

DOI: [10.14515/monitoring.2022.4.2264](https://doi.org/10.14515/monitoring.2022.4.2264)



С. Г. Давыдов

ИНФОДЕМИЯ И ЕЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ГЛАЗАМИ МОЛОДЫХ СОЦИОЛОГОВ

Правильная ссылка на статью:

Давыдов С. Г. Инфодемия и ее исследования глазами молодых социологов // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2022. № 4. С. 343—353. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2022.4.2264>.

For citation:

Davydov S. G. (2022) Infodemic and its Research through the Eyes of Young Sociologists. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 4. P. 343–353. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2022.4.2264>. (In Russ.)

ИНФОДЕМИЯ И ЕЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ГЛАЗАМИ МОЛОДЫХ СОЦИОЛОГОВ

INFODEMIC AND ITS RESEARCH THROUGH THE EYES OF YOUNG SOCIOLOGISTS

ДАВЫДОВ Сергей Геннадьевич — кандидат философских наук, доцент общегуниверситетской кафедры философии и социальных наук Института гуманитарных наук, Московский городской педагогический университет, Москва, Россия; доцент департамента социологии факультета социальных наук, старший научный сотрудник Международной лаборатории исследований социальной интеграции, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия
E-MAIL: sdavydov@hse.ru
<https://orcid.org/0000-0001-8455-9976>

Sergey G. DAVYDOV^{1,2} — Cand. Sci. (Philos.), Associate Professor at the Universitywide Department of Philosophy and Social Sciences, Institute of Humanities; Associate Professor at the School of Sociology, Faculty of Social Sciences; Senior Research Fellow, International Laboratory for Social Integration Research
E-MAIL: sdavydov@hse.ru
<https://orcid.org/0000-0001-8455-9976>

¹ Moscow City University, Moscow, Russia

² HSE University, Moscow, Russia

Аннотация. Публикация содержит результаты онлайн-дискуссии по материалам секции XI Международной Грушинской социологической конференции «Фейки и их цифровые следы: подходы к анализу социальных проблем через цифровые данные», которая состоялась 25 октября 2021 г. В обсуждении приняли участие студенты первого курса магистерской программы «Социология маркетинга и рекламы» Московского городского педагогического университета (МГПУ) Сергей Коротеев, Вячеслав Кухарев, Егор Лисовский, Михаил Наумов, Елена Страмнова и Наталья Цой. Модератор дискуссии — Сергей Давыдов (МГПУ/НИУ ВШЭ).

Abstract. The publication contains the results of an online discussion based on the panel of the XI International Grushin sociological conference “Fakes and their digital footprints: approaches to the analysis of social problems through digital data”, which took place on October 25, 2021. The discussion was attended by first-year students of the master’s program “Sociology of Marketing and Advertising” of the Moscow City University (MCU) Sergey Koroteev, Vyacheslav Kukharev, Egor Lisovsky, Mikhail Naumov, Elena Stramnova and Natalia Tsoi. Discussion moderator — Sergey Davydov (MCU/HSE).

Ключевые слова: инфодемия, фейки, социальные медиа

Keywords: infodemic, fakes, social media

Что это было? Самоощущения и попытки анализа

Участники дискуссии по материалам секции XI Международной Грушинской социологической конференции «Фейки и их цифровые следы: подходы к анализу социальных проблем через цифровые данные»¹ в целом разделяют точку зрения, согласно которой в условиях пандемии COVID-19 существенно трансформировались социальные отношения. Изменения носили комплексный характер и происходили на фоне угрозы новой вирусной инфекции. Доступной информации о заболевании было весьма много; пандемия актуализировала потребность в сведениях о том, как распознать болезнь, как она протекает, кто находится в группе риска, какова профилактика, возможности лечения и т. д. Вскоре к этому добавилась информация о социальных ограничениях и регламентах, вводимых на различных уровнях — федеральными или местными властями, руководителями организаций и предприятий и т. д. При этом новости часто были недостоверными, противоречивыми, трактовались некорректно.

