

УДК 37.013.43

ББК 74.03(2)

КОРОНАВИРУС КАК ИСТОЧНИК МЕДИЙНЫХ МАНИПУЛЯЦИЙ*

Александр Викторович Федоров

доктор педагогических наук, профессор

Ростовский государственный экономический университет

Ростов-на-Дону, Россия

1954@alex@mail.ru

Анастасия Александровна Левицкая

кандидат педагогических наук, профессор

Таганрогский институт управления и экономики

Таганрог, Россия

a.levitskaya@tmei.ru

Андрей Сергеевич Новиков

Московский технический университет связи и информатики

Москва, Россия

andrew_nov1@mail.ru

Авторы статьи предлагают следующую медиаобразовательную технологию, противостоящую манипуляционным воздействиям: 1) аудитория должна понимать, что вокруг любого неоднозначного события (тем паче, нынешней эпидемии коронавируса) мгновенно возникают ложные или конспирологические слухи, обвинения, домыслы, фальшивые новости; 2) помочь аудитории понять, как именно предварительная ангажированность человека влияет на то, что и как он ищет, принимает, распространяет в медиасфере (и в кругу личного общения); 3) научить аудиторию не только получать медийную информацию из различных источников, но и сопоставлять

различные точки зрения на проблему, а не выносить мгновенное суждение (часто ложное) по поводу только что полученной из непроверенного источника информации; 4) помочь аудитории обрести опыт квалифицированного анализа медийной информации, поступающей из разнообразных источников, отражающих разные точки зрения.

Ключевые слова: манипуляция, медиа, дезинформация, медиаобразование, аудитория, фейк, дезинформация, медиакomпетентность.

*Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (РФФИ) в рамках научного проекта № 20-013-00001 «Медиаобразование студентов педагогических вузов и факультетов как инструмент, противостоящий медийным манипуляционным воздействиям». Руководитель проекта – профессор А. А. Левицкая.

CORONAVIRUS AS A SOURCE OF MEDIA MANIPULATION*

Alexander V. Fedorov

Ph.D., professor

Rostov State University of Economics

Rostov-on-Don, Russia

1954@alex@mail.ru

Anastasia A. Levitskaya

Ph.D., professor

Taganrog Institute of Management and Economics

Taganrog, Russia

a.levitskaya@tmei.ru

Andrei S. Novikov

Moscow Technical University of Communications and Informatics,

Moscow, Russia

andrew_nov1@mail.ru

The authors of the article offer the following media technology that resists manipulation: 1) the audience should understand that any ambiguous event (the more so, the current coronavirus epidemic) is instantly surrounded by false or conspiracy rumors, accusations, speculations, false news; 2) to help the audience to understand how exactly the preliminary engagement of a person influences what and how he searches, accepts, spreads in the media sphere (and in the circle of personal communication); 3) teach the audience not only to get media information from different sources, but also to compare different points of view on the problem, rather than to make an instant judgment (often false) about the information just received from an unverified source; 4) help the audience gain experience of qualified analysis of media information coming from a variety of sources reflecting different points of view.

Keywords: media education, CIS countries, media literacy, media competence.

В последние годы все больше ученых в мире исследуют методы обучения медийной компетентности / грамотности для решения проблем медийных манипуляций, связанных, в частности, с фальшивыми новостями [Bulger, Davison, 2018; Courtney, 2018; De Abreu, 2019; Dell, 2019; Hobbs, McGee, 2014; McDougall et al, 2018; McDougall, 2019; Shen et al., 2019; Wilson, 2019].

Дезинформация, фейки стали привычными терминами (например, в ток-шоу). Новые медийные технологии, огромные информационные возможности интернета (включая популярные социальные сети) обеспечивают аудитории, включая школьников, существенно больший доступ к разнообразной информации, несравнимый с тем, что был даже еще 20-30 лет назад...

Соответственно, возникли и новые возможности для медийных манипуляций.

Разумеется, и в XX веке ложная информация часто распространялась с помощью медиа (пресса, радио, телевидения), но за этим стояли либо государственные структуры, либо частные агентства. Обычные люди, не связанные с государственными источниками массовой коммуникации и

частным медиабизнесом, могли распространять фальшивую информацию в основном через слухи (что, разумеется, не исключало подключения к их распространению государственных спецслужб и частных агентств).

С массовым приходом интернета ложные слухи стали передаваться не из уст в уста, а через социальные сети и «желтые» сайты. При этом нередко фальшивая информация распространяется в интернете быстрее, чем достоверная. А с учетом того, что сегодняшняя молодежь в минимальной степени общается со «старыми» медиа, предпочитая именно интернет, становится ясно, что фейковая информация достигает ее в первую очередь.

