http://www.zabvektor.com ISSN 2542-0038 (Online) ISSN 1996-7853 (Print)

Научная статья
УДК 316.77
DOI: 10.21209/1996-7853-2023-18-3-164-174

Фейки в социальных медиа Забайкальского края: война с аксиологией социума

Цыригма Цыбенжабовна Мясникова[1], Ольга Викторовна Сафронова[2], Юлия Валерьевна Толстокулакова[3]

[1,2,3]Забайкальский государственный университет, г. Чита, Россия
[1]e-palam@mail.ru, https://orcid.org/0009-0005-3008-262X,
[2]olga2127@yandex.ru, https://orcid.org/0000-0003-1046-3204,
[3]u-gazinskaya@mail.ru, https://orcid.org/0000-0002-9633-0658

Актуальность темы исследования вызвана необходимостью изучить явление фейковизации, ставшее главной проблемой в развернутой против нашей страны информационно-психологической войне. В результате массового распространения заведомо ложных сведений происходит неизбежная трансформация духовно-нравственных ценностей социума. Цель исследования – на основе проведённого контент-анализа специализированных интернет-ресурсов, посвящённых разоблачению фейков, распространяемых в Забайкальском крае, изучить данное явление в социальных медиа в контексте влияния на основополагающие ценности социума. Авторы исследования рассматривают явление фейков в практике современных социальных медиа. С использованием контент-анализа телеграмм-канала «Война с фейками. Zабайкалье», сообществ «Лапша медиа», «ЧВК Чита», «Забайкалье. Ох и Новости», «Политджойстик», «Записки с Востока», «Ночной К», «CHITAGRAM Чита / Новости / ДТП» определена специфика фейковой информации в Забайкальском крае с ориентацией на тематику недостоверных сведений, распространяемых на федеральном уровне. Всего рассмотрено 1980 постов, опубликованных данными медиаресурсами в период с 27 февраля 2022 по 3 мая 2023 г. Авторы статьи опирались на дискурсивный анализ, который позволил интерпретировать своеобразие материалов недостоверного содержания и соотнести их с повесткой дня; а также на социокультурный подход, внимание которого обращено к ценностям, способствующим национальной идентификации, и позволяющим выявить степень воздействия фейковых новостей на традиционные ценности современного российского общества. Описательно-аналитический метод способствовал теоретическому осмыслению и систематизации сведений о контенте недостоверного характера. На основании проведённого исследования авторы пришли к выводу, что распространение недостоверной информации имеет цель дискредитировать основные институты государственности – власть, армию, а также основы общественного устройства – единство, соборность, духовность. Под воздействием фейков происходит нивелирование традиционных ценностей российского общества, таких как патриотизм, соборность, духовность, любовь, нестяжательство.

Ключевые слова: фейк, информационно-психологическая война, социальные медиа, манипулирование сознанием, информационное воздействие, ценности социума, Забайкальский край

Original article

Fake News in the Social Media of the Trans-Baikal Territory: The War Against the Axiology of Society

Tsyrigma Ts. Myasnikova[1], Olga V. Safronova[2], Yulia V. Tolstokulakova[3]

[1,2,3]Transbaikal State University, Chita, Russia
[1]e-palam@mail.ru https://orcid.org/0009-0005-3008-262X,
[2]olga2127@yandex.ru, https://orcid.org/0000-0003-1046-3204,
[3]u-gazinskaya@mail.ru https://orcid.org/0000-0002-9633-0658

The relevance of the research is caused by the necessity of studying the phenomenon of fakeness, which has become the main problem in the information-psychological warfare against our country. Mass distribution of deliberately false information inevitably transforms the spiritual and moral values of society. Thus, the purpose of the research is to study this phenomenon in social media in the context of the influence on the fundamental values of society based on the content analysis of specialized Internet resources that are dedicated to reveal fakes and distributed in the Transbaikal Territory.The authors of the research have studied the phenomenon of

© Мясникова Ц. Ц., Сафронова О. В., Толстокулакова Ю. В., 2023

Контент доступен по лицензии Creative Commons "Attribution" («Атрибуция») 4.0 Всемирная
The content is available under the Creative Commons "Attribution" 4.0 International

fakes in the practice of modern social media. Based on the content analysis of the telegram channel "War against fakes. Zabaikalye", communities "Lapsha media", "Chita", "Zabaikalye. Oh i Novosti", "Politjoystick", "Notes from the East", "Nochnoi K", "CHITAGRAM Chita / News / Road Accident", the specificity of fake information in the Trans-Baikal Territory is determined with a focus on the subject of false information disseminated at the federal level. In total, 1980 posting contents published by these media resources were studied for the period from February 27, 2022 to May 3, 2023. The authors of the article relied on a discursive analysis, which helped to reveal specific unreliable content of materials and relate them with the agenda. The authors also used the sociocultural approach which was focused on the values that contribute to national identity values and make it possible to reveal the degree of influence of fake news on the traditional values of modern Russian society. The descriptive-analytical method helped with the theoretical understanding and systematization of the information about unreliable content. Based on the research, the authors came to the conclusion that the dissemination of false information is aimed at discrediting the main institutions of statehood – state authority, the army, as well as the foundations of the social structure – unity, catholicity, spirituality. Under influence of fake cases, Russian society is going through depreciation of traditional values such as patriotism, catholicity, spirituality, love, non-covetousness.

Keywords: fake, information-psychological warfare, social media, manipulation of consciousness, information impact, social values, Transbaikal Territory

Введение. Для современного глобального информационно-коммуникативного пространства характерно размывание границ профессиональной журналистики и кризис информационной объективности, которому способствует стремительное развитие интернета и социальных медиа. Как справедливо подчёркивают исследователи, «соцсети сегодня дают возможность почти идеально маскировать проведение операций психологического воздействия, становясь чрезвычайно эффективным инструментом ведения информационной войны» [1, с. 57].

