

СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ, ПОЛИТИЧЕСКАЯ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ

Научная статья

УДК 316.66, 355.014

EDN: OBVQZO



БЛОГИНГ КАК СОЦИАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН И МЕХАНИЗМ ДЛЯ ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

Игорь Александрович Зинченко¹, Сергей Алексеевич Воронов²

^{1, 2} Санкт-Петербургский военный ордена Жукова институт войск национальной гвардии Российской Федерации, Санкт-Петербург, Россия

¹ zinchenkoia@spvi.ru

² voronov-sci@mail.ru

Аннотация. В статье авторы раскрывают функцию блогинга и влияние блогосферы на формирование общественного мнения. Обозначается влияние блогера и его деятельности на отдельные категории граждан. Сформулирована и приведена классификация блогеров по их функциональной деятельности. Приведены характеристики и влияние блогинга в экономической, политической, развлекательной и идеологической сферах.

Ключевые слова: блогинг, классификация блогеров, информационное противоборство, механизмы информационно-психологического воздействия

Для цитирования: Зинченко И. А., Воронов С. А. Блогинг как социальный феномен и механизм для информационно-психологического воздействия // Вестник Санкт-Петербургского военного института войск национальной гвардии. 2022. № 2 (19). С. 72–75. URL: <https://vestnik-spvi.ru/2022/06/013.pdf>. EDN: OBVQZO.

SOCIAL PSYCHOLOGY, POLITICAL AND ECONOMIC PSYCHOLOGY

Original article

BLOGGING AS A SOCIAL PHENOMENON AND A MECHANISM FOR INFORMATIONAL AND PSYCHOLOGICAL IMPACT

Igor A. Zinchenko¹, Sergey A. Voronov²

^{1, 2} Saint-Petersburg Military Order of Zhukov Institute of the National Guard Troops of the Russian Federation, Saint-Petersburg, Russia

¹ zinchenkoia@spvi.ru

² voronov-sci@mail.ru

Abstract. In the article, the authors reveal the function of blogging and the influence of the blogosphere on the formation of public opinion. The influence of the blogger and his activities on certain categories of citizens is indicated. The classification of bloggers by their functional activity is formulated and given. The characteristics and influence of blogging in the economic, political, entertainment and ideological spheres are given.

Keywords: blogging, classification of bloggers, informational confrontation, mechanisms of informational and psychological impact

For citation: Zinchenko I. A., Voronov S. A. Blogging as a social phenomenon and a mechanism for informational and psychological impact. *Vestnik Sankt-Petersburgskogo voennogo instituta vojsk nacional'noj gvardii*. 2022;2(19): 72–75. (In Russ.). Available from: <https://vestnik-spvi.ru/2022/06/013.pdf>. EDN: OBVQZO.

© Зинченко И.А., Воронов С.А., 2022

Введение

Блогеры и блог – слова эти стали для нас обыденными, какова история развития блога и блогинга, ограничивается ли блогер целью самовыражения или поиском признания, какую роль играет блогер в современном обществе? Целью данного материала выступает описание блогинга как социального феномена и значение его применения в рамках информационно-психологического воздействия на отдельные категории граждан.

Если посмотреть на этот вопрос с фило-софской точки зрения, то можно предположить, что блог появился задолго до того, когда возникли информационные технологии. Упрощенная форма блога использовалась с незапамятных времен, о чем свидетельствует наскальная живопись, найденная в пещерах. Люди делились своими мыслями и идеями, и тем самым обменивались опытом, это можно воспринимать как появление блога в мире.

Одной из версий появления первого блога считается публикация страницы Тима Бернерса-Ли, где он, начиная с 1992 г., размещал новости. Более широкое распространение блоги получили с 1996 г. Компьютерная компания Руга Labs популяризовала ведение блогов, открыв сайт Blogger.com, который стал первой бесплатной блогерской службой [6].

Материалы и методы

Использовался структурно-функциональный подход. Проводился анализ функционала различных информационных ресурсов с возможностью размещения контента пользователями, а также контент-анализ публикаций блогеров.

Обсуждение

Для современных блогов характерна возможность публикации отзывов (комментариев) посетителями. Она делает блоги средой сетевого общения, имеющей ряд преимуществ перед электронной почтой, группами новостей, веб-форумами и чатами. Пользователей, которые ведут блог, называют блогерами, а под блогосферой будем понимать совокупность всех блогов в сети Интернет.

