 мар.	7 мар.
постеры	0	11	29	164	225	171	195	106	63	130	114	65
репосты	0	1	12	122	192	85	80	24	5	403	66	7
охват	0	1859	25948	874767	1387044	595456	1326222	551934	84004	272139	432237	229660
источники	0	8	15	51	67	75	47	51	39	37	23	14
сообщения	0	24	45	225	347	284	223	147	81	138	122	67

Источник: составлено авторами по:
IQbuzz. Система мониторинга социальных медиа и СМИ [Электронный ресурс]. URL: https://iqbuzz.pro (дата обращения: 13.03.2023).

Переходя к аргументам, отметим следующее:

1. В первую очередь, следует обратить внимание на соотношение числа постеров и сообщений, которое в коммерческих исследованиях называют показателем вовлечённости. Данный показатель фиксирует, сколько сообщений с заданной лексемой в среднем написал один автор.

Подавляющее большинство пользователей социальных сетей предпочитает читать чужие сообщения, и лишь немногие создают собственные. Из тех же, кто что-то пишет от своего лица, лишь небольшая доля возвращается к одной теме, создавая несколько сообщений. Поэтому показатель вовлечённости, как правило, не превышает 1–1,1 (для общественно значимых повесток – до 1,2). В случае с лексемой «рёдан» средний уровень вовлечённости составил 1,4, а 28 февраля, когда сетевая активность пользователей по данной теме выросла до максимума, достиг 1,54.

Это вполне очевидно указывает на то, что среди пользователей существовала группа, занятая целенаправленным раскручиванием темы. Исходя из своей идеологической ангажированности или коммерческой заинтересованности, они создавали множество сообщений, в значительной мере способствуя продвижению данной тематики.

2. Другой характерный признак усиленного информационного продвижения — это достаточно широкий охват при небольшом числе сообще-

К СОДЕРЖАНИЮ НОМЕРА
К НАЧАЛУ СТАТЬИ

© CC BY Коротышев А. П., Рыхтик П. П., 2023

ний. 25 февраля, когда появляются первые 24 сообщения с лексемой «рёдан» они сразу же приобретают охват в 1859. На следующий день, 26 февраля, число сообщений вырастает в 1,9 раз, а охват – в 13,7 раз. 27 февраля опережающий рост охвата продолжается: число сообщений растёт в 5 раз, охват – в 33,7 раза. В момент пика пользовательской активности 28 февраля 225 пользователей пишут 347 сообщений, достигая охвата в 1387044 потенциальных читателя. Такой впечатляющий рост охвата при относительно небольшом числе постеров и сообщений возможен только в том случае, если авторы сообщений состоят в крупных интернет-сообществах, где усиленно транслируют свои идеи. Это, как правило, характерно для пользователей, целенаправленно занимающихся интернет-продвижением.

В последующие дни общество начинает терять интерес к изучаемой тематике. Охват, относительно 2 марта, падает 3 марта в 2,2 раза, а 4 марта – почти в 15,8 раз. В то же время число сообщений снижается значительно медленнее (3 марта – в 1,5 раза, 4 марта – в 2,8 раз). Заметно, что в этот период активная группа пользователей ещё пыталась обсуждать проблему «рёдана», однако общество уже не поддерживает этот интерес. Это также указывает на наличие группы, целенаправленно продвигавшей данную тематику.

3. Необходимо также обратить внимание на динамику пользовательских запросов с формулировкой «рёдан» в наиболее популярном в России поисковом портале «Яндекс». Сервис «Вордстат» (WordStat) фиксирует число поисковых запросов с целевой лексемой за период в неделю или месяц. Если дополнить эти данные статистикой «Айкубаз» (IQbuzz) относительно числа сообщений и охвата, можно получить следующую картину (табл. 2).

Таблица 2 / Table 2

Статистика пользовательских сообщений и поисковых запросов с лексемой «рёдан» в период с 6 февраля по 12 марта 2023 г. (шт.) / Statistics of user messages and search queries with the lexeme «рёдан» in the period from February 6 to March 12, 2023 (pcs.)

