

УДК 071.1+17.037

DOI: 10.26456/vtfilol/2021.1.174

СЕТЕВОЕ ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО КАК ИСТОЧНИК ДЕЗИНФОРМАЦИИ

¹С. Н. Ильченко, ²В. М. Латенкова

¹Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций
Санкт-Петербургского государственного университета

²Академия медиаиндустрии

В статье авторы рассматривают практику формирования информационной повестки дня в отечественном медиапространстве. Основной объект анализа – сетевые ресурсы различного формата и тематической направленности. В качестве эмпирического материала привлечены примеры внедрения в сознание массовой аудитории недостоверной информации, что приводит, по мнению авторов, к провоцированию эксцессного общественного поведения, дестабилизации политической обстановки.

Ключевые слова: сетевые ресурсы, информация, СМИ, фейки, манипуляция, политика, массовое сознание.

Телевидение и сетевые ресурсы – если не близнецы-братья, то уж точно – близкие «кровные» (точнее, технологические) родственники. Примеров происхождения фейков из современного медиапространства можно насобирать на несколько томов из истории журналистики фейков. Мы же попытаемся проанализировать наиболее яркие этого явления, связанные с Сетью. Заметим, что будем использовать фактологические иллюстрации из разных сфер нынешней российской действительности. Прежде всего, фейковизацией в сетевом пространстве отмечены те события, которые напрямую или косвенно связаны с политической деятельностью и социальной активностью масс.

Обратимся к одному из самых ярких примеров последнего времени. 4 февраля 2012 года в Москве были проведены крупномасштабные митинги: «За Путина» и «За честные выборы». Массовки охватили большую площадь, «Борцы за свободу» двигались по улицам Большая Якиманка и Большая Полянка до Болотной площади, а защитники Владимира Владимировича разместились на Поклонной горе. В борьбе за численность противники сыграли практически «вничью», а общая сумма выступающих составила около ста тысяч человек. Причем, понятно, что оценка численности обеих сторон была разной, как со стороны организаторов, так и со стороны органов правопорядка.

Чтобы убедить людей в необходимости митингов и собрать столь многочисленные «военные ряды», лидеры шествий активно использо-

вали Интернет. Главным образом, социальные сети Facebook и «ВКонтакте», а также некоторые веб-порталы, инициированные участниками движений.

Состав оргкомитета по проведению митинга «За честные выборы» был колоритен: депутат Геннадий Гудков, лидер «Левого Фронта», Сергей Удальцов, писатель Борис Акунин, сопредседатели незарегистрированной Партии народной свободы «Парнас» Владимир Рыжков и Борис Немцов, журналисты Олег Кашин, Олег Пархоменко и Ольга Романова, защитница химкинского леса Евгения Чирикова, блогер Алексей Навальный, а также экс-чемпион мира по шахматам Гарри Каспаров.

За несколько месяцев до проведения шествия оппозиции была создана группа в *Facebook*, призванная убедить граждан в надобности и эффективности проведения акции «За честные выборы». Сообщество постепенно заполнялось призывными речами, велась живая переписка, где каждый мог поделиться своими соображениями о ходе подготовки митинга и непосредственной реализации проекта. Участники представили наглядную карту предстоящего маршрута оппозиционеров, были размещены и электронные копии плакатов как с новыми лозунгами, так и старыми, ставшими уже классикой. Наиболее эффективным рычагом воздействия на москвичей оказалась простая и лаконичная фраза: «Захватите белые ленты, улыбайтесь! Нас много, и мы правы». В итоге в *Facebook* подтвердили свое участие около 30 000 человек.

«ВКонтакте» была организована подобная группа под названием «Акции протеста», якобы представляющая народные мнения. Она уступала своим размером и составом объединению *Facebook*'а, однако и она была успешна в рамках проекта. Ее символом выступал сжатый кулак на багряно-бордовом фоне. Лозунг сообщества звучал вполне конкретно и определенно: «Только активная гражданская позиция способна повлиять на власть».

Можно предположить, что внутренний смысл такого соотношения групп в обеих социальных сетях заключался в том, что *Facebook* является полностью независимым сайтом с иностранным технологическим «анамнезом», в отличие от его русскоязычного собрата.

