

Э.Г. ЧУРЛЕЙ, Т.В. КУЗЬМЕНКО, Т.С. БАЛАКИРЕВА

ОТНОШЕНИЕ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ К ПОДДЕЛЬНЫМ НОВОСТЯМ: СОЦИАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

*Агентство маркетинговых исследований и социологической экспертизы
«Социоэксперт»
ул. Гурского, 46 оф. 313/1-10, 220052, г. Минск, Беларусь*

Поступила в редакцию

Аннотация. В статье рассматривается проблема восприятия недостоверной информации в средствах массовой информации и коммуникации как один из социальных аспектов информационной безопасности. На основе результатов социологического исследования анализируется отношение студенческой молодежи г. Минска к поддельным новостям. Выявлена несформированность моделей безопасного информационного поведения студентов в отношении ложных новостей.

Ключевые слова: информационная безопасность, информационное поведение, поддельные новости, молодежь, интернет-пространство, социальные сети.

Abstract. The article considers the problem of perceiving false information in the media and communication as one of the social aspects of information security. On the basis of the results of the sociological study, the attitude of the student youth of Minsk towards fake news is analyzed. The lack of formation of models of safe informational behavior among students in relation to false news is revealed.

Keywords: information security, information behavior, fake news, youth, online space, social networks.

Doklady BGUIR. 201*, Vol. *, No. *, pp. **-****

Students Attitudes Towards Fake News: Social Aspects of Information Security

E. Churlei, T. Kuzmenko, T. Balakireva

Введение

В условиях развития информационного общества одним из важнейших факторов его нормального функционирования становится информационная безопасность. Данная категория традиционно используется в контексте защиты данных и обеспечения их доступности, конфиденциальности и целостности [1, с. 36], оставляя за скобками социальный аспект: отношения между социальными субъектами в процессе генерирования, использования, обмена и защиты информации. Вместе с тем,

особую остроту сегодня приобретают вопросы социального плана, среди которых соблюдение прав и свобод в информационной сфере, обеспечение социально-психологической безопасности пользователей информации, создание в стремительно развивающейся информационной среде условий для духовного, интеллектуального и профессионального развития, ее влияние на формирование мировоззрения и многие другие.

Анализ социальных аспектов информационной безопасности не представляется возможным без исследования молодежной аудитории. С одной стороны, именно молодежь определяет потенциал, направления и тенденции развития общества и, в конечном счете, его будущее. А с другой, это особая социальная группа, которая является наиболее уязвимой с точки зрения социальной и информационной безопасности. Ее незащищенность обусловлена сложностью процесса социализации и необходимостью адаптироваться в условиях постоянных социальных изменений, которые часто носят непредсказуемый характер и порождают новые социальные опасности и угрозы.

Молодые люди в большей степени включены в огромное число информационных потоков, современные средства массовой коммуникации уже стали для них естественной средой обитания. В то же время, освоение новой как для себя, так и для общества в целом цифровой, медиатизированной реальности часто происходит спонтанно, без помощи «взрослых». В такой ситуации в роли ориентиров и образцов для подражания выступают медиаперсоны, блогеры, набравшие популярность с помощью СМИ персонажи.

Неограниченность интернет-пространства, нивелирование географических границ и возможность генерировать собственный информационный контент (быть ньюсмейкером, блогером, комментатором), в значительной степени способствуют виртуализации многих жизненных процессов и функций, трансформации и появлению целых отраслей человеческой деятельности: электронная торговля, онлайн-образование и т.п. Плюсы от расширения возможностей, удобства, минимизации временных издержек и трудовых усилий, обусловленных этими процессами, бесспорны. Но они же несут в себе риски замещения реальных социальных связей виртуальными, когда интернет формирует новую информационно-коммуникативную среду, подменяющую социокультурное пространство и заменяющую молодым людям жизненный опыт. Нередко это приводит к интернет-зависимости.

