

**Зырянова Марина Олеговна**

аспирант кафедры социологии и управления  
Белгородского государственного  
технологического университета им. В.Г. Шухова

## **СПОСОБЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ РАСПРОСТРАНЕНИЮ ФЕЙКОВОЙ ИНФОРМАЦИИ**

### **Аннотация:**

*Стремительное распространение фейковой информации в первую очередь через Интернет сегодня является большой проблемой для России и стран мирового сообщества. В настоящее время все страны столкнулись с распространением коронавируса и возникновением фейков, связанных с этой темой. В рамках данной статьи дается определение фейков; рассматриваются технологии, с помощью которых ведется работа по их распространению; приведены примеры борьбы с распространением фейковой информации с помощью административных способов противодействия (разработка новых законов, ужесточение ответственности за распространение фейков, работа правоохранительных органов в данной области); даны рекомендации по использованию дополнительных возможностей предотвращения распространения фейковой информации с помощью инструментов, эффективно работающих в области Public Relations (PR). Самый простой способ предотвратить появление фейков – максимально наполнить информационное пространство официальной достоверной информацией.*

### **Ключевые слова:**

*фейковая информация, фейки, вброс фейков, манипулятивные технологии, резонансные технологии, дезинформация, фактологическая проверка, информационная диверсия, информационное пространство, цифровые технологии.*

**Zyryanova Marina Olegovna**

PhD Student,  
Sociology and Management Department,  
Belgorod State Technological University

## **WAYS TO COMBAT THE SPREAD OF «FAKE INFORMATION»**

### **Summary:**

*The rapid spread of fake information, mainly via the Internet is an enormous problem for the Russian Federation and the world community in general. All countries have been currently facing the spread of coronavirus and the emergence of «fake» news linked to this subject. In the article, the definition of «fake» information is given. Moreover, it analyses the technologies used to spread the news as well as the examples of combating the spread of «fake information» with administrative methods, such as establishment of legislation acts, increasing accountability for the spread of «fake» information, activities undertaken by law enforcement community in this area. The article also provides recommendations on the use of additional features to prevent the spread of «fake information» using tools of public relations (PR). The easiest way to prevent the appearance of «fakes» is to fill the information space with official reliable information as much as possible. .*

### **Keywords:**

*fake information, fakes, fake news, manipulative technologies, resonant technologies, disinformation, factual verification, information sabotage, information space, digital technologies.*

В настоящее время проблема распространения фейков очень актуальна как в России, так и во всем мире. В разных странах вводятся законы, предусматривающие ответственность за распространение фейковой информации. Речь идет о России, Германии, Казахстане, Китайской Народной Республике. В мире сейчас остро стоит проблема противодействия распространению ложной информации вокруг ситуации с коронавирусом. Поэтому фейки необходимо изучать, классифицировать и разрабатывать меры противодействия их распространению.

С нашей точки зрения, понятие «фейки» в широком смысле можно развести на две категории: материальные и нематериальные. К материальным фейкам можно отнести подделки брендов, технологий, лекарств, произведений искусства и т. д. К нематериальным – поддельные, фальшивые, ложные новости, которые намеренно распространяются в социальных медиа (социальных сетях, мессенджерах), с помощью интернет-ресурсов и в некоторых средствах массовой информации. Также к нематериальным фейкам можно отнести фейковые аккаунты в социальных сетях, смонтированные фото- и видеоизображения и т. д. В рамках этой статьи мы будем рассматривать нематериальную фейковую информацию или информационные фейки.

В соответствии с принятыми изменениями в Закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и поправками в Кодекс об административных правонарушениях (КоАП) недостоверная общественно значимая информация (фейки) – это информация, распространяемая по различным каналам коммуникации в виде соответствующих действительности сообщений. Такая информация может угрожать жизни и (или) здоровью граждан. Распространение фейковой информации может также спровоцировать массовые беспорядки, создать препятствия для работы (или привести к полному ее прекращению) жизненно важных объектов, в том

числе транспортных, промышленных, энергетических объектов, объектов социальной инфраструктуры и связи, а также кредитных компаний. Распространение такой информации запрещено, в том числе и в Интернете [1].

