

шественные процессы. Устойчивая тенденция демографического старения населения и приоритетность социальной политики, направленной на создание «общества для людей всех возрастов», актуализирует проблемы пожилых людей и их семей, усиливает ответственность общества за последствия возникающих дисфункций и требует глубокого осмысления проблемы как на уровне общих детерминант и закономерностей, так и на уровне конкретных субъектов России.

Литература

1. Бухалова Н. А. Семья – основа бытия пожилого человека и гарант активной старости // Вектор науки ТГУ. 2012. № 2 (20).
2. Воробьев Ю. Л., Попов А. А. Духовная жизнь пожилых людей в современном российском обществе: социологический аспект // Вестник СамГУ. 2007. №1 (51).
3. Елютина М. Э. Супружеские отношения в пожилом возрасте // Социол. исслед. 2010. № 11. С. 83–92
4. Исаева С. А Социальные основания развода в пожилом возрасте // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). 2012. № 2(10).
5. Разумов П. В. Криминологическая характеристика геронтологической преступности и меры ее предупреждения: дис. ... канд. юрид. наук. Ставрополь: Ставропольский государственный университет, 2005.
6. Российская социологическая энциклопедия / под общ. ред. академика РАН Г. В. Осипова, 1998. С. 128.
7. Руководство по аддиктологии / под ред. проф. В. Д. Менделевича. СПб.: Речь, 2007. 768 с.

УДК 32.019.51

Серветник Оксана Леонидовна

НОВОСТНОЙ КОНТЕНТ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

В статье рассматриваются проблемы распространения нелегального новостного контента в глобальных компьютерных сетях посредством социальных сетей и связанные с ними новые пути манипулирования общественным мнением.

Ключевые слова: глобализация, новостной контент, социальные сети, электронные СМИ, манипуляция общественным мнением, пропаганда.

Oksana Servetnik

NEWS CONTENT UNDER DIGITAL GLOBALIZATION

The article deals with the issue of circulating illegal news content in the global computer networks through social networks and the related new ways for manipulating public opinion.

Key words: globalization, news content, social networks, electronic media, manipulation of public opinion, propaganda.

Сейчас современное человечество вышло на неизвестную ранее ступень развития – информационное общество. Активно развиваются две новые сферы жизни общества: сфера услуг и сфера обслуживания. Меняется массовое сознание людей. Оно активно подчиняется той системе, которая пришла в тот момент, когда жители развитых индустриальных стран «распрощались» с эпохой индустриального развития. Бурное развитие новых информационно-коммуникационных технологий и основанных на них глобальных компьютерных сетей привело к развитию принципиально иного способа межличностной коммуникации – социальных сетей. Традиционные средства массовой информации также подвергаются серьезной трансформации под воздействием ускоренного развития их нетрадиционных электронных форм [1].

Вместе с новыми технологиями пришли и новые проблемы, новые способы контроля над человеческим разумом. Средства массовой информации всегда пытались навязать те законы, по которым люди обязаны жить, руководствуясь своими социальными инстинктами и боязнью «отбиться от стаи». Существовая на деньги рекламодателей и корпораций, СМИ вольно и невольно продвигают изо дня в день навязываемые ими обществу потребительские ценности, формируют соответствующее им общественное мнение, навязывая тем самым понимание современного мира [2]. В то же время активно продвигаются новые методы ведения активной пропагандистской деятельности в глобальных компьютерных сетях, которую все чаще называют информационной войной.

Знакомясь с публикациями СМИ, люди далеко не всегда получают всецело объективную информацию об окружающем мире, поскольку современные масс-медиа во многом больше чей-то субъективно прагматичный заказ (реклама, политическая борьба, коммерческие интересы и т. д.), чем реальная картина мира. Этот заказ и определяет дальнейшую дорогу, по которой далее будет держать путь развитие человеческого сознания [3]. Разумеется, способами развития человеческого сознания пользовались и раньше, в этой роли традиционно выступали социальные институты, религиозные традиции, семейные устои и т. д. Но сейчас, когда человек получил возможность беспрепятственно распространять и получать информацию, когда доступ к глобальной всемирной паутине Интернет стал возможен для каждого, делать это стало гораздо проще.