Возрастание интенсивности потоков информации в медиапространстве создаёт благоприятные условия для манипуляции общественным сознанием и моментального распространения ложных, недостоверных сведений, получивших название «фейки» (от англ. "fake" – обман, ложь, подделка). Массовое распространение фейков в медиасреде сегодня затрагивает социальную, экономическую, политическую, культурную и другие сферы, носит деструктивный характер и способствует дестабилизации общества, формируя у аудитории, зачастую неспособной отличить ложь от объективных фактов, ощущение паники, тревоги, неопределённости, недоверия, нестабильности, подталкивая её к протестам и беспорядкам. Как справедливо замечает Ф. Г. Фаткуллина, в современном обществе происходит языковое манипулирование базовыми ценностями, поскольку главная функция фейков – воздействие на массовое сознание [2, с. 388].

Сложившаяся ситуация – это глобальная и реальная угроза для всего мирового сообщества, поэтому, безусловно, феномен фейковых новостей требует более глубокого теоретического осмысления, а также разработки комплекса эффективных мер по борьбе с их распространением, в том числе и на законодательном уровне. «Фейки формируются сознательно и злонамеренно, – отмечает С. А. Буткевич, – их используют для отмщения или подрыва доверия к власти и персоналиям, инициативам, организациям, странам и их союзам (альянсам, блокам), а также увеличения интереса к социальным медиа, на которых эта «сенсационная», «инсайдерская» информация размещается с последующей монетизацией такой заинтересованности» [3, с. 75].

Обращение к фейку в массмедиа как заведомо недостоверному содержанию в условиях информационно-психологической войны обосновано рядом причин. Во-первых, данное явление актуализировано в связи с проведением специальной военной операции и сопряжено с дезинформационными кампаниями против РФ на мировом, российском и региональном уровнях. Во-вторых, способы представления такой «действительности» обусловлены факторами интереса аудитории и общественно-политической ситуацией, поскольку эффективность применяемых технологий воздействия определяется ориентацией на эти доминанты. В-третьих, спектр действия инфовойны определяется её широкой направленностью – информационно-психологической и информационно-технологической. Информационно-психологическая война включает в себя все способы воздействия посредством заведомо ложных сведений, пропагандистских приёмов, манипуляций с помощью особо чувствительных для обще-

ства тем с целью разрушения основ государственности и общественных устоев.

Исследуя примеры фейковой информации в региональных сообществах социальных медиа, важным видится её осмысление с точки зрения специфики содержания и целей медиавлияния на аудиторию, что и составляет стержневую интенцию данной работы.

Учитывая географическое расположение Забайкальского края (граничит с двумя крупными государствами Китаем и Монголией), а также его структуру, в которую входит административная единица, образованная по национальному составу – Агинский Бурятский округ, данный регион становится одним из возможных объектов в целях провокации внутреннего конфликта.

Опираясь на выше обозначенную характеристику региона с его этническим составом населения, авторами исследования была также поставлена задача: выявить риски разжигания межнациональной розни. Следует отметить, что единичные попытки разжигания национальной вражды, акцентуации на ущербном положении бурят имелись, но, в целом, в фейковизации информационного пространства не играли ведущей роли.

Обзор литературы. Методология исследования понятия «фейк» опирается на научные труды в области медиакоммуникаций, социальной философии, лингвистики, в том числе юридической, социологии, социальной психологии, политологии, права. В последние годы фейки – предмет научного интереса большого числа, как зарубежных, так и российских учёных.

Несмотря на достаточное количество предложенных дефиниций фейка и фейковых новостей, единого определения в научной среде так и не принято. Чаще всего фейк содержит негативную коннотацию. Так, С. Н. Ильченко трактует фейк как «журналистское сообщение, опубликованное в СМИ, содержащее недостоверную и непроверенную информацию, не соответствующую реальным фактам и эмпирической действительности» [4, с. 75]. Фейковые новости, по определению С. С. Распоповой и Е. Н. Богдана, – это «сфабрикованный новостные материалы, ложь в которых можно распознать и разоблачить, хотя она и способна ввести аудиторию в заблуждение» [5, с. 5]. Ю. М. Ершов пишет, что фейк – это «целенаправленное использование выдуманных и специально сфабрикованных новостей, главной целью которых является подрыв репутации какого-либо института, организации или персоны» [6, с. 246]. Исследователи Н. Р. Красовская, А. А. Гуляев, Г. Н. Юлина подчёркивают сенсационный характер фейковых новостей, которые воздействуют на инстинкты аудитории и сферу бессознательного: «Фейковые новости привлекательны для людей своим зачастую пикантным характером и, следовательно, более интересны ей, чем тривиальные новости и факты» [7, с. 80].

Американские учёные Э. Тандок-младший, Ц. Лим, Р. Линг под фейками понимают вирусные сообщения, основанные на недостоверных сведениях и имеющих две мотивационных установки – идеологическую и финансовую [8]. Ряд американских исследователей, в частности, Б. Крич, А. Россснер подчёркивают, что на протяжении всей истории массовых коммуникаций ещё задолго до появления теоретического осмысления самого термина «фейк», ложная информация транслировалась аудитории в виде политической клеветы, сенсационных разоблачений или журналистских мистификаций [9]. Канадский учёный А. Амарасингам в своих исследованиях отмечает, что истоки фейков просматриваются в пародии и сатире. Он сравнивает фейки с насмешками, а медиа, распространяющие недостоверную информацию, называет «передразнивающей журналистикой» [10]. По мнению С. Барона и Р. Крутофа, «фейковые новости подрывают доверие к авторитетным и компетентным институтам, а ложь дискредитирует достоверные источники информации» [11, с. 19].