Серьезную угрозу представляет утечка личной информации: персональных данных, документов, личной переписки, фотографий. Похищенная конфиденциальная информация может быть использована против личности

Возможности, предоставляемые современными технологиями для селекции контента каждым пользователем «для себя», по своим вкусам, запросам и интересам: персонализированные новостные ленты и результаты поиска в поисковых системах, сформированные с учетом предыдущих запросов подборки общественно-политической, культурной и развлекательной информации, музыкальные плейлисты и т.п., способствуют формированию относительно изолированных «информационных капсул» («пузыри фильтров», «пузыри интересов» [2]), из-за которых общая, объективная картина мира представляется сложнообозримой. Распространение информационно-коммуникационных технологий для манипулирования общественным сознанием усугубляет ситуацию, в результате которой формирование самостоятельных, независимых суждений и рационального, осознанного поведения представляется крайне затруднительным, а молодые люди становятся объектом манипуляции.

Одним из инструментов манипулирования общественным сознанием все чаще становятся поддельные новости (фальшивые новости, fake news). Это специально придуманная ложная информация, которая нередко создает угрозу для безопасности [3, с. 48]. Проблему фальшивых новостей пытаются решить многие страны на законодательном уровне. В октябре 2019 года административный штраф за распространение фейковых новостей впервые назначен в России. Приобретая серьезные масштабы, данный феномен требует изучения не только в правовом, но и в социальном аспекте: с точки зрения восприятия, доверия, последствий.

Методика исследования

Агентством маркетинговых исследований и социологической экспертизы «Социоэксперт» было проведено социологическое исследование, включающее две волны опроса: 2017 г. и 2019 г. Целью исследования явилось изучение доверия молодежи к различным информационным источникам, распространенность фейковой информации и умение ее распознать.

Первая волна проводилась среди молодежи Республики Беларусь 1995–2005 гг. рождения (всего было опрошено 860 человек, выборка репрезентативна, ее пропорции соответствуют основным социально-демографическим показателям населения республики). Сбор информации осуществлялся методом анкетного опроса и включал комбинирование онлайн-опроса выбранных в случайном порядке пользователей в возрасте 12-22 лет и раздаточного анкетного опроса по месту учебы и проведения досуга молодых людей. Вторая волна исследования прошла в мае-июне 2019 года в формате международного сравнительного опроса студентов ведущих высших учебных заведений Беларуси (г. Минск) и Польши (кафедра маркетинга Высшей Банковской Школы (WSB), г. Гданьск). Обращение к студенческой молодежи обусловлено, главным образом, тем, что студенчество выступает наиболее активной и прогрессивной молодежной группой, задающей основные поведенческие тренды в самых разных сферах: культура, образование, потребление, мода и др. А поскольку работа с информацией является основной частью жизнедеятельности студентов, обеспечение информационной безопасности в данной социальной группе приобретает особую остроту и актуальность.

В рамках второй волны в Минске опрошено 255 студентов высших учебных заведений по многоступенчатой квотной выборке с учетом распределения основных социально-демографических характеристик в данной социальной группе и профиля учебного заведения. Метод сбора информации – анкетный опрос. Для обеспечения триангуляции данных и валидности результатов использовалось комбинирование онлайн-опроса и раздаточного анкетного опроса (на бумажном носителе), в ходе которых были получены сопоставимые данные. Апробированная в ходе первой волны исследования и доработанная с учетом полученных результатов и требований к международным сравнительным исследованиям методика опроса включает систему показателей, направленных на выявление особенностей информационного поведения студенческой молодежи, уровня доверия к различным источникам информации, отношение к поддельным новостям и моделей поведения при столкновении с ними.

Полученные результаты

Данные опроса показывают, что основным фактором формирования информационно-коммуникативной среды для «поколения Z» выступает сеть Интернет, для студенческой молодежи характерна тотальная виртуализация свободного времени и досуга: 80% проводят свободное время в сети Интернет. Большинство (70,2%)

ежедневно посвящают интернету более 4 часов, каждый четвертый (26,7%) – от 2 до 4 часов и лишь небольшая часть (3,1%) – менее 2 часов. В абсолютном большинстве случаев для этих целей используется смартфон (99,2%), реже – ноутбук (72,5%) и стационарный компьютер (24,3%). Смартфон оказался лидером среди вещей, без которых молодые люди не могут обойтись в повседневной жизни: 53% респондентов указали его при ответе на открытый вопрос.