Временной период	06.02.2023 – 12.02.2023	13.02.2023 – 19.02.2023	20.02.2023 – 26.02.2023	27.02.2023 – 05.03.2023	06.03.2023 – 12.03.2023
Число поисковых запросов (данные сервиса «WordStat»)	2404	3170	903724	3576190	713810

К СОДЕРЖАНИЮ НОМЕРА

К НАЧАЛУ СТАТЬИ

© CC BY Коротышев А. П., Рыхтик П. П., 2023

Временной период	06.02.2023 – 12.02.2023	13.02.2023 – 19.02.2023	20.02.2023 – 26.02.2023	27.02.2023 – 05.03.2023	06.03.2023 – 12.03.2023
Число пользовательских сообщений (данные сервиса «IQbuzz»)	0	70	1872	1397	379
Охват аудитории (данные сервиса «IQbuzz»)	0	0	6316943	5091566	1165019

Источник: составлено авторами по данным: IQbuzz. Система мониторинга социальных медиа и СМИ [Электронный ресурс]. URL: https://iqbuzz.pro (дата обращения: 13.03.2023); Яндекс. WordStat [Электронный ресурс].
URL: https://wordstat.yandex.ru (дата обращения: 12.03.2023).

До момента взрывного роста пользовательского интереса в 20-х числах февраля «ЧВК «Рёдан»» не обсуждалась в социальных сетях, о чём свидетельствуют околонулевые показатели сообщений и охвата. Однако среди поисковых запросов данная формулировка присутствует, что, по всей видимости, связано с интересом пользователей к одноимённой организации из аниме.

Далее, в момент всплеска общественного интереса число пользовательских сообщений в социальных медиа начинает расти раньше и достигает своего пика быстрее, чем число поисковых запросов. Затем на неделе, начавшейся 27 февраля, число сообщений снижается, как и вызываемый ими охват. В то же время число поисковых запросов продолжает расти, и его пик приходится именно на 27 февраля – 5 марта.

Такая ситуация указывает на то, что первоначальный интерес к данной тематике был вызван именно постингом в социальных сетях. Активные публикации в медиа вызывали и поддерживали общественный интерес, выразившийся в поисковых запросах. Соответственно, активной группе постеров, о которой говорилось выше, удалось на непродолжительное время завладеть вниманием интернет-пользователей, которые, заинтересовавшись темой, стали искать о ней дополнительную информацию.

4. Оценивая динамику поисковых запросов, мы неизбежно столкнёмся с их беспрецедентным ростом в феврале. Приведём данные сервиса «Вордстат» (WordStat) за несколько предшествовавших месяцев (табл. 3).

К СОДЕРЖАНИЮ НОМЕРА
К НАЧАЛУ СТАТЬИ

© CC BY Коротышев А. П., Рыхтик П. П., 2023

Таблица 3 / Table 3

Статистика поисковых запросов с лексемой «рёдан», вводившихся пользователями в поисковый сервис «Яндекс» в сентябре 2022 г. – феврале 2023 г. (шт.) / Statistics of search queries with the lexeme «рёдан» entered into Yandex search service in September 2022 – February 2023 (pcs.)

Месяц, год	сент. 2022	окт. 2022	нояб. 2022	дек. 2022	янв. 2023	фев. 2023	март 2023
Число поисковых запросов с формулировкой «рёдан»	9466	9298	10217	9263	10814	3576190	3465340
Число поисковых запросов с формулировкой «ЧВК «Рёдан «»	0	0	11	8	21	1251948	1556313

Источник: составлено авторами по:
Яндекс.WordStat [Электронный ресурс].
URL: https://wordstat.yandex.ru (дата обращения: 12.03.2023).

Для лексемы «рёдан» до февраля 2023 г. характерна стабильная, но невысокая популярность в диапазоне 9–10 тыс. запросов в месяц, что очевидно связано с интересом к одноимённой организации из аниме. Однако в феврале их число возрастает до 3576190, т. е. более чем в 330 раз. Это не является следствием популярности самого аниме. Запрос «ЧВК «Рёдан»», не имеющий непосредственного отношения к аниме, но характеризующий именно рассматриваемое контркультурное явление, фактически не вводился в поисковый сервис «Яндекса» до февраля 2023 г., а затем сразу вырос с 21 до 1251948 запросов.

Такой рост тем более удивителен, что сравнимых показателей не наблюдалось при самых острых и общественно значимых событиях. Даже сообщение о проведении в России частичной мобилизации вызвало рост поисковых запросов с лексемой «мобилизация» с 519668 в августе до 50179130 в сентябре 2022 г., т. е. в 96,5 раз – в три раза меньше, чем в случае с «ЧВК «Рёдан»».