Существует несколько общепризнанных методов воздействия на сознание: средства массовой коммуникации, информации и пропаганды; манипулирование массовым сознанием и СМИ; особенности психологического воздействия телевидения; компьютерная игровая зависимость; кинематографические приемы манипуляций массовым зрителем. Кроме вышеперечисленных методов, большое распространение получают сегодня так называемые «информационные вбросы», изучением которых в настоящее время активно занимаются российские и зарубежные специалисты [3]. Согласно проведенным исследованиям, на сегодняшний день социальные сети в России – это довольно «плотная» в информационном плане среда, которой активно пользуются и доверяют. В связи с этим нередко происходит использование социальных сетей для распространения так называемых информационных «вбросов». Термин «информационный вброс» достаточно новый, но он уже широко применяется современными журналистами в контексте информационных войн. «Информационный вброс – это комплекс пропагандистских мероприятий, относящихся к классу явной и агрессивной пропаганды» [4].

Информационные вбросы происходят не без помощи известных блоггеров, которые выступают в роли «исполнителей». Заказчик нового новостного вброса оплачивает распространение той или иной информации как в коммерческих, так и в пропагандистских целях. Любой информационный вброс начинается с одной публикации, распространение которой происходит довольно быстро при помощи большого количества пользователей социальных сетей. В результате широко распространенные в Интернете новостные вбросы могут в конце концов перейти на более высокий уровень: в печатные издания, официальные СМИ, новостные каналы. «Вброс подобен волнам, исходящим от камня, брошенного в воду» [5]. Вброшенная информация в результате распространения («перепоста») обрастает все новыми и новыми, возможно, и не существовавшими в реальности подробностями. Таким образом, вброс «разрастается», заинтересовывая все большее количество людей. И в итоге самая незначительная информация приобретает глобальный отклик. Информационные вбросы редко бывают чистой ложью, в основном они основаны на правде, но правда искажается настолько, что перестает быть таковой [6].

Можно выделить несколько характерных признаков информационного вброса:

- первоначальным источником появления информации является либо аккаунт в социальных сетях, либо сомнительный информационный сайт (так называемый «сайт-однодневка»);
- информация распространяется в социальных сетях со множества страниц, многие из которых являются фальшивыми, одним и тем же текстом, с одними и теми же ссылками, и занимают этим обычно специально проплаченные исполнители, зачастую с помощью программного обеспечения;

- информационные вбросы почти сразу поддерживаются крупными ресурсами, ведущими активную пропагандистскую деятельность;
- большинство информационных вбросов сопровождается откровенным эмоциональным содержанием, призванным вызвать у аудитории шок и возмущение и тем самым затруднить критическую оценку описываемого события;
- распространение информации происходит лавинообразно, при этом ежедневно информация массово дублируется, приобретает навязчивый характер, создавая искусственный информационный фон, отличный от естественного развития интереса к новости.

Одним из способов, которым можно отличить новость от вброса, является неестественное развитие новостного события. Как правило, таким событием является какое-то незначительное происшествие, из которого в итоге пытаются сделать крупномасштабную проблему.

Контент-анализ, проводимый в блогосфере и популярных новостных группах русскоязычных социальных сетей, позволяет говорить о различии фона освещения естественной новости и вброса. Когда происходит какое-либо событие, СМИ, блоги и социальные сети обращают на него внимание, появляются упоминания в различных сетевых источниках. После этого интерес к нему плавно угасает, периодически поднимаясь по причине дополнительно выясненных обстоятельств. Так происходит при естественном освещении события. При информационном вбросе это естественное состояние новостного события заметно искажается, происходит постоянная «подпитка» интереса публики путем ежедневного дублирования новости на различных Интернет-ресурсах, причем количество публикаций не уменьшается, а держится на одном уровне в течение продолжительного отрезка времени [7].

