
ФИЛОСОФИЯ И КУЛЬТУРА СОЦИУМА: ПОДХОДЫ, КОНЦЕПЦИИ, МНЕНИЯ

УДК 002+ [004:002]

ББК 76+73

DOI 10.22394/1682-2358-2023-3-59-67

N.B. Zazaeva, Doctor of Sciences (Philosophy), Professor at the Social Communications Department, Povolzhsky Institute of Management named after P.A. Stolypin, Branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration

S.M. Fedyunina, Doctor of Sciences (Sociology), Head of the of Social Communications Department, Povolzhsky Institute of Management named after P.A. Stolypin, Branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration

THE ROLE OF NEWS IN THE INFORMATION WARS OF THE DIGITAL AGE

The features of information wars in the era of digitalization and news as a tool of geopolitical information confrontation are considered. The information and psychological impact of fake news on the mass consciousness and the specificity of their functioning in the digital space are analyzed. It is noted that to search for a new mechanism for selecting news on digital resources according to the content principle is necessary.

Key words and word-combinations: information wars, information and psychological impact, news, fake news, digital resources.

Н.Б. Зазаева, доктор философских наук, профессор кафедры социальных коммуникаций Поволжского института управления имени П.А. Столыпина — филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (email: zazaeva@mail.ru)

С.М. Федюнина, доктор социологических наук, заведующий кафедрой социальных коммуникаций Поволжского института управления имени П.А. Столыпина — филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (email: smf777@bk.ru)

РОЛЬ НОВОСТЕЙ В ИНФОРМАЦИОННЫХ ВОЙНАХ ЭПОХИ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Аннотация. Рассматриваются особенности информационных войн в эпоху цифровизации и новость как инструмент геополитического информационного противоборства. Анализируется информационно-психологическое воздействие на массовое сознание фейковых новостей и выявляется специфика их функционирования в цифровом пространстве. Отмечается, что необходим поиск нового механизма отбора новостей на цифровых ресурсах по содержательному принципу.

Ключевые слова и словосочетания: информационные войны, информационно-психологическое воздействие, новость, фейк-ньюс, цифровые ресурсы.

В современном глобализированном мире наметились центробежные тенденции разрушения глобального по-

литического пространства и формирования многополярного мира на фоне единого унифицированного мирового общественного сознания. Слом существующего миропорядка сопровождается новым витком информационных войн. Акценты переносятся с пропаганды, подрывающей основы культуры, на дезинформацию и дезориентацию общественного сознания в обыденной жизни. В этом содержательном контексте происходит психологическая обработка массовой аудитории с помощью манипулятивных приемов.

Центральным элементом информационных войн является «специально отобранная и подготовленная информация» [1]. В этом ключе особое значение приобретает новость. При открытии любого цифрового ресурса новость выступает первичной и исходной информацией, с которой встречается пользователь. Именно новости становятся главным инструментом пропаганды в информационных войнах эпохи цифровизации. Информационное противоборство диктует необходимость производства не только специально отобранной и интерпретированной в нужном ключе информации, но и заведомо ложной, сфальсифицированной, то есть фейковых новостей. Открытость цифрового пространства, автоматические режимы их отбора и размещения создают благоприятные условия для насыщения новостной пропагандой умных новостных лент цифровых ресурсов того или иного государства.

Информационные войны ведутся на фоне глубоких социально-экономических, политических и нравственно-правовых сдвигов во всех областях современного общества. В глобализированном мире заговорили о кризисе национального государства. Главным образом угроза виделась со стороны транснациональных корпораций. У. Бек подчеркивал, что ТНК становятся серьезной наднациональной силой, способной конкурировать и побеждать в борьбе с государством [2, с. 231]. В современном цифровом мире все оказалось намного сложнее. Благодаря цифровизации глобальной экономики стал возможен диктат одного государства всем остальным субъектам мировой системы, в том числе и ТНК. Глубокое предвидение Э. Тоффлера об информационном обществе, в котором именно владение информационными технологиями обеспечивает первенство государства на международной арене, в современных практиках преобразовалось в неутешительную и парадоксальную реальность цифровой зависимости всего мира от государства-гегемона. Диктатура, дискриминация и безжалостная эксплуатация с государственного уровня перенесли на межгосударственный и глобальный, эти явления стали тотальными и трудно преодолимыми.