Такой резкий рост популярности крайне нехарактерен для культурных (как и контркультурных) феноменов, как правило, набирающих популярность постепенно. Тем более он нехарактерен для социальных групп, общественных движений, набирающих и теряющих сторонников, переживающих взлёты и падения популярности.

Для сравнения приведём статистику поисковых запросов уже достаточно давно известного в России контркультурного движения «АУЕ»[5].

[5] «Арестантский уклад един» (АУЕ, также используется вариант А.У.Е.; другое название – «арестантское уркаганское единство») — название и девиз криминальной субкультуры и российского неформального объединения банд, состоящих из несовершеннолетних юношей и девушек. Деятельность признана экстремистской и запрещена на территории Российской Федерации – (прим. ред.).

К СОДЕРЖАНИЮ НОМЕРА
К НАЧАЛУ СТАТЬИ

© CC BY Коротышев А. П., Рыхтик П. П., 2023

Таблица 4 / Table 4

Статистика поисковых запросов с лексемой «АУЕ», вводившихся пользователями в поисковый сервис «Яндекс» в сентябре 2022 г. – феврале 2023 г. (шт.) / Statistics of search queries with the lexeme «АУЕ» entered into Yandex search service in September 2022 – February 2023 (pcs.).

Месяц, год	сент. 2022	окт. 2022	нояб. 2022	дек. 2022	янв. 2023	фев. 2023	март 2023
Число поисковых запросов с формулировкой «АУЕ»	66994	69809	94317	82489	82277	71854	78451

Источник: составлено авторами по:
Яндекс.WordStat [Электронный ресурс].
URL: https://wordstat.yandex.ru (дата обращения: 12.03.2023).

Данная статистика демонстрирует некоторые заметные колебания, но в целом остаётся стабильной, удерживаясь в последние два года в диапазоне 66–110 тыс. запросов в месяц. Наиболее быстрый рост числа запросов пришёлся на 12–19 ноября 2022 г., когда они выросли в 1,7 раза за неделю (с 19523 по 33630).

Всё это не позволяет считать взлёт общественной популярности «ЧВК «Рёдан»» естественным процессом, вызванным действием неких объективных общественных факторов.

Рассмотренные в комплексе, эти четыре фактора указывают на использование в раскрутке темы «ЧВК «Рёдан»» манипулятивных технологий. Общую динамику раскрутки общественного интереса к данной теме можно визуально отразить в виде 6-лучевой ПРОЗИС-диаграммы (рис. 1).

Порядок отображения данных на осях не случаен. Верхняя группа из трёх осей («источники», «постеры» и «сообщения») характеризует в первую очередь усилия пользователей по продвижению новой информации в информационном пространстве. Новая информация появляется в первых уникальных источниках, затем её подхватывают постеры, создавая на её основе более многочисленные сообщения.

Совместно показатели трёх верхних осей формируют информационное ядро. Заходя в сеть, рядовой пользователь сталкивается не с информацией как таковой, а именно с информационным ядром, включающим как тексты новостей, так и сообщения с реакцией на них его друзей, знакомых и сетевых лидеров мнений. Именно информационное ядро служит объектом дальнейшей рефлексии пользователя.