Проблема ежедневного отслеживания количества публикаций и сообщений в Интернете на определенную тему успешно решается при помощи сетевых информационных технологий, использующих для анализа текстов методы искусственного интеллекта, и результаты такого мониторинга активно обсуждаются российскими журналистами и представителями IT-индустрии [4]. Однако просто констатации факта очередного информационного вброса явно недостаточно. Необходимость разрабатывать эффективные методы противодействия пропаганде является в настоящее время условием выживания общества. Это, в свою очередь, ставит перед обществом множество проблем, которые можно классифицировать следующим образом:

- методологические проблемы связаны с различием понятий и особенностей новостного события и информационного вброса;
- правовые и этические категории оценки информационного контента в современных электронных СМИ также примыкают к основным структурным методологическим дифференциациям и напрямую ставят вопрос о способности государства защитить своих граждан от враждебного информационного воздействия;
- технологические проблемы касаются прежде всего эффективного ограничения доступа к нелегальной информации и напрямую связаны с правовым полем [8].

Новость в журналистском понимании – это информация, которой широкая публика не знала до ее публикации. Самое распространенное определение новости приписывается Джону Богарту и Чарльзу Дана: «Когда собака кусает человека, это не новость, потому что такое случается часто. Но когда человек кусает собаку – это новость» [5].

Среди нескольких определений новостей нет универсального, то есть такого, которое могло бы удовлетворить всех и объяснить, что же такое новость и как найти, вычленив настоящие новости из потока событий или происшествий, происходящих каждый день. Чтобы понять, что более интересно, исследователям современных СМИ необходимо сформулировать параметры новостей, событий или явлений, а также факторы, благодаря которым события становятся новостями.

В целом активное внедрение новых форм пропаганды в компьютерных сетях ставит перед обществом множество проблем, одной из которых является активное противодействие распространению заведомо ложной информации под видом информационных вбросов. Решение этой проблемы

затрагивает как технические, так и социальные аспекты развития общества и должно быть комплексным. Возможное решение проблемы включает в себя такие сложные вопросы, как повышение компьютерной грамотности пользователей, внедрение мер правовой ответственности электронных СМИ за распространяемую информацию, технические и программные средства контроля над сетевым трафиком. Все эти вопросы затрагивают в первую очередь такие чувствительные стороны развития современного социума, как свобода слова и защита личной информации, что делает их решение особенно трудным. Тем не менее современные глобальные вызовы заставляют находить скорейшие пути выхода из сложившейся ситуации, и нахождение этих путей является основной задачей специалистов в области масс-медиа.

Литература

1. Черкова А. С. Влияние современных информационных технологий на социальную коммуникацию. // Материалы Международной научно-практической конференции «Экономические, инновационные и информационные проблемы развития региона». Ставрополь, 15–16 апреля 2014. Ставрополь, 2014. С. 340–342.
2. Рашкофф Д. Медиавирус. М.: Ультракультура 2.0, 2011.
3. Серветник О. Л. Изменение ценности знаний под воздействием процессов глобализации // Известия Южного федерального университета. Серия Технические науки. 2006. № 1. С. 8–11.
4. Ашманов И. Про мозговые вирусы [Электронный ресурс]. URL: <http://www.trinitas.ru/rus/doc/0009/001a/00091109.htm> (дата обращения 06.02.2015)
5. Информационная война. Введение [Электронный ресурс]. URL: <http://www.infosplanet.info/2012/10/Informacionnyj-vbros.html> (дата обращения 06.02.2015)
6. Ашманов И. Под властью ментального вируса, или Как отличить вброс от новости [Электронный ресурс]. URL: <http://foma.ru/pod-vlastyu-mentalnogo-virusa-ili-kak-otlichit-vbros-ot-novosti.html> (дата обращения 06.02.2015)
7. Информационные вбросы. [электронный ресурс]. URL: <http://anti-troll.ru/informacionnye-vbrosy/> (дата обращения 06.02.2015).
8. Беляев Д. Блоговброс. Чем отличается настоящая новость от «вброса»? URL: <http://www.rg.ru/2012/10/11/blog.html> (дата обращения 02.03.2015)
9. Соколов М. К., Плетухина А. А., Тохчуков А. Х. Роль сетевых информационных технологий в современном образовательном процессе // Теоретические и прикладные вопросы образования и науки: сб. научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции. 31 мая 2014 года. Часть 11. Тамбов, 2014.