Следует отметить, что термин «инфодемия» не новый, он означает ситуации лавинообразного распространения потоков информации низкого качества, лживой, вводящей в заблуждение. В контексте COVID-19 его использовал генеральный директор ВОЗ Тедрос Адханом Гебреисус еще в марте 2021 г. Термин встречается в статьях и выступлениях некоторых российских социологов, анализирующих медийное освещение коронавирусной повестки.

По мнению участников дискуссии, во время пандемии и инфодемии явно обозначилась проблема социального доверия. С одной стороны, она напрямую затронула власть в широком смысле, включая экспертные группы и сообщества, а с другой стороны, ярко проявилась на уровне горизонтальных взаимодействий и связей.

В. Кухарев: «Поток информации во время начала пандемии можно сравнить с поисками веры. По факту коронавирусная инфекция стала для людей неизведанным, новым. Сталкиваясь со сложными жизненными ситуациями, люди иногда идут в храм, в монастырь. Так же и здесь. Все эти фейки начинают обретать популярность, потому что люди в них верят. Они не понимают, что происходит, и пытаются найти ответ. Этот ответ не всегда научный, но он им нравится, и они больше ему доверяют.

Бороться с фейками не удастся из-за низкого уровня доверия к власти. Люди не всегда верят достоверным официальным источникам. Информация, которую они распространяют, может не соответствовать видению людей, той или иной ситуации.

Самый простой пример. Когда в России началась вакцинация, возникший скепсис был основан на том, что во всем мире вакцины нет, а у нас она появилась за полгода. Как это так? Новая коронавирусная инфекция еще не изучена, а вакцина уже есть».

Е. Страмнова: «Есть несколько нюансов. Первый: российская наука давно утратила доверие общества. Было время, когда люди не задумываясь делали

¹ Секция была проведена 19 мая 2021 г. онлайн, модератор — Александра Архипова, старший научный сотрудник ЛТФ ИОН ШАГИ РАНХиГС. Материалы секции доступны по ссылке: https://profi.wciom.ru/nauchnaja_rabota/conferences/conference_2021/conference_2021program/section/?uid=5 (дата обращения: 21.08.2022).

прививки, верили, что это спасет множество жизней, не задавали вопросов, как это на них повлияет, будет ли побочный эффект. Граждане шли на вакцинацию, глубоко веря в медицину нашей страны. Была стопроцентная уверенность в том, что людям хотят добра, доверие и к науке, и к государству. А сейчас врачей, педагогов принудительно заставляют вакцинироваться. Получается, интеллектуальная элита отрицает вакцинацию; естественно, остальные тоже начинают сомневаться в ее качестве.

Второй нюанс — это низкая информированность населения. Самый простой и понятный способ прочесть новость — в интернете, в социальных сетях. Никто не будет искать научные журналы, которые индексируются в Scopus и Web of Science, которые признаны мировым научным сообществом. Будут искать доступную, несложную для понимания информацию. В этом упущение государства, потому что нет такого органа или сервиса, который бы все это перерабатывал и выдавал честные новости в соцсетях: Twitter, Instagram*² — причем в такой форме, которая была бы понятна обычным людям.

Мне показался важным последний вопрос про информированность общества о смертности от COVID-19. Мне приходилось слышать от знакомых: „Почему от нас скрывают эту информацию?“. А эта информация есть, она открыта. Люди не знают, как ее найти — кроме специалистов, конечно. И профессионалы должны донести ее до остальных.

Информация очень сильно искажается. Я не знаю, как с этим справиться. Один говорит одно, второй понимает абсолютно другое, воспринимает только 10% того смысла, который человек пытается донести, добавляет абсолютно непонятно откуда взявшуюся информацию. Как заметили в завершении этой конференции, единственное решение — заниматься просвещением детей, медиаграмотностью со школьной скамьи».

