

Научная статья

УДК 347.77, 347.78

DOI: <https://doi.org/10.17323/tis.2022.14219>

Original article

## КОНСТРУИРОВАНИЕ ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ: ТРЕБОВАНИЯ МОРАЛИ, ЭТИКИ И ПРАВА В ИНТЕРНЕТ-СРЕДЕ

### DESIGNING SOCIO-POLITICAL PROCESSES: REQUIREMENTS OF MORALITY, ETHICS AND LAW IN DIGITAL COMMUNICATIONS ON THE INTERNET

#### Мария Александровна ГОРДЕЕВА

Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия,  
gordeevamaria@inbox.ru,  
<https://orcid.org/0000-0002-2624-0307>

#### Анна Александровна НОВИКОВА

Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия, novikova.a@rggu.ru,  
<https://orcid.org/0000-0002-4950-0802>

#### Андрей Леонидович ЗВЕРЕВ

Российский государственный гуманитарный университет; Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия, zveandr@mail.ru,  
<https://orcid.org/my-orcid?orcid=0000-0001-5694-245X>

#### Александр Рустамович АКРАМОВ

Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия, akramov.a@rggu.ru,  
<https://orcid.org/0000-0001-6962-7555>

#### Информация об авторах

М.А. Гордеева — кандидат исторических наук, заведующая кафедрой культуры мира и демократии (Кафедра ЮНЕСКО) Российского государственного гуманитарного университета

А.А. Новикова — кандидат исторических наук, доцент кафедры культуры мира и демократии (Кафедра ЮНЕСКО) Российского государственного гуманитарного университета

А.Л. Зверев — кандидат политических наук, доцент кафедры общественных связей, туризма и гостеприимства Российского государственного гуманитарного университета

- А.Р. Акрамов — преподаватель кафедры общественных связей, туризма и гостеприимства Российского государственного гуманитарного университета

- **Аннотация.** Современная сфера медиа требует комплексного правового регулирования в связи с появлением и распространением большого количества недостоверной информации. Статья посвящена анализу феномена *fake news*, их выявлению и нейтрализации, а также законодательству и ответственности за распространение подобных материалов и сообщений. В результате проведенного исследования формулируются новые «правила игры» по отношению к информации, которая циркулирует в публичной среде общественных интернет-коммуникаций, рассматриваются допустимые форматы и технологии ее распространения.

- **Ключевые слова:** *fake news*, фейк ньюс, фейковые новости, медиаграмотность, правовое регулирование СМИ, цифровые коммуникации

- **Для цитирования:** Гордеева М.А., Новикова А.А., Зверев А.Л., Акрамов А.Р. Конструирование общественно-политических процессов: требования морали, этики и права в интернет-среде // Труды по интеллектуальной собственности (Works on Intellectual Property). 2022. Т. 40, № 1. С. 50–59; DOI: <https://doi.org/10.17323/tis.2022.14219>

#### Maria A. GORDEYEVA

Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia,  
gordeevamaria@inbox.ru,  
<https://orcid.org/0000-0002-2624-0307>



не новы — еще в 1993 г. нынешний премьер-министр Великобритании Борис Джонсон начал свою кампанию против Европейского союза с публикации ряда заведомо ложных материалов в британских газетах, которые должны были настроить британцев против европейской бюрократии. Он распространял фейки о грядущем запрете картофельных чипсов, о запрете на эксплуатацию двухэтажных автобусов, а также о попытках ЕС вывозить некачественные и бракованные товары в развивающиеся страны для их реализации [2]. Эта кампания, продолжавшаяся более 20 лет, в итоге увенчалась успехом — брекзитом.

Алекс Джонс, бывший ведущий интернет-шоу «InfoWars» по праву считается одним из самых ярких популистов-националистов, утилизировавшим фейковые новости как метод формирования гражданских и общественных движений. После массового убийства в школе Сэнди Хук в 2012 г. в США Алекс Джонс распространял через свое шоу информацию о том, что погибшие дети были подставными актерами, стрелок — агентом спецслужб, а заказчиком трагедии выступал президент Барак Обама, таким образом пытавшийся добиться общественного согласия на ограничение Второй поправки к Конституции США (свобода на владение оружием) [3]. Действия Джонса вызвали массовую травлю семей погибших поклонниками его шоу, а сам Алекс Джонс был признан судом виновным в клевете [4].

В современной интернет-среде фейковые новости могут быть произведены для влияния на одну целевую аудиторию, но в итоге также распространиться на совершенно иную. В 2021 г. в результате многолетней борьбы за расследование подозрительных смертей детей в школе-интернате Кемлупс (Kamloops Indian Residential School), куда вывозили детей коренного населения Канады, было обнаружено 200 могил с останками. Американское консервативное сообщество отвергает эту информацию, ссылаясь на слова доктора исторических наук Жака Руяра и подвергая критике экспертизу военного антрополога Сары Больё [5].