К СОДЕРЖАНИЮ НОМЕРА
К НАЧАЛУ СТАТЬИ

© CC BY Коротышев А. П., Рыхтик П. П., 2023

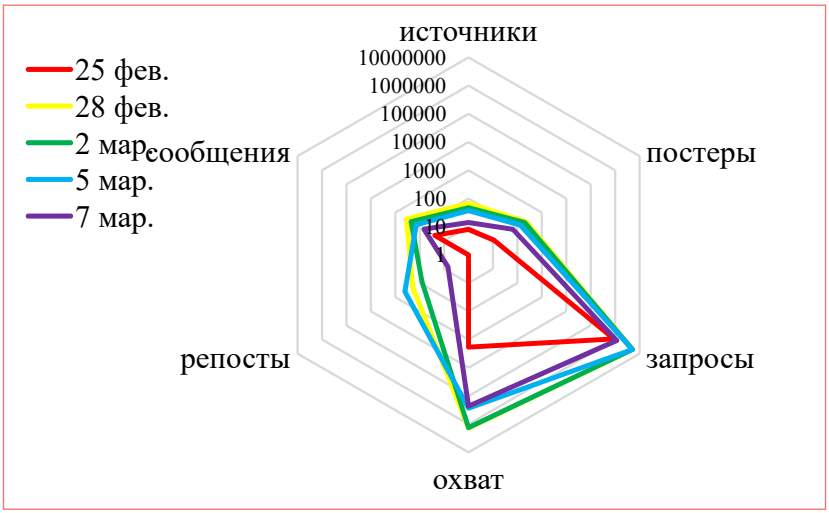

Рис. 1 / Fig. 1. ПРОЗИС-показатели сетевой активности пользователей по лексеме «рёдан» за период с 25 февраля по 7 марта (шт.). Отображение в виде ПРОЗИС-диаграммы с логарифмической шкалой / PROZIS-indicators of user network activity by the lexeme "рёдан" for the period from February 25 to March 7 (pcs.). Display as a PROSIS-chart with a logarithmic scale

Источник: составлено авторами по данным: IQbuzz. Система мониторинга социальных медиа и СМИ [Электронный ресурс]. URL: https://iqbuzz.pro (дата обращения: 13.03.2023); Яндекс.WordStat [Электронный ресурс]. URL: https://wordstat.yandex.ru (дата обращения: 12.03.2023).

Вторая группа показателей «репосты», «запросы» и «охват» отражает, в сущности, уровень рефлексии пользователей и степень их реакции на новую информацию. Потребляя контент из интернет-медиа, групп в социальных сетях, из лент или телеграмм-каналов, от активных блогеров и из других источников, пользователи начинают интересоваться темой. Из этого следуют повышение числа запросов в поисковых сервисах, репост материалов, постепенное заполнение групп, лент и комментариев. Эту нижнюю группу можно назвать информационной периферией.

ПРОЗИС-диаграмма позволяет отследить весь цикл распространения информации о ЧВК ««Рёдан»». В текущем примере заметно, как 25 февраля небольшая группа пользователей на основе первых источников начала усиленно публиковать сообщения с лексемой «рёдан». Эти сообщения сразу приобретают заметный охват, поскольку группа старается распространять их в популярных группах, пабликах и сообществах. Сталкиваясь с новой информацией, пользователи в первую очередь наращивают число поисковых

К СОДЕРЖАНИЮ НОМЕРА
К НАЧАЛУ СТАТЬИ

© CC BY Коротышев А. П., Рыхтик П. П., 2023

запросов, однако, до конца не разобравшись в теме, ещё не готовы делиться в своих аккаунтах информацией о ней.

К 28 февраля усилия первоначальной группы увенчались успехом: множество постеров присоединяется к раскрутке темы, они создают сотни новых сообщений, и охват достигает максимальных значений, появляется значительное число репостов. 2 марта эта картина в целом сохраняется, хотя и фиксируется некоторое снижение основных показателей.

5 марта активная часть интернет-аудитории (предпочитающая писать сообщения), по всей видимости, начинает терять интерес к теме: число постеров и сообщений снижается. Однако массовый интернет-пользователь предпочитает не писать собственные посты, а ограничивается чтением и репостом чужих, поэтому охват и репосты продолжают расти. 7 марта пользовательский интерес неуклонно угасает, о чём свидетельствует заметное падение числа репостов. При этом показатели ядра всё еще остаются внушительными – первоначальная группа пользователей, вполне возможно, ещё работает над раскруткой темы. Однако общество уже не так заинтересовано в ней – основные ПРОЗИС-показатели окончательно вошли в нисходящий тренд.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, можно вполне обоснованно утверждать, что феномен «ЧВК «Рёдан»» – продукт информационной манипуляции, созданный на базе идеи о существовании несуществующего молодёжного движения. Отчасти рост интереса к нему можно объяснить характерным для молодёжи протестным восприятием социальных традиций, отчасти актуализацией темы со стороны ряда лидеров общественного мнения.