С. Коротеев: «Поддержу Елену. В коронавирусные времена я столкнулся с полнейшим информационным хаосом. У нас в стране сразу появился миллион экспертов, которые выдавали абсолютно противоречивую информацию. Я простудился, вызвал врача. Врач пришел и сказал, что коронавируса нет, это все бредни. Лечитесь, как обычно, от ОРЗ, ничего страшного. Когда крестили племянника, батюшка в церкви сказал: „Коронавирус — это мракобесие, никакого коронавируса нет. Забудьте эту историю, как страшный сон!“ Был в деревне, там люди смотрят телевизор, передачу с Гордоном на „Первом канале“. Гордона почему-то ценят как знающего специалиста, эксперта: „Он сказал, что прививаться не надо, поэтому мы не прививаемся“. В то же время было весьма проблематично узнать официальную позицию власти. Даже по „Первому каналу“ были дискуссии, разные мнения, но не более того.

Скажем, в Дании нет никаких ограничений, 85% вакцинировано, и все благодаря четкой информационной политике. У них был назначен специалист, который ежедневно сообщал всей стране ситуацию от имени медиков и правительства. Сейчас датчане ездят без масок, у них нет никаких ограничений, локдаунов. А у нас очередной локдаун».

² Здесь и далее * означает социальную сеть, деятельность которой запрещена на территории РФ.

Н. Цой: «Я бы хотела сказать об эффекте толпы и эмоциональном факторе. В первом докладе³ показана статистика, как рост фейков напрямую коррелирует с ростом тревожности. Этот общий эмоциональный фон влияет на ситуацию. Вспоминается ситуация с небезызвестной трагедией в „Зимней вишне“, когда фейки преувеличивали количество погибших. Причем их распространяли не только обыватели, но и сами врачи. Это делалось не специально, волнение и страх захватили даже медицинских работников, экспертное сообщество. Моя родственница рассказывала, что морги переполнены, и цифры, которые называют, неверные. А потом она узнала, что это огромный фейк.

Я для себя отметила, что ранее существовал устойчивый фейк про вакцинацию от гриппа. Якобы прививка от гриппа вызывает жуткие осложнения. Ряд родителей запретили ставить эту прививку своим детям в школах. На существующий стереотип накладывается информация, что и эта вакцина не без изъяна, ее нужно опасаться».

М. Наумов: «Появилась новая болезнь, с которой никто не может справиться. Естественно, что в обществе миллион мнений, каждый будет высказывать свое. Как было сказано в исследованиях, сказывается эффект сломанного телефона. Эффекты передачи информации из уст в уста в разы усиливаются с помощью соцсетей. Это страшная вещь.

Я читаю очень много противоречивых сообщений. Первая мысль, которая приходит в голову: нет, не верю. А потом смотришь на репосты, комментарии, и понимаешь, что все верят. Начинает работать эффект толпы. Если начинаешь проверять, то понимаешь, что это фейк. Но все проверить невозможно. Вал неподтвержденной информации давит, ее невозможно искоренить».

В. Кухарев: «Поиск истины так же, как любое занятие, имеет свой порог вхождения. Если мы из России пытаемся найти какой-либо первоисточник, порогом вхождения будет банальное знание английского языка, которым обладают не все. Часть людей не знают первоисточника и более склонны доверять перефразировкам, переводам. Это эффект сломанного телефона.

Одна из причин влияния на фейки в ситуации с коронавирусом — смена ценностных ориентиров в приоритетных направлениях. Все знают, что в 2020 г. были протесты, и COVID-19 отошел на второй план. На этом фоне зародилась культура отмены. Ее жертвой стал тот же Трамп. Никто не слушал Трампа потому, что Трамп — сексист и расист. Все его призывы не пользовались особой популярностью».

Е. Лисовский: «Я бы хотел поделиться своим взглядом на проблему фейковой информации в интернете. Я очень сильно ощутил ее летом 2021 г., когда началась условно принудительная вакцинация. В интернете тогда было очень много фейков относительно того, что сама по себе вакцинация — это геноцид, что у тех, кто сделает прививку, будут ужасные последствия.