В русскоязычной части интернета эта информация, как и большой объем другой гиперкритичной к общественно-политическим процессам в Северной Америке информации, появилась на сайте интернет-газеты «Континент» [6], формирующей образ Канады и США как умирающих государств, не имеющих моральных, этических или логических устоев. Читатели и пользователи интернета, оказавшиеся на данном сайте, могут начать путь с ознакомления с информацией о «махинациях» на выборах президента США в 2020 г., продолжить его через материалы о вреде феминизма и о положительных пунктах программы кандидата в президенты Франции нацио-

налиста Эрика Земмура и в итоге оказаться в круговороте интенсивной медицинской дезинформации, касающейся как каждодневных вопросов здоровья, так и пандемии коронавируса SARS-CoV-2. Подобная публикация привлекает внимание в первую очередь читательскими комментариями, которые показывают, что авторы этих материалов добились желаемого эффекта — агрессии, злобы и дальнейшего распространения дезинформации.

По своей психологической сути фейки очень близки к слухам, которые распространяются по неформальным каналам межличностного общения. Для возникновения слуха, а сегодня и многих фейков в интернет-среде, должно сложиться три основных условия в текущем состоянии информационного медиапространства [7]:

- интерес общественности к актуальной для них в данный период проблеме;
- дефицит достоверной информации по теме слуха (фейка);
- состояние эмоционального напряжения в социуме вследствие неведения истинной сути того, что в реальности происходит в развитии темы, по которой возникает слух (фейк).

Иными словами, слухи (фейки) рождаются там и тогда, где и когда есть большие затруднения в предоставлении достоверной информации о происходящем по актуальным для населения темам и волнующим его проблемам, а также вследствие отсутствия доверия к официальной информации. Чаще это проявляется в общественно-политических коммуникациях, в которых затруднена обратная связь с реципиентами, когда последние не всегда получают ответ на актуальные для них запросы, остаются в неведении по значимым для них проблемам либо ответ сформулирован так, что его можно трактовать по-разному.

Так, при помощи слухов (фейков) можно осуществлять:

- зондаж общественного мнения в каком-либо резонансном для социума вопросе;
- внушение общественности, что уже ничего нельзя изменить по принимаемому важному для нее властному или общественно значимому решению;
- дискредитацию оппонентов в информационных войнах и в других агрессивных коммуникативных практиках, которые сегодня перенесены в социальные сети.

Во-вторых, итогом этой замещающей коммуникативной практики, рождающей массовое появление *fake news*, стало стихийное их использование для сопровождения таких актуальных для современного общества вызовов, как несколько волн пандемии

COVID-19. Вследствие этого даже возник термин, обозначающий информационную угрозу от фейка в сфере профилактики, лечения COVID-19 и реабилитации после него, — *инфодемия*. По разрушительной силе инфодемия для психики населения планеты стала в один ряд с самой этой болезнью. 2 февраля 2020 г. Всемирная организация здравоохранения назвала инфодемии вторым опасным для мира врагом после самой пандемии COVID-19.

В нашей стране стихийная волна инфодемии возникла до появления первой волны пандемии COVID-19, и именно она в отсутствие у населения объективной информации со стороны официальных властных и научно-экспертных сторон о реальной угрозе COVID-19 создавала установки (как правило, на эмоциональном уровне) у обывателей, боявшихся заразиться новой болезнью, угрожающей всему человечеству. А у тех, кто не верил в серьезность новой болезни, возникало желание рассказывать анекдоты о ней, смеяться над эмоциями тех, у кого пандемия COVID-19 вызывала страх. В социальных сетях возникло эмоциональное напряжение. В одном случае — негативная, вызывающая страх у других пользователей сети информация в постах о массовой гибели людей, заболевших новой страшной болезнью. В другом случае — пренебрежительная реакция, перепост анекдотов, высмеивающих массовые страхи населения перед новой угрозой обществу, при этом снижается роль одного из базовых инстинктов человека — страха смерти, и человек перестает адекватно оценивать последующую объективную информацию об этой болезни.

Среди абсолютных лидеров по распространению коронавирусной дезинформации можно назвать два конкретных ресурса — блог в «Живом Журнале» под ником «AMANTONIO», публикующий систематизированную медицинскую дезинформацию в течение последних нескольких лет [8], и Telegram-канал «Теория Большого Шока», совмещающий распространение антимедицинской пропаганды с разнообразными конспирологическими теориями [9].

