

УДК 316.6:659.9]:004.7 (043.3)

МЕДІАВІРУСИ ТА ЇХ ВИКОРИСТАННЯ ЯК ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЗБРОЇ

О. В. Курбан

*Київський університет імені Бориса Грінченка,
вул. М. Тимошенка, 13 Б, Київ, 02000, Україна*

Представлено результати дослідження інноваційного інструменту, що застосовується у сучасних засобах масової інформації — медіавірусу. Ця технологія на сьогодні ще не повністю опрацьована на методологічному рівні, а тому її системне застосування не достатньо ефективне. Утім, найбільш вдалі приклади використання медіавірусів у рамках українсько-російського воєнно-політичного конфлікту (2014–2016 рр.) свідчить про великий потенціал досліджуваної технології. Розуміючи прихований потенціал зазначеної технології, сьогодні треба чітко дослідити усі її компоненти та визначити найважливіші важелі, за допомогою яких можна керувати процесами створення та запуску медіавірусів. Окремим питанням у контексті досліджуваної теми є явище медіаактивізму, що передбачає здійснення певних прихованих медійних операцій, спрямованих на маніпулювання громадською свідомістю та створення певних суспільних резонансів від виступів окремих публічних осіб або суспільних проєктів. Зазначена технологія також потребує системного вивчення та визначення прикладних важелів впливу, які дадуть можливість зробити цю технологію більш керованою та, відповідно, більш ефективною.

Ключові слова: *медіавіруси, інформаційні онлайн-війни, медіаактивізм, соціальні мережі.*

Постановка проблеми. Розвиток сучасних інформаційних процесів у соціальних онлайн-мережах, в контексті розгортання та підтримки офлайн-конфліктів економічного, політичного та військового характеру, потребує максимальної кількості інтерактивних технологій та інструментів. Особливо важливими в цьому плані є високі гуманітарні технології (хай-х'юм), що спираються на інноваційні розробки в хай-тек. Саме це визначає актуальність теоретико-методологічного дослідження, яке стало основою пропонованої статті.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Сам термін «медіавірус» був запропонований 1994 р. американським фахівцем із засобів масових комунікацій Дугласом Рошкоффом в його книзі «Media Virus! Hidden Agendas in Popular Culture» [3]. Тривалий час Рошкофф підтримував монополію на теоретичне вивчення та прикладні дослідження феномену, відтак його дослідження продовжив Тимоті Лірі, який розвивав ідеї медіаактивізму, що є частиною загальної концепції медіавірусів [2].

Мета статті — вивчення та адаптація до потреб сучасних інформаційних онлайн-конфліктів технології медіавірусів — вірусного поширення тематичного контенту.

Задля досягнення визначеної мети передбачається розв'язання низки профільних завдань, серед яких:

- аналіз історії народження та розвитку технології медіавірусів;
- стан сучасного розвитку зазначеної технології;
- можливість та перспективи використання медіавірусів у сучасних інформаційних онлайн-війнах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Маючи виключно прикладний характер, концепція медіавірусів досі не отримала належного теоретико-методологічного обґрунтування, хоча прикладів успішного застосування такої технології безліч. Зокрема, це стосується інформаційних війн у соціальних мережах. Зазначену технології доволі активно використовували профільні російські структури під час підготовчої та активної фази інформаційної агресії проти України (2013–2016 рр.).

У сучасній практиці соціальних онлайн-мереж будь-яка ефективна інформаційна атака починається з латентної фази — прихованого проникнення в інформаційне поле противника з метою дослідження середовища, апробації певних ідей та потенційного ефекту їх застосування, а також для створення і закріплення власних інформаційних майданчиків для подальшої агресії.

Найкращим інструментом для проникнення на вороже інформаційне поле і є **медіавіруси** — *інформаційні носії (події, скандали, чутки, діяльність організацій та окремих осіб), що доносять в прихованому вигляді завуальовані ідеї та меседжі*.

Зазвичай медіавіруси можуть поширюватися у вигляді мемів та лолів — окремих семіотичних фрагментів [3].

