УДК 070+004.056
DOI: 10.26456/vtfilol/2026.3.146

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫЗОВЫ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПЕРЕЗАГРУЗКИ И АДАПТАЦИЯ МЕДИАСРЕДЫ В РФ

А. В. Штырлина

Коммуникационное агентство «Практика», г. Москва

Актуальность работы продиктована исследованиями в период с 2019 года по 2026 года за процессами противодействия распространению дезинформации в информационном пространстве России, когда феномен инфодемии становится острой проблемой для общества, государства и социальных институтов ввиду неконтролируемой дистрибуции избыточного объёма информации, включающей как достоверные данные, так и заведомо ложные сведения, достиг критического уровня. Данный фактор приобрёл особую значимость в условиях формирования технологического и информационного суверенитета и стремительного развития цифровых платформ.

Ключевые слова: *инфодемия, медиасреда, информационный пузырь, фейк, дипфейк, постправда, медиабезопасность.*

Планомерный и поступательный переход России к модели информационной и технологической независимости, несмотря на многочисленные препятствия и потенциальные риски, открывает перспективы для создания надёжной цифровой экосистемы. Однако глобализация и стремительное развитие цифровых технологий обуславливает процесс, когда распространяемая в медиафополе информация выходит из-под контроля и приобретает масштабы инфодемии. Этот феномен, активно проявившийся в период с 2019 по 2026 год, обладает мощным ресурсом влияния и разрушения, вплоть до создания социальной напряженности в стране и ситуаций подрыва доверия к государственным институтам и средствам массовой информации.

Термин «инфодемия» образован от английских слов *information* (информация) и epidemic (эпидемия) и применим к сценариям хаотичной дистрибуции информации, как имеющих доказательную базу, так и недостоверных сведений, слухов и различных мистификационных теорий. В кризисных ситуациях такой информационный шум становится барьером для нормального функционирования национальной медиасистемы, затрудняя доступ граждан к проверенным источникам информации и создавая благоприятную почву для различных манипуляций.

© Штырлина А. В., 2026

Очевидно, что во избежание информационых ловушек необходимо разработать эффективные механизмы борьбы с инфодемией, которые будут включать просветительскую работу среди населения по основам медиаграмотности, а также по использованию современных инструментов проверки достоверности контента и регулированию деятельности цифровых платформ.

Изучение информационного поля вокруг бизнес-ситуаций в период с 2019 по 2026 год заставил обратить внимание на природу информационного феномена. В период пандемии *COVID*-19 российское информационное пространство столкнулось с масштабным распространением недостоверных данных. Спектр дезинформации охватывал различные аспекты: от сомнительных методов самодиагностики до конспирологических теорий о вреде 5*G*-сетей и принудительной вакцинации (https://ria.ru/20210118/5g-1593444626.html (дата обращения: 01.06.2026)).

Согласно статистике ВЦИОМ, общественное мнение в марте 2020 года демонстрировало противоречивые тенденции: 61 % россиян доверяли медицинским службам, однако 33 % выражали сомнения в эффективности принимаемых мер, а 24 % испытывали серьёзное беспокойство по поводу возможного заражения. Эти показатели коррелировали с активностью дезинформационных потоков (https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/vrach-samaya-vazhnaya-professiya (дата обращения: 01.06.2026)).

Проведенное РАНХиГС исследование указывает на ещё одну закономерность, что фейк-вспышки чаще совпадали не с пиками заболеваемости, а с периодами общественной неопределённости. Например, значительное увеличение дезинформации наблюдалось при введении ограничительных мер в апреле 2020 года (https://tass.ru/obschestvo/10281883 (дата обращения: 01.06.2026)). Основными каналами распространения ложных сведений стали социальные сети «ВКонтакте» и «Одноклассники», причём главным распространителем недостоверной информации выступали женщины, проживающие в городах (63% случаев).

К 2022 году феномен дезинформации укрепился и приобрел новые качественные черты. Общественные настроения и текущие события стали определять тональность информационного поля. Такая расстановка сил повлияла и на поведение бизнеса в стране, ведущие игроки стали крайне внимательно подходить к своим публичным заявлениям, транслируемым в медиаполе, чтобы не допустить негативного восприятия аудиторией [2].

В первом и втором кварталах 2022 года обсуждение корпоративных достижений считалось неуместным, однако к третьему кварталу ау-

дитория стала ожидать позитивных новостей. Такие сообщения активно распространялись и цитировались, что положительно влияло на медийный вес компаний. Однако к концу года вновь усилилась тенденция к социальной поляризации, что потребовало от бизнеса пересмотра подходов к коммуникации [7].