Блогинг является целенаправленной деятельностью индивида, нацеленной на самореализацию себя в обществе, исходя из этого, можно отметить, что целью его является – актуализация в социуме. Это достигается разделением цели на два блока: материальные и нематериальные ценности. Первый нацелен на привлечение аудитории в целях повышения заработка. Второй – на развитие самой личности в процессе коммуникации ее с обществом, то есть на обмен информацией, саморазвитие. Суть

этих ценностей заключается в получении навыков эффективного общения, оказании помощи другим, возможности быть оцененным и опубликованным.

Развитие общества на современном этапе предполагает, что дальнейший прогресс ведет к улучшению всех сторон его жизни. Это мнение сложилось под влиянием различных факторов, которые постоянно действуют на человека, гражданина и народ в целом. Дело в том, что общество на протяжении своего существования всегда пыталось адаптироваться к неблагоприятным условиям, а люди, которые собирались в определенные группы, использовали свои личные знания, умения и навыки для защиты собственных интересов или выживания. На сегодняшний день представление о выживании и адаптации изменились. Таким образом, можно утверждать, что развитие технологий изменило отношение общества к жизни. Но это не может означать, что развитие вообще ведет к позитивным изменениям.

Мнение большинства современных людей формируется под действием других людей, то есть тех, кто представляют информацию: СМИ, авторитеты, старшие и так далее. Сейчас одним из основных средств влияния на мнения людей является информационная среда [1; 2; 4] и, как частный случай, блог.

Блогинг стал весьма перспективной профессией, которая является не столько востребованной, сколько популярной. Это связано с тем, что для того чтобы вести блог, не требуются большие затраты или наличие специального образования. Блогеры – это все те, кто делится с другими, посредством блога, своими мыслями, идеями, знаниями, опытом, мнением. Стоит отметить, что достоверность или объективность представляемой ими информации имеет различные значения. Исходя из этого, можно привести классификацию блогеров [3] по их социальному влиянию на пользователей:

1. «Спамеры» – блогеры, которые занимаются преимущественно распространением информации, без проведенного профессионального (экспертного) анализа на предмет ее достоверности или объективности. Это подавляющее число пользователей.

2. «Аналитики» – блогеры, которые занимаются информационной пропагандой, с целью привлечения общего внимания к различным событиям или продуктам. К ним относятся специально подготовленные пользователи, обладающие профессиональными навыками убеждения или обладающие компетентностью в исследуемой области.

3. «Реформаторы» – блогеры, занимающиеся поиском компрометирующего мате-

риала, опровержением сообщений, дискредитацией известных личностей. По сути, такие пользователи близки к аналитикам, но не всегда являются экспертами в изучаемой области, их задача сводится к попытке получить сенсационный материал, или как одну из его форм – хайп.

4. «Вербовщики» – те блогеры, чья деятельность направлена на рекрутирование в свои сообщества блогеров и числа обычных пользователей.

5. «Авторитеты» – блогеры, имеющие существенное влияние на определенную категорию граждан или их деятельность.

Сегодня роль блогинга постоянно меняется, это связано с изменением интересов общества. Для изучения можно выделить следующие сферы деятельности блогинга:

- политического характера;
- экономического характера;
- развлекательного характера;
- идеологическая – специальная категория.

Блогинг политического характера представляет собой деятельность блогеров, направленную на реализацию (хотя и не всегда) собственных интересов в политике, формирование у граждан определенного мнения о действующем политическом режиме, методах управления и способах достижения своих целей субъектами политической системы. В этом направлении работают все перечисленные ранее виды блогеров.

Блогинг экономического характера представляет собой деятельность блогеров, направленную на продвижение своих интересов (посредничество) по продаже или продвижению продуктов и услуг. Реформаторы и вербовщики, как правило, не принимают участие в данной сфере деятельности.

Блогинг развлекательного характера представляет собой деятельность блогеров, направленную на самореализацию себя в обществе, на формирование устойчивых связей с социумом для обмена опытом, информацией, мнениями, мыслями. Основную массу блогеров составляют авторитеты и спамеры.