Влияние ложных медиатекстов на аудиторию в значительной степени объясняется тем, что «фейки опираются на возбуждающие эмоции: например, контент, вызывающий беспокойство или гнев, распространяется гораздо шире, чем бесстрастный контент» [McDougall et al, 2018, p. 41].

А с учетом того, что и «старые медиа» нередко используют в своем информационном поле идеологическую пропаганду и обман (что вызывает отторжение и недоверие аудитории), фейковые интернет-новости порой воспринимаются в общем контексте медийного потока.

Сам термин «фальшивые новости» очень противоречив. С одной стороны он используется журналистами и учеными для обозначения действительно ложной, вводящей в заблуждение информации, а с другой – часто используется политиками, которые применяют данный термин в качестве обвинительного ярлыка, «наклеенного» ими на нежелательные или неприятные для них (по политическим, идеологическим, коррупционным и иным соображениям) факты и явления.

Тотальное распространение коронавируса в 2020 году послужило источником целой серии медийных манипуляций.

К сожалению, практика показывает, что источником такого рода дезинформации могут становиться не только анонимные (или, напротив, известные) блогеры, но и лица, занимающие ответственные государственные посты.

К примеру, президент Республики Беларусь А. Лукашенко в своих видеообращениях в качестве защиты от коронавируса советовал населению: ходить в бани и сауны, так как COVID-19, якобы, погибает при температуре +50 С – + 60 С. [Лукашенко, 2020a] и играть в хоккей [Лукашенко, 2020].

Однако эксперты считают (и это подтверждается практикой), что если человек болен коронавирусом, никакая баня, увы, не поможет, а во многих случаях способна ухудшить течение болезни [Помогает ли..., 2020]. Что касается хоккея, то этот совет А. Лукашенко иначе как шуткой не назовешь. К тому же на процитированном выше видео показана ледовая арена, которая полна зрителями, не соблюдающими даже минимальной дистанции 1,5 метра друг от друга.

Еще одной популярной дезинформацией в последнее время стало сообщение о том, что медные изделия (в частности, маски из медной сетки) могут уничтожать коронавирус. Вот типичный образец такого рода фейка: «Медные продукты убивают вирусы в считанные минуты. ... Это свойство меди обладает способностью убивать коронавирус» [Кайратулы, 2020]. Данный фейк опровергнут исследованием, проведенным отделом вирусологии, оно показало, что COVID-19 живет на меди до четырёх часов, и никакая медь его не уничтожает [Тілеухан, 2020].

Иногда непроверенная информация поступает в медиасферу и от популярных телеведущих. Так Е. Малышева в одной из телепередач сообщила, что во время распространения коронавируса стоит промывать нос раствором с солью [Малышева, 2020]. К сожалению, экспертиза доказывает, что данный метод борьбы с заразой бесполезен [Маликов, 2020].

В апреле 2020 года в YouTube появился короткий ролик с провокационным названием «Ростов на Дону проснулся!» [Ростов..., 2020], в котором кто-то снимал из машины улицу, заполненную протестующими людьми, кричащими «Свободу! Свободу!», а вокруг них сжималось кольцо полиции. Этот ролик выдавался дезинформаторами за протесты против режима самоизоляции во время коронавирусной эпидемии. Однако внимательный

просмотр этого видео доказывает, что он снят не в Ростове-на-Дону, а в Москве. С помощью сравнения этого видео с новостными видеоархивами создатели сайта Factcheck убедительно доказали, что данный видеоролик снят во время митинга в Москве на Тверской 27 июля 2019 года и, само собой, никакого отношения к протестам против карантинных мер не имеет [Ростов-на-Дону охвачен..., 2020].

К сожалению, люди нередко стремятся получить от медиа не объективную информацию, а информацию, соответствующую их сложившимся убеждениям и установкам. Таким образом, если человек убедил сам себя в том, что по всему миру вспыхивают стихийные массовые протесты против карантинных мер, то он настойчиво будет искать в интернете подтверждение своим предвзятым убеждениям, и фальшивое видео под названием «Ростов на Дону проснулся!» будет для него лакомым кусочком – как для индивидуального потребления, так и для распространения в соцсетях.