«AMANTONIO» недавно стал главным героем журналистских расследований и разоблачений на фоне борьбы с ковид-диссидентством. В РФ в последние десять лет наблюдается рост антимедицинских настроений, подогреваемых ложной информацией, распространяемой в интернете недобросовестными акторами. Данный блог подвергает жизни людей, в том числе детей, опасности — например, предлагая людям самостоятельно устанавливать режим и дозу вакцинаций для новорожденных. Именно автор этого блога распространяет среди российских читателей популярные в западном интернете теории возможности исцеления случаев коронавируса путем повышения рН

в организме человека, предотвращения заражения при полоскании горла йодом, ивермектином и прочими комбинациями лекарств и витаминов, что не имеет никакой доказательной базы. При этом «AMANTONIO» параллельно с рекомендацией сомнительных или вредоносных медицинских манипуляций жестко критикует профилактическую медицину и многократно призывает читателей отказаться от нее и отойти от «традиционных» методов лечения болезней.

Российский Telegram-канал «Теория Большого Шока» давно известен как платформа распространения максимально негативной и вредоносной информации. Главным отличием данного ресурса является то, что на нем обмениваются информацией и перекрестно распространяются фейки, созданные пользователями мессенджера. «ТБШ» наполняется исключительно самими пользователями, объединенными общими интересами и разделяющими одни и те же взгляды. В определенном смысле «ТБШ» может служить иллюстрацией идеальной эхо-комнаты, где пользователи являются одновременно и производителями и потребителями материалов.

«ТБШ» объединяет ковид-диссидентство и быстро прогрессирует в достижении антисемитских, антиазиатских, антидемократических и антигуманистических целей. Через данный канал распространяются вредоносные материалы, балансирующие на грани фашизма, евгеники, физиогномики и базовой дезинформации. Пользователи активно делятся постами из данного канала, которые попадают на страницы социальных сетей самих пользователей, а также на другие платформы и мессенджеры. Таким образом, аудитория канала в 89 тыс. человек имеет охват до нескольких сотен тысяч в русскоязычной части интернета.

В-третьих, массовое распространение фейковой массовой информации в современной интернет-среде вызвано следующими причинами [10]:

- увеличением объема актуальной для пользователей информации и многоканальностью ее передачи;
- увеличением скорости трафика распространения и потребления информации;
- скроллинговым характером восприятия информации в социальных сетях, когда внимание пользователя концентрируется на заголовке поста и большее внимание привлекает негативная эмоциональная окраска или сенсационность заголовка;
- сокращением и ослаблением существующих информационных фильтров в потреблении медиаконтента в социальных сетях;
- невозможностью фактчекинга в условиях большого количества потребляемого объема массо-

вой информации в социальных сетях и получении основного контента от виртуальных друзей, к которым высокий уровень доверия.

*В-четвертых*, нужно понимать, что нельзя относить к *fake news* часто публикуемые инфлюенсерами или другими пользователями в социальной сети свои оценочные суждения, которые формально можно будет отнести к новостям как цитаты, содержащие что-то очень необычное и из ряда вон выходящее, особенно если их опубликовал инфлюенсер, имеющий высокий социальный статус в обществе.

*В-пятых*, чаще всего *fake news* распространяются на сетевых онлайн-платформах, где присутствуют три вида акторов: создатели фейкового контента, потребители такого контента и, наконец, онлайн-платформы как медиа между первыми и вторыми. Создатели фейковых историй стремятся с их помощью оказывать влияние на текущую общественно-политическую ситуацию в регионах их распространения, выполняют чей-то заказ в информационной войне, повышают собственный социальный статус, утверждая, что обладают якобы недоступной для остальных, инсайдерской информацией.

Потребители фейкового контента, как правило, читают их из собственного природного любопытства, особенно в закрытых для широкой общественности сферах общественно-политического сегмента и частной жизни очень популярных его персон, страха перед неизвестностью будущего (самые актуализированные — «страх конца света» и иные апокалиптические прогнозы на будущее, прежде всего в сфере экономики), желания подтвердить собственную правоту, когда *fake news* становится для них собственной фактологической базой. Они используют репосты и лайки, что сильно расширяет распространение таких фейков. Сами интернет-платформы при помощи скандальных и сенсационных фейков увеличивают через потребительский трафик прибыль платформы, так как возрастают стоимость клика пользователя таких фейк-постов и время пребывания пользователя на этой интернет-платформе, что влияет на общий показатель вовлеченности пользователей в обсуждение этого поста в сетевом сообществе (*engagement*).

Другой проблемой является использование анонимной информации в целях создания вышеупомянутого кликбейта. В частности, издание Lenta.Ru регулярно перепечатывает в формате новостей анонимные посты из микроблогового форума Reddit, размещая их в разделе «Интернет и СМИ». Эти материалы особенно активно продвигаются алгоритмами «предлагаемых новостей» в мобильных браузерах Opera, Chrome, «Яндекс», что ставит их наравне с легитимными новостями.

