

**Взаимодействие со СМИ:  
отработка кризисных ситуаций в СМИ и социальных сетях**

**Часть 1**

**Деструктивные формы репрезентации этнических кризисов  
в информационном пространстве**

Если рассматривать кризис с точки зрения его присутствия в информационном пространстве, то в числе основных признаков кризисной ситуации можно назвать внезапность, дефицит информации, заметную эскалацию событий, ощущение временной утраты контроля на ситуацией при постоянном нахождении объекта кризиса в фокусе внимания СМИ, возможное подключение к ситуации оппозиции и/или экстремистских групп, нарастание ажиотажа (возможно, паники).

В дополнение к этим признакам этнические кризисы обладают важной спецификой. Если получать информацию о том или ином кризисе из СМИ, можно сложиться впечатление, что он возник спонтанно, буквально из ничего, как будто «соткавшись из воздуха». За таким кризисом бывает трудно распознать логичную причинно-следственную связь фактов и событий. Незначительное действие (неосторожное слово, мелкий бытовой конфликт, спор), преступление любой степени тяжести и последующая репрезентация этих событий в информационном пространстве могут быстро приобрести этническую окраску и в результате привести к волнениям, митингам, возможно, к актам насилия и в итоге – к серьезной дестабилизации. Восприятие посредством СМИ масштабов распространения и степени остроты кризисной ситуации влияют на отношение и поведение людей и, следовательно, на то, как быстро и эффективно кризисная ситуация будет урегулирована.

По мере развития этнического кризиса происходит быстрый рост количества интерпретаций в СМИ, что приводит к быстрой накрутке информационной спирали. В результате формируется токсичная информационная среда, которая начинает подпитывать эскалацию кризиса. Таким образом, еще одной задачей ответственного за взаимодействие со СМИ становится информационный детокс, оздоровление информационного пространства.

В рамках сегодняшней лекции мы с вами рассмотрим три наиболее распространённые деструктивные формы репрезентации этнической информации, которые могут способствовать возникновению конфликта: hate speech, fake news, теории заговора.

### **Hate speech (язык вражды)**

«Язык вражды» – это те высказывания, которые основаны на этнической или религиозной нетерпимости и провоцируют как минимум неприязнь. Принципиально важно то, что hate speech – это проявление дискриминации на вербальном уровне, на уровне общения, по отношению к какому-то человеку, которого мы считаем принадлежащим к группе, недостойной нашего доброжелательного и равноправного отношения ([Оксана Мороз, 2017](#)). В мае 2019 г. ООН приняла [Стратегию и план действий в отношении языка вражды](#), в котором содержится следующее определение: *«это такая форма речевой, письменной или поведенческой коммуникации, которая использует уничижительный или дискриминационный язык в отношении личности или группы людей на основании того, кто они, иначе говоря, на основании их религиозной, этнической, расовой, гендерной, гражданской принадлежности, цвету кожи или другим признакам идентичности»*.

Пандемия COVID-19 спровоцировала резкий рост использования языка вражды, прежде всего, в социальных сетях. 8 мая 2020 г. Генеральный секретарь ООН Антониу Гутерреш выступил с [заявлением](#), в котором констатировал, что пандемия COVID-19 вызвала *«цунами ненависти и ксенофобии, поиски виноватых, подстрекательств к панике и страха перед другими. Стали распространяться антисемитские теории заговора, произошли выпады против мусульман. Мигрантам и беженцам присваивается ярлык источника вируса»*. Он призвал СМИ, особенно социальные медиа, в соответствии с международным законодательством о правах человека, предпринять меры по маркировке и удалению расистского и проповедующего ненависть контента.

В российском исследовательском поле наиболее подробная классификация видов этнически окрашенного языка вражды была разработана авторами пилотного проекта «Язык Вражды в российских СМИ: мониторинг и общественные действия», реализованного почти два десятилетия назад, в 2001-2002 гг., но не потерявшего своей актуальности в настоящее время. Исследователи – участники проекта выделили 20 видов языка вражды и распределили их по трем группам:

*Первая группа: мягкий язык вражды:*

1. Создание негативного образа этнической или религиозной группы;
2. Упоминание названия этнической или религиозной группы в уничижительном контексте;
3. Утверждения о неполноценности (недостаток культурности, интеллектуальных способностей, неспособность к созидательному труду) той или иной этнической группы как таковой;
4. Утверждения о моральных недостатках той или иной этнической группы;
5. Упоминание этнической или религиозной группы или её представителей в уничижительном или оскорбительном контексте;
6. Цитирование без должного комментария ксенофобных высказываний и текстов.