Это на меня тоже повлияло. Я сомневался, нужно прививаться или нет. Перед тем как поставить первую часть вакцины, я почувствовал себя плохо, ощутил это на себе.

В более-менее взрослом возрасте я всегда отдавал себе отчет, что в интернете много лживой, неактуальной, фейковой информации. В какой-то момент я поду-

³ Доклад А. Архиповой, С. Бондарькова, И. Ложица и Д. Радченко «„Работает или правда?»: как люди ищут фейки».

мал: „Зачем верить в то, что я вижу в интернете? Почему бы к любой информации, которую я вижу в интернете, не относиться, как к фейку?“ В итоге для меня это стало проблемой. Непонятно, как жить, если ни во что не верить. Надо постоянно совершать какой-то выбор в плане того, какую информацию я принимаю, какую не принимаю, на основании каких критериев я это делаю».

Язык инфодемии

Одной из тем студенческой дискуссии стал язык, используемый для описания новых социальных реалий, в том числе в рамках секции. От внимания участников обсуждения не ускользнул тот факт, что ключевые термины, которые использовали докладчики — включая *фейк* и *фейк-ньюс*, — встречаются в разных значениях, применительно к разнообразным текстам и контекстам.

Молодые социологи считают, что *фейк* — удачный и яркий термин, который привлекает внимание к проблеме. В то же время в русском языке есть большое количество слов (например, «дезинформация», «ложь», «неправда», «вымысел», «домысел» и т. д.), вполне релевантных для тематики секции, однако встречавшихся сравнительно редко. Для описания «дивного нового» информационного мира необходим новый язык, который не успел сформироваться, однако потребность в нем для участников обсуждения очевидна.

Е. Страмнова: «Мне нравится термин *фейк-ньюс*. Есть мнение, что наш язык и так красивый, надо использовать русские слова. Почему мы говорим „меседж“, а не „сообщение“? Но язык гибок, поэтому появляются иностранные слова, никуда от этого не деться. В данном случае *фейк* звучит классно — броско, ярко, интересно.

Если говорить об определении, то дословно *fake* с английского — фальшивка, подлог, подделка, утка в газете. Фальшивка делается намеренно, запускается с какой-то целью. Это не просто нечаянно перефразированная, искаженная идея. Это так задумано».

В. Кухарев: «С *фейком* ситуация может быть двоякой. Есть такой термин, как *постправда*. Какая-то новость, которая кажется абсолютно невозможной, со временем оказывается правдивой. В последнее время проблема в том, что иногда сами *фейки* становятся правдой.

Объясню на примере. Может быть, кто-то из здесь присутствующих слышал про *Assassin's Creed Valhalla*. Это игра про викингов, и там есть женщина-викинг. В связи с этим стал изучаться вопрос, могла ли среди викингов, воинов присутствовать женщина. Всплыла информация, что якобы среди викингов были даже трансгендеры, что они были гомосексуальны. Начали разбираться, откуда растут ноги, и оказалось, что источник — псевдоисторик, наподобие тех, которые работают на РЕН-ТВ. Но многие не полезли в первую публикацию, не стали разбираться и приняли это за чистую монету. С одной стороны, это *фейк*, с другой — многие люди считают это правдой. Для людей, которые верят в информацию, она не является *фейковой*».

Н. Цой: «Тут сложная ситуация. С одной стороны, журналисты прописывают *фейки* — кричащие, кликабельные названия, которые нагоняют трафик и повышают просмотры. У этого есть заведомые цели. Хороши они или нет с мораль-

ной точки зрения, не обсуждается. С другой стороны, врачи, будучи на эмоциях, в общем потоке, сами распространяют фейки. Можно ли это назвать одним словом? Наверное, все-таки нет. В законе была сделана попытка сформулировать, что такое фейк и в каких случаях за его распространение наказывают. У тебя нет медицинского подтверждения, но ты веришь, что это работает. Никто тебе не может запретить в это верить.