Рашкофф Д. визначає декілька типів медіавірусів, серед яких [4, с. 124]:

- 1) **цілеспрямовані віруси** — реклама, передвиборчі гасла, штучно детоновані «інформаційні бомби»;
- 2) **віруси-тягачі** — спонтанно виникають та миттєво підхоплюються, а також наповнюються певним змістом, спрямованим на вирішення конкретних завдань;
- 3) **спонтанні віруси** — народжуються та поширюються без конкретної цілі, у разі успішності можуть бути використані для розв'язання певних завдань.

Найбільш вдалою формою камуфляжу для медіавірусів є події, винаходи, інноваційні технології, наукові теорії, філософські системи та культурологічні концепції. Саме за допомогою таких форматів найпростіше проникати у певне інформаційне середовище, не викликаючи особливих підозр.

В еволюції медіавірусів з'явилося таке явище, як **медіаактивізм** — *тактика партизанської інформаційної війни, що реалізується окремими медіаактивістами або групами таких активістів*.

Тактика медіаактивізму передбачає створення певних розкручених персон або організацій (рухів, громадських ініціатив та ін.), які є авторами і трансляторами тематичних медіавірусів.

У соціальних мережах медіаактивістами можуть бути тематичні групи або окремі блогери, які виконують функції своєрідних кібер-диверсантів.

Особливо активно ця технологія застосовувалася в піковий період російської агресії в Криму та східних регіонах України (2014–2015 рр.). До кола таких товариств можна зарахувати низку груп під загальним брендом «Антимайдан», «Кибер Беркут», «Интернет-ополчение» та інші (рис. 1).



Рис. 1. Медіаактивістські рухи

Також досить відомим трендовим медіавірусом став інтернет-проект «Русская весна», який є уособленням та головною ідеологічною платформою російської агресії в Україні (рис. 2).

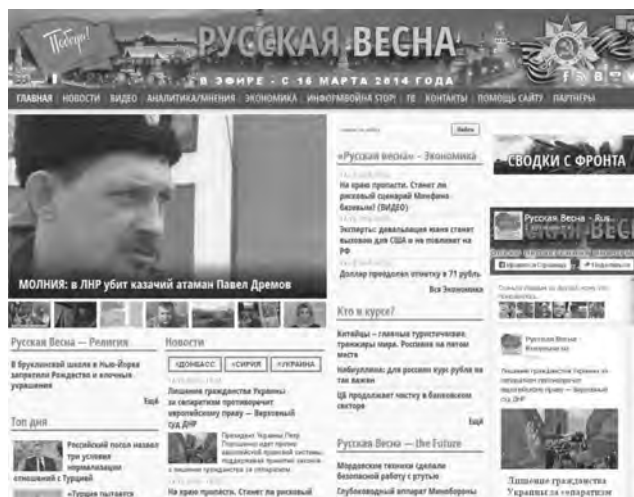


Рис. 2. Медіавірус «Русская весна»

Серед останніх найбільш гучних медіавірусів-скандалів можна виокремити звинувачення російських медіа проти прем'єр-міністра України щодо його участі у чеченській війні. Абсурдність звинувачення була очевидною від самого початку і саме цей медіавірус мав характер фарсу (рис. 3).



Рис. 3. Медіавірус «Яценюк у Чечні»

Також можна визначити медіавіруси як інструменти інформаційно-психологічних атак, які є поліваріативними та мають класичні ознаки інформаційної війни другого покоління із елементами асиметрії. За своїми базовими ознаками та характеристиками вони відповідають визначенню інформаційної зброї.

Поряд з наочними перевагами медіавірусів, необхідно зазначити й певні технологічні недоліки, пов'язані насамперед із суб'єктивним характером цього явища. Сприйняття, підтримка або ігнорування такого інформаційного повідомлення цілком залежить від персональної реакції кожного конкретного отримувача.

Варто зазначити, що вірусний характер контенту в соціальних онлайн-мережах може бути неконтрольованим. Вдалих медіавірусів, який здобуває масову підтримку користувачів, починає існувати за законами та принципами, притаманними внутрішньогруповій комунікації. Крім того, в певних ситуаціях його рух здійснюється за принципами та механізмами ройового інтелекту, який спрацьовує як засіб саморегулювання інформаційних потоків у певних соціальних суспільствах, до яких також належать і соціальні онлайн-мережі.