*Вторая группа: средний язык вражды:*

1. Оправдание исторических случаев насилия и дискриминации;
2. Публикации и высказывания, подвергающие сомнению общепризнанные исторические факты насилия и дискриминации;
3. Утверждения об исторических преступлениях той или иной этнической или религиозной группы как таковой;
5. Указание, с целью дискредитации, на связь этнических и религиозных групп с иностранными политическими и государственными структурами;
6. Утверждения о криминальности той или иной этнической или религиозной группы;
7. Рассуждения о непропорциональном превосходстве той или иной этнической или религиозной группы в материальном положении, представительстве в органах власти, в бизнесе, в прессе и т.д.
8. Обвинение в негативном влиянии той или иной этнической или религиозной группы на общество, государство;
9. Призывы не допустить закрепления в регионе (районе, городе и т.д.) мигрантов, принадлежащих к той или иной этнической или религиозной группе.

*Третья группа: Жесткий язык вражды:*

1. Прямые и непосредственные призывы к насилию;
2. Призывы к насилию в виде общих лозунгов;
3. Прямые и непосредственные призывы к дискриминации;
4. Призывы к дискриминации в виде общих лозунгов;
5. Завуалированные призывы к насилию и дискриминации.

При этом необходимо отметить, что жесткий язык вражды совсем необязательно предполагает использование грубой лексики. Наоборот, его можно встретить в виде респектабельных аналитических комментариев или авторских колонок в солидной прессе. В качестве примера можно привести [статью](#) заместителя главного редактора газеты «Коммерсант» для издания Газета.Ru с заголовком «Стена, которая уже с нами» и подзаголовком «О силе мечты отгородиться от Северного Кавказа» (2013 г.), общая тональность которой позволяет отнести ее к жесткому языку вражды.

Кроме того, существует контекстуальный язык вражды. В этом случае отдельные элементы текста приобретают уничижительное или оскорбительное значение лишь в общем контексте высказывания («дешевая рабочая сила», «гастарбайтер»), или с помощью иронии и сарказма. Примером контекстуального языка вражды являются кликбейт-заголовки, о которых вы сможете прочитать в сборнике методических материалов.

Распространение получило еще одно проявление языка вражды — отрицание гражданства, то есть упоминание российских граждан как иностранцев в зависимости от их этнической идентификации. Например, «москвич и два кавказца»; человек, который сдавал квартиру «азербайджанцам, дагестанцам и прочим иностранцам».

Наиболее сложно выявить метаконтекстуальный язык вражды. Его можно обнаружить лишь на основании комплексного анализа всей информации, в которой упоминаются представители тех или иных этнических групп. Даже если в отдельных текстах не прослеживаются контекстуальный или метаконтекстуальный языки вражды, это не гарантирует того, что этнически окрашенные негативные стереотипы не воспроизводятся. Например, указание в сообщениях на то, что преступление совершено представителем этнической группы, национальной республики или вероисповедания, поддерживает негативный стереотип об опасности, исходящей от соответствующей этнической или религиозной группы. Если же аналогичное преступление совершено местным жителям, то акцент на его этнической или религиозной идентичности не делается.

Распространению языка вражды способствует сам формат передачи информации в социальных сетях. Исследователи говорят о появлении нового языка, который стал доминировать в социальных медиа. Если в традиционных СМИ, газетах и журналах, господствовал лонгриды (репортажи, интервью, аналитические статьи), то в социальных сетях ключевые идеи распространяются

посредством коротких твиттер-сообщений, видеороликов, фотожаб, демотиваторов, которые представляют собой очень гибкие форматы, предполагающие, прежде всего, эмоциональное воздействие на аудиторию, что может провоцировать новые конфликты и обострять старые, казалось бы, давно улаженные взаимные претензии. Реальность такова, что выстраивание диалога между сообществами, отличающимися эмоциональным отношением к той или иной проблеме, представляет собой более трудную задачу, чем поиск точек соприкосновения между группами, оперирующими рациональными аргументами.

В качестве примера можно привести освещение конфликта, который произошел в городе Пугачев Саратовской области в 2013 г. Драка между двумя мужчинами, один из которых был этническим чеченцем, привела к стихийным митингам на городской площади. Жители были недовольны работой городских властей. Для приема жалоб со стороны горожан в Пугачеве была открыта выездная приёмная Следственного комитета России. Что касается освещения событий в СМИ, то в прессе активно использовались элементы контекстуального языка вражды: «чеченские мигранты», «чеченская диаспора» и т.д.

### **Fake news**

Fake news (фейковые новости) представляют собой сфальсифицированные события, сгенерированные таким образом, чтобы быть похожими на правду и привлечь максимальное внимание аудитории. На практике диапазон фейковых новостей широк — от привлекательного заголовка, не соответствующего информации, содержащейся в основном тексте статьи, до того, что можно назвать лишь частично и во второстепенных деталях соответствующим действительности.