Современное российское медиаправо представляет собой инструмент комплексного регулирования и правовой режим, устанавливающий требования к содержанию массовой информации с точки зрения ее полноты и достоверности. Требования определены соответствующими положениями таких нормативных правовых актов, как Конституция Российской Федерации, Гражданский кодекс Российской Федерации, Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях, Уголовный кодекс, а также специальными законами, такими как закон РФ «О средствах массовой информации» [11], Федеральный закон «О рекламе» [12], Федеральный закон «Об основных гарантиях избирательных прав и праве на участие в референдуме граждан Российской Федерации» [13] и рядом иных законов и подзаконных нормативных правовых актов.

Правовое регулирование массмедиа и *fake news* как части этой сферы в современной России осуществляется на основании диспозитивного принципа; иными словами, действует лишь небольшое количество ограничений, в соответствии с которыми и должно формироваться содержание. Современное российское медиаправо представляет собой реакцию на возникающие вопросы. Такой вывод можно сделать, обратив внимание на нововведения в законодательстве 2019 г., которые были направлены на пресечение фейковой информации, связанной с пандемией COVID-19.

Данные нововведения выражаются в принятии пакета федеральных законов о недостоверной информации. В состав данного законодательства входят два федеральных закона: Федеральный закон от 18 марта 2019 года № 31-ФЗ «О внесении изменений в ст. 15 Федерального закона “Об информации, информационных технологиях и о защите информации”» [14] и Федеральный закон от 18 марта 2019 г. № 27-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» [15].

В этих нормативных правовых актах дается определение понятию *fake news* или же, согласно российскому законодательству, «недостоверной общественно значимой информации». В соответствии с Федеральным законом от 18 марта 2019 г. № 31-ФЗ «О внесении изменений в ст. 15 Федерального закона “Об информации, информационных технологиях и защите информации”» фейковой новостью является дезинформация, которая создает угрозу причинения вреда жизни или здоровью гражданина, его имуществу, а также угрозу массового нарушения общественного порядка или общественной безопасности либо угрозу создания помех функционированию или угрозу прекращения функционирования объектов жизнеобеспечения, транспортной или социальной

инфраструктуры, кредитных организаций, объектов энергетики, промышленности или связи.

Если говорить об ответственности за распространение фейковых новостей, то она определяется Федеральным законом от 18 марта 2019 г. № 27-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях», а также вышеупомянутым Федеральным законом от 18 марта 2019 г. № 31-ФЗ. В соответствии с ними в случае попадания фейковой новости на какой-либо информационный ресурс она подлежит незамедлительному удалению, в противном случае ресурс, на котором новость подобного вида была опубликована, подлежит незамедлительной блокировке.

Данная система ликвидации фейковых новостей реализуется следующим путем: в случае обнаружения правоохранительными органами Российской Федерации фейковой информации, которая может представлять собой общественную опасность, производится формирование обращения в Роскомнадзор, который наделен функциями ограничения доступа к информационным ресурсам, распространяющим подобную информацию. Роскомнадзор, в свою очередь, формирует обращение к руководству интернет-ресурса, который опубликовал данную новость, с требованием удалить ее с сайта. В случае если редакция данного сайта не удалила ложную информацию, Роскомнадзор на основании ст. 15.3 Федерального закона от 18 марта 2019 г. № 27-ФЗ предпринимает ряд мер по ограничению доступа к сетевому изданию. В обстоятельствах, при которых интернет-издание все же удаляет новость и уведомляет об этом Роскомнадзор, федеральный исполнительный орган после предварительной проведенной проверки осуществляет действия по восстановлению доступа к сетевому изданию.

Нормативные правовые акты также определяют размер административного штрафа за распространение фейковых новостей: от 30 тыс. до 100 тыс. рублей для граждан, от 60 тыс. до 200 тыс. для должностных лиц, от 200 тыс. до 500 тыс. для юридических лиц.

Помимо перечисленного стоит сказать, что, если публичное распространение заведомо ложной общественно значимой информации повлекло за собой тяжкие последствия, ее распространение становится уголовно наказуемым деянием, подпадающим под действие ст. 207.2 и 207.1 Уголовного кодекса Российской Федерации [16].

Изучение фейковых новостей и лучшее понимание алгоритмов их распространения и влияния находятся на пересечении нескольких научных подходов. В целом, механизмы распространения фейковых новостей достаточно просты, потому что опираются на эмоциональный отклик пользователей, их реакцию на

провокационное по содержанию сообщение, способствующую вирусному распространению и основанную на эффекте эмоционального заражения.