Быть может, возможность заявить о своих позициях в пределах Интернета и обосновать свою точку зрения привели лишь к разрозненности в народных умах и к «стихийным» бунтам. Так или иначе благодаря социальным сетям активность оппозиционеров многократно возросла, что подтвердилось далее многообразием и частотой митингов, организованных в других регионах России.

В июне 2013 года Интерфакс опубликовал мнение тогдашнего вице-премьера Дмитрия Рогозина об информационных продуктах Интернета. Он определил социальные сети как один из элементов кибервойны, в

том числе против России. Он неоднократно подчеркивал, что через социальные сети в Интернете «идет мощнейшая манипуляция общественным мнением, ведь всякие “лайки” и прочие кнопки, которые вы там нажимаете, моментально вводят вас в определенные группы, которые потом анализируются, систематизируются» [9]. По мнению Д. Рогозина, это дает возможность работать с людьми и манипулировать ими, вводя в отдельные сегменты, невидимые для всех остальных пользователей ресурсы. Тем самым увеличивается количество тех людей, которые начинают получать специальную контентную информацию, подрывающую авторитет власти и ценности государства. Видный чиновник не открыл Америки, когда рассказал, что такого рода вещами в США занимается государственный департамент, где создан специальный отдел. Он отметил, что встречался с начальником этого подразделения, который активно работает «по применению социальных сетей для достижения Соединенными Штатами Америки своих военных целей не военным путем» [Там же].

Понятно, что подобная сетевая и цифровая активность не осталась без внимания соответствующих отечественных спецслужб.

Есть в практике современного сетевого влияния на политику и еще один яркий, а главное, результативный пример применения тактики «вбросов» на фейковой основе. Речь идет о революции в Египте.

С 25 января по 11 февраля 2011 года в Египте состоялся ряд организованных демонстраций и массовых протестов, которые привели к отставке сначала правительства, а затем и президента Хосни Мурабака, находившегося у власти с 1981 года. В результате революции к власти сначала пришло временное военное правительство, а затем на последовавших президентских выборах 2012 года победу одержал кандидат от организации «братья-мусульмане» Мохаммед Мурси.

Революция в Египте с самого начала была организована через социальную сеть *Facebook*. Многие египтяне сформировали группы в «Фэйсбуке», где оглашали призывы выйти на забастовки по повышению зарплат на работе, социальных выплат не заставили себя долго ждать, и случилось то, что произошло, как все видели, – передавал американский телеканал *CNN*. Призывы обсуждались сотнями тысяч пользователей. Через некоторое время власти Египта закрыли доступ к микроблогу *Twitter*, социальной сети *Facebook*, а позже полностью был отключен доступ в Интернет. Но было уже поздно, работа всего государства была парализована, все вышли на протестные демонстрации. К тому же компания *Google* одновременно с отключением от Интернета целой страны предоставила доступ к микроблогу *Twitter* через мобильный телефон по специальной технологии. Таким образом, работа на дому без вложений для всего населения Египта была продолжена, и пламя революции уже не могли потушить.

Газета *The Jerusalem Post* сообщала, что топ-менеджер по маркетингу в странах Северной Африки и Ближнего Востока из компании *Google* Воэль Гоним 7 февраля 2011 года дал телеинтервью, в котором чистосердечно признался в создании страницы на *Facebook*, где публиковались призывы к египтянам выйти на улицы с протестом. Он активно критиковал действия египетских властей и президента страны Хосни Мубарака в своем *Twitter*-микроблоге. Уроженец Каира, Гоним работал в дубайском офисе *Google* с 2008 года. С началом массовых протестов в Египте оппозиционно настроенный топ-менеджер *Google* решил вернуться на родину, чтобы лично поддержать жителей, однако был задержан египетскими властями и находился под стражей 12 дней (более подробное и конкретное изложение истории революции, запущенной через социальные сети, читайте в книге самого Воэля Гонима «Революция. 2.0» [4]).

На сайте «Голос Америки» можно посмотреть видеоролик с откровениями живущего под Вашингтоном бывшего египетского полицейского Омара Афифи Сулеймана том, как он в январе того же 2011 года через твиттер-технологии выводил тысячи египтян для сопротивления режиму Мубарака, через Интернет выстраивал модели, позволяющие переигрывать своих бывших коллег.