То обстоятельство, что фейковые новости трудно отличить от реальности, а также стремление инициаторов фейков к максимизации медийного эффекта, дает основание экспертам говорить о мире «постправды» («post-truth») — информационной среде, в которой решающее влияние на формирование общественного мнения имеет воздействие на эмоции, личные убеждения, ценности, а не предоставление аудитории объективных фактов. Среди обитателей мира «постправды» преобладают так называемые «фактоиды» — события, ставшие таковыми только в результате их упоминания в СМИ.

На распространение fake news влияют особенности восприятия информации человеком. Когда человек получает эмоционально заряженное сообщение, то в процессе его обработки он добавляет в него свое понимание того, что с его точки зрения является самым важным. В результате информационный ком нарастает, и разобраться в том, где правда, а где – ложь, становится все сложнее.

Кроме того, как и в случае с языком вражды, значение имеет контекст восприятия информации. Например, если в новостной ленте человек видит два сообщения подряд – о драке с участием представителей разных этнических групп и о движении колонны автомобилей Росгвардии, то эти два не связанных друг с другом события (возможно, происходящие в разных регионах), могут сложиться в сознании человека в единый сюжет, не имеющий отношения к реальности. Человек делится выводами, к которым он только что пришел, со своими друзьями и подписчиками, и в результате формируется новый фейк, который начинает быстро распространяться по социальным сетям.

В качестве примеров фейковой информации в ситуации этнического кризиса можно привести сообщения, распространявшиеся в ходе конфликта в селе Чемодановка в Пензенской области летом 2019 г.

- Видеозапись с горящей машиной, якобы принадлежавшей цыганской семье в Заводском районе Пензы. На самом деле видеозапись была снята в г.Черноморске Одесской области Украины за два месяца до конфликта.
- В Чемодановку из других регионов едут сотни машин с цыганами.
- В Чемоданчике глушат Интернет.
- Цыгане назначили день мести на 1 июля. Этот фейк сопровождался призывами ехать в цыганские поселения и устраивать погромы. Данная информация распространялась через мессенджеры, в частности, посредством WhatsApp.
- В Пензе в 7 утра будет введен комендантский час и по всем, кто выйдет на улицу, будет открыт огонь на поражение.

В качестве примера профессионального реагирования на fake news можно привести [заявление](#) губернатора Пензенской области Ивана Белозерцева, которое он сделал в своем аккаунте в Instagram:

*«С момента конфликта в Чемодановке в социальных сетях идёт массовое распространение ложной информации. Однако в России принят закон, который направлен на борьбу с такими фейк-новостями. Намеренное желание провокаторов посеять панику среди нашего населения путём вброса откровенно недостоверных данных, выдаваемых за реальные факты,*

*должно быть оценено соответствующими органами. Обманывать мы наших людей не позволим, как не позволим использовать трагедию для раскачивания ситуации и разыгрывания национальной «карты».*

Закон, о котором Иван Белозерцев упомянул в своем заявлении, – это [изменения, внесенные в федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и защите информации»](#), вступившие в силу 29 марта 2019 г. Данные изменения предоставляют органам государственной власти и ответственным за взаимодействие со СМИ эффективные инструменты противодействия fake news, которые в законодательстве именуется «недостоверной общественно значимой информацией». Это информация, распространяемая «под видом достоверных сообщений, которая создает угрозу причинения вреда жизни и (или) здоровью граждан, имуществу, угрозу массового нарушения общественного порядка и (или) общественной безопасности либо угрозу создания помех функционированию или прекращения функционирования объектов жизнеобеспечения, транспортной или социальной инфраструктуры, кредитных организаций, объектов энергетики, промышленности или связи». Теперь в соответствии с федеральным законом распространение такой информации запрещается в информационно-телекоммуникационных сетях, в том числе в Интернете.

Закон устанавливает следующую процедуру противодействия недостоверной общественно значимой информации. Генеральный прокурор или его заместители, в случае обнаружения в сетевом издании недостоверной информации, обращаются в Роскомнадзор с требованием о принятии мер по ограничению доступа к ресурсам, распространяющим такую информацию. Роскомнадзор в свою очередь обращается к руководству редакции интернет-издания, после чего оно должно незамедлительно фейковую информацию удалить. В случае же, если редакция незамедлительно не удалила указанную информацию, Роскомнадзор направляет по системе взаимодействия операторам связи требования по ограничению доступа к сетевому изданию.

Законодательство по противодействию fake news было применено по отношению к фейкам, распространявшимся в ходе конфликта в Чемоданчике. По представлению Генеральной прокуратуры недостоверная информация была удалена Роскомнадзором. Соцсеть «ВКонтакте» заблокировала группу «Чемодановка в огне».