26 марта 2020 года по распоряжению председателя Следственного комитета РФ была создана специальная группа для выявления ложной информации о количестве заболевших и других недостоверных данных, способствующих панике. В октябре 2025 года было подписано постановление Правительства № 1667, наделяющее Роскомнадзор, ФСБ и Минцифры полномочиями по изоляции российского сегмента интернета при угрозе информационной безопасности. Документ предусматривал возможность фильтрации трафика и ограничения доступа к определённым ресурсам с 1 марта 2026 года (https://rg.ru/2020/03/26/rabochaia-gruppa-sk-budet-borotsia-s-fejkami-o-koronaviruse.html (дата обращения: 01.06.2026)).

Государственные органы вынуждены были реагировать на растущие угрозы информационной безопасности и активизировали комплекс мер по правовому регулированию цифрового пространства страны и его сепарации от международного. Особое внимание было уделено цифровым платформам и социальным сетям. В 2022 году был разработан нормативный акт, предусматривающий запрет на использование сайтов частных объявлений для совершения противоправных действий, включая разглашение государственной тайны, призывы к террористической деятельности и распространение информации, порочащей честь и достоинство граждан (http://duma.gov.ru/news/54854/ (дата обращения: 01.06.2026)).

Важным шагом в борьбе с дезинформацией стало подписание ведущими российскими ИТ-компаниями и медиахолдингами Антифейк-меморандума под эгидой РОЦИТ. Документ помог объединить ведущих игроков рынка, как «Яндекс», *Mail.ru Group, Rambler&Co*, ТАСС, РБК и *Rutube* (https://tass.ru/ekonomika/12604685 (дата обращения: 01.06.2026)) и заложить основу для комплексного противодействия недостоверной информации в интернете.

Мониторинг последствий инфодемии выявил пробел в цифровой грамотности населения и обусловил запуск государственных образовательных инициатив в сфере медиаобразования. В рамках масштабного федерального проекта «Кадры для цифровой экономики», входящего в национальную программу «Цифровая экономика Российской Федерации», был внедрён инновационный модуль «Критическое мышление в

цифровой среде». Приказ Минэкономразвития России от 24 января 2020 года № 41 закрепил эти компетенции как ключевые элементы образовательной программы.

В процессе исследования были введены и концептуализированы следующие ключевые термины современного информационного пространства:

Инфодемия – термин, введённый журналистом и политологом Д. Роткопфом в 2003 году во время эпидемии атипичной пневмонии. Широкое распространение понятие получило в период пандемии *COVID*-19. Согласно определению Оксфордского словаря, инфодемия представляет собой лавинообразное распространение разноплановой и часто недостоверной информации о кризисных явлениях, которое стремительно и неконтролируемо распространяется через медиаканалы, усиливая общественное беспокойство и спекуляции. Всемирная организация здравоохранения особо отметила опасность данного явления, приравняв его значимость к самой эпидемии [6].

Цифровая социальность – комплексное понятие, связанное с процессом цифровой социализации. Г. У. Солдатова и А. Е. Войскунский определяют его как совокупность всех аспектов, приобретаемых человеком в процессе онлайн-взаимодействия. Это включает способы самопрезентации, форматы социальной коммуникации, накопление онлайн-контактов, освоение социальных ролей в цифровой среде и усвоение норм цифрового пространства. Данный термин отражает глубокую трансформацию коммуникативных практик под влиянием цифровых технологий [5].

Информационные пузыри – феномен, описанный Э. Паризером в 2011 году в работе «За стеной фильтров». Термин характеризует ситуацию, при которой пользователь оказывается окружённым информацией, соответствующей его взглядам и предпочтениям. Современные алгоритмы социальных сетей и поисковых систем активно формируют персонализированный контент, ограничивая доступ к альтернативным точкам зрения [3].

Дипфейк – термин появился в 2017 году благодаря пользователю форума *Reddit*, представившему технологию замены лиц с помощью искусственного интеллекта. Это синтетический медиаконтент, включающий изображения, видео и аудиоматериалы, созданные или модифицированные с использованием технологий ИИ для замены или фальсификации оригинального контента [1].

Диффамация – правовой термин латинского происхождения (*diffamare* – лишать доброго имени) [4]. В юридическом контексте опре-

деляется как нарушение гражданских прав, выражающееся в распространении ложной информации, порочащей честь, достоинство и деловую репутацию лица. Также включает распространение правдивой персональной информации, нарушение конфиденциальности которой противоречит законодательным нормам о защите нематериальных благ граждан. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 24 февраля 2025 года конкретизирует понятие, связывая его с распространением недостоверных порочащих сведений.

Постправда – коммуникативная концепция, характеризующаяся преобладанием эмоциональных оценок, политической ангажированности и предрассудков над рациональными аргументами. В условиях постправды мифотворчество вытесняет объективные факты, а понятие истины становится размытым и неоднозначным (https://bigenc.ru/c/postpravda-33db1f (дата обращения: 01.06.2026)).

