

# Анализ проблемы распространения фейковой информации в интернет-пространстве

УДК 316.3 DOI 10.26425/2658-347X-2023-6-3-73-78

Получено 14.08.2023

Доработано после рецензирования 11.09.2023

Принято 18.09.2023

## Каменева Татьяна Николаевна

Д-р социол. наук, проф. каф. социологии, психологии управления и истории

ORCID: 0000-0002-0250-2421

E-mail: kalibri0304@yandex.ru

Государственный университет управления, г. Москва, Россия

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва, Россия

## Кульчитцкий Алексей Владимирович

Канд. ист. наук, проректор по научной и воспитательной работе

ORCID: 0000-0001-7345-7202

E-mail: kulchitckij@mail.ru

Курская академия государственной и муниципальной службы, г. Курск, Россия

## Котляров Сергей Александрович

Заместитель главы администрации

ORCID: 009000370138558

E-mail: kotlarovv@yandex.ru

Администрация города Курска, г. Курск, Россия

## Казарян Мария Юрьевна

Канд. психол. наук, доц. кафедры педагогики и педагогической психологии

ORCID: 0000-0001-7291-1186

E-mail: mariakaz-n@rambler.ru

Российский национальный исследовательский медицинский университет имени Н.И. Пирогова, г. Москва, Россия

## Орлова Екатерина Сергеевна

Канд. мед. наук, доц. каф. педагогики и педагогической психологии

ORCID: 0000-0003-4190-1238

E-mail: dr.orlovaes@mail.ru

Российский национальный исследовательский медицинский университет имени Н.И. Пирогова, г. Москва, Россия

## АННОТАЦИЯ

Современное интернет-пространство наполнено различного рода информацией, в том числе и недостоверной – «фейковой». В складывающихся в настоящее время социокультурных, социально-политических, социально-экономических условиях следует ожидать дальнейшего увеличения распространения фейков и, как следствие, их негативного влияния на жизнь людей. В статье проанализированы результаты социологического исследования, посвященного отношению населения Курской области к фейкам, распространяемым в интернет-пространстве. Эмпирической базой исследования послужили результаты онлайн-анкетирования, проведенного

в сентябре 2022 г. на территории Курской области. Выборочная совокупность исследования составила 521 человек, проживающих на территории Курска и Курской области. В ходе исследования было установлено, что фейки становятся реальной частью жизни современного общества. Жители региона постоянно сталкиваются с недостоверной информацией и, признавая ее опасность, отмечают, что фейки все же «притягивают» их внимание. Складывающаяся в настоящее время ситуация требует разработки дополнительных мер регулирования в сфере распространения информации в интернет-пространстве.

## Ключевые слова

Фейковая информация, интернет, социальные сети, конструктивные практики коммуникации

## Для цитирования

Каменева Т.Н., Кульчитцкий А.В., Котляров С.А., Казарян М.Ю., Орлова Е.С. Анализ проблемы распространения фейковой информации в интернет-пространстве. Цифровая социология/Digital Sociology. 2023. Т. 6, № 3. С. 73–78.

© Каменева Т.Н., Кульчитцкий А.В., Котляров С.А., Казарян М.Ю., Орлова Е.С., 2023.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



# Problem of spreading fake information in the Internet space analysis

Received 14.08.2023

Revised 11.09.2023

Accepted 18.09.2023

## Tatyana N. Kameneva

Dr. Sci. (Sociol.), Prof. at the Sociology, Psychology of Management and History Department

ORCID: 0000-0002-0250-2421

E-mail: kalibri0304@yandex.ru

State University of Management, Moscow, Russia

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia

## Alexey V. Kulchitskiy

Cand. Sci. (Hist.), Vice-Rector for Scientific and Educational Work

ORCID: 0000-0001-7345-7202

E-mail: kulchitckij@mail.ru

Kursk Academy of State and Municipal Service, Kursk, Russia

## Sergey A. Kotlyarov

Deputy Head of the Administration

ORCID: 009000370138558

E-mail: kotlarovv@yandex.ru

Kursk City Administration, Kursk, Russia

## Maria Yu. Kazaryan

Cand. Sci. (Psy.), Assoc. Prof. at the Pedagogy and Pedagogical Psychology Department