Следует отметить, что распространение информационных фейков напрямую связано с использованием манипулятивных (основаны на намерениях источника информации) или резонансных (направлены на реакцию получателей сообщения) коммуникативных технологий, которые ориентированы на работу с большими группами людей, например, представителями целых регионов [2]. В основе обеих технологий лежит работа с представлениями, которые уже существуют в массовом сознании (социальные стереотипы).

Манипулятивная технология – это завуалированное и сознательное воздействие адресанта на адресата с помощью специально отобранных и заранее подготовленных образов. В их качестве могут использоваться основанные на массовых представлениях (социальных стереотипах) образы людей, компаний, предметов, идей. При этом такие представления могут различаться в зависимости от географической, социальной, гендерной принадлежности адресата. Подобные образы всегда работают на цель, которую ставит перед собой источник данной коммуникации. Образ создается путем усиления и утрирования одних свойств объекта и минимизации или ликвидации других в зависимости от задачи, которую решает говорящий. В результате адресат испытывает информационно-психологическое влияние и оказывается дезориентированным [3].

Резонансные технологии основываются не на введении новой информации (основы традиционной коммуникации), а на соответствии уже имеющимся в массовом сознании представлениям (социальным стереотипам) и получении обратной связи в виде ожидаемого от масс действия. Этот аспект лежит в основе распространения анекдотов и слухов. И именно использование резонансных технологий дает возможность фейкам набирать большую популярность с огромной скоростью, а также приводить к нарушениям стабильности в обществе и развитию паники. Модель резонансного воздействия должна опираться на следующие составляющие: усиление уже имеющихся в сознании масс стереотипов; перевод их из словесной в зрительную форму и (или) в форму события (люди верят тому, что видят своими глазами); усиление сообщения признаками достоверности [4, с.138].

Фактом эффективного вброса фейковой информации можно считать развернутые информационные кампании вокруг пожара в торгово-развлекательном комплексе «Зимняя вишня» в марте 2018 года и распространения коронавируса в 2020 году.

По официальным данным, 64 человека погибли в пожаре, который произошел в марте 2018 года в ТЦ «Зимняя вишня». Однако после появления в информационном пространстве официальных данных, они подверглись критике со стороны интернет-пользователей. В социальных сетях возникали сообщения, где официальная статистика ставилась под сомнение, утверждалось, что «на самом деле» людей погибло в несколько раз больше. Также власти обвинялись в том, что они скрывали информацию о точном количестве жертв. Были даже версии, что власти сами организовали пожар.

Распространение слухов было таким масштабным, что инициировало законодательную работу, которая привела к появлению законопроекта о фейкньюс (Федеральный закон от 18.03.2019 № 31-ФЗ «О внесении изменений в статью 15.3 Федерального закона «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»).

В результате работы, проведенной правоохранительными органами, в качестве источника фейка был установлен пранкер с Украины, который 25 марта 2018 года позвонил в кемеровский морг, представился сотрудником МЧС и заявил о скорой доставке трехсот тел людей, погибших в пожаре. По данным газеты «Ведомости», причиной появления информации об «истинном числе погибших» стало устойчивое представление, укоренившееся в массовом сознании о том, что власть может не только скрыть число жертв и угрозами заставить людей молчать, но также способна запереть их в задымленном кинозале и не дать спастись [5].

Таким образом, проблема распространения фейковой информации о реальном числе жертв пожара стала тесно связана с наличием устойчивых социальных стереотипов в массовом сознании.

Еще одним случаем, иллюстрирующим активное распространение фейковой информации, явились спекуляции вокруг коронавируса и числа заболевших и умерших от него людей. Причем с этой проблемой столкнулись многие страны мира.

1 февраля 2020 года в средствах массовой информации появилось сообщение о возбужденном уголовном деле за распространение фейков о коронавирусе против гражданина Латвии [6]. По данным латвийских СМИ, мужчина в социальных сетях опубликовал видео с информацией о том, что в Латвии зафиксировано первое заболевание коронавирусом. На начало февраля

2020 года в Латвии официально не был подтвержден ни один случай заболевания новым коронавирусом. Министр здравоохранения Латвии И. Винькеле в интервью радио Baltkom подчеркнула, что она озабочена не столько распространением самого вируса, сколько возможностью появления паники в социальных сетях [7].