Первый подход, позволяющий аналитически работать с фейковой информацией, связан с комплексом теорий новостей. Он позволяет выявлять особые стилевые характеристики сообщений в фейковых новостях, следуя теории информационной манипуляции С. МакКорнака [17], фейковые сообщения отличаются большим размером и чрезмерной детализацией информации.

Второй подход связан с выявлением тех, кто потенциально может быть задействован в размещении, распространении и комментировании заведомо недостоверной информации. Распространение фейковой информации может осуществляться за вознаграждение, Д. Канеман и Е. Тверски [18] называют таких пользователей недобросовестными (*malicious users*). Вместе с тем в распространение фейковой информации очень часто оказываются вовлечены обычные пользователи, которые и не подозревают, что распространяют фейки.

Вовлеченность в процесс распространения фейков может быть проанализирована через применение классической теории влияния М. Дойча и Г. Джералда [19], теории социальной идентичности, подходов, объясняющих механизмы социального влияния, таких как теории эхо в закрытом пространстве К.Х. Джеймсон и Д. Капеллы [20], когда многократное повторение информации значительно увеличивает ее правдоподобность в глазах пользователей, а также теории каскада доступной информации Т. Куран и К. Санштейн [21], когда пользователи верят наиболее популярным мнениям.

Доверие к информации выстраивается и через собственные когнитивные процессы — если информация, по Р. Фишеру [22], в принципе соответствует уже существующим убеждениям, субъективному восприятию и эмоциональному состоянию. Весьма значимым фактором является эксклюзивность новости, формирующая иллюзию асимметричного информационного превосходства пользователя [23].

Ярким примером подобного эффекта являются «новостные» ресурсы, производящие материалы идеологической пропаганды, отредактированные под «авторскую» аналитику и экспертизу [24]. В публикации «Во всем виноваты белые, или что такое “критическая расовая теория”» [25] содержится потрясающее количество фактических ошибок, которые автор-«историк» делает, используя некорректную идентификацию политических, социологических и юридических направлений и движений. Автор данной статьи опубликовал за девять месяцев более

200 материалов, охватывающих темы от европейской исламизации до все той же ковид-дезинформации, а его материалы читают в среднем 10–15 тыс. человек.

Обозначенная многогранность феномена *fake news* в современных практиках сетевой массовой коммуникации в интернет-среде и неоднозначность подходов в интерпретациях, что является фейком, а что оценочным суждением инфлюенсера в своем блоге, актуализируют потребность в правовом регулировании текущего информационного контента в интернет-коммуникациях. В этой связи ясен посыл президента РФ В.В. Путина, который поручил к 1 июля 2022 г. рассмотреть идею о практическом воплощении того, что в этом потоке информации не должны потреблять дети, путем создания реестра токсичного интернет-контента для защиты несовершеннолетних. Это касается и поиска логики выстраивания правового регулирования информационных потоков в сетях современной интернет-среды в целях защиты ее пользователей от недостоверного распространяемого контента. Этот поиск также должен учитывать следующие особенности.

Во-первых, в правовой сфере *fake news* определяется как «недостоверная общественно значимая информация, распространяемая под видом достоверных сообщений и создающая угрозу» обществу. Такой подход сформулирован в ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и подкреплен соответствующими санкциями за распространение фейков в Кодексе РФ об административных правонарушениях (КоАП). Что понимается под угрозой безопасности обществу? Массовое распространение недостоверной общественно значимой информации может создать угрозу причинения вреда жизни или здоровью граждан, а также массового нарушения общественного порядка или безопасности.

В правовых актах, регулирующих текущие информационно-коммуникативные потоки в медийном российском пространстве, содержится запрет на распространение фейков в информационно-телекоммуникационных сетях, для того чтобы противодействовать экстремизму, например призывам в социальных сетях к осуществлению массовых беспорядков в городских пространствах проживания пользователей, и защищать социальную инфраструктуру, обеспечивающую текущую жизнедеятельность населения (например, массовые беспорядки могут нарушить функционирование объектов транспортной и/или социальной инфраструктуры, что может повлиять на жизнь местных жителей).

Примером, когда массовое распространение *fake news* в социальной сети создало угрозу нарушения общественного порядка или безопасности, стала тра-

гедия в марте 2018 г. в Кемерово. Тогда результатами массового вброса недостоверной информации об огромном количестве жертв и о «подтвержденном» числе погибших во время пожара в ТЦ «Зимняя вишня» стали паника среди местных жителей и массовый несогласованный в соответствии с законом выход граждан на протестные митинги, на которых люди требовали у региональных властей раскрыть истинный масштаб случившейся трагедии и наказать виновных. Ситуация в Кемерово тогда резко дестабилизировалась, и только после того, как власти пошли на диалог с активистами и показали им, сколько действительно погибших было в моргах города, протестная активность людей стала спадать.