ORCID: 0000-0001-7291-1186

E-mail: mariakaz-n@rambler.ru

N.I. Pirogov Russian National Research Medical University, Moscow, Russia

## Ekaterina S. Orlova

Cand. Sci. (Med.), Assoc. Prof. at the Pedagogy and Pedagogical Psychology Department

ORCID: 0000-0003-4190-1238

E-mail: dr.orlovaes@mail.ru

N.I. Pirogov Russian National Research Medical University, Moscow, Russia

## ABSTRACT

Modern Internet space is filled with various kinds of information, including unreliable, fake information. In the current socio-cultural, socio-political, and socio-economic conditions, we should expect further increase in the spread of fakes and, as a consequence, their negative impact on people's lives. The article analyses results of a sociological study on the attitude of the Kursk region population to fakes spread in the Internet space. The empirical basis of the study is the results of the online questionnaire survey

conducted in September 2022 in the Kursk region. The sample population of the study was 521 people living in the territory of Kursk and Kursk region. Fakes are becoming a real part of life in modern society. Residents of the region are constantly faced with inaccurate information. They recognize its danger and note that fakes nevertheless "attract" their attention. The current situation requires additional measures development to regulate dissemination of information in the Internet space.

## Keywords

Fake information, Internet, social networks, constructive communication practices

## For citation

Kameneva T.N., Kulchitskiy A.V., Kotlyarov S.A., Kazaryan M.Yu., Orlova E.S. (2023) Problem of spreading fake information in the Internet space analysis, *Digital Sociology*, vol. 6, no. 3, pp. 73–78. DOI: 10.26425/2658-347X-2023-6-3-73-78



## ВВЕДЕНИЕ / INTRODUCTION

Отмечающаяся тенденция распространения фейковой информации [Гриджин, Зырянова 2021] негативно сказывается на практиках коммуникации в современном обществе [Сергеев, Широкова, 2023]. Основной средой коммуникации, распространения информации, ее воспроизводства сегодня является сеть «Интернет» (далее – интернет). Именно так обычные люди черпают интересующую их информацию, однако проверить ее достоверность не всегда представляется возможным, и далеко не все задумываются над необходимостью этого. Ложная информация достаточно быстро распространяется, дезинформирует людей, провоцируя ситуации напряженности. С учетом того, что количество фейковой информации постоянно увеличивается, она становится реальным, достаточно распространенным способом манипуляции общественным сознанием. В связи с этим изучение проблемы «фейковизации» интернет-пространства приобретает особую актуальность.

Как отмечал К.П. Шевцов, сегодня фейки – это своего рода «неизбежность, или внутренняя необходимость. Вокруг фейка начинают группироваться сообщества “фанов”, “фолловеров”, “ботов”, разграничивая общее поле коммуникации в соответствии с различными моделями и типами идентичности, траекториями, желаниями и способами признания. Безграничный поток информации требует его сжимания и наделения смыслом. Иллюзия – полагать, что этот смысл будет привнесен из некоего внешнего источника, хранящего значимость внутренней работы внимания, взвешивания и глубокого анализа» [Шевцов, 2019; Больц, 2011]. Таким образом, фактически событие, а точнее недостаточность достоверной информации о нем, уже само по себе продуцирует дезинформацию, создавая для аудитории некую «неизведанную», «неверную» действительность. Средствами дезинформации, по мнению С.С. Распоповой и Е.Н. Богдан, могут выступать полное или частичное искажение фактов, утаивание сведений, неверные акценты в сообщении и др. [Распопова, Богдан, 2017].

Термин «фейк» в переводе с английского означает «фальшивый», «ненастоящий», «липовый» [Брусенская, Куликова, 2018]. В работах Н.А. Рябченко и О.П. Малышевой приводится определение «fake news» как искаженной, пристрастной и ложной информации, распространяемой через различные каналы массовой коммуникации, в том числе и путем медиа [Рябченко, Малышева, 2019].