Что же касается применённого метода, ПРОЗИС-анализ может с успехом использоваться для выявления фактов манипуляции общественным сознанием. Функционал онлайн-сервисов позволяет пойти ещё дальше, выявляя источники распространения информации, обнаруживая сообщества и отдельных пользователей, занятых раскруткой тематики. Впрочем, это в целом выходит за рамки чисто научной деятельности. С точки зрения академической и прикладной науки ПРОЗИС-анализ позволяет фиксировать объективный общественный интерес, отличать его от разного рода информационных манипуляций, отслеживать динамику распространения в обществе новых информационных трендов.

Потенциал использования манипулятивных технологий «новых медиа» для провоцирования деструктивного поведения в молодёжной среде очень высок. В том случае, если некое молодёжное движение деструктивной направленности получит профессиональную медийную поддержку, будет «продвигаться» в информационном пространстве с опорой на манипулятив-

К СОДЕРЖАНИЮ НОМЕРА
К НАЧАЛУ СТАТЬИ

© CC BY Коротышев А. П., Рыхтик П. П., 2023

ные технологии, оно станет серьёзной проблемой для общества. Решение и профилактика такого рода проблем требует эффективной консолидации усилий власти и общества, а также разработки соответствующего технологического инструментария.

Описанный в рамках настоящей статьи метод ПРОЗИС-анализа вполне может способствовать повышению эффективности такой работы.

ДАТА ПУБЛИКАЦИИ

Статья поступила в редакцию: 31.07.2023

Статья размещена на сайте: 29.12.2023

ЛИТЕРАТУРА

1. Аглямова Г. М., Харисова Э. А. Деструктивные явления в молодежной среде как объект криминологического исследования [Электронный ресурс] // Байкальский научный журнал. 2021. № 3. URL: brj-bguep.ru (дата обращения: 13.03.2023).
2. Буров А. С. Перспективные технологии формирования политически лояльной молодежи в современной России // PolitBook. 2021. № 4. С. 31–46.
3. Вагапова А. Р., Кленова М. А. Развитие позитивного мышления учащихся как основа профилактики суицидального поведения: по итогам заседания круглого стола // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Акмеология образования. Психология развития. 2023. № 1. С. 87–92.
4. ПРОЗИС-анализ: возможности оценки реакции пользователей на значимые информационные поводы в сети Интернет / Р. В. Голубин, И. А. Исакова, А. П. Коротышев, П. П. Рыхтик // Вестник Томского государственного университета. 2022. № 475. С. 59–67.
5. Дорохова И. А. Элементы, формирующие имидж вузов // Международный научно-исследовательский журнал. 2022. № 3. С. 87–91.
6. Дрянных Н. В., Лаврентьева А. А., Ракова С. С. Профориентационный нетворкинг: школа – колледж – вуз // Вестник Череповецкого государственного университета. 2023. № 1. С. 188–195.
7. Егорова Л. Г. Роль региональных СМИ в становлении гражданского общества (на примере информационного сопровождения проектов инициативного бюджетирования) // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. 2021. № 2. С. 185–194.
8. Камчатова Е. Ю., Бурлаков В. В., Яхъяев М. А. Роль маркетинговых инноваций в повышении конкурентоспособности предприятия // Инновации и инвестиции. 2023. № 3. С. 4–7.
9. Ларионова А. В., Горчакова О. Ю., Фахретдинова А. П. Особенности активности студенческой молодежи в сети интернет: опыт деструктив-