## **Теории заговора**

Теория заговора представляет собой способ интерпретации происходящих в окружающем мире событий, который отличается наличием следующих утверждений:

- о существовании тайного плана;
- о наличии тайной организации;
- об ухудшении условий жизни «жертв заговора»;
- о стремлении организаторов «заговора» к приобретению еще большей власти.

Теории заговора часто используются как властвующими элитами, так и контрэлитами в качестве коммуникативного инструмента достижения политических целей. Что касается населения, то распространение теорий заговора в обществе следует рассматривать не столько в качестве эффекта «параноидальной» установки отдельных личностей, сколько как симптом значительного разрыва между жизненным опытом людей, с одной стороны, и информацией, которые они получают из авторитетных источников, – с другой. Теория заговора создает иллюзорное ощущение взятия происходящего под контроль посредством упрощения реальности. Так же, как и в случае с распространением fake news, нажатие кнопки «репост» дает иллюзию контроля и снятия проблемы.

Важным фактором возникновения и распространения теорий заговора является угроза, которой подвергается коллективная идентичность сообщества. Межэтнические конфликты – питательная среда для теорий заговора, которые могут использоваться экстремистами и сепаратистами для выдвинутых обвинений против «угнетателей» или «внутренних врагов», чтобы привлечь на свою сторону большинство населения. Создание и поддержание политической идентичности требует наличия чёткого «Другого», от которого новая идентичность будет отстраиваться.

Современная информационная среда наполнена как fake news, так и теориями заговора. Как отличить их друг от друга? Основное отличие состоит в том, что если fake news – это обман, то теории заговора, наоборот, строятся вокруг определенной коллекции реальных фактов, однако, при этом фактов тщательно подобранных и подогнанных под основные идеи теории заговора. В то время как fake news можно уничтожить с помощью фактчекинга, то теории заговора набирают вес с помощью квазинаучных объяснений, погружения в исторические источники, другие языки и культурные пласты. Теории заговора возникают в зонах неизвестности и непонимания, и представляют собой простой для восприятия и понимания нарратив.

Классическим примером теории заговора является антисемитская теория «еврейского заговора». Из числа наиболее актуальных примеров можно привести размышления о том, что за начавшимися в конце мая 2020 года массовыми беспорядками в США, возникшими на расовой почве и спровоцированными гибелью от рук полицейских афроамериканца Джорджа Флойда в Миннеаполисе, может стоять Россия. Сьюзан Райс, советник президента США по национальной безопасности в администрации Барака Обамы, в интервью телекомпании CNN [заявила](#): «У нас есть мирные протестующие, которые обращают внимание властей на реальные болевые точки и проблемы неравенства. И есть экстремисты, которые стремятся использовать протесты для достижения своих целей. Есть вероятность (на основе моего собственного опыта, у меня нет информации от разведывательных служб), что экстремисты непосредственно следуют указаниям российских методичек».

Теории заговора трудно разоблачить и разубедить человека, который в неё поверил. Долгосрочная опасность теорий заговора состоит в том, что они формируют у людей привычку к поиску врага и простому объяснению сложных проблем. Поэтому важно формировать и у журналистов, и у читателей СМИ культуру критического мышления. Необходимо изучать и анализировать несколько разных источников информации для формирования наиболее достоверной картины происходящего. Лучшее средство для противодействия fake news и теориям заговора – создание системы, обеспечивающей открытость органов государственной власти и предоставление ими наиболее полной информации о происходящих событиях.

### **5 направлений противодействия деструктивным формам репрезентации этнических кризисов в СМИ**

1. Составление и распространение информационных сообщений, содержащих проверенные, достоверные и исчерпывающие сведения о ситуации.
2. Создание специальных информационных ресурсов, регулярно и оперативно предоставляющих официальную информацию.
3. Разоблачение фейков во взаимодействии с правоохранительными органами, содействие журналистам в распознавании недостоверной информации и в предотвращении использования языка вражды.
4. Сотрудничество с институтами гражданского общества.

5. Недопущение дискриминации и обеспечение гражданских прав всех этнических групп.

### **Литература**

Богданов С.В. «Мерцающие события»: особенности фейковых новостей и их место в стратегических коммуникациях // Медиа в современном мире. Петербургские чтения. Материалы 56-го международного научного форума. 13-14 апреля 2017 г. СПб., 2017. С.231-232.

Кожевникова Галина. Язык вражды: типология ошибок журналиста

Мороз Оксана. Феномен hate speech

Яблоков Илья. Русская культура заговора. Альпина Диджитал, 2020.

Язык мой... Проблема этнической и религиозной нетерпимости в российских СМИ / Сост. А.М. Верховский. М.: ООО «Центр «Панорама»», 2002.

Guterresh Antonio. Appeal to Address and Counter COVID-19 Hate Speech

United Nations Strategy and Plan of Action on Hate Speech