В работах М.О. Зыряновой, посвященных данной проблематике, фейки подразделяются на материальные и нематериальные, причем именно к последним автор относит поддельные, фальшивые, ложные новости, намеренно распространяющиеся в социальных медиа (социальных сетях, мессенджерах) с помощью интернет-ресурсов и в некоторых средствах массовой информации (далее – СМИ), различного рода фейковые аккаунты в социальных сетях, смонтированные фото- и видеоизображения и т.д. [Зырянова, 2020]. Фейковая информация обладает способностью притягивать внимание большой аудитории и распространяться очень быстро. Однако последствия от воздействия фейков могут носить катастрофический характер, вводя в заблуждение людей и сея панику. Изучение отношения населения к фейкам, особенностей информационной культуры становится важной задачей современного этапа развития общества.

## МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ / MATERIALS AND RESEARCH METHODS

В основу анализа отношения населения к фейкам положены результаты социологического исследования, проведенного в сентябре 2022 г. в Курской области. Выборочная совокупность составила 521 человек, проживающих на территории Курска и в области. Исследование проводилось по специально разработанной анкете, размещенной на сервисе «Яндекс.Формы», путем адресной рассылки анкеты.

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ / STUDY RESULTS

Сегодня можно полагать, что фейки выступают в роли рисков коммуникации. По мнению Сергея Маклакова, рост фейковой информации будет только продолжаться. Так, в марте 2022 г. было установлено 1,5 млн копий фейковых сообщений, а в целом за 2022 г. выявлено почти 4 000 уникальных тематических фейковых линий, что составляет почти 10 млн копий в различных социальных сетях, СМИ и мессенджерах<sup>1</sup>. Фейки негативно сказываются на всех сферах жизни общества, приводят к материальным, физическим, репутационным потерям и в целом дестабилизируют ситуацию в стране. По своей сути они – ложь, вводящая людей в заблуждение и формирующая неправильное отношение

<sup>1</sup> Онлайн-газета ComNews.ru. Фейки бьют по бизнесу. Режим доступа: <https://www.comnews.ru/content/224413/2023-02-13/2023-w07/feyki-byut-biznesu> (дата обращения: 11.08.2023).

к действительности. В настоящее время на борьбу с фейками направлено немало усилий, однако без формирования конструктивного, иммунного отношения населения такая борьба может быть бесконечной [Зязин, Каменева, Лескова, 2023]. В связи с этим существенный интерес представляют социологические данные, раскрывающие особенности отношения населения к фейкам. Приводимые результаты отражают тенденции, характерные для населения Курской области, являющейся приграничным регионом с непростой геополитической обстановкой.

Анализ социального портрета участников социологического исследования показывает, что среди них 59 % составляли женщины, 41 % – мужчины. Наибольшее число респондентов находилось в возрастных границах от 32 до 44 лет (33 %). Фактически это люди, имеющие семьи, и их отношение к фейкам так или иначе транслируется на остальных членов семьи.

подавляющее большинство опрошенных имели высшее образование (71 %). Более половины респондентов работали в частном или государственном секторе (56 %) и оценивали свое материальное положение как хорошее. Они отмечали, что у них есть возможность приобретать вещи длительного пользования без дополнительных накоплений (54 %). Таким образом, социальный портрет респондентов показывает, что в большей части это были семейные люди со средним достатком и высоким образовательным цензом, следовательно, они должны владеть навыками коммуникации и коммуникативной культуры.

Современная реальность такова, что практически каждый человек сталкивается с искаженной информацией. Согласно результатам исследования, все участники опроса понимают, что такое фейки, и так или иначе встречали подобного рода информацию. Местом «концентрации» ложной информации, по мнению респондентов, является интернет. Так, почти 1/3 респондентов полагают, что фейковых новостей следует опасаться. Их мнение сводилось к тому, что «не зная всех деталей, можно нажать себе проблем». Больше всего фейков, как считали респонденты, можно встретить в социальных сетях. 28 % участников опроса проводят в интернете от 4 до 5 часов, 87 % опрошенных имеют аккаунты в социальных сетях. Вовлеченность населения в интернет-коммуникации достаточно высокая – фактически каждый третий респондент проводит в интернете более четырех часов в день.

Как правило, куряне смотрят в интернете сайты с новостями, сидят в социальных сетях. В то же время необходимо отметить, что всего

лишь 16 % респондентов используют интернет в рабочих целях или же для учебы, 10 % ищут что-то интересное, а 5 % привлекают только развлекательные сайты.

Находясь в интернет-пространстве, люди встречают недостоверную, провокационную информацию, и в этой ситуации важно, как они к ней относятся, могут ли отличить фейк от действительной новости.