В докладах было много примеров того, как так называемые фейки распространялись абсолютно ненамеренно. Каждый добавлял что-то со своей колокольни, и в результате появлялись новые смыслы и ассоциации. Думаю, что скоро появятся классификация фейков. Возможно, для обозначения некоторых из них мы будем использовать наши исконно русские слова».

Фейки как объект социологических исследований

Молодых социологов заинтересовала не только тема секции, но и исследования, вокруг которых строилось обсуждение. В дискуссии были упомянуты все прозвучавшие доклады. Общий уровень секции был оценен высоко. Некоторые выступления студентов были весьма эмоциональными, что свидетельствует о личной заинтересованности дискуссионтов и вовлеченности в исследовательский контекст.

Выделим два направления, которые привлекли внимание студентов в наибольшей степени. Во-первых, это методика изучения информационных каскадов, нашедшая отражение в выступлении И. Овчинниковой, Л. Ермаковой, Д. Нурбаковой «Гидроксихлоракиновые войны: как рождается дезинформация в информационных каскадах». Молодых социологов впечатлили и новые средства распространения информации, и возможности современной социологии в области их анализа.

Во-вторых, это доклад М. Гавриловой «Цифровая кожа „лукового рецепта“ от COVID-19». Автор анализирует онлайн-бытование «народного» рецепта обеззараживания воздуха луком, получившего распространение в марте 2020 г. на платформах WhatsApp и Telegram. Дискуссия вокруг «лукового» кейса оказалась наиболее оживленной.

М. Наумов: «Мне понравилась самая первая презентация про то, сколько каскадов создают популярные личности⁴. Они привели пример Илона Маска, Дональда Трампа и других лиц, идеи которых активно тиражировались в 2020 г. Это как столкновение двух титанов: Трамп и Маск как бы решили посоревноваться, кто лучше умеет распространять информацию. Трамп явно победил, создав цепочку из девяти уровней. Это какое-то безумие!

Билл Гейтс, наоборот, старался выбраться из каскада, но сработал обратный эффект. Он пытался разоблачить фейк, но сам был втянут в фейковые истории, стал всего лишь звеном цепочки.

В свое время был взлет стоимости цифровой валюты — биткойна. Первый раз он дополз до отметки 55 тыс. долларов за единицу и потом снизился до 20 или до 25 тыс. Это был полный фейк. Сначала информация распространялась среди своих, через „сарафанное радио“, но это повлияло на серьезные структуры, которые решили вложить туда деньги.

⁴ Доклад А. Архиповой, С. Бондарькова, И. Ложица и Д. Радченко «„Работает или правда?“: как люди ищут фейки».

Мне понравился еще пример этого года. В начале лета пользователи с форума Reddit смогли обрушить финансовый американский рынок. Собрались порядка 10 или 15 тыс. пользователей и все вместе стали покупать какие-то акции чуть ли не за 1 доллар. За 16 часов они подняли стоимость компании, которая ничего не стоила, с тремя сотрудниками, на уровень Ford, показав несостоятельность финансовой системы. Это не фейк, это жест со стороны гражданского общества, показывающий, что система не работает».

Е. Страмнова: «Я бы хотела отметить выступление про Twitter⁵. Любопытное сравнение твитов. Заметно, что выступающая [И. Овчинникова] хорошо владеет темой, она очень интересно рассказала о ней. Была представлена информативная и хорошо визуализированная презентация.

Самый последний выступающий рассказывал про сайт Coronafakes, сделал важные выводы, но сама презентация не очень впечатлила. Спикер в конце выступления справедливо отметил, что на сайте присутствует политическая составляющая. Авторы сайта не делают ссылки на официальные источники при попытке развенчивать фейки. Выступающий показал несостоятельность этого сайта. Неплохой результат».

Е. Лисовский: «Хотел бы отметить выступление со статистикой по фейковым новостям в Украине⁶. Мне показалось, что это мощная, глобальная работа. Там приводились большие массивы данных, которые были очень грамотно и наглядно представлены».