Кроме того, предвзятость в (ложных) убеждениях помогает человеку игнорировать или отвергать официальную информацию, если она не совпадает с этой предвзятостью. В этом случае аудитория, (ложно) убежденная в своей правоте высокомерно считает, к примеру, что все государственные масс-медиа и медиа, принадлежащие крупным частным корпорациям, ангажированы, всегда врут, скрывают подлинную информацию от народа и т.п. Может также наблюдаться эффект, когда после столкновения с доказательствами, идеологически, политически, эстетически, этически противоречащими исходному мировоззрению человека, его вера в ложную информацию даже усиливается, вызывая оборонительные эмоции, порой весьма агрессивные. Подтверждение этому можно найти, например, в интернет-комментариях, посвященных текущим политическим ситуациям в мире или болезненным периодам истории той или иной страны.

Борьбе с медийной дезинформацией также часто мешает эффект ложного консенсуса, когда аудитория (например, конкретной группы в соцсетях) считает, что многие другие разделяют их (ошибочные) убеждения. Молодежь

нередко склонна отторгать сообщения, полученные от «ангажированных» взрослых и, напротив, безоговорочно доверять своим «независимым и честным» сверстникам, распространяющим фейки. Таким образом, возникает уверенность в некоем «правильном» групповом единстве мнений, что порой дает еще большую уверенность в предвзятости [McDougall et al, 2018: 43].

Может ли медиаобразование помочь аудитории критически оценивать ложную медийную информацию?

Разумеется, медиаобразование не панацея, однако, ведущие исследователи и медиапедагоги считают, что с фейковой информацией можно и нужно бороться на образовательном поле [Bulger, Davison, 2018; Courtney, 2018; De Abreu, 2019; Dell, 2019; Hobbs, McGee, 2014; McDougall et al, 2018; McDougall, 2019; Shen et al., 2019; Wilson, 2019].

Во-первых, аудитория должна понимать, что вокруг любого неоднозначного события (тем паче, нынешней эпидемии коронавируса) мгновенно возникают ложные или конспирологические слухи, обвинения, домыслы, фальшивые новости.

Во-вторых, борясь с тенденцией аудитории подтверждать свою предвзятость, нужно помочь ей понять, как именно предварительная ангажированность человека влияет на то, что и как он ищет, принимает, распространяет в медиасфере (и в кругу личного общения).

В-третьих: научить аудиторию не только получать медийную информацию из различных источников, но и сопоставлять различные точки зрения на проблему, а не выносить мгновенное суждение (часто ложное) по поводу только что полученной из непроверенного источника информации.

В-четвертых: помочь аудитории обрести опыт квалифицированного анализа медийной информации, поступающей из разнообразных источников, отражающих различные точки зрения.

При этом работа с выявлением медийных манипуляций в аудитории не должна быть грубой и бескомпромиссно унижать сторонников фейковых новостей, так как такой неэтичный подход может спровоцировать у

обучающихся резкую защитную реакцию и тотальное отторжение всего того, что говорит (медиа)педагог. Здесь, по нашему мнению, нужен тактичный подход к мнениям и убеждениям аудитории. Кроме того, педагогу нужно предоставить обучающимся обоснованные объяснения того, почему и для чего, в чьих интересах именно этот фейк стал распространяться в определенный период времени.

Выводы. Итак, отвечая на вопрос, может ли быть медиаобразование успешным инструментом к повышению уровня медиакомпетентности аудитории (в том числе и по отношению к медийным манипуляциям), мы в целом даем положительный ответ.

Однако при этом надо учитывать следующие проблемные вопросы медиаобразовательного процесса:

– Может ли медиаобразование реально противостоять ежеминутному суперактивному медийному «желтому» воздействию на (некомпетентную) аудиторию?

– На какие группы населения медиаобразование должно ориентироваться в первую очередь?

– Какие из уже имеющихся медиаобразовательных технологий следует выбрать?

– На какие медиаобразовательные программы лучше опираться?

– Какие именно критерии использовать для оценки медиакомпетентности аудитории?

– Как относиться к основным двум видам отношения аудитории к медиаобразованию (уверенность в том, что люди не нуждаются в медиаобразовании, так как они уже стихийно приобрели достаточную медиакомпетентность; переоценка возможного позитивного эффекта от медиаобразования)? [Bulger, Davison, 2018: 21].

– Как избежать негативного эффекта медиаобразования, когда деструктивно настроенные медиапедагоги используют медиаобразовательные

технологии для разжигания межрелигиозной, межнациональной, межгосударственной вражды?

– Можно ли медиапедагогам рассчитывать на государственную поддержку движения медиаобразования?