Во-вторых, кто и как определяет в правовом поле, является тот или иной контент *fake news* или нет? Здесь есть, как мы уже писали выше, ряд нюансов. В современной массовой коммуникации есть технология создания контента путем задействования так называемой полуправды, когда в сообщении много и подробно рассказывается об одних фактах и деталях, а другие при этом замалчиваются. Поэтому, если новость содержит «достаточное» количество достоверного контента и в ней напрямую нет «недостоверной общественно значимой информации», то такую новость сложно признать фейком.

Кроме того, как мы отмечали выше, к фейкам нельзя отнести и оценочные суждения инфлюенсеров в собственных блогах, хотя в них может содержаться недобросовестное информирование подписчиков при трансляции нативной рекламы. Более того, формат той же недобросовестной рекламы может значительно затруднить поиск субъекта, который ее разместил в современной интернет-среде.

Так, при мониторинге мест, куда можно поехать на зимний тур в один из дальневосточных регионов, был обнаружен сайт горнолыжного комплекса, где помимо услуг самого комплекса рекламировались услуги проституток, за что предусмотрена административная ответственность по ст. 6.11 КоАП РФ. Оказалось, что этот сайт фейковый, что стало предметом обсуждения жителей данного региона в социальных сетях и в местных СМИ. Здесь возникает с правовой точки зрения вопрос: кто создал этот фейковый сайт — недобросовестные конкуренты, которые подобным образом пытаются переориентировать клиентский поток; сами владельцы этого горнолыжного комплекса, которые таким образом через нативную рекламу привлекают к себе дополнительное внимание потенциальных потребителей, либо региональное учреждение по туризму, в чьем ведении находится этот комплекс, пропустившее сроки оплаты доменного имени, после чего оно ушло к «пиратам»? В правовом поле

выявить истинного субъекта, который разместил такой фейковый сайт, будет затруднительно.

В-третьих, во многом арбитром в делах по определению в текущем новостном контенте *fake news* должен выступать Роскомнадзор, поэтому в собственном штате он должен иметь опытных медиаюристов, которые могли бы справиться с нынешней инфодемией в ситуации пандемии COVID-19.

Примером успешного досудебного урегулирования спора о возможном фейке одним из региональных подразделений Роскомнадзора стал следующий случай: депутат из оппозиционной партии legislatures на странице в социальной сети опубликовал информацию о том, что врачи в одном из российских регионов уходят в неоплачиваемые отпуска в период обострения пандемии COVID-19. На основе этого поста один из местных новостных онлайн-ресурсов опубликовал свой информационный материал. На другой день от министра регионального здравоохранения поступило разъяснение по ситуации с отпусками врачей, ранее опубликованная статья на этом новостном онлайн-ресурсе была удалена как неактуальная и был опубликован новый материал с комментариями представителей регионального министерства здравоохранения.

По поводу появления первого информационного материала на новостном онлайн-ресурсе поступило заявление о публикации им недостоверной информации в местный Роскомнадзор. Рассмотрев это заявление, Управление Роскомнадзора в регионе прекратило производство по административному делу в отношении главного редактора этого новостного онлайн-ресурса о публикации фейка, мотивировав свое решение тем, что этот новостной онлайн-ресурс добровольно удалил опубликованный фейк и вместо него разместил официальную информацию по возникшему информационному поводу от лица, уполномоченного на предоставление такой информации. Местный Роскомнадзор не нашел в ранее опубликованном на этом новостном онлайн-ресурсе материале ни злого умысла, ни негативных последствий от его размещения, ни даже недостоверности, за что и применяются штрафные санкции и иные правовые воздействия на нарушителя.

В-четвертых, законодательному регулированию медийного контента в современной интернет-среде, в том числе и в вопросе выявления *fake news*, не нужно идти по пути «политической юриспруденции», прежде всего в сфере избирательного права, которое каждый раз сильно меняется перед началом очередного электорального цикла. Прямой запрет на размещение негативной информации о конкуренте в предвыборной борьбе в избирательном законодательстве приводит к увеличению числа случаев выявления фак-

тов «черного» PR, когда негатив на конкурентов не озвучивают сами оппоненты, так как в таком случае они могут быть в правовом поле наказаны, а подготавливаются фейковые материалы от лица якобы оппонентов.