«Техники информационного манипулирования сознанием действуют подспудно, скрытно влияя на психику человека, его менталитет, мировоззрение, жизненные ценности, разрушая целостность личности и национальную идентичность» пишет Н. Р. Красовская [12, с. 205]. Исследователь в своей работе представляет обширный психотехнический инструментарий, среди которого обозначены следующие элементы: упрощение посыла, информация как утверждение, повторение месседжа, дробление информации, стереотипизация сознания [Там же, с. 206]. В работе представлены различные технологии и приёмы их реализации.

Техники встроены в контент, который воспроизводит повестку дня. Таким образом, цель всегда распространяется на объёмный пласт актуального содержания. Значимым видится обращение к видам фейков с точки зрения их вредоносности, поскольку это позволяет структурировать исследуемый нами материал. И. А. Стернин и А. М. Шестернина в работе «Маркёры фейка в медиатекстах» называют следующие виды фейков: фейк и оценочное суждение; фейки по степени искажения информации; по степени достоверности пространственно-временных характеристик; по степени достоверности и надёжности источника информации; по типу репрезентации [13, с. 4–5]. Особый интерес представляет типология по цели создания: привлечение внимания к автору или платформе; привлечение внимания к проблеме; дискредитация человека или организации; дискриминация; манипуляция аудиторией с целью получения преимуществ; мошенничество; развлечение [Там же, с. 5].

Директивы недостоверного содержания обоснованы целями информационно-психологической войны, именно поэтому обратимся к трактовке данных понятий. Ссылаясь на работы В. Г. Крысько и Д. А. Волкогонова, Н. Р. Красовская заключает, что «специалисты характеризуют информационно-психологическую войну как психологическое воздействие на противоположную сторону посредством слухов и фейков, угроз и демонстрирования военного потенциала. Цель такого воздействия – всестороннее ослабление «стратегического противника» – политическое, правовое, культурное, разрушение его «самости», нравственности и эстетических форм сознания» [12, с. 205].

Изменение социально-политических реалий, прежде всего, на международной арене, вызвало трансформацию и информационных войн. Меняются стратегии, подходы к её ведению, тактики, а также способы воздействия на массы. Особый интерес вызывают работы, посвящённые информационной войне Запада против России, развязанной в связи с проведением военной спецоперации. Авторы последовательно рассматривают понятие и сущность информационной войны [14], её основные цели, объекты и субъекты, методы ведения [15], формы и методы информационной борьбы [16], влияние на историческую и национальную идентичность [17].

Ряд современных исследователей уделяют внимание особенностям воздействия фейков на традиционные ценности и нравственные установки российского общества. Так, Р. В. Титов отмечает, что главная цель фейковых новостей – не столько изменение знания у аудитории, сколько изменение отношения (часто – моральных установок, ориентиров и ценностей) [18]. Исследователи М. А. Поливина, О. И. Шкуропий, В. В. Майба обращают внимание на то, что «общество, насытившись фейками, утрачивает иммунитет к ложной информации и становится нечувствительным к размежеванию правды и лжи, подлинности и эрзаца, добра и зла» [19, с. 73]. Медиаисследователь И. В. Ерофеева рассматривает в своих работах основные национальные ценности, представленные в медиатекстах (духовность, соборность, патриотизм, нестяжательство, любовь и др.) [20], подчёркивая, что «разрушение ценностей в массмедийных потоках – проблема информационной безопасности государства, глубинная угроза его существования» [21, с. 129].

Отсутствие иммунитета к ложной информации, массово распространяемой в период инфовойны, представляет реальную угрозу для традиционных ценностей, являющихся базовыми и основой сохранения идентичности и государственности. Безусловно, в данной статье видится значимым определение соотношения целей информационно-психологической войны при помощи фейков с основополагающими социокультурными ценностями нашего государства.

Следует отметить, что правовая дефиниция фейка определяется однозначно – это заведомо недостоверная общественно значимая информация, распространяемая в СМИ, а также в информационно-коммуникационных сетях под видом достоверных сообщений и создавшая определённую угрозу жизни и (или) здоровью граждан, имуществу, массового нарушения общественного порядка и (или) общественной безопасности либо угрозу создания помех функционирования или прекращения функционирования объектов жизнеобеспечения, транспортной или социальной инфраструктуры, кредитных организаций, объектов энергетики, промышленности или связи. Впервые нормативно-правовое определение фейка в российское законодательство ввели в марте 2019 г., когда соответствующие изменения

были внесены в ст. 13.15 КоАП РФ и ст. 15.3 ФЗ от 27.07.2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и защите информации» (далее ФЗ «Об информации…»).

Методология и методы исследования. Эмпирическую базу исследования, ставшей основой для данной работы, составили сведения, опубликованные медиаресурсами, специализирующимся на противодействии распространению недостоверной информации: телеграмм-канал «Война с фейками. Zабайкалье» (https://t.me/fake_war_zab), сайт «Лапша медиа» (https://lapsha.media/). Кроме того, были изучены региональные телеграмм-каналы, такие как: «ЧВК Чита», «Забайкалье. Ох и Новости», «Политджойстик», «Записки с Востока», «Ночной К», «CHITAGRAM Чита / Новости / ДТП», некоторые закрытые ТГ-каналы. Всего рассмотрено 1980 постов, опубликованных с 27 февраля 2022 по 3 мая 2023 г. В качестве единиц анализа выбраны материалы с заведомо ложным содержанием с целью дезинформации аудитории в мессенджерах и социальных сетях. Целевая аудитория – жители Забайкальского края, люди, интересующиеся новостями этого региона, пользователи социальных сетей и мессенджеров, имеющих региональную принадлежность.