Блогинг идеологического характера выделен в особую категорию, так как цель блогеров в этой сфере не всегда бывает очевидна, порой может не осознаваться самими блогерами, но позволяет сформировать заданное отношение и позицию по наиболее значимым событиям общественной деятельности. Характер деятельности имеет межпредметные связи и пересекается во всех сферах.

Заключение

Блогинг прошел не простой путь к становлению от личного интернет дневника к системе, которая позволяет контролировать обстановку, влиять на решения и мнения людей. В данное время блогеры стали значимыми игроками на информационном поле. Быть политическим блогером означает «своими действиями или бездействиями влиять на ход внутренней и внешней политики государства».

В рамках изучения готовности военнослужащих и сотрудников к информационному воздействию [5], а также исходя из задач противодействию проявлениям экстремистского и террористического характера, в дальнейшем остаются актуальны исследования и анализ используемых технологий блогеров, в частности, политического и идеологического характера, широко применяемых в цветных революциях.

Библиографический список

1. Анисимов В. А., Воронов С. А. Социальные сети как инструмент распространения провокационной информации / сост. О. Л. Поминова; под общ. ред. Л. Н. Бережновой // Защита военнослужащих от информационных провокаций: сборник научных статей международной научно-практической конференции (г. Санкт-Петербург, 21 апреля 2021г). – СПб. : СПВИ войск национальной гвардии, 2021. – С. 67–69.
2. Бережнова Л. Н. Провокационное воздействие на человека в информационном пространстве / Л. Н. Бережнова, О. И. Белоус, С. А. Воронов [и др.]. – СПб. : СПВИ войск национальной гвардии, 2019. – 180 с.
3. Воронов С. А. Значение социальных медиа в экстремистской деятельности: информационное противоборство // Информационные войны. – 2021. – № 4 (60). – С. 9–13.
4. Воронов С.А. Механизмы поисковой системы Google, используемые в информационном противоборстве / С. А. Воронов, И. А. Сидоров // Вестник НГУ. – 2021. – Т. 19. – № 1. – С. 26–38.
5. Воронов С. А. О готовности личного состава к информационному воздействию / С. А. Воронов, И. Н. Зозулин // Перспективы совершенствования технической подготовки военнослужащих и сотрудников войск национальной гвардии Российской Федерации: межвузовский сборник научно-практических материалов. – Пермь, 2022. – С. 215–221.
6. Ирхин Ю. В. Повышение роли блогосферы в публичной политике // Социально-гуманитарные знания. – 2016. – № 1. – С. 75–89.

References

1. Anisimov V. A., Voronov S. A. Social networks as a tool for disseminating provocative information. In: Pominova O. L., Berezhnovoy L. N. (eds.) *Protecting military personnel from information provocations*; Saint-Petersburg; 2021; 21 April. Saint-Petersburg: SPVI Publishing House of the National Guard Troops; 2021. p. 67–69. (In Russ.).
2. Berezhnova L. N., Belous O. I., Voronov S. A. *Provokatsionnoye vozdeystviye na cheloveka v informatsionnom*. Saint-Petersburg: SPVI Publishing House of the National Guard Troops; 2019. (In Russ.).
3. Voronov S. A. The value of social media in extremist activity: information confrontation. *Information wars*. 2021;4(60): 9–13. (In Russ.).
4. Voronov S. A., Sidorov I. A. Mechanisms of the Google search engine used in the information war. *Bulletin of NSU*. 2021;19;1: 26–38 (In Russ.).
5. Voronov S. A., Zozulin I. N. On the readiness of personnel in informational influence. In: *Prospects for improving the technical training of military personnel and employees of the National Guard Troops of the Russian Federation*. Perm; 2022. p. 215–221 (In Russ.).
6. Irhin YU. V. Increasing the role of the blogosphere in public policy. *Social and humanitarian knowledge*. 2016;1: 75–89. (In Russ.).

Информация об авторе (авторах)

И. А. Зинченко – курсант
С. А. Воронov – кандидат педагогических наук

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Статья поступила в редакцию 18.05.2022;
одобрена после рецензирования 03.06.2022;
принята к публикации 23.06.2022.

Information about the author (authors)

I. A. Zinchenko – cadet
S. A. Voronov – Candidate of Sciences (Pedagogy)

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article. The authors declare no conflicts of interests.

The article was submitted 18.05.2022;
approved after reviewing 03.06.2022;
accepted for publication 23.06.2022.