В-пятых, тем не менее виртуальный мир сетевых массовых коммуникаций в интернет-среде расширяется и усложняется, потому требует постоянного правового регулирования. В связи с этим в Атласе новых профессий 3.0, подготовленном Агентством стратегических инициатив в 2020 г., выделяется новая профессия, которая будет очень актуальна в скором будущем — **медиаполицейский** [26]. Он будет поддерживать правовой порядок в меняющейся онлайн-медиасреде. В его функционал будет входить поиск возможных нарушений в актуальной онлайн-медиасреде путем осуществления мониторинга медиаресурсов им самим или при помощи сетевых алгоритмов специальных компьютерных программ. В целом, он сможет отчасти выполнять тот функционал, который сейчас закреплен за Роскомнадзором и Лигой безопасного интернета, имея профессиональный ориентир на медийного правоведа.

#### СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Распопова С.С., Богдан Е.Н. Фейковые новости: Информационная мистификация. М., 2018. С. 5–25.
2. Rusbridger A. News and How to Use It: What to Believe in a Fake News World. Canongate Books, UK. P. 81–85.
3. Van den Bulck H., Hyzen A. Of Lizards and Ideological Entrepreneurs: Alex Jones and Infowards in the Relationship Between Populist Nationalism and the Post-Global Media Ecology // SAGE Journals, 2019. — URL: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1748048519880726>, дата обращения: 27 января 2022 г.
4. Sandy Hook: Alex Jones Liable in Defamation Lawsuit, BBC News. — URL: <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-59298320>, дата обращения: 27 января 2022 г.
5. Davidson J.D. Not One Corpse Has Been Found In the “Mass Grave” of Indigenous Children Canada. — URL: <https://thefederalist.com/2022/01/19/not-one-corpse-has-been-found-in-the-mass-grave-of-indigenous-children-in-canada/>, дата обращения: 27 января 2022 г.
6. Van den Bulck H., Hyzen A. Of Lizards and Ideological Entrepreneurs: Alex Jones and Infowards in the Relationship Between Populist Nationalism and the Post-Global Media Ecology // SAGE Journals, 2019. — URL: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1748048519880726>, дата обращения: 27 января 2022 г.



7. Евгеньева Т.В., Селезнева А.В. Психология массовой политической коммуникации. М.: Изд-во МГУ, 2013. С. 156–164.
8. URL: [https://amantonio.livejournal.com/?utm\\_medium=endless\\_scroll](https://amantonio.livejournal.com/?utm_medium=endless_scroll)
9. URL: <https://t.me/s/bigshocktheory>
10. Бон А. Фейк! Все, что надо знать о пропаганде, фальшивых новостях и теориях заговора. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2020. С. 85–103.
11. Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 01.07.2021) «О средствах массовой информации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.08.2021) // СПС «Консультант плюс».
12. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ // СПС «Консультант плюс».
13. Федеральный закон «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» от 12.06.2002 № 67-ФЗ // СПС «Консультант плюс».
14. Федеральный закон «О внесении изменений в статью 15.3 Федерального закона “Об информации, информационных технологиях и защите информации”» от 18.03.2019 № 31-ФЗ // СПС «Консультант плюс».
15. Федеральный закон «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» от 24.02.2021 № 18-ФЗ // СПС «Консультант плюс».
16. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996. № 63-ФЗ // СПС «Консультант плюс».
17. McCornack S.A., Morrison K., Paik J. e.a. Information manipulation theory: A propositional theory of deceptive discourse production // *Journal of Language and Social Psychology*. 2014. № 33. P. 348–377.
18. Kahneman D., Tversky A. Prospect theory: An analysis of decision under risk: Handbook of the fundamentals of financial decision making: Part I. World Scientific. 2013. P. 99–127.
19. Deutsch M., Gerard H.B. A study of normative and informational social influences upon individual judgment // *The journal of abnormal and social psychology*. 1955. № 51. P. 629.
20. Jamieson K.H., Cappella J.N. Echo chamber: Rush Limbaugh and the conservative media establishment. Oxford: Oxford University Press, 2008.
21. Kuran T., Sunstein C.R. Availability cascades and risk regulation // *Stanford Law Review*. 1999. P. 683–768.
22. Fisher R.J. Social desirability bias and the validity of indirect questioning // *Journal of consumer research*. 1993. № 20. P. 303–315.
23. Pronin E., Kruger J., Savitsky K., Ross L. You don't know me, but I know you: The illusion of asymmetric insight // *Journal of Personality and Social Psychology*. 2001. № 81. P. 639.
24. URL: <https://www.ridus.ru>
25. Домущий С. Во всем виноваты белые, или что такое «критическая расовая теория». — URL: <https://www.ridus.ru/news/358233>
26. Атлас новых профессий 3.0 / Под ред. Д. Варламовой, Д. Судакова. М.: Альпина Паблицер, 2020. С. 75.