Так, на первом этапе анализа идентифицированы фейки. На втором этапе осуществлён контент-анализ фейков по следующим критериям: 1) тематика; 2) цели медиавоздействия; 3) соотношение целей и ценностей. На третьем этапе предпринята попытка типологизации фейков в региональном инфополе в соответствии с содержательными характеристиками исследуемого контента. В работе был использован описательно-аналитический метод, который позволил истолковать основные категории исследования и получить целостное представление о них: фейк, информационно-психологическая война, цели медиавоздействия. Анализ репрезентативного материала осуществлялся через выявление тех смыслов, которые имеют общественную значимость по причине тематической общности заведомо ложной информации. Они коррелируются с актуальной повесткой дня, что обосновывает применение метода дискурсивного анализа. Авторы работы также опирались на социокультурный подход, позволяющий посредством «социального» измерить «культурное», а также выявить степень воздействия фейков на традиционные российские духовно-нравственные ценности.

Результаты исследования и их обсуждение. В объёмном пласте исследуемых медиаматериалов выявлено 96 фейков, распространённых в региональных сообществах, мессенджерах, СМИ а также на федеральных медиаресурсах, имеющих отношение к событиям, происходящим в Забайкальском крае, народам, проживающим на данной территории (национальный аспект).

По результатам анализа авторами определены четыре основные тематические группы фейков:

1) военная – информация, связанная с действиями российской армии, руководством ВС РФ;

2) экономическая – сведения, направленные на дискредитацию того или иного бренда, подрыв доверия к отечественной финансовой/банковской системе;

3) социальная – сведения, направленные на нагнетание напряжённости в обществе;

4) политическая – информация, провоцирующая акции протеста против проведения СВО и создание политической нестабильности в обществе.

Основными целями распространения ложной информации являются:

– *дискредитация российской армии, руководства ВС РФ* («В Киеве российская ракета попала в жилой дом» («Забайкалье. Ох и Новости», «ЧВК Чита», «Ночной К». Telegram. 2022. 27 февраля), «CNN опубликовало кадры убийства 19.03.2022 рашистами двух украинцев – владельцев автосалона и охранника» («Война с фейками. Забайкалье». Telegram. 2022. 15 сентября);

– *конкурентная борьба* («У кого айфоны Apple срочно зайдите в настройки» («Политджойстик». Telegram. 2022. 26 февраля), «Владельцы айфонов массово делятся инструкцией по защите инстаграма от обновлений и санкций со стороны "Facebook" («ЧП Чита», Telegram. 2023. 27 февраля);

– *нагнетание социальной напряжённости* – «Россияне больше не смогут снять деньги с банковских карточек, особенно это касается пенсионеров» ("Instagram" (платформа компании Meta, запрещена в РФ) 2022. 27 февраля), «Россиянка предложила отправлять на Украину «бурятов, башкиров,

тувинцев», потому что «их не жалко» («Война с фейками. Забайкалье». Telegram. 2022. 10 июня);

– *провоцирование массовых акций протеста против СВО, создание политической нестабильности* («Важно! Пришло время действовать». ("Depositphotos". Telegram. 2022. 03 марта), «Срочно выходим прямо сейчас остановим фашистский режим Путина вместе» («Война с фейками. Забайкалье». Telegram. 2022. 28 февраля);

– *дискредитация банковской системы* («Сбербанк запрещает снимать деньги с инвестиционных счётов на ближайшие 10 дней» («Война с фейками. Забайкалье». Telegram. 2022. 01 марта);

– *дискредитация органов власти* («Отмена субсидируемых авиарейсов компанией «Аэрофлот» («Война с фейками. Забайкалье». Telegram. 2022. 01 марта);

– *саботаж или отказ военнослужащих выполнять приказы* («В Белгороде 5 тыс. контрактников устроили бунт и отказались ехать воевать с Украиной» («Война с фейками. Забайкалье». Telegram. 2022. 14 марта);

– *срыв мобилизационных мероприятий* («Фейк об Указе МВД России согласно которому полицейские должны останавливать машины с мужчинами за рулем и направлять их к «представителям военных комиссариатов» («Война с фейками. Забайкалье». Telegram. 2022. 22 сентября);

– *дискредитация РПЦ, политической партии, ведущих отечественных СМИ* («Фейк о проведении РПЦ панихиды по погибшим на Украине солдатам» («Записки с Востока». Telegram. 2022. 9 апреля), «ВС РФ оставляют Волчанск. Об этом сообщил депутат «Единой России» Евгений Евнушенко» («Война с фейками. Забайкалье». Telegram. 2022. 11 сентября), «Фейк о том, что РИА «Новости» распространила фотографию, сделанной якобы в Чите, на которой девушка с серьгой в виде украинского трезубца целуется с парнем» («Война с фейками. Забайкалье». Telegram. 2022. 27 сентября).

Все эти цели тесно сопряжены с базовыми мотивами распространения фейков – отказ от поддержки проведения СВО и её критика через дискредитацию армии, руководства ВС РФ, органов власти, банковской системы, а также нагнетание социальной напряжённости.

Основную долю (40,32 %) составляет группа фейков (группа 1), цель которых направлена на нагнетание социальной напряжённости в среде россиян и дискредитацию органов власти различного уровня – федерального, регионального.

Следующая группа (группа 2) (21,12 %) – фейки, целью которых являлась дискредитация российской армии и руководства ВС РФ. И третья (группа 3) (11 %) – срыв мобилизационных мероприятий наряду с нагнетанием социальной напряжённости, саботажем или отказом военнослужащих выполнять приказы (рис. 1).