Всеобщий своекорыстный, то есть экономический интерес, о котором писал И. Кант, должен был привести к всеобщему миру, и фе-

номен мировой экономики подтверждал правоту великого философа [3, с. 24], но только до тех пор, пока государство-гегемон придерживалось нравственных норм и не позволяло себе открыто их попирать в международных отношениях на правах сильного, владеющего цифровыми ресурсами. Всеобщая цифровизация современного мира привела к парадоксальным результатам: вместо человекосберегающих и экологически чистых технологий человечество получило «срежиссированные войны» на периферии распределения военной мощи» (Э. Гидденс) и колоссальное по своим масштабам уничтожение ресурсов, что повлекло за собой социальные и экономические кризисы. При этом по воле одной страны все эти явления искусственно сохраняются и умножаются. Безграничное усиление одного государства в ущерб суверенитету всех остальных стало реальностью цифрового мира. Воинствующий нравственный монизм, сменивший толерантность мультикультурализма, позволяет охарактеризовать современный мир как новое цифровое средневековье.

В современном мире нравственные аксиомы и ценности всеобщего мира, равенства, свободы полностью перечеркиваются политическими диктатом одного государства-гегемона. Нравственная аксиома человеческих отношений и взаимодействий, основанная на запрете «все на одного», оказывается разрешенной и нравственно оправданной в межгосударственных отношениях. Более того, практика травли одного государства всеми остальными выдается за правое дело борьбы за демократию. Таким образом, рушатся все основополагающие принципы и нормы международного права: принцип разрешения международных споров мирными средствами, принцип невмешательства в дела, входящие во внутреннюю компетенцию государств, принцип обязанности государств сотрудничать друг с другом, принцип суверенного равенства государств. И, как следствие, нарушается «международная координация государств» (Э. Гидденс), касающаяся не только отношений между государствами, но и «социальных отношений, возникающих не между государствами или за их пределами, но попросту находящихся в иной плоскости, чем разделения между государствами» [4, с. 192].

Возникает парадоксальная ситуация. С одной стороны, на фоне нарушения международного права разрушаются межгосударственные связи и отношения, множатся военные конфликты, в них затягиваются все больше и больше стран. «Сегодня мы живем в глобальном военном порядке, в котором в качестве результата индустриализации войны степень деструктивной силы вооружения распространилась по миру в таком широком масштабе, в каком никогда не существовала прежде.

Возможность ядерного конфликта является опасностью, с которой не сталкивалось ни одно из предыдущих поколений» [4, с. 245]. Глобализированный мир с всеобщими общечеловеческими ценностями, общей мировой экономикой рушится, что делает его более опасным и кризисным.

С другой стороны, цифровизация объединяет информационное пространство различных стран через использование схожих информационных технологий, компьютерных систем и сетей и тем самым продуцирует мировое общественное сознание. Э. Гидденс в работе «Последствия современности» отмечает: «Особенность современного мира заключается в том, что урбанизированные стандарты обыденной жизни унифицировали не просто образ жизни людей, находящихся в разных уголках мира, но и глобализовали общественное сознание. Всякий раз, когда кто-либо посылает письмо или звонит по телефону, он или она тем самым признает обширные области надежных, скоординированных действий и событий, которые делают возможной современную общественную жизнь» [4, с. 248]. Парадокс современности заключается в том, что единство в политической сфере глобального мира уже разрушено, а обыденное общественное сознание остается глобальным.

Указанные изменения задают цели и содержание новому витку информационных войн. Новостное пространство наполняется фейками, созданными для разрушения мирового общественного сознания через войну культур. Массовая аудитория, общественное мнение намеренно через специально отобранную и подготовленную новостную информацию дезинформируется и дезориентируется. Фейковые новости лишают массовую аудиторию возможности правильно воспринимать текущие события и принимать верные решения. Отечественные ученые Ш.С. Сулейманова, Е.А. Назарова, исследуя современные информационные войны, отмечают: «В настоящее время активное навязывание западными государствами российскому населению идеологии страны “третьего мира”, проведение ими политики “двойных стандартов” становятся препятствием на пути построения в России независимого демократического государства с развитой рыночной экономикой и социальной системой» [5, с. 86].