Е. Страмнова: «Вот тот же лук. Что в нем плохого? Нет, конечно, он не спасет от коронавируса. Но все знают бабушкины рецепты: когда болеешь ОРВИ, поставь с собой рядом лук и чеснок, это укрепит твоё здоровье, пока организм ослаблен, эфирные масла этих овощей убьют микробов. Это никак не помешает выздоровлению. Может быть, это будет вспомогательным инструментом, но, конечно, это заболевание луком не поборошь.

Про лук было слушать забавно. Довольно-таки простое выступление для восприятия, очень хорошо визуализированное. Отлично продемонстрировано, как зарождается фейк».

Н. Цой: «С одной стороны, кажется, что фейк про лук не несет в себе очевидного вреда, потому что лук вряд ли сделает кому-то хуже. Но я задумалась о том, что некоторые люди будут считать этот рецепт с луком правдой. И в какой-то степени они будут считать, что им больше ничего не нужно делать, они и так берегут здоровье. Они будут приравнивать этот метод к устоявшимся медицинским процедурам с доказанной эффективностью. Конечно, не все, но некоторый процент людей. В этом и заключается косвенная опасность.

Зачем людям нужен рецепт этого лука, какую функцию он выполняет и почему так популярен? Исследователь очень четко это доложила. В этом плане ее доклад был одним из самых структурированных. Там были как содержательные факторы успешности фейка, так и стилистические.

⁵ Доклад И. Овчинниковой, Л. Ермаковой, Д. Нурбаковой «Гидроксихлоракиновые войны: как рождается дезинформация в информационных каскадах».

⁶ Доклад Т. Блохиной «Инфодемия COVID-19 в Украине: особенности распространения и варианты противодействия».

Прежде всего, этот рецепт подтверждает существующие у людей знания. Лук полезен, это прекрасно укладывается в голове, и порождает противоречия. Плюс это из разряда „дешево и просто“. Мы можем много раз повторить, что препарат за тысячи долларов сделает человека здоровым, но эта информация не будет иметь никакой ценности для человека, если он не может его приобрести. И другое дело, когда говорят, что продукт, который ты видишь каждый день и который лежит у тебя в холодильнике, может спасти тебе жизнь. Это залог успешности фейка.

Есть несколько манипулятивных приемов. Например, апелляция к авторитетному источнику. Этот авторитетный источник меняет свою национальность в зависимости от того, в какой стране распространяется новость. У нас в России больше верят китайским или израильским врачам, чем американским, в других странах — по-другому. Это необязательно врач, может быть и „дядя фээсбэшник“. Другой манипулятивный прием — использование риторических формулировок, которые очеловечивают информацию. Это не бюрократическая инструкция, а призыв передать другим, распространять, спасти кому-то жизнь. Это тоже работает.

Луковый рецепт существует уже десять лет и до сих пор жив потому, что легко адаптируется. Если он лечил свиной грипп, то почему бы ему не лечить коронавирус?»

В. Кухарев: «У нас в России это прижилось. Когда я учился в школе, каждый раз в начале сезона гриппа можно было увидеть детей из младших классов с привязанными на шею яйцами от „киндер сюрприза“. Там внутри чеснок. Это древний метод, и он пользуется популярностью».

Что делать?

В заглавие раздела вынесен вопрос, который, безусловно, волновал слушателей конференции применительно к предметной области секции и который прозвучал во время дискуссии. Молодые социологи не прошли мимо рекомендательной части, которая, по их мнению, оказалась двойственной и недостаточно убедительной, хотя попытка дать ответ на один из главных вопросов российской жизни применительно к инфодемии и информационным фейкам и была отмечена.

С одной стороны, участники обсуждения согласны с тем, что главный способ борьбы с недостоверными новостями — не стараться опровергать их, так как любая реакция повышает количество просмотров, то есть делает сообщение более популярным. Возможность отличить фейковую информацию от правдивой — признак цифровой грамотности, которую необходимо развивать уже в детском возрасте. С другой стороны, в определенных ситуациях критического мышления и саморегулирования может быть недостаточно. В качестве примера была приведена нашумевшая история онлайн-групп самоубийц «Синие киты». В случаях, когда контент представляет социальную опасность, необходимо вмешательство государства и компетентных органов.