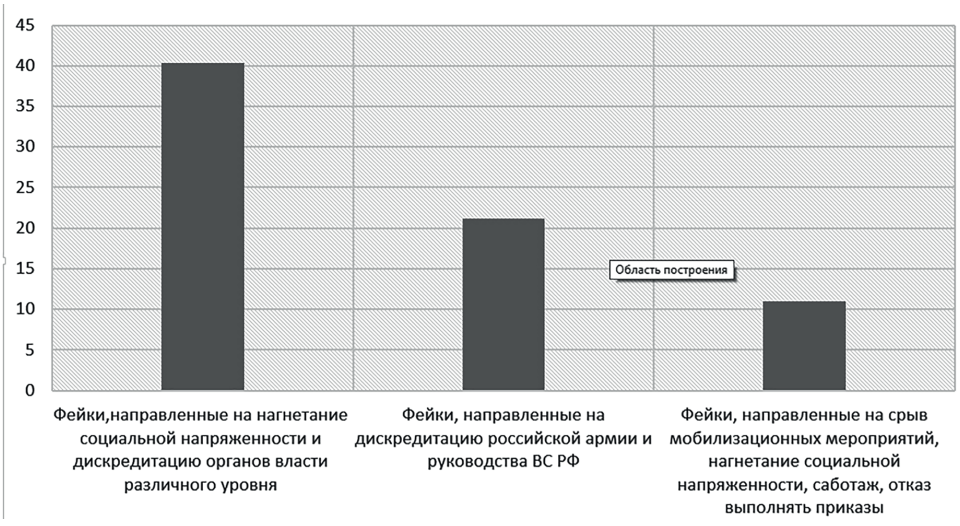

Рис. 1. Базовые мотивы распространения фейков

Fig. 1. Basic motives for the spread of fakes

Зафиксированы единичные случаи попытки подрыва доверия к РПЦ и ведущей политической партии страны – «Единой России». Совершались вбросы с целью дискредитировать авторитетные издания такие как «РИА Новости» и «Интерфакс».

Распространение фейков имеет и свою тематическую периодизацию. Так, в первой половине 2022 г. недостоверные сведения, прежде всего, были направлены против финансовой системы – дискредитация банковской системы, а также имела место конкурентная борьба. Во второй половине в приоритете были сведения, касающиеся частичной мобилизации. Спорадически всплывали темы межнациональных отношений, попытки спровоцировать массовые акции протеста против СВО и создать политическую нестабильность. Стабильно на протяжении всего рассматриваемого периода доминировали военная и социальная тематика.

Имелись случаи, когда СМИ распространяли сведения, оказавшиеся в последующем недостоверными («АЗС в Забайкалье останутся без топлива из-за экспорта в страны Азии» ("Zab.ru". 2022. 24 ноября), «В Чите расформируют гимназию-интернат» («МКRU.Чита». 2023. 20 марта), «Буряты протестуют против спецоперации на Украине» ("La Stampa". 2022. 29 июля). В первых двух случаях имелась недостаточная профессиональная работа сотрудников СМИ, постаравшихся побыстрее выдать информацию без тщательной проверки, в последнем – намеренная дезинформация, выданная итальянским изданием. Для подтверждения своего материала журналисты "La Stampa" проиллюстрировали статью фотографией, на которой видна большая группа бурят. Простая верификация снимка показывает, что он был сделан во время шествия акции «Бессмертного полка» в Улан-Удэ (рис. 2).

Соотнесение целей с основополагающими социокультурными и духовно-нравственным ценностями нашей страны позволило установить, что под воздействием фейков они трасформируются. Нивелируются и моральные и нравственные установки современного российского общества. В частности, цели «*дискредитация российской армии, руководства ВС РФ*», «*дискредитация банковской системы*», «*дискредитация органов власти*» направлены на разрушение такого концепта как «патриотизм», поскольку вызывают недоверие к руководству страны, ВС РФ и банковской системы. Отсутствие доверия и, как следствие, непринятие мер данными субъектами, вызывают критику их действий со стороны населения, саботаж и как итог – нежелание отстаивать и защищать свою страну.

В своём исследовании И. В. Ерофеева подчёркивает: «Патриотизм как явление и процесс включает дихотомичные компоненты: любовь к Отечеству и ненависть к его врагам, преданность интересам Родины и непримиримость ко всему, что мешает жить достойно» [20, с. 235]. Цель «*дискредитация Русской православной церкви*» способствует разрушению концепта «духовность» – основополагающей ценности Российского государства, имеющей ключевое

MENU CERCA

LA STAMPA

IL QUOTIDIANO ABBONATI

Sei qui: Home > Esteri

CONTENUTO PER GLI ABBONATI

Russia, la rivolta delle minoranze contro i sogni zaristi di Putin

Al forum di Praga i gruppi etnici spingono per il crollo dell'impero. L'obiettivo è che Mosca restituisca libertà, indipendenza e storia

ANNA ZAFESOVA

29 Luglio 2022 alle 01:00 | 3 minuti di lettura

Una folla di buriati, la più grande minoranza etnica della Siberia, protesta contro la guerra in Ucraina e commemora i caduti

Рис. 2. Россия, восстание меньшинств против царских мечтаний Путина

Fig. 2. Russia, the uprising of minorities against Putin's tsarist dreams

значение в духовно-нравственном развитии всего общества. Такие цели распространения фейков, как «*нагнетание социальной напряженности*», «*срыв мобилизационных мероприятий*», «*провоцирование массовых акций протеста против СВО, создание политической нестабильности»* оказывают разрушающее воздействие на «соборность» и «единство». Именно эти ценности в сознании русского человека способствуют духовной общности людей: «Долгое время соборность считалась одним из главных духовных условий национального единства и создания мощной Российской державы», – отмечает И. В. Ерофеева [20, с. 215].