В то же время форма подачи информации в виде новости в информационных войнах оказывается самой эффективной.

Во-первых, через цифровые ресурсы новостью легче всего охватить массовую аудиторию, то есть все население той или иной страны. В цифровую эпоху 69% россиян пользуются только Интернетом и не смотрят телевизор. При этом 42% россиян узнают новости из со-

циальных сетей и блогов в Интернете, а 36% — из новостных, аналитических и официальных сайтов [6]. По результатам исследования ВЦИОМ, в 2021 г. наиболее популярными социальными сетями стали YouTube (75%), «ВКонтакте» (61%), и Telegram (42%). В топ-3 того, чем занимаются пользователи этих соцсетей, наряду с перепиской вошли чтение новостей о событиях в стране и мире (49%) и политика (42%) [7]. Таким образом, исследования демонстрируют, что большинство россиян предпочитают получать любую информацию из цифровых ресурсов, и новости занимают в ней первые позиции.

Во-вторых, к новостной информации как объективной, основанной на фактах, и массовая аудитория, и отдельный пользователь относится с доверием. По данным ВЦИОМ, 26% россиян считают, что в большинстве случаев недостоверные новости опубликованы случайно, из-за непреднамеренной ошибки журналистов [8]. Это отношение точно зафиксировал Э. Гидденс: «Глобальное расширение институтов современности было бы невозможно, если бы не накопление знания, представленного “новостями”. Это, возможно, менее очевидно на уровне общего культурного сознания, нежели в более специальных контекстах. Например, существующие сегодня глобальные рынки денег включают прямой и одновременный доступ к информации, накопленной индивидами, расположенными на большом расстоянии друг от друга» [4, с. 206]. Он подчеркивает инструментально-утилитарную функцию новости. Люди относятся к новости как правдивой информации, обслуживающей повседневную жизнь человека. Именно этим обеспечивается и поддерживается безусловное доверие к новостной информации как таковой. К новостям на цифровых ресурсах доверие массовой аудитории еще более возрастает из-за особого режима отбора новостей, в котором редактор заменен на искусственный интеллект, что создает иллюзию ухода от идеологической цензуры, учета мнения отдельного пользователя.

Цифровизация задает новый режим потребления новостей современным массовым человеком. Он не ищет новости, они его настигают при открытии любого цифрового приложения. Конкуренция фейковых с качественными новостями в информационном пространстве осуществляется в умных новостных лентах на цифровых ресурсах.

В эпоху цифровизации изменился порядок отбора новостей. На всех крупных порталах Google, Яндекс он осуществляется автоматически. Рейтинг новостей формируется исходя из скорости появления новых сообщений по теме в СМИ, а также общего числа изданий, отреагировавших на то или иное событие и, наконец, интереса пользователей, читающих новость.

Для социальных сетей «ВКонтакте», Telegram, YouTube именно последнему критерию отдается предпочтение. Это значит, что чем выше активность и вовлеченность в первый час после публикации, тем больше вероятность попадания новости на первые полосы ленты. Лента «ВКонтакте» отдает предпочтение новостям, набирающим наибольшее число обсуждений. Появляется понятие «умная лента», которая делает персонализированную подборку новостей под интересы и запросы пользователя и подписчика, а также ориентируется на популярность среди зрителей со схожими интересами. До недавнего времени большинство соцсетей в качестве источников ленты новостей отдавало предпочтение друзьям и подписчикам, и это тесно связано с персонализацией подборки новостей, однако сегодня наблюдается сдвиг в сторону учета глобального контента, поступающего от источников, не связанных с пользователем.