Н. Цой: «Мне показалось, между выступающими было противоречие. Разумеется, у всех один вопрос — как победить эти фейки, как от них избавиться? Когда был задан вопрос из Zoom, докладчики чуть ли не хором ответили, что ни в коем случае нельзя на них реагировать. Писать под фейком, что это фейк,

не читайте это, — это поднимать фейк наверх. У него больше просмотров, охватов, его читают. Это было довольно четким выводом.

Но далее последовал доклад девушки из Украины⁷, которая говорила, что, наоборот, фейки нужно публично и активно опровергать. В дальнейшем этот вопрос не обсуждался».

Е. Страмнова: «Нам неизвестны негативные последствия лечения корона-вируса луком. То есть нельзя сказать, что эта информация привела к серьезным последствиям. Но вспоминается другая история распространения ложной информации — с суицидальными последствиями, когда дети через соцсети получали сообщения, приглашающие вступить в игру. Существовала организация „Голубой кит“, действия которой были остановлены, к счастью. Они создали игру, в конце которой нужно было сделать шаг, так сказать, в потусторонний мир, а на самом деле покончить с жизнью. Подростки не понимают, что, закончив жизнь, они прекращают существовать. Они думают, что будет какая-то перезагрузка, как в игре. В таких ситуациях должна вестись очень серьезная работа по выявлению таких организаций, по профилактике вступления детей в такие сообщества. Нельзя оставлять подобные сообщения без внимания. В этой работе должны принять участие все — и политики, и государство, и психологи, и родители».

В. Кухарев: «Елена вспомнила про „Синего кита“. Была озвучена версия, что фейки, которые очень популярны, надо централизованно развеивать. Но с тем же „Синим китом“ сложилась такая ситуация, что из-за того, что об этом начали говорить по телевидению, везде, жертв стало только больше. „Синего кита“, наоборот, расфорсировали. С фейками может случиться такая же ситуация».

Во всех докладах, кроме последнего, с луком, можно проследить патерналистский подход. Да, есть фейки, такое сетевое явление, но с ними должны бороться определенные органы. Это не панацея и, наоборот, может привести только к усугублению ситуации.

Есть проблема, связанная с унификацией информации, единообразием мышления. Человек со школы получает определенную точку зрения. Самый простой пример — из урока литературы. „Преступление и наказание“: Соня Мармеладова — отрицательный персонаж? С точки зрения учебника, отрицательный. Мир делится на черное и белое.

В информационном пространстве человек сталкивается с новой для себя информацией, которая порождает сомнения. Получается, есть другие точки зрения, и человек начинает им верить».

М. Наумов: «Ложную информацию можно использовать в обе стороны, это сложная ситуация. Если она выходит за рамки закона, как с теми же запрещенными группами, которые провоцируют человека на совершение самоубийства, должны вмешиваться правоохранительные органы».

Но есть ли инструмент для отслеживания всех сообщений? Это сложно. Человечество производит колоссальное количество информации. Каждый год это количество только увеличивается. Мы уже привлекаем искусственный интеллект,

⁷ Имеется в виду Т. Блохина и ее доклад «Инфодемия COVID-19 в Украине: особенности распространения и варианты противодействия».

алгоритмы для отслеживания таких групп, но этого недостаточно. Это означает, что проблема лежит где-то глубже.

Скорее всего, проблемы нужно решать именно через знания, информирование людей с детского возраста, потому что это эффективнее. Даже сейчас есть такие замечательные люди, которые называют вышки 5G рассадниками, призывают носить шапочки из фольги. Кто-то относится к цифровым технологиям скептически, а для кого-то, наоборот, это очень эффективный инструмент. Дети обращаются с гаджетами гораздо лучше, чем их родители. Другой вопрос, насколько они критичны? Надо учиться и еще раз учиться».