Таким образом, проведённое исследование позволило выявить основные приоритеты фейковизации информационного пространства. Они нацелены на основополагающие аспекты, гарантирующие стабильность общества в эпоху кризисных ситуаций – социальное равновесие, доверие к власти, к собственной армии, отношение к важным общественно-политическим решениям в виде проведения частичной мобилизации и общественное единство в оценке необходимости проведения СВО.

Заключение. В условиях информационно-психологической войны наблюдается постоянное развитие инструментария её ведения, как на федеральном, так и региональном уровне, модифицируются манипулятивные цели отправителя сообщений для влияния на духовно-нравственные и ценностные ориентиры современного российского общества.

В результате проведённого исследования на базе актуального эмпирического материала была выявлена специфика фейковой информации в Забайкальской крае. Её сущность раскрывается в стержневых тематических группах фейков и целях распространения недостоверного контента. Так, определены основные тематические группы фейков – военная, экономическая, социальная, политическая. Содержательные блоки исследуемого контента транслируют региональную типологию фейков по цели создания. Фейки направлены на дискредитацию российской армии, руководства Вооруженных сил РФ и орган государственной власти для того, чтобы провоцировать и стимулировать отказ населения поддерживать проведение СВО, вызывать недовольство принимаемыми руководством страны решениями. Кроме того, цели фейков сосредоточены на дискредитации банковской системы, конкуренции, нагнетании социальной напряжённости и политической нестабильности как непродуктивной характеристике современной общественной системы.

На основании исследования установлено, цель дискредитации противоборствующей стороны ориентирована на мишени – базовые ценности российского общества и их постепенное «размывание / уничтожение» с помощью заведомо ложного контента. Этими мишенями становятся соборность, духовность, патриотизм, любовь, нестяжательство, а также моральные и нравственные установки российского общества. По нашему мнению, исследование таких связей «цель дискредитации – ценность» в более глубокой степени характеризует содержание информационно-психологической войны во время проведения СВО. Ценностно-смысловой анализ приоритетов культуры и ориентация на ключевые её доминанты позволит противостоять недобросовестному влиянию.

Разрушение/нивелирование ценностных установок в последующем неизбежно сказывается на базовых принципах сохранения общественного и государственного устройства. Таким образом, можно утверждать, что проведение информационно-психологической войны в перспективе направлено на разрушение этих принципов.

Блокировка и запрет враждебных ресурсов, как показало время, являются эффективными мерами по противодействию фейкам, однако, на наш взгляд, недостаточными. Контрмеры со стороны российских властей, СМИ, а также энтузиастов в виде создания ресурсов, разоблачающих фейки и подробно рассматривающих природу их появления, безусловно, сыграли роль в том, что общество стало сдержано реагировать на дезинформацию. В связи с чем выявляются новые методы ведения инфовойны, в том числе с вовлечением детской, подростковой и молодёжной аудитории. Разработанные в последние годы правовые регуляторы, в том числе введение внесудебных блокировок и повышение ответственности владельцев социальных сетей, показали свою результативность, однако, требуют модернизации в условиях меняющихся тактик ведения инфовойны.

Таким образом, представляется, что повышение медиаграмотности населения, про-

тиводействие с помощью обращений в надзорные органы, маркировка источников недостоверной информации, введение приоритета российских образовательных платформ в поисковой сети Яндекс в противовес Википедии, которая транслирует недостоверную информацию в том числе об истории России, создание собственных коммуникационных онлайн-платформ позволит сформировать эффективную систему противодействия в эпоху глобальных инфовойн.

Проведённое исследование – первый шаг в комплексном анализе информационно-психологической войны, осуществляемой посредством распространения фейков в социальных медиа. Авторы считают важным продолжить работу в данном направлении. Перспектива дальнейшего исследования проблемы видится в разработке антифейковых мероприятий на региональном уровне. В частности, в изучении алгоритма психологического противостояния влиянию с помощью фейков. Зная конкретные цели недостоверного содержания, можно применить эффективные способы сопротивления.

Список литературы

1. Максименков М. М. Фейковые новости: актуализация проблемы в России // Коммуникология: электронный научный журнал. 2020. Т. 5, № 3. С. 55–66.

2. Фаткуллина Ф. Г. Языковое манипулирование базовыми ценностями современного общества в цифровой медиасреде // Мир науки, культуры, образования. 2020. № 3. С. 387–388.

3. Буткевич С. А. Фейк-ньюс и медиа: проблемы дифференциации и пенализации // Юристь-Правоведь. 2021. № 2. С. 74–79.

4. Ильченко С. Н. Фейк в практике электронных СМИ: критерии достоверности. Текст: электронный // Медиаскоп. 2016. № 4. URL: http://www.mediascope.ru/2237 (дата обращения: 15.03.2023).

5. Распопова С. С., Богдан Е. Н. Фейковые новости: Информационная мистификация. М.: Аспект Пресс, 2018. 112 с.

6. Ершов Ю. М. Феномен фейка в контексте коммуникационных практик // Вестник Томского государственного университета. 2018. № 52. С. 245–256.

7. Красовская Н. Р., Гуляев А. А., Юлина Г. Н. Фейковые новости как феномен современности // Власть. 2019. № 4. С. 79–82.

8. Tandoc Edson. C. Jr., Lim Zheng Wei, Ling Richard. Defining "fake news". Текст: электронный // a typology of scholarly definitions. 2017. Vol. 6. URL: https://ediscIplinas.usp.br/pluginfile.php/4948550/mod_resource/content/1/Fake%20News%20Digital%20Journalism%20-%20Tandoc.pdf (дата обращения: 25.03.2023).