Увлечение умной лентой, абсолютизирующей интересы пользователей при отборе новостей, приводит к парадоксальным результатам. С одной стороны, конкретный человек видит персонализированную, в этом смысле уникальную подборку новостей, а, с другой стороны, качество новостей снижается. В погоне за пользовательским интересом правдивость информации, ее адекватное и рациональное отражение объективной реальности уходят на второй план. В конкуренции между фейковыми новостями, как не просто придуманными для привлечения и удержания внимания пользователя, а лживыми и сфальсифицированными для пропагандистских целей, и качественными новостями, основанными на фактах, побеждают фейковые новости. Для попадания в умную ленту необходимы удивительные, необычные, из ряда вон выходящие события или, как справедливо выразился пресс-секретарь НП «ГЛОНАСС» Я. Федосеев, «парадоксальные инфоповоды, в которых присутствуют несовместимые понятия. К примеру, плата за проезд через перекресток, искусственный интеллект, отчисляющий студентов, исследование-опрос с неожиданными результатами. Если новость получит 10–20 рейтинговых публикаций за один час, то в топе она гарантированно появится хотя бы на какое-то время» [9].

Показатели, с которыми работает автоматическая система отбора новостей (кликабельность по обложке материала, число просмотров и время их роста, реакции читателей, процент дочитываний), влияют на охват аудитории и призваны неуклонно его увеличивать. Они не учитывают содержание контента. Самое большее, на что настроен искусственный интеллект новостного агрегатора, — это выявление плагиата в виде рерайтинга и копипаста. Так проверяется содержание сообщений на крупнейшей контентной платформе «Дзен».

Однако это не обеспечивает качества новостей и не ставит заслон фейкам в виде недобросовестной конкуренции и враждебной пропаганды. Особенно много различных фейковых новостей в умных лентах. На новостных лентах Яндекс появляется дискредитирующая информация о Валберис, Сбербанке и других коммерческих организациях. По социально-политической тематике появляется большое число лживой информации о специальной военной операции и обо всем, что с ней связано, о регулярных псевдовыплатах самых разнообразных сумм пенсионерам и другим категориям россиян [10, с. 95]. Такие новости призваны актуализировать общественные страхи и надежды, вызвать общественный резонанс, дискредитировать государство в глазах общественного мнения. Таким образом, искусственный интеллект цифровых ресурсов принципиально не настроен на отслеживание содержания новостной информации, ведь содержательный отбор расценивается как цензура, идеологический контроль.

Новостные агрегаторы осознают это обстоятельство и используют различные приемы борьбы за качество контента, в основном рассматривая фейк как продукт пропаганды и привлекая к этой работе редакторов. Например, Facebook (организация, запрещенная в России) активно борется с фейками, поощряя сообщения пользователей о ложных новостях и проверяя факты в публикациях. Такую фактологическую проверку осуществляют сотрудники 45 уполномоченных организаций на 24 языках. Парадоксально, что в этой сети контроль за российским контентом, рассматривающимся исключительно как пропаганда, поручен оппозиционной стороне — украинскому проекту StopFake, подозреваемому в связях с украинскими ультраправыми. В этом случае ясно, что ни фейки, ни пропаганда никуда не денутся. При политической ангажированности редактора, осуществляющего отбор новостей, искусственный интеллект демонстрирует явные преимущества — он объективнее, дешевле и эффективнее.

Предпочтение искусственного интеллекта, призванного гарантировать отсутствие цензуры в сети перед профессиональным редактором, всегда подозреваемым в идеологической ангажированности, оказывается однозначным только в случае учета того, что в цифровом пространстве наконец-то, благодаря техническим средствам, может быть гарантирована и обеспечена большая свобода слова и печати, чем в традиционных СМИ. Это утверждение можно опровергнуть, приведя два аргумента. Во-первых, в цифровом мире информационная функция масс-медиа — снабжение общества актуальной и правдивой информацией — остается по-прежнему первостепенной, поэтому борьба с фейковыми новостями находится не столько в политико-идеологической

плоскости, сколько в коммуникативной, связанной с обеспечением качества информации. В связи с этим следует учитывать, что фейковые новости, появляющиеся как продукт информационного противоборства, могут быть не просто откровенно лживыми, порочащими противоположную сторону, но и выдуманными, удивительными, намеренно подтасованными, парадоксальными, для того, чтобы понравиться массовой аудитории и в то же время дезориентировать ее. Ведь лишить массовую аудиторию возможности правильно воспринимать текущую обстановку и принимать верные решения является целью информационной войны. Выявить такой фейк-ньюс может только редактор. Ориентируясь на это положение, он должен быть в своей деятельности независимым и беспристрастным, как, например, судья или прокурор, то есть идеологически нейтральным. Во-вторых, новость — это целостный текст со всеми его атрибутами, и она требует литературного редактирования. С этой задачей также может справиться только профессиональный редактор.