Интернет-практики охватывают самые разные сферы деятельности: 87,1% опрошенных чаще всего используют возможности Всемирной паутины для посещения социальных сетей, 76,5% – для прослушивания музыки, 74,1% – для просмотра фильмов и программ, 58,8% – для поиска новостей, 34,5% – для просмотра фотографий, столько же (34,5%) – для чтения книг и обучения, 15,7% – для совершения покупок и онлайн-платежей, 7,5% ведут собственный блог или видеоблог, 2,7% работают в интернете, еще 3,6% указали среди наиболее частых занятий в сети игры и саморазвитие. Спектр интересующей тематики также довольно разнообразен (рисунок 1).

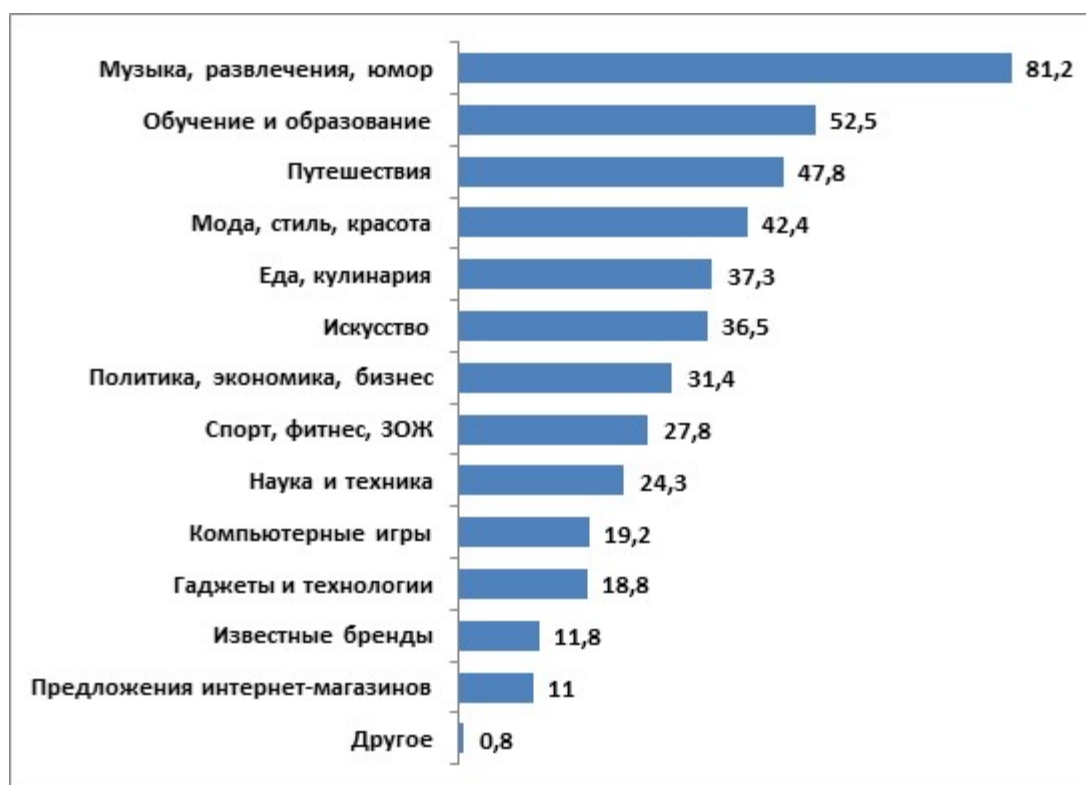


Рисунок 1. Распределение ответов на вопрос: «Какие темы чаще всего интересуют Вас в интернете?», в % (сумма процентов больше 100, т.к. респондент мог дать несколько вариантов ответа)

Данные опроса показывают, что абсолютное большинство студентов пользуются социальными сетями, причем 96,9% – несколькими, 2,7% – только одной. В рейтинге наиболее часто используемых социальных сетей и мессенджеров топовые позиции занимают ВКонтакте, Instagram и YouTube (рисунок 2). Значимости большинства сетей значительно ниже, лидером является сеть ВКонтакте: она отмечена большинством респондентов и как часто используемая, и как наиболее важная, разница между числом ответов на эти два вопроса оказалась наименьшей.