Висновки. Підсумовуючи, зазначимо, що формат медіавірусу є одним з найзручніших для застосування у рамках інформаційних війн у соціальних мережах. Його параметри та потенційні можливості за умови розумного використання можуть мати ефект зброї масового винищення. Утім, непередбачуваність, на яку впливає дуже багато чинників, іноді може знецінювати витрати на його креативну розробку. Саме тому, як перспективу подальшого розвитку теми, наголосимо на потребі дослідження чинників ефективності медіавірусів та умови їх ефективного використання. На наш погляд, найважливішими в цьому плані є психологічна, медійна складова та особливості ситуативних обставин.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кожаринова А. Р. Медіавірусы как носители идеологических кодов / А. Р. Кожаринов // Знание. Понимание. Умение. — 2013. — № 5. — С. 45–58.
2. Овчинников Ф. Как создать медиа-вирус [Электронный ресурс] / Ф. Овчинников // Сила ума [сайт]. — Режим доступа : <http://sila-uma.ru/2014/07/24/media-virus/>.

3. Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание / Д. Рашкофф; пер. с англ. Д. Борисова. — Москва : Ультра. Культура, 2003. — 368 с.
4. Рашкофф Д. Вступление. Характер заражения [Электронный ресурс] // Дуглас Рашкофф. Медиавирус [сайт]. — Режим доступа : <http://mediavirus.narod.ru/02.html>.
5. Шардаков Д. Скрытый вирусный маркетинг: примеры, или как создать медиа-вирус [Электронный ресурс] / Д. Шардаков // Shard-Copywriting.Ru [сайт]. — Режим доступа : <http://shard-copywriting.ru/copywriting-secrets/skryityiy-i-virusnyiy-marketing-primeryi-ili-kak-sozdat-mediavirus>.

REFERENCES

1. Kozharinova, A. R. (2013). Mediavirussy kak nositeli ideologicheskikh kodov. Znanie. Ponimanie. Umenie, 5, 45–58 (in Russian).
2. Ovchinnikov, F. Kak sozdat' media-virus. Silauma [sajt]. Retrieved from <http://sila-uma.ru/2014/07/24/media-virus/> (in Russian).
3. Rashkoff, D. (2003). Mediavirus. Kak pop-kul'tura tajno vozdejstvuet na vashe soznanie. Moscow: Ul'tra. Kul'tura (in Russian).
4. Rashkoff, D. Vstuplenie. Harakter zarazhenija. Mediavirus [sajt]. Retrieved from <http://mediavirus.narod.ru/02.html> (in Russian).
5. Shardakov, D. Skrytyjvirusnyj marketing: primery, ilikaksozdat' media-virus. Shard-Copywriting.Ru [sajt]. Retrieved from <http://shard-copywriting.ru/copywriting-secrets/skryityiy-i-virusnyiy-marketing-primeryi-ili-kak-sozdat-mediavirus> (in Russian).

MEDIA VIRUSES AND THEIR USE AS INFORMATION WEAPON

O. V. Kurban

*Borys Hrinchenko Kyiv University,
13B, M. Timoshenko St., Kyiv, 02000, Ukraine
bairam1970@bk.ru*

The paper presents the results of research innovation instrument used in modern media – media viruses. Today this technology of has not yet been fully processed at the methodological level, making use of a system not sufficiently effective. However, the most successful examples of media viruses in the Ukrainian-Russian military and political conflict (years 2014-2016) indicate the great potential of the researched technologies. Understanding the hidden potential of that technology today must clearly examine all its components and identify critical levers with which to manage the processes of creating and running media viruses. Another issue in the context of the subject media activism is a phenomenon that involves certain hidden media operations aimed at manipulating public consciousness and create some publicity appearances of certain public figures or public projects. The said technology also requires systematic study and identification of applications leverage that will enable to make the technology more manageable and therefore more effective.

Keywords: *media viruses, information online wars, media activism, social networks.*

Стаття надійшла до редакції 12.04.2016.

Received 12.04.2016.