## REFERENCES

1. Raspopova S.S., Bogdan E.N. Feikovyе novosti: Infomatsionnaya mistifikatsiya. M., 2018. S. 5–25.
2. Rusbridger A. News and How to Use It: What to Believe in a Fake News World. Edinburgh: Canongate Books, UK. P. 81–85.
3. Van den Bulck H., Hyzen A. Of Lizards and Ideological Entrepreneurs: Alex Jones and Infowards in the Relationship Between Populist Nationalism and the Post-Global Media Ecology // *SAGE Journals*, 2019. — URL: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1748048519880726>, дата обращения: 27 января 2022 г.
4. Sandy Hook: Alex Jones Liable in Defamation Lawsuit, BBC News. — URL: <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-59298320>, дата обращения: 27 января 2022 г.
5. Davidson J.D. Not One Corpse Has Been Found In the “Mass Grave of Indigenous Children In Canada”. — URL: <https://thefederalist.com/2022/01/19/not-one-corpse-has-been-found-in-the-mass-grave-of-indigenous-children-in-canada/>, дата обращения: 27 января 2022 г.
6. Van den Bulck H., Hyzen A. Of Lizards and Ideological Entrepreneurs: Alex Jones and Infowards in the Relationship Between Populist Nationalism and the Post-Global Media Ecology // *SAGE Journals*. 2019. — URL: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1748048519880726>, дата обращения: 27 января 2022 г.
7. Evgenieva T.V., Selezneva A.V. Psikhologiya massovoy politicheskoy kommunikatsii. M.: MSU, 2013. S. 156–164.
8. URL: [https://amantonio.livejournal.com/?utm\\_medium=endless\\_scroll](https://amantonio.livejournal.com/?utm_medium=endless_scroll)
9. URL: <https://t.me/s/bigshocktheory>
10. Bon A. Fake! Vse, chto nado znat' o propagande, fal'shivyykh novostyakh i teoriyakh zagovora. M.: Mann, Ivanov and Ferber Publishing, 2020. С. 85–103.
11. Zakon RF ot 27.12.1991 No 2124-1 (red. ot 01.07.2021) “O sredstvakh massovoy informatsii” (s izm. i dop., vstup. v silu s 01.08.2021) // SPS “Konsultant plus”.
12. Federal'nyy zakon “O reklame” ot 13.03.2006 No 38-FZ // SPS “Konsultant plus”.

13. Federal'nyy zakon "Ob osnovnykh garantiyakh izbiratel'nykh prav i prava na uchastiye v referendumе grazhdan Rossiyskoy Federatsii" ot 12.06.2002 No 67-FZ // SPS "Konsultant plus".
14. Federal'nyy zakon "O vnesenii izmeneniy v stat'yu 15.3 Federal'nogo zakona "Ob informatsii, informatsionnykh tekhnologiyakh i zashchite informatsii" ot 18.03.2019 No 31-FZ // SPS "Konsultant plus".
15. Federal'nyy zakon "O vnesenii izmeneniy v Kodeks Rossiyskoy Federatsii ob administrativnykh pravonarusheniyakh" ot 24.02.2021 No 18-FZ // SPS "Konsultant plus".
16. Ugolovnyy kodeks Rossiyskoy Federatsii ot 13.06.1996 No 63-ФЗ // SPS "Konsultant plus".
17. McCornack S.A., Morrison K., Paik J.E. e.a. Information manipulation theory: A propositional theory of deceptive discourse production // *Journal of Language and Social Psychology*. 2014. № 33. P. 348–377.
18. Kahneman D., Tversky A. Prospect theory: An analysis of decision under risk / *Handbook of the fundamentals of financial decision making: Part I*. World Scientific. 2013. P. 99–127.
19. Deutsch M., Gerard H.B. A study of normative and informational social influences upon individual judgment // *The journal of abnormal and social psychology*. 1955. № 51. P. 629.
20. Jamieson K.H., Cappella J.N. Echo chamber: Rush Limbaugh and the conservative media establishment. Oxford: Oxford University Press, 2008.
21. Kuran T., Sunstein C.R. Availability cascades and risk regulation // *Stanford Law Review*. 1999. P. 683–768.
22. Fisher R.J. Social desirability bias and the validity of indirect questioning // *Journal of consumer research*. 1993. № 20. P. 303–315.
23. Pronin E., Kruger J., Savtisky K., Ross L. You don't know me, but I know you: The illusion of asymmetric insight // *Journal of Personality and Social Psychology*. 2001. № 81. P. 639.
24. URL <https://www.ridus.ru>
24. Domuschy S. Vo vsem vinovaty belye», ili chto takoe "kriticheskaya rassovaya teoriya". — URL: <https://www.ridus.ru/news/358233>
26. Atlas novykh professiy 3.0 / Ed. D. Varlamova, D. Sudakova M.: Alpina Publisher, 2020. P. 75.