Подобный подход борьбы с фейковыми новостями демонстрирует портал Mail.ru. На нем сотрудники, руководствующиеся принципом объективности, осуществляют первичный выбор новостей. Директор медиапроектов Mail.ru Group А. Рожков отмечает: «Из поступающего от партнеров информационного потока отбираются самые оперативные, полные, интересные пользователям материалы, проводится фактчекинг и оценка на беспристрастность, затем происходят вычитка, оформление и публикация материалов. Безусловное предпочтение отдается первоисточникам информации» [11]. При этом портал не может обойти пользовательские предпочтения, и далее опубликованные материалы проверяются в сети на предмет того, насколько они интересны аудитории разных групп. По результатам новость попадает в картину дня соответствующей группе пользователей и ротируется в соревновании с другими новостями, занимая там позицию согласно текущему читательскому интересу к ней. Таким образом, на Mail.ru отбор новостей носит комбинированный характер, первичный отбор и подготовку к публикации осуществляет редактор, а далее новость занимает подходящее ей место в новостном потоке в автоматическом режиме без участия человека. Установленный комбинированный режим позволяет обеспечить качество новостей, убрать как вредоносную информацию, так и откровенно лживую, связанную с недобросовестной конкуренцией.

Итак, в современном мире, характеризующемся как информационное общество, межгосударственные отношения сопровождаются геополитическим информационным противоборством, которое при увеличении напряженности в отношениях между конкретными госу-

дарствами влечет обострение информационной войны между ними. Содержательную составляющую информационного противоборства можно обозначить как информационно-психологическое воздействие на массовое сознание, направленное на дезориентацию его в повседневной жизни. В цифровом мире его основным инструментом становится фейковая новость. Новость как источник знания о повседневной реальности всегда пользовалась доверием массовой аудитории. Автоматический отбор новостей и формирование умной новостной ленты создали иллюзию ухода от идеологической цензуры, учета мнения отдельного пользователя и еще больше повысили его доверие к новостной информации. Поскольку искусственный интеллект цифровых ресурсов принципиально не настроен на отслеживание содержания новостной информации, он расценивается как цензура, идеологический контроль, то открываются самые широкие возможности для фейковых новостей, призванных разрушительно, деморализующее влиять на общественное мнение. Выход видится в необходимости обратить внимание на отбор новостей в цифровых ресурсах по содержательному принципу. Это значит, что необходим поиск нового механизма такого отбора в виде комбинированного режима и единой системы показателей для искусственного интеллекта, которые могли бы поставить заслон фейковым новостям как сфальсифицированной и ложной информации.

Библиографический список

1. *Панарин И.* СМИ, пропаганда и информационные войны, 2012. URL: http://propagandahistory.ru/books/Igor-Panarin_SMI--propaganda-i-informatsionnye-voyny/37
2. *Бек У.* Власть и ее оппоненты в эпоху глобализма / пер. с нем. М., 2007.
3. *Кант И.* К вечному миру // Сочинения: в 8 т. М., 1994.
4. *Гидденс Э.* Последствия современности. М., 2011.
5. *Сулейманова Ш.С., Назарова Е.А.* Информационные войны: история и современность. М., 2017.
6. ВЦИОМ. Медиапотребление россиян: мониторинг <https://wciom.ru/analytical-reviews>
7. ВЦИОМ. Медиапотребление и активность в Интернете. 2021. 23 сент. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews>
8. ВЦИОМ. Новости: Фейк-ньюс: масштаб проблемы. 2019. 18 апр. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor>
9. Как новости появляются в топе Яндекс // Российская газета. Федер. вып. № 223 (8277). URL: <https://rg.ru>
10. *Зазаева Н.Б., Федюнина С.М.* Изменения формата и содержания новостей в цифровом пространстве // Вестник Поволжского института управления. 2022. Т. 22, № 2. С. 88–99.
11. *Колесниченко А.В.* По каким критериям отбираются сообщения в информационных лентах и выпуски новостей // Медиаскоп. 2018. Вып. 3. URL: <http://mozaiyka.ru>