В общей сложности на начало февраля 2020 года международные организации зафиксировали более 200 фейков о коронавирусе, о чем сообщил на брифинге официальный представитель Министерства здравоохранения Казахстана Д. Ахметшарип [8]. По его словам, за распространение фальшивок о коронавирусе арестованы некоторые пользователи соцсетей в Канаде, Латвии, Гонконге, Таиланде, Малайзии, Индонезии и Китае [9].

Этот процесс затронул и Россию: в феврале 2020 года в Москве было возбуждено уголовное дело о хулиганстве после пранка на тему коронавируса. Так, 2 февраля 2020 года в вагоне поезда, который следовал от станции метро «Полежаевская» до станции «Улица 1905 года», молодой человек упал, имитируя внезапный приступ, тогда как его сообщники выкрикивали фразы о наличии у него опасной вирусной инфекции, провоцируя панику среди пассажиров. После этого на одном из видеохостингов был размещен видеоролик с этим пранком [10].

В начале февраля 2020 года генеральный директор Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ) Т. Гебрейесус обратился к мировому сообществу с просьбой бороться с распространением фейков, связанных со вспышкой коронавируса. Он подчеркнул, что ВОЗ не только борется с самим вирусом, но и противодействует распространению фейков, в том числе связанных с теорией заговора [11].

В условиях цифровизации общества и, как следствие, возникновения необходимости обеспечения комплексной безопасности молодежи и взрослых в условиях широкого распространения и применения цифровых технологий, большое значение приобретают вопросы противодействия распространению фейковой информации. Причем в административной плоскости этот вопрос уже решается с помощью введения соответствующих законов и работы правоохранительных органов. Однако эту работу также необходимо проводить и в области PR.

Необходимо отметить, что слухи, домыслы, фейки возникают тогда, когда в информационном пространстве ощущается нехватка фактов. Чаще всего фейки возникают на фоне возникновения ситуаций в первую очередь связанных с угрозой для жизни, благополучия или достатка. По мнению исследователя Дж. Уолтера, распространению слухов, а, следовательно, и фейков, способствуют следующие факторы: неполнота исходной официальной информации; несоответствие официальной информации и информации, которую распространяют неофициальные источники; возникновение сомнений у аудитории вследствие появления неправдивой информации; наличие закрытой для простых граждан информации; задержки в принятии решений ответственными органами из-за важности рассматриваемых вопросов; наличие серьезных организационных проблем и пр. [12, с. 343].

Прежде чем начать борьбу с фейками, необходимо проанализировать причину возникновения слухов, источники и масштабы их распространения. Нужно оперативно представить полную и достоверную информацию относительно проблемы как в средства массовой информации, так и в социальные сети, мессенджеры, которые являются основным источником вброса фейков. Также можно заручиться поддержкой лидеров мнений, которые могут оказать влияние на формирование общественного мнения. Необходимо отметить, что принципы борьбы с распространением недостоверной информации через средства массовой информации, социальные сети и мессенджеры очень похожи.

Самый простой способ минимизировать объем распространяемой фейковой информации – наполнить информационное пространство официальными данными. Сделать это можно через традиционные СМИ путем рассылки официальных пресс-релизов, организации интервью со спикерами (в число которых могут входить лидеры мнений) пресс-конференций и иных пресс-мероприятий. Также эту работу необходимо проводить в социальных сетях и мессенджерах. Работу можно вести как через официальные аккаунты, так и через крупные неофициальные группы, которые пользуются популярностью у пользователей. Например, на условиях информационного партнерства, если это позволяет информационная политика структуры, заинтересованной в распространении данных. Большое значение в этом случае приобретает форма подачи информации, которая не должна восприниматься как инородная, искусственная, иначе такие сообщения не будут пользоваться доверием у аудитории. Также к работе можно подключать такой известный в рекламном бизнесе вид продвижения в социальных сетях, как использование таргетированной (целевой) рекламы. Главное, чтобы эта работа велась в постоянном режиме, и ее результатом было наполнение информационного пространства корректной информацией относительно происходящих событий.