Результаты исследования показывают, что могут отличить фейк от правды 24 % курян, 52 % полагают, что в сегодняшних условиях это практически невозможно, но усилия прилагать стоит. Наибольшие опасения вызывают фейки, направленные на дезориентацию и дезинформацию детей. Так, 7 % респондентов отметили, что их дети общались о приглашениях в группы с непонятным содержанием для поддержки каких-либо организаций, 4 % респондентов сами получали приглашения подобного рода, а 5 % вообще не реагируют на сомнительную новостную повестку.

67 % респондентов сталкивались с фейковыми новостями, информирующими о жизненных угрозах, 84 % получали сомнительные сообщения, звонки «от следователей» «работников Федеральной службы безопасности», «руководителей/сотрудников банков», «сомнительных работодателей» и др. Их тематика сводилась к угрозам, связанным с материальным положением, репутацией, здоровьем. Большинство респондентов старались не реагировать на информацию, не отвечать на сомнительные звонки или же сразу класть трубку, информировали своих близких о подобных сообщениях. Однако 2 % респондентов все же стали жертвами фейковой информации и понесли материальные потери, причем вплоть до лишения жилья. Примерно четверть участников опроса испытывали чувство страха или же беспокойства в связи с такого рода сообщениями или же звонками, и практически все респонденты сразу же стараются о них сообщить своим близким и родным, в первую очередь несовершеннолетним и пожилым. Сообщения с угрозами, предупреждениями респонденты получали в мессенджерах WhatsApp, Telegram, Viber, а также по электронной почте, в виде звонков, на сайтах, которые сами опрошенные посещали.

Фейковые новости более яркие, захватывающие, их содержание притягивает к себе внимание. В ходе опроса респондентам было предложено на основе собственной субъективной оценки определить, есть ли у них зависимость от фейковых новостей. 30 % считали, что зависимости у них нет, но читать подобного рода сообщения, получать провокационные сомнительные звонки

им даже нравится при условии, что они заранее знают, что это фейк. 27 % считают, что если есть зависимость от интернета, то и от фейковой информации она тоже есть. 43 % однозначно заявили об отсутствии у них зависимости.

Принявшие участие в исследовании жители Курского региона знают про ответственность за распространение фейковой информации. При этом степень осведомленности респондентов достаточно разная. Так, 69 % свою компетентность в этом вопросе оценили как «что-то слышал», 1 % вообще ничего не знают по этому вопросу. Достаточные знания в вопросах ответственности за распространение фейков, законодательной базы, о способах устранения и защиты от них отметили у себя 30 %.

Практически все респонденты считают, что распространение фейковой информации недопустимо и с этим необходимо бороться, и слышали/читали о случаях привлечения к ответственности за ее распространение. По мнению участников опроса, в настоящее время необходимо продолжить разработку дополнительных мер по регулированию в отношении распространяемой в интернете информации (81 %). При этом основные усилия должны быть направлены на детей, подростков, а также старшее поколение, которому трудно ориентироваться во все ускоряющемся темпе развития мира. О необходимости формирования культуры коммуникации, иммунитета к фейкам заявили 98 % участников опроса. Респонденты отметили фактическое отсутствие необходимых в настоящее время знаний о том, как себя обезопасить от ложной информации, как отличить фейк от правды и не стать жертвой мошенников.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ / CONCLUSION

В ходе проведенного анализа отношения населения к фейковой информации, распространяемой в интернет-пространстве, было установлено, что жизнь в современном обществе фактически невозможна без фейков, причем они обладают высокой скоростью распространения и «живучестью». Именно в интернете и современных медиа концентрация фейков наиболее высокая. Отличить ложную новость от истинной информации достаточно сложно.

Жители приграничного Курского региона постоянно сталкиваются с подобной провокационной информацией. Однако их отношение к фейкам характеризуется определенным противоречием. С одной стороны, они признают увеличение фейковой информации, осознают риски, а с другой – именную «яркая» фейковая информация притягивает к себе. Население региона в целом осведомлено относительно ответственности за распространение ложной информации, но считает, что необходимы меры дополнительного регулирования в этой сфере.