Для свержения режима Мубарака египтянам понадобилось 18 дней активной деятельности на улицах и дома. По официальным сведениям, в Египте погибли по меньшей мере 400 человек, порядка 6 тысяч получили ранения. Президент Египта Хосни Мубарак, который правил крупнейшей по населению арабской страной с 1981 года, после многодневных массовых протестов ушел в отставку, передав правление Высшему совету вооруженных сил.

О том, какие возможности открывались и открываются с точки зрения манипулирования массовым сознанием, неоднократно указывали в своих работах ведущие медиатеоретики [1; 2; 3; 11; 12; 13]. Этой же тематике были посвящены и работы одного из соавторов данной статьи [5; 7; 8]. В ряде из них мы находим достаточно серьезные сомнения в объективности сетевых ресурсов, что не может не беспокоить как теоретиков, так и практиков медийной деятельности.

Сегодня борьба за контроль над интернет-ресурсами ведется нешуточная. Дело дошло до того, что перед сетями капитулировали с точки зрения источников даже солидные радиостанции («Бизнес FM», «КоммерсантЪ FM»), главы которых публично признаются в том, что используют сетевые ресурсы как источник оперативной и важной (?! – *С.И., В.Л.*) информации. Однако стоит задуматься всем, в том числе и самой аудитории, воспринимающей выуженные из сетевых недр сомнительную информацию. Вопрос для раздумий один: насколько полученная подоб-

ным методом информация объективна, подробна, полна и правдива. С точки зрения объемов информации, Интернет можно сравнить, пожалуй, с аквариумом. Ведь выловить из этого сооружения можно в принципе ВСЕ. Только с одной оговоркой: ты выловишь только то, что туда было ранее запущено, и не факт, что запущено тобою лично.

Понимая все риски использования сетевых источников, СМИ пытаются страховать себя и пристально следят за любыми попытками государственных структур ограничить широту и безнаказанность использования Интернета и как источника информации, и как канала ее распространения. Стоило только Роскомнадзору подготовить «Перечень информационных ресурсов, неоднократно распространяющих недостоверную информацию» как СМИ, попавшие в него, потребовали от Роскомнадзора разъяснений. «Газета.ru», РБК, «Лентач», MDK отметили, что причиной для внесения их в список оказались комментарии к новостям в социальных сетях, за которые они не могут нести ответственность.

Большинство упомянутых медиа, их владельцы и руководители посчитали возникновение и дальнейшее распространение данного «Перечня» ударом по их репутации. Тем более их взволновала возможность отключения комментариев потребителей их новостного контента, что, очевидно, существенно ограничивало каналы обратной связи.

Обращает на себя внимание следующее обстоятельство: на сайте Роскомнадзора был все-таки опубликован тестовый «Перечень информационных ресурсов, неоднократно распространяющих недостоверную информацию». В нем содержалось 27 СМИ, пабликов и страниц в социальных сетях, среди которых «Газета.ru», РБК, *Mash*, «Лентач», *MDK*. После того как участники «списка фейк-ньюс» потребовали разъяснений, Роскомнадзор официально отказался от претензий к СМИ. Тем самым «жертвы перечня» пытались и добились фактического обеспечения себе правового и этического алиби, так как, с одной стороны, претензии со стороны государственного органа были отозваны. А с другой, фактически они официально отказались от ответственности за использование непроверенной и лживой информации из других источников.

Законы о фейковых новостях, а также закон об оскорблении общества и государственных символов подписаны в марте 2019 года. (Ранее президент Владимир Путин подписал закон об административной ответственности за распространение информации, оскорбляющей общество и государство. За неуважительные публикации вводится штраф от 30 до 100 тысяч рублей. Также Путин подписал закон о блокировке фейковых новостей. Закон запрещает публиковать недостоверную общественно значимую информацию, распространяемую под видом правдивых сообщений, если она угрожает жизни, здоровью, имуществу граждан или подрывает

общественный порядок или безопасность. За нарушение предусмотрены штрафы от 30 тысяч до полутора миллионов рублей.)

В Роскомнадзор с начала действия закона о фейковых новостях поступило десять требований от Генпрокуратуры в отношении 47 страниц сайтов, содержащих недостоверную информацию. Однако решительных мер по отношению к нарушителям не принималось.