Еще один возможный способ ответа на распространение фейковой информации – это отсутствие реакции на нее, если это является целесообразным и данная информация не несет

потенциального вреда. Как правило, обсуждение затухает в течение недели, если ложная информация «не подпитывается» новыми новостями.

Если же вброс фейков все-таки произошел, то необходимо заняться их опровержением путем распространения развернутой достоверной информации. Причем начинать нужно с тех же площадок, на которых началось распространение фейков. Маловероятно, что опровержение фейка, который набрал популярность в социальной сети ВКонтакте, будет эффективным через городские СМИ.

Явление «фейка», которое получило распространение в последнее время, нуждается во всестороннем научном осмыслении. В рамках данной статьи были представлены лишь некоторые способы противодействия распространению фейковой информации, в процессе дальнейшей разработки данной темы таких способов может быть выявлено гораздо больше.

### Ссылки:

1. Что такое фейковые новости и как за них будут наказывать? [Электронный ресурс] // Официальный сайт Государственной Думы РФ. URL: <http://duma.gov.ru/news/29982/> (дата обращения: 20.06.2020).
2. Гридчин А.А. Коммуникативные технологии регулирования региональных конфликтов // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 7: Философия, социология и социальные технологии. Волгоград, 2009. № 1 (9). С. 105–109.
3. Makovich G.V. Communicative technologies in professional group activities [Электронный ресурс] // Management Issues. 2019. № 03 (58). URL: <http://vestnik.uapa.ru/en/issue/2014/03/21> (дата обращения: 20.06.2020).
4. Почепцов Г.Г. Информационные войны. М., 2001. 576 с.
5. Архипова А., Кирзюк А. Можно ли победить фейкньюс законом [Электронный ресурс] // Газета «Ведомости». URL: <https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2019/03/10/796034-mozhno-pobedit-zakonom> (дата обращения: 20.06.2020).
6. В Латвии возбудили дело за распространение фейков о коронавирусе [Электронный ресурс] // РИА «Новости». URL: <https://ria.ru/20200201/1564132102.html> (дата обращения: 25.02.2020).
7. Винькеле: Латвия полностью готова к встрече с коронавирусом [Электронный ресурс] // Новостное агентство «Sputnik». URL: <https://lv.sputniknews.ru/Latvia/20200210/13195694/Vinkele-Latviya-polnostyu-gotova-k-vstreche-s-koronavirusom.html> (дата обращения: 25.02.2020).
8. Тулеубекова А. Н.-С. Почти 200 фейков о коронавирусе зафиксировали Международные организации [Электронный ресурс] // Сетевое издание «Zakon.kz». URL: <https://www.zakon.kz/5005826-pochti-200-feykov-o-koronaviruse.html> (дата обращения: 20.06.2020).
9. Тулеубекова А. Н.-С. Ряд пользователей соцсетей арестованы за распространение фэйков про коронавирус [Электронный ресурс] // Там же. URL: <https://www.zakon.kz/5006009-ryad-polzovateley-sotssetey-arestovany.html> (дата обращения: 29.02.2020).
10. МВД возбудило дело по факту пранка о коронавирусе в метро [Электронный ресурс] // Информационное агентство RNS. URL: <https://rns.online/society/MVD-vozbudilo-delo-po-faktu-pranka-o-koronaviruse-v-metro-2020-02-10/> (дата обращения: 15.02.2020).
11. Глава ВОЗ призвал бороться с дезинформацией в связи со вспышкой коронавируса [Электронный ресурс] // Информационное агентство «ТАСС». URL: <https://tass.ru/obschestvo/7717451> (дата обращения: 17.02.2020).
12. Королько В.Г. Основы публичных релейшнз. М., 2000. 528 с.

Редактор: Шейхетова Ирина Александровна  
Переводчик: Кочетова Дарья Андреевна