Библиографический список

1. *Кайратулы Б.* Было обнаружено, что медный продукт убивает коронавирус (Мыс бұйымның коронавирусты жоятыны анықталды) // Egemen.kz. 17.04.2020. [Электронный ресурс]. URL: <https://egemen.kz/article/230236-mys-buuyymnyh-koronavirusty-dgoyatynuanuqtaldy> (дата обращения: 20.04.2020).

2. *Лукашенко А.* Водкой надо не только руки мыть // Яндекс. 13.04.2020. [Электронный ресурс]. URL: https://yandex.ru/efir?stream_id=4c0590a56ba5aebcb70aadb9d30eea0d&from_block=logo_partner_player (дата обращения: 20.04.2020).

3. *Лукашенко А.* Лекарство, самое настоящее // YouTube, канал RT. 29.03.2020 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=FEDqjY5WkcQ> (дата обращения: 20.04.2020).

4. *Маликов Т.* Фейк. Полоскания рта соленой водой при коронавирусе // Factcheck.kz. 22.04.2020. [Электронный ресурс]. URL: <https://factcheck.kz/claim-checking/verdict/fejk-poloskaniya-rta-solenoj-vodoj-pri-koronaviruse/> (дата обращения: 24.04.2020).

5. *Мальшева Е.* «Елена Мальшева Vs Коронавирус: что делать, чтобы не заболеть?» // 360 градусов. Новости. 3.02.2020. [Электронный ресурс]. URL: https://yandex.ru/efir?stream_id=407e97394a771b5b83d69f76a05ef8df&from_block=logo_partner_player (дата обращения: 20.04.2020).

6. Помогает ли баня при коронавирусе? Экспертный ответ. 20.04.2020. [Электронный ресурс]. URL: <https://bannik.ru/blog/pomogaet-li-bana-pri-koronaviruse-ekspertnyj-otvet> (дата обращения: 24.04.2020).

7. Ростов на Дону проснулся!. 28.04.2020. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=x4IcTVCF5VI> (дата обращения: 29.04.2020).

8. Ростов-на-Дону охвачен протестами против изоляции во время эпидемии? – Фейк. 4.05.2020. [Электронный ресурс]. URL: <https://factcheck.kg/ru/post/438> (дата обращения: 5.05.2020).

9. Тілеухан Ж. Может ли медное изделие уничтожить коронавирус? // Factcheck.kz

26.04.2020. [Электронный ресурс]. URL: <https://factcheck.kz/claim-checking/verdict/mozhet-li-mednoe-izdelie-unichtozhit-koronavirus/> (дата обращения: 29.04.2020).

10. *Adams, P.* (2018). The upside of “fake news”: renewed calls for media literacy. *Social Education* 82 (4): 232–234.

11. *Bulger, M., Davison, P.* (2018). The promises, challenges, and futures of media literacy. New York: Data & Society Research Institute, 33 p.

12. *Courtney, I.* (2018). In an era of fake news, information literacy has a role to play in journalism education in Ireland. *Irish Communication Review*, 16 (1): 19-33.

13. *De Abreu, B.S. (Ed.)* (2019). Teaching media literacy. Chicago: ALA Neal-Schuman, 235 p.

14. *Dell, M.* (2019). Fake news, alternative facts, and disinformation: the importance of teaching media literacy to law students, *Touro Law Review*: 35 (2): 619-648.

15. *Hobbs, R. & McGee, S.* (2014). ‘Teaching about Propaganda: An Examination of the Historical Roots of Media Literacy’. *Journal of Media Literacy Education*, 6(2), 56-66.

16. *McDougall, J., Zezulkova, M., van Driel, B., Sternadel, D.* (2018). Teaching media literacy in Europe: evidence of effective school practices in primary and secondary education, NESET II report. Luxembourg: Publications Office of the European Union. DOI: 10.2766/613204.

17. *McDougall, J.* (2019). Media literacy versus fake news: critical thinking, resilience and civic engagement. *Medijske Studije / Media Studies*, 10 (19): 29-45. DOI: 10.20901/ms.10.19.2

18. *Shen, C., Kasra, M., Pan, W., Bassett, G.A., Malloch, Y., Brien, J.F.* (2019). Fake images: The effects of source, intermediary, and digital media literacy on contextual assessment of image credibility online. *New Media & Society*, 21(2): 438–463. DOI: 10.1177/1461444818799526.

19. *Wilson, C.* (2019). Media and Information Literacy: Challenges and Opportunities for the World of Education. Ottawa: The Canadian Commission for UNESCO’s IdeaLab, 17 p.