В связи с наличием данного законодательного акта возникает проблема квалифицированной экспертной оценки фейков в практике российских СМИ. Медиаграмотность населения не столь высока, чтобы претензии могли быть иницируемы со стороны представителей аудитории, которая чем дальше, тем больше становится незащищенной перед манипулятивным воздействием медиа. Эти вопросы требуют своего научного и теоретического подкрепления, что и было предпринято одним из авторов настоящей статьи и его коллегами [6; 10].

По сути это означает, что, несмотря на новые возможности доступа и проверки информации в XXI веке, ситуация не сильно изменилась по сравнению с веком предыдущим: массовая аудитория не готова на постоянной основе проверять потоки получаемой информации, это обязательство было бы слишком ресурсозатратным. В перспективе данная ситуация требует научного осмысления для выработки методов противодействия фейковизации информационных потоков.

Список литературы

1. Барбук Р. Интернет-революция. М.: Ад Маргинем Пресс, 2015. 128 с.
2. Бодрийяр Ж. Дух терроризма. Войны в заливе не было. М.: РИПОЛ классик, 2016. 224 с.
3. Вайнерчук Г. Информационный удар. Как сделать, чтобы в шумном медиам мире услышали именно тебя. СПб.: Питер, 2015. 240 с.
4. Гоним В. Революция 2.0. СПб.: Лениздат, 2012. 352 с.
5. Ильченко С.Н. Фейк в практике электронных СМИ: критерии достоверности [Электронный ресурс] // Медиаскоп. 2016. Вып. 4. URL: <http://www.mediascope.ru/2237> (дата обращения: 13.01.2021).
6. Ильченко С.Н. Как нас обманывают СМИ. Манипуляция информацией. СПб.: Питер, 2019. 320 с.
7. Ильченко С.Н. Фейк как политический формат в современной медиасреде // Гуманитарный вектор. Серия «История. Политология». 2015. № 3 (43). С. 98–101.
8. Ильченко С.Н. Шоу-цивилизация: конец реальности? СПб.: ИВЭСЭП, 2014. 198 с.
9. Рогозин Д. Россиян вербуют в шпионы через социальные сети [Электронный ресурс] // Gudok.ru. URL: <https://gudok.ru/content/sociaty/914694/> (дата обращения: 13.01.2021).

10. Фексеус Х. Искусство манипуляции. Не дай себя обмануть. М.: АСТ, 2015. 304 с.
11. Hausman C. Lies We Live By. Defeating Double-Talk and Deception in Advertising, Politics, and the Media. N.Y.; London.: Routledge, 2000. 229 p.
12. McLuhan M., Powers B. R. The Global Village. Transformations in World Life and Media in the 21st Century. N.Y.; Oxford: Oxford University Press, 1989. 220 p.
13. Postman N. Amusing Ourselves to Death. Public Discourse in the Age of Show Business. N. Y.: Penguin Books, 1985. 184 p.

NETWORK INFORMATION SPACE AS THE SOURCE OF DISINFORMATION

¹S. N. Ilchenko, ²V. M. Latenkova

¹St. Petersburg State University

²Academy of Media Industry

In the article, the authors consider the practice of forming the information agenda in the domestic media space. The main object of the analysis is network resources of various formats and thematic focus. The empirical material shows examples of introduction into the consciousness of the mass audience of false information that leads, according to the authors, to provoking excessive social behavior, as well as political instability.

Keywords: *network resources, information, mass media, fakes, manipulation, politics, mass consciousness.*

Об авторах:

ИЛЬЧЕНКО Сергей Николаевич – доктор филологических наук, профессор Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» Санкт-Петербургского государственного университета (199004, г. Санкт-Петербург, 1-я линия В.О., 26), e-mail: tv_and_radio@mail.ru.

ЛАТЕНКОВА Вера Михайловна – кандидат филологических наук, доцент кафедры телевидения и радиовещания, ученый секретарь ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии» (127521, г. Москва, ул. Октябрьская, д. 105, корп. 2), e-mail: latenkova@gmail.com.

About the authors:

ILCHENKO Sergey Nikolaevich – Doctor of Philology, Professor, St. Petersburg State University (199004, St. Petersburg, 1st line V.O., 26), e-mail: tv_and_radio@mail.ru.

LATENKOVA Vera Mikhailovna – Candidate of Philology, Scientific Secretary, Academy of Media Industry (127521, Moscow, October str., 105, k.2), e-mail: latenkova@gmail.com.