К СОДЕРЖАНИЮ НОМЕРА

К НАЧАЛУ СТАТЬИ

© CC BY Коротышев А. П., Рыхтик П. П., 2023

ной коммуникации и вопросы безопасности // Социодинамика. 2021. № 3. С. 12–22.
10. Логинов К. О. Информационное воздействие на электорат при проведении выборов // Известия Тульского Государственного университета. Гуманитарные науки. 2022. № 2. С. 28–42.
11. Малик Е. Н. Формирование социально-политического потенциала молодёжи в условиях интернет-социализации // Управленческое консультирование. 2022. № 8. С. 94–107.
12. Пашоликов М. А. Методологические подходы к организации стратегического маркетингового планирования // Инновации и инвестиции. 2023. № 1. С. 107–111.
13. Сарбаа Л. Н., Коньков А. Т. Методы и технологии формирования репутации организации сферы образования // Социально-гуманитарные знания. 2023. № 1. С. 40–45.
14. Сидоров М. П., Овсянников С. Н. Наращивание иностранными государствами возможностей ведения противоборства в киберпространстве // Военная мысль. 2022. № 8. С. 131–146.
15. Суркова О. Е., Елизаров А. А. Технологии формирование моделей электорального поведения // Международный научно-исследовательский журнал. 2022. № 5-3. С. 151–154.
16. Фролова Т. И., Гатилин А. С. Социальные проекты муниципальных СМИ как инструмент развития местных сообществ и территорий: стартовые особенности // Вопросы теории и практики журналистики. 2021. № 3. С. 500–513.
17. Эбзеева Ю. Н. Рейтинг университета как элемент аттрактивности для потенциальных абитуриентов // Известия Саратовского университета. Новая серия. Социология. Политология. 2023. № 1. С. 33–38.
18. Эриксон Э. Г. Идентичность: юность и кризис / пер. с англ.; общ. ред. А. В. Толстых. М.: Прогресс, 1996. 340 с.
19. Multiscale online media simulation with SocialCube / T. Abdelzaher, J. Han, Y. Hao, A. Jing, D. Liu, S. Liu, H. H. Nguyen, D. M. Nicol, H. Shao, T. Wang, S. Yao, Y. Zhang, O. Malik, S. Dipple, J. Flamino, F. Buchanan, S. Cohen, G. Korniss, B. K. Szymanski // Computational and Mathematical Organization Theory. 2020. № 26. P. 145–174.
20. Roper E., Katz E., Lazarsfeld P. F. Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications. A Report of the Bureau of Applied Social Research, Columbia University. Glencoe, Ill: The Free Press, 1955. 400 p.

REFERENCES

1. Aglyamova G. M., Kharisova E. A. [Destructive phenomena in the youth environment as an object of criminological research]. In: *Baikal'skii nauchnyi zhurnal* [Baikal Research Journal], 2021, no. 3. Available at: brj-bguep.ru (accessed: 13.03.2023).
2. Burov A. S. [Promising technologies for the formation of politically loyal youth in modern Russia]. In: *PolitBook*, 2021, no. 4, pp. 31–46.
3. Vagapova A. P., Klenova M. A. [Development of positive thinking of students as a means of preventing suicidal behaviour: based on the results

К СОДЕРЖАНИЮ НОМЕРА
К НАЧАЛУ СТАТЬИ

© CC BY Коротышев А. П., Рыхтик П. П., 2023

of the round table meeting]. In: *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya. Seriya: Akmeologiya obrazovaniya. Psikhologiya razvitiya* [Izvestiya of Saratov university. Educational acmeology. Developmental psychology], 2023, no. 1, pp. 87–92.

4. Golubin R. V., Isakova I. A., Korotyshev A. P., Rykhtik P. P. [PROSIS-analysis: the possibility of assessing users' reaction to significant newsworthy events on the Internet]. In: *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta* [Tomsk State University Journal], 2002, no. 475, pp. 59–67.
5. Dorokhova I. A. [On the elements that form the image of universities]. In: *Mezhdunarodnyi nauchno-issledovatel'skii zhurnal* [International Research Journal], 2002, no. 3, pp. 87–91.
6. Dryannykh N. V., Lavrent'eva A. A., Rakova S. S. [Vocational guidance networking: school – college – university]. In: *Vestnik Cherepovetskogo gosudarstvennogo universiteta* [Cherepovets State University Bulletin], 2023, no. 1, pp. 188–195.
7. Egorova L. G. [Regional media role in civil society formation (on the example of the participatory budgeting projects information support)]. In: *Uchenye zapiski Krymskogo federal'nogo universiteta imeni V. I. Vernadskogo. Filologicheskie nauki* [Scientific Notes of V. I. Vernadsky Crimean Federal University. Philological sciences], 2021, no. 2, pp. 185–194.
8. Kamchatova E. Yu., Burlakov V. V., Yakhyaev M. A. [The role of marketing innovations in increasing the competitiveness of the enterprise]. In: *Innovatsii i investitsii* [Innovation and investment], 2023, no. 3, pp. 4–7.
9. Larionova A. V., Gorchakova O. Yu., Fakhretdinova A. P. [Features of student activity on the Internet: experience of destructive communication and security issues]. In: *Sotsiodinamika* [Sociodynamics], 2021, no. 3, pp. 12–22.
10. Loginov K. O. [Information impact on the electorate during elections]. In: *Izvestiya Tul'skogo Gosudarstvennogo universiteta. Gumanitarnye nauki* [Izvestiya Tula State University. Humanitarian sciences], 2022, no. 2, pp. 28–42.
11. Malik E. N. [Formation of social and political potential of young people in conditions of Internet socialization]. In: *Upravlencheskoe konsul'tirovanie* [Administrative Consulting], 2022, no. 8, pp. 94–107.
12. Pasholikov M. A. [Methodological approaches to the organization of strategic marketing planning]. In: *Innovatsii i investitsii* [Innovation and Investment], 2023, no. 1, pp. 107–111.
13. Sarbaa L. N., Konkov A. T. [Methods and technologies for building the reputation of an educational outreach organization]. In: *Sotsial'no-gumanitarnye znaniya* [Social and humanitarian knowledge], 2023, no. 1, pp. 40–45.
14. Sidorov M. P., Ovsyannikov S. N. [Increasing the capabilities of foreign states to conduct confrontation in cyberspace]. In: *Voennaya mysl'* [Military thought], 2022, no. 8, pp. 131–146.
15. Surkova O. E., Elizarov A. A. [Technology of electoral behavior models formation]. In: *Mezhdunarodnyi nauchno-issledovatel'skii zhurnal* [International Research Journal], 2022, no. 5-3, pp. 151–154.
16. Frolova T. I., Gatilin A. S. [Social projects by local media as a tool for the development of local communities: starting points]. In: *Voprosy teorii i*