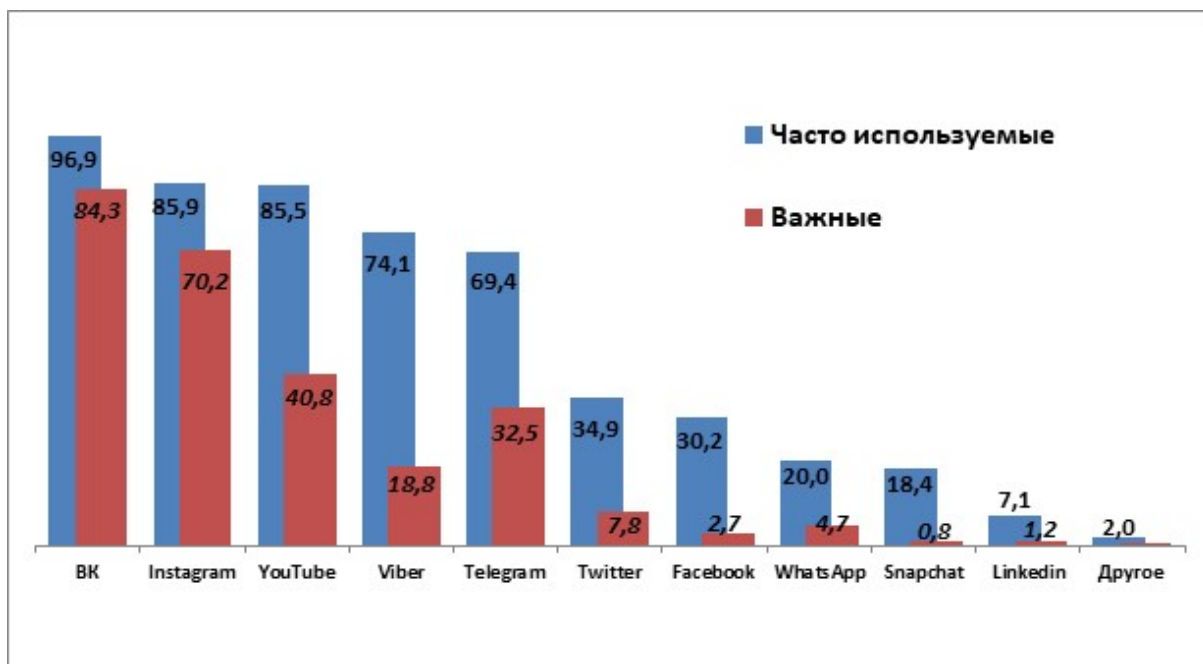


Рисунок 2. Распределения ответов на вопросы: «Какими социальными сетями, мессенджерами Вы пользуетесь?» и «Какие социальные сети, мессенджеры для Вас наиболее важны?», в % (сумма процентов больше 100, т.к. респондент мог дать несколько вариантов ответа)

Несмотря на то, что социальные сети для студенчества являются «естественной средой обитания», уровень доверия к ним невелик. Только 5,9% опрошенных дали максимальную оценку достоверности этого источника информации, еще четверть данный показатель на 4 балла, в то время как, треть респондентов поставили минимальные оценки (рисунок 3). Достоверность информационных порталов, согласно ответам, оказалась несколько выше: соотношение полученных максимальных и минимальных оценок составляет 2,1 (для социальных сетей – 0,8).