9. Creech B., Roessner A. Declaring the Value of Truth: Progressive-Era Lessons for Combatting Fake News // Journalism Practice. 2019. Vol. 13, no. 3. P. 263–279. DOI: 10.1080/17512786.2018.1472526.

10. Amarasingam A. The Stewart. Текст: электронный // Colbert effect: Essays of the real impact of Fake News. McFarland. 2014. P. 208. URL: colbertnewshub.com (дата обращения: 12.03.2023).

11. Baron S., Crootof R. Fighting fake news. Workshop report. The information society project. Yale Law School and the Floyd Abrams. March 7, 2017. URL: https://law.yale.edu/isp/initiatives/floyd-abrams-institute-freedom-expression/practitioner-scholar-conferences-first-amendment-topics/fighting-fake-news-workshop. (дата обращения: 07.03.2023). Текст: электронный.

12. Красовская Н. Р. Современные техники информационного манипулирования сознанием (на примере анализа украинской прессы). Текст: электронный // Большая Евразия: развитие, безопасность, сотрудничество. 2023. С. 205–210. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tehniki-informatsionnogo-manipulirovaniya-soznaniem-na-primere-analiza-ukrainskoy-pressy (дата обращения: 05.03.2023).

13. Стернин И. А., Шестернина А. М. Маркеры фейка в медиатекстах. Рабочие материалы. Воронеж: РИТМ, 2020. 34 с.

14. Дамёткина Е. Д. Фейковые новости как манипулятивный инструмент внешнеполитической борьбы на примере Украины. Текст: электронный // Постсоветские исследования. 2019. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/feykovye-novosti-kak-manipulyativnyy-instrument-vneshnepoliticheskoy-borby-na-primere-ukrainy (дата обращения: 20.03.2023).

15. Журавлева Л. А., Зарубина Е. В., Ручкин А. В. Современная информационная война // Образование и право. 2022. № 9. С. 18–26.

16. Манойло А. В. Информационные диверсии в конфликте на Украине. Текст: электронный // Вестник Московского государственного областного университета. 2022. № 4. С. 107–116. URL: www.evestnik-mgou.ru (дата обращения: 10.03.2023).

17. Морозов А. В. Информационно-психологическая война и её влияние на историческую память и национальную идентичность // Россия: Тенденции и перспективы развития: Ежегодник: материалы

XIII Междунар. науч.-практ. конф., Курск, 3–4 июня 2022 г. / отв. ред. В. И. Герасимов. М.: Ин-т науч. инф. по общ. наукам РАН, 2022. С. 627–629.

18. Титов Р. В. Влияние фейка и хакмора на моральную структуру общества. Текст: электронный // Homo Cyberus. 2022. № 1. URL: http://journal.homocyberus.ru/Titov_RV_1_2022 (дата обращения: 08.03.2023).

19. Поливина М. А., Шкуропий О. И., Майба В. В. Социально-психологические последствия фейковых новостей на общественное сознание // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2020. № 12. С. 71–74.

20. Ерофеева И. В. Аксиология медиатекста в российской культуре (репрезентация ценностей в журналистике начала XXI века). Новосибирск: Изд-во СО РАН, 2009. 340 с.

21. Ерофеева И. В., Сафронова О. В. Аксиологическая культура журналиста информационной эпохи // Гуманитарный вектор. 2022. Т. 17, № 4. С. 128–138.

Информация об авторах

Мясникова Цыригма Цыбенжабовна, старший преподаватель; Забайкальский государственный университет; 672039, Россия, г. Чита, ул. Александро-Заводская, 30; e-palam@mail.ru; https://orcid.org/0009-0005-3008-262X.

Сафронова Ольга Викторовна, кандидат философских наук; Забайкальский государственный университет; 672039, Россия, г. Чита, ул. Александро-Заводская, 30; olga2127@yandex.ru; https://orcid.org/0000-0003-1046-3204.

Толстокулакова Юлия Валерьевна, кандидат филологических наук; Забайкальский государственный университет; 672039, Россия, г. Чита, ул. Александро-Заводская, 30; u-gazinskaya@mail.ru; https://orcid.org/0000-0002-9633-0658.

Вклад авторов

Мясникова Ц. Ц. – сбор материалов, контент-анализ, структурирование и осуществление анализа полученных результатов (занималась подготовкой начального варианта результатов с дальнейшей доработкой), написание и корректировка текста статьи, рассмотрела правовые дефиниции фейков.

Сафронова О. В. – инициировала исследование, осуществляла постановку научной проблемы исследования, проводила контент-анализ, структурировала и осуществляла анализ полученных результатов, написание и корректировку текста статьи.

Толстокулакова Ю. В. – определяла методологию исследования, проводила контент-анализ, структурировала и осуществляла анализ полученных результатов, написание и корректировку текста статьи.

Для цитирования

Мясникова Ц. Ц., Сафронова О. В., Толстокулакова Ю. В. Фейки в социальных медиа Забайкальского края: война с аксиологией социума // Гуманитарный вектор. 2023. Т. 18, № 3. С. 164–174. DOI: 10.21209/1996-7853-2023-18-3-164-174.

Статья поступила в редакцию 10.04.2023; одобрена после рецензирования 28.05.2023; принята к публикации 29.05.2023.

References

1. Maksimenkov, M. M. Fake news: the actualization of the problem in Russia. Communicology, no. 3, pp. 55–66, 2020. (In Rus.)

2. Fatkullina, F. G. Language manipulation of the basic values of a modern society in a digital media. The world of science, culture and education, no. 3, pp. 387–388, 2020. (In Rus.)

3. Butkevich, S. A. Fake news and media: problems of differentiation and penalization. Yurist-Pravoved, no. 2, pp. 74–79, 2021. (In Rus.)