References

1. *Adams, P.* (2018). The upside of “fake news”: renewed calls for media literacy. *Social Education*, 82 (4): 232–234. (in English)

2. *Bulger, M., Davison, P.* (2018). The promises, challenges, and futures of media literacy. New York: Data & Society Research Institute, 33 p. (in English)

3. *Courtney, I.* (2018). In an era of fake news, information literacy has a role to play in journalism education in Ireland. *Irish Communication Review*, 16 (1): 19-33. (in English)

4. *De Abreu, B.S. (Ed.)* (2019). Teaching media literacy. Chicago: ALA Neal-Schuman, 235 p. (in English)

5. *Dell, M.* (2019). Fake news, alternative facts, and disinformation: the importance of teaching media literacy to law students, *Touro Law Review*: 35 (2): 619-648. (in English)
6. Does the bath help with the coronavirus? Expert answer. 20.04.2020. [Electronic resource]. URL: <https://bannik.ru/blog/pomogaet-li-bana-pri-koronaviruse-ekspertnyj-otvet>. (Accessed date: 24.04.2020) (in Russian)
7. *Hobbs, R. & McGee, S.* (2014). 'Teaching about Propaganda: An Examination of the Historical Roots of Media Literacy'. *Journal of Media Literacy Education*, 6(2), 56-66. (in English)
8. Is Rostov-on-Don covered by protests against isolation during the epidemic? - Fake. 4.05.2020. [Electronic resource]. URL: <https://factcheck.kg/ru/post/438>. (Accessed date: 05.05.2020) (in Russian)
9. *Kairatuly B.* It was found that the copper product kills coronavirus // *Egemen.kz*. 17.04.2020. [Electronic resource]. URL: <https://egemen.kz/article/230236-mys-buyymnyh-koronavirusty-dgoyatyny-anyqtaldy>. (Accessed date: 20.04.2020) (in Russian)
10. *Lukashenko A.* Medicine, the real one // YouTube, RT channel. 29.03.2020 [Electron resource]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=FEDqjY5WkcQ>. (Accessed date: 20.04.2020) (in Russian)
11. *Lukashenko A.* Vodka should not only wash hands // Yandex. 13.04.2020. [Electronic resource]. URL: https://yandex.ru/efir?stream_id=4c0590a56ba5aebcb70aadb9d30eea0d&from_block=logo_partner_player. (Accessed date: 20.04.2020) (in Russian)
12. *Malikov T.* Fake. Mouthwash with Salt Water at Coronavirus // *Factcheck.kz*. 22.04.2020. [Electronic resource]. URL: <https://factcheck.kz/claim-checking/verdict/fejk-poloskaniya-rta-solenoj-vodoj-pri-koronaviruse/> Accessed date: 24.04.2020) ((in Russian)
13. *Malysheva E.* "Elena Malysheva Vs Coronavirus: what to do not to get sick?" 360 degrees. The news. 3.02.2020. [Electronic resource]. URL: https://yandex.ru/efir?stream_id=407e97394a771b5b83d69f76a05ef8df&from_block=logo_partner_player. Accessed date: 24.04.2020) (in Russian)
14. *McDougall, J.* (2019). Media literacy versus fake news: critical thinking, resilience and civic engagement. *Medijske Studije / Media Studies*, 10 (19): 29-45. DOI: 10.20901/ms.10.19.2 (in English)
15. *McDougall, J., Zezulcova, M., van Driel, B., Sternadel, D.* (2018). Teaching media literacy in Europe: evidence of effective school practices in primary and secondary education, NESET II report. Luxembourg: Publications Office of the European Union. DOI: 10.2766/613204. (in English)

16. Rostov on the Don is awake! 28.04.2020. [Electronic resource]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=x4IcTVCF5VI>. (Accessed date: 29.04.2020) (in Russian)

17. *Shen, C., Kasra, M., Pan, W., Bassett, G.A., Malloch, Y., Brien, J.F.* (2019). Fake images: The effects of source, intermediary, and digital media literacy on contextual assessment of image credibility online. *New Media & Society*, 21(2): 438–463. DOI: 10.1177/1461444818799526. (in English)

18. *Tileuhan J.* Can a copper product destroy a coronavirus? // Factcheck.kz 26.04.2020. [Electronic resource]. URL: <https://factcheck.kz/claim-checking/verdict/mozhet-li-mednoe-izdelie-unichtozhit-koronavirus/>. (Accessed date: 29.04.2020) (in Russian)

19. *Wilson, C.* (2019). *Media and Information Literacy: Challenges and Opportunities for the World of Education*. Ottawa: The Canadian Commission for UNESCO's IdeaLab, 17 p. (in English)