К СОДЕРЖАНИЮ НОМЕРА

К НАЧАЛУ СТАТЬИ

© CC BY Коротышев А. П., Рыхтик П. П., 2023

praktiki zhurnalistiki [Theoretical and practical issues of journalism], 2021, no. 3, pp. 500–513.
17. Ebzeeva Yu. N. [University rating as an element of attractiveness for potential enrollees]. In: *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya. Sotsiologiya. Politologiya* [Izvestiya of Saratov university. Sociology. Politology], 2023, no. 1, pp. 33–38.
18. Erikson E. H. Identity, youth, and crisis (Rus. ed.: Tolstykh A. V., transl., ed. *Identichnost': yunost' i krizis*. Moscow, Progress Publ., 1996. 340 p.).
19. Abdelzaher T., Han J., Hao Y., et al. Multiscale online media simulation with SocialCube. In: *Computational and Mathematical Organization Theory*, 2020, no. 26, pp. 145–174.
20. Roper E., Katz E., Lazarsfeld P. F. Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications. A Report of the Bureau of Applied Social Research, Columbia University. Glencoe, Ill, The Free Press, 1955. 400 p.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ / INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Коротышев Александр Павлович – кандидат исторических наук, доцент кафедры социальной безопасности и гуманитарных технологий факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н. И. Лобачевского; e-mail: aleks_korotyshev@mail.ru

Рыхтик Павел Павлович – кандидат исторических наук, старший преподаватель кафедры социальной безопасности и гуманитарных технологий факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н. И. Лобачевского; e-mail: rykhtikpavel@fsn.unn.ru

Aleksandr P. Korotyshev – Cand. Sci. (History), Assoc. Prof., Department of Social Security and Humanitarian Technologies, Faculty of Social Sciences, National Research Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod; e-mail: aleks_korotyshev@mail.ru

Pavel P. Rykhtik – Cand. Sci. (History), Senior Lecturer, Department of Social Security and Humanitarian Technologies, Faculty of Social Sciences, National Research Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod; e-mail: rykhtikpavel@fsn.unn.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ / FOR CITATION

Коротышев А. П., Рыхтик П. П. Манипулятивные технологии в «новых медиа»: мониторинг и анализ (на примере общественного обсуждения «ЧВК «Рёдан»») // Российский социально-гуманитарный журнал. 2023. № 4. URL: www.evestnik-mgou.ru

Korotyshev A. P., Rykhtik P. P. Manipulative technologies in "new media": monitoring and analysis (on the example of the public discussion of "PMC "Ryodan"). In: *Russian Social and Humanitarian Journal*, 2023, no. 4. Available at: www.evestnik-mgou.ru

К СОДЕРЖАНИЮ НОМЕРА

К НАЧАЛУ СТАТЬИ

© CC BY Коротышев А. П., Рыхтик П. П., 2023