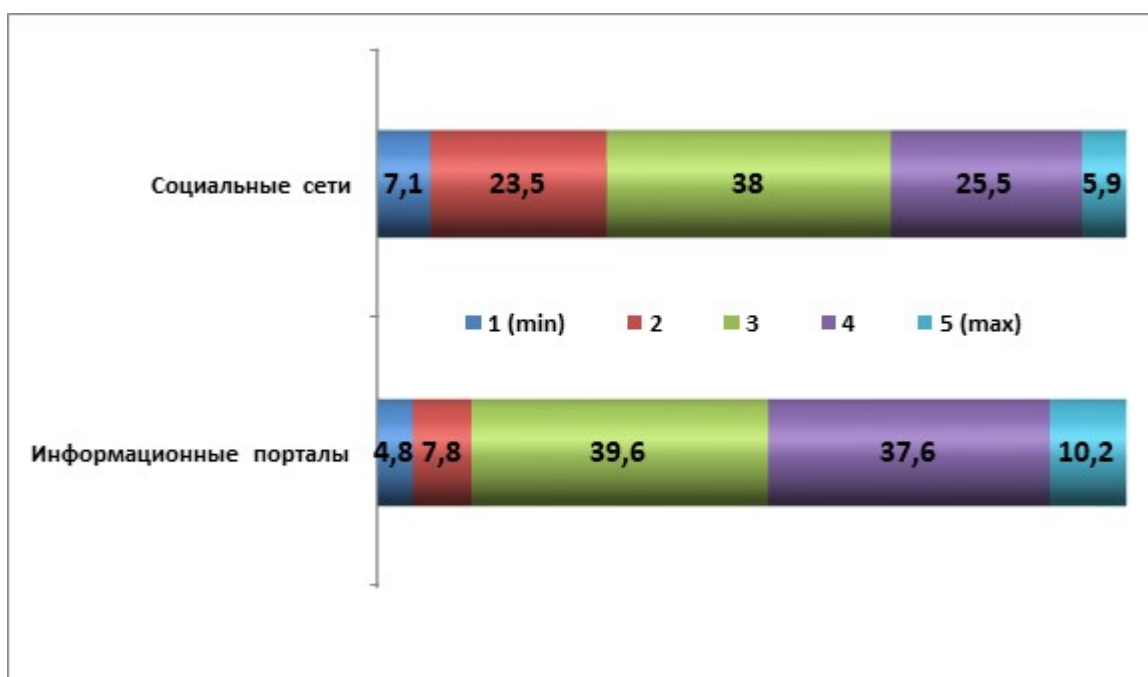


Рисунок 3. Оценка достоверности источников информации: социальных сетей и информационных порталов по 5-балльной шкале, в %

Говоря о достоверности информации в средствах массовой информации и коммуникации, большинство столичных студентов признают, что создание и появление поддельных новостей является социальной проблемой: 31% полностью согласны с данным утверждением, еще 38% – скорее согласны. По мнению молодых людей, поддельные новости можно встретить в любой сфере, однако в большей степени они присущи информации о жизни знаменитостей и светской хронике (74,1%) и политике (72,5%), реже – таким сферам как экономика (38,8%), здоровье и медицина (26,3%), наука (12,9%) и культура (11%). На вопрос: «С какими целями создаются поддельные новости?», чаще всего указывались: разрекламировать, «раскрутить» что-то (68,6%), получение финансовых выгод (53,3%), подрыв доверия к организации (51,4%) или к конкретному человеку (48,2%), стремление выделиться или обратить на себя внимание (31,4%). Создание поддельных новостей, по мнению большинства (67,1%), должно наказываться.

О значимости проблемы свидетельствует и тот факт, что абсолютное большинство респондентов лично сталкивались с недостоверной информацией или поддельными новостями: 31,3% часто сталкиваются с подобным явлением, 51% – иногда, 14,1% – редко, и лишь 3,5% никогда не встречались с поддельными новостями. Более того, половина студентов (47,6%) отметили, что делились поддельными новостями с другими людьми, чаще всего неосознанно (41,9%). Пятая часть опрошенных признает, что плохо отличает поддельные новости от реальной информации (19,6% редко отличают, 2% никогда не могут отличить). При этом свои собственные способности к фактчекингу студенты оценивают значительно выше по сравнению с другими пользователями интернета (рисунок 4).