Существенные изменения коснулись и сферы управления интернет-инфраструктурой. Постановление Правительства РФ от 27 октября 2025 года № 1667 «Об утверждении Правил централизованного управления сетью связи общего пользования» заложило основу для укрепления суверенитета российского сегмента Интернета (https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/412901371/ (дата обращения: 01.06.2026)). Дополнительно были разработаны нормативные акты, регламентирующие деятельность социальных сетей и платформ объявлений.

Инфодемия запустила ряд процессов, которые заставили участников международной медиасреды буквально сражаться за доверие аудитории и деловое реноме своих компаний и брендов. Регуляторика помогла добиться определённого баланса между информационной безопасностью и свободой слова, хотя и создали риски чрезмерного контроля. Бизнес-структуры и медиакомпании до сих адаптируются к новым правилам, требованиям и условиям взаимодействия с аудиторией через механизмы саморегулирования и внедрение технологических инноваций. При этом уровень медиаграмотности населения по-прежнему требует реанимирования ввиду киберугроз – без системной и последовательной работы по проведению просветительских мероприятий аудитория рискует оставаться уязвимой к различным формам информационного манипулирования.

Гудвилл и деловая репутация остаются ценными стратегическими активами, а значит, нуждаются в регулярном мониторинге и защите. Дальнейшее развитие медиасреды будет определяться несколькими ключевыми факторами: способностью государства находить баланс между регулированием и обеспечением свободы слова, готовностью бизнес-со-

общества инвестировать в развитие репутационных технологий, уровнем цифровой грамотности населения и эффективностью международных механизмов борьбы с трансграничной дезинформацией.

Список литературы

1. Арзамасцев, Е., Вихрева, М., Павлова, А. Что такое дипфейк и как защититься [текст: электронный] // Яндекс Практикум. URL: https://practicum.yandex.ru/blog/chto-takoe-deepfake-i-kak-zashchititsya/ (дата обращения: 01.06.2026).
2. Кузнецов, А.П. Вопрос юристу с Алексеем Кузнецовым: Правовой PR в России – от формулировки термина до Премии Legal PR Awards [текст: электронный] // МедиаМетрикс. 2023. URL: https://radio.mediametrics.ru/vopros_juristy/71258/ (дата обращения: 01.06.2026).
3. Новокшонова, П.Н., Тарасенко, Т.В. «Информационный пузырь» и медиапотребление // Актуальные проблемы авиации и космонавтики, 2021. Т. 3. С. 1098–1100.
4. Сморчкова, В.О. Распространение порочащих сведений (диффамация) как вид гражданско-правового деликта: определение понятия // Актуальные проблемы государства и права, 2020. Т. 4. № 15. С. 376–382.
5. Солдатова, Г.У., Войскунский, А.Е. Социально-когнитивная концепция цифровой социализации: новая экосистема и социальная эволюция психики // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2019. № 3. С. 431–450.
6. Черткова, Д. Инфодемия, карантикулы и ковидиворс [текст: электронный] // Коммерсантъ. 2020. URL: https://www.kommersant.ru/doc/4390971 (дата обращения: 01.06.2026).
7. Штырлина, А.В. Репутация – это то, что нужно спасать в первую очередь! [текст: электронный] // РБК. Плюс. 2020. URL: https://chr.plus.rbc.ru/news/5fe47bb47a8aa90c98052fbe (дата обращения: 01.06.2026).

INTERNATIONAL INFODEMIC AS A PREREQUISITE FOR THE TRANSFORMATION OF THE MEDIA ENVIRONMENT IN THE RUSSIAN FEDERATION

A. V. Shtyrlina

Communication agency “Praktika”, Moscow

The relevance of this work stems from research conducted between 2019 and 2026 on countering the spread of disinformation in the Russian information space. The infodemic phenomenon has become a pressing problem for society, the state, and social institutions due to the uncontrolled distribution of excessive amounts of information, including both reliable data and deliberately false information, reaching a critical level. This factor has acquired particular

significance in the context of the emergence of technological and information sovereignty and the rapid development of digital platforms.
Keywords: *infodemic, media environment, information bubble, fake, deepfake, post-truth, media security.*

Об авторе:

ШТЫРЛИНА Анна Викторовна – основатель коммуникационного агентства «Практика», предприниматель, журналист, член Московского регионального отделения Общероссийской общественной организации «Союз журналистов России», e-mail: anna@pr-practice.ru.

About the author:

SHTYRLINA Anna Viktorovna – founder of the communication agency «Practice», entrepreneur, journalist, member of the Moscow regional branch of the All-Russian public organization «Union of Journalists of Russia», e-mail: anna@pr-practice.ru.

Дата поступления рукописи в редакцию: 10.08.2026 г.
Дата подписания в печать: 14.09.2026 г.