4. 2016 Il'chenko, S. N. Fake in the practice of electronic media: validation criteria. Mediaskop, no. 4. Web. 15.03.2023. http://www.mediascope.ru/2237 (In Rus.)

5. Raspopova, S. S., Bogdan, E. N. Fake News: Information Mystification. M: Aspect Press, 2018. (In Rus.)

6. Yershov, Yu. M. Phenomenon of fake in the context of communication practices. Tomsk State University Journal of Philology, no. 52, pp. 245–256, 2018. (In Rus.)

7. Krasovskaya, N. R., Gulyaev, A. A., Yulina, G. N. Fake news as a phenomenon of modernity. Vlast', no. 4, pp. 79–82, 2019. (In Rus.)

8. Tandoc, Edson. C. Jr., Lim, Zheng Wei, Ling, Richard. Defining "fake news". Digital Journalism, vol. 6, 2017. Web. 25.03.2023. https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4948550/mod_resource/content/1/Fake%20News%20Digital%20Journalism%20-%20Tandoc.pdf. (In Engl.)

9. Creech, B., Roessner A. Declaring the Value of Truth: Progressive-Era Lessons for Combatting Fake News. Journalism Practice, no. 3, pp. 263–279. DOI: 10.1080/17512786.2018.1472526. (In Engl.)

10. Amarasingam, A. The Stewart / Colbert effect: Essays of the real impact of Fake News. McFarland, 2014. Web. 12.03.2023. The Stewart / Colbert Effect: Essays on the Real Impacts of Fake News. (colbertnewshub.com). (In Engl.)

11. Baron, S., Crootof, R. Fighting fake news. Workshop report. The information society project. Yale Law School and the Floyd Abrams. Web. 07.03.2023. https://law.yale.edu/isp/initiatives/floyd-abrams-institute-freedom-expression/practitioner-scholar-conferences-first-amendment-topics/fighting-fake-news-workshop (In Engl.)

12. Krasovskaya, N. R. Modern techniques of information manipulation of consciousness (analysis of the Ukrainian press). Greater Eurasia: development, security, cooperation, 2023. Web. 05.03.2023. https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tehniki-informatsionnogo-manipulirovaniya-soznaniem-na-primere-analiza-ukrainskoy-pressy. (In Rus.)

13. Sternin, I. A., Shesternina, A. M. Fake markers in media texts. Voronezh: Ritm, 2020. (In Rus.)

14. Dametkina, E. D. Fake news as a manipulative tool of foreign policy struggle on the example of Ukraine. Post-Soviet studies, 2019. Web. 20.03.2023. https://cyberleninka.ru/article/n/feykovye-novosti-kak-manipulyativnyy-instrument-vneshnepoliticheskoy-borby-na-primere-ukrainy. (In Rus.)

15. Modern Information warfare. Education and law, 2022. (In Rus.)

16. Manoilo, A. V. Informational diversions in the conflict in Ukraine. Bulletin of Moscow Region State University, 2022. Web. 01.04.2023. www.evestnik-mgou.ru (In Rus.)

17. Morozov, A. V. Information and psychological warfare and its impact on historical memory and national identity. Proceedings of the International Scientific and Practical Conference. M: 2022: 627–629. (In Rus.)

18. Titov, R. V. The influence of fake and hackmor on the moral structure of society. Homo Cyberus, no. 1, 2022. Web. 08.03.2023. http://journal.homocyberus.ru/Titov_RV_1_2022. (In Rus.)

19. Polivina, M. A., Shkuropiy, O. I., Maiba, V. V. Social and psychological consequences of the influence of fake news on public consciousness. Humanities, social-economic and social sciences, no. 12, pp. 71–74, 2020. (In Rus.)

20. Erofeeva, I. V. Axiology of media text in Russian culture (representation of values in journalism of the beginning of the XXI century). Novosibirsk: SO RAN, 2009. (In Rus.)

21. Erofeeva, I. V., Safronova, O. V. Axiological Culture of a Journalist in the Digital Era. Humanitarian Vector, no. 3, pp. 128–137, 2022. (In Rus.)

Information about authors

Myasnikova Tsyrigma Ts., Senior Lecturer; Transbaikal State University; 30 Aleksandro-Zavodskaya st., Chita, 672039, Russia; e-palam@mail.ru; https://orcid.org/0009-0005-3008-262X.

Safronova Olga V., Candidate of Philosophy, Transbaikal State University; 30 Aleksandro-Zavodskaya st., Chita, 672039, Russia; olga2127@yandex.ru; https://orcid.org/0000-0003-1046-3204.

Tolstokulakova Yulia V., Candidate of Philology, Transbaikal State University; 30 Aleksandro-Zavodskaya st., Chita, 672039, Russia; u-gazinskaya@mail.ru; https://orcid.org/0000-0002-9633-0658.

Contribution of the authors to the article

Myasnikova Ts. Ts. – collected materials, conducted content analysis, structured and analyzed the results obtained (prepared the initial version of the results, made follow-up revision), wrote and edited the text of the article, examined the legal definitions of fakes.

Safronova O. V. – initiated the study, stated the research problem, conducted content analysis, structured and analyzed the results obtained, wrote and edited the text of the article.

Tolstokulakova Yu. V. – determined the methodology of the study, conducted content analysis, structured and analyzed the results obtained, wrote and edited the text of the article.

For citation

Myasnikova Ts. Ts., Safronova O. V., Tolstokulakova Yu. V. Fake News in the Social Media of the Transbaikal Territory: The War Against the Axiology of Society // Humanitarian Vector. 2023. Vol. 18, no. 3. P. 164–174. DOI: 10.21209/1996-7853-2023-18-2-164-174.

Received: April 10, 2023; approved after reviewing May 28, 2023; accepted for publication May 29, 2023.