Проведенный в статье анализ не может являться исчерпывающим, и проблематика распространения фейков требует дальнейшего тщательного изучения, но полученные результаты свидетельствуют о необходимости совершенствования законодательства в сфере распространения и достоверности информации, защиты пользователей сети и могут быть учтены при принятии соответствующих управленческих решений.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

*Большц Н.* Албука медиа. М.: Европа; 2011. 132 с.

*Брусенская Л.А., Куликова Э.Г.* Фейк как элемент манипулирования общественным сознанием. Гуманитарные и социальные науки. 2018;5:101–112. <https://doi.org/10.18522/2070-1403-2018-70-5-101-112>

*Гридчин А.А., Зырянова М.О.* Анализ проблемы распространения фейковой информации в современном социуме (на примере письменных экспертных интервью). Общество: социология, психология, педагогика. 2021;4(84):25–28. <https://doi.org/10.24158/spp.2021.4.3>

*Зырянова М.О.* Способы противодействия распространению фейковой информации. Общество: социология, психология, педагогика. 2020;6:80–83.

*Зязин С.Ю., Каменева Т.Н., Лескова И.В.* Информационное общество: социально-политическая коммуникация и ориентация: учебное пособие для студентов, изучающих дисциплины «социология массовых коммуникаций», «социальная политика», «социология культуры», «социология рисков». М.: Международная женская академия «АИША»; 2023. 376 с.

*Распопова С.С., Богдан Е.Н.* Фейковые новости: природа происхождения. Вестник ЧелГУ. 2017;11(407):48–53.

*Рябенко Н.А., Мальшева О.П.* Трансформация социально-политической коммуникации: структурно-реляционный анализ феномена Fake News. В кн.: Социальная инженерия: как социология меняет мир: материалы IX международной социологической Грушинской конференции, Москва, 20–21 марта 2019 г. М.: ВЦИОМ; 2019. С. 46–52.

*Сергеев А.Ю., Широкова О.В.* Мошенничество в цифровом обществе в условиях социальных изменений. *Цифровая социология/Digital Sociology*. 2023;1(6):59–71. <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2023-6-1-59-71>

*Шевцов К.П.* Современный мир как общество фейка. *Вестник РХГА*. 2019;3:52–62. <https://doi.org/10.25991/VRHGA.2019.20.3.038>

## REFERENCES

*Bolz N.* *Azbuka media*. Moscow: Europe; 2011. 132 p. (In Russian).

*Brusenskaya L.A., Kulikova E.G.* Fake news as an element of manipulating with public consciousness. *Humanitarian and Social Sciences*. 2018;5:101–112. <https://doi.org/10.18522/2070-1403-2018-70-5-101-112> (In Russian).

*Gridchin A.A., Zyryanova M.O.* Analysis of the problem of spreading fake information in modern society (based on the example of written expert interviews). *Society: Sociology, Psychology, Pedagogy*. 2021;4(84):25–28. <https://doi.org/10.24158/spp.2021.4.3> (In Russian).

*Zyryanova M.O.* Ways to combat of countering the spread of fake information. *Society: Sociology, Psychology, Pedagogy*. 2020;6:80–83. (In Russian).

*Zyazin S.Yu., Kameneva T.N., Leskova I.V.* *Information society: Socio-political communication and orientation: textbook for students studying sociology of mass communications, social policy, sociology of culture, and sociology of risks*. Moscow: AISHA International Women's Academy; 2023. 376 p. (In Russian).

*Raspopova S.S., Bogdan E.N.* Fake news: the nature of origin. *Bulletin of Chelyabinsk State University*. 2017;11(407):48–53. (In Russian).

*Ryabchenko N.A., Malysheva O.P.* Transformation of socio-political communication: Structural and relational analysis of the Fake News phenomenon. In: *Social engineering: How sociology changes the world: Proceedings of the IX International Sociological Grushinsky Conference*, Moscow, March 20–21, 2019. Moscow: VCIOM; 2019. Pp. 46–52. (In Russian).

*Sergeev A.Yu., Широкова О.В.* Fraud in a digital society in the context of social change. *Digital sociology*. 2023;1(6):59–71. <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2023-6-1-59-71> (In Russian).

*Shevtsov K.P.* Modern world as a fake society. *Bulletin of the Russian Chemical Academy*. 2019;3:52–62. <https://doi.org/10.25991/VRHGA.2019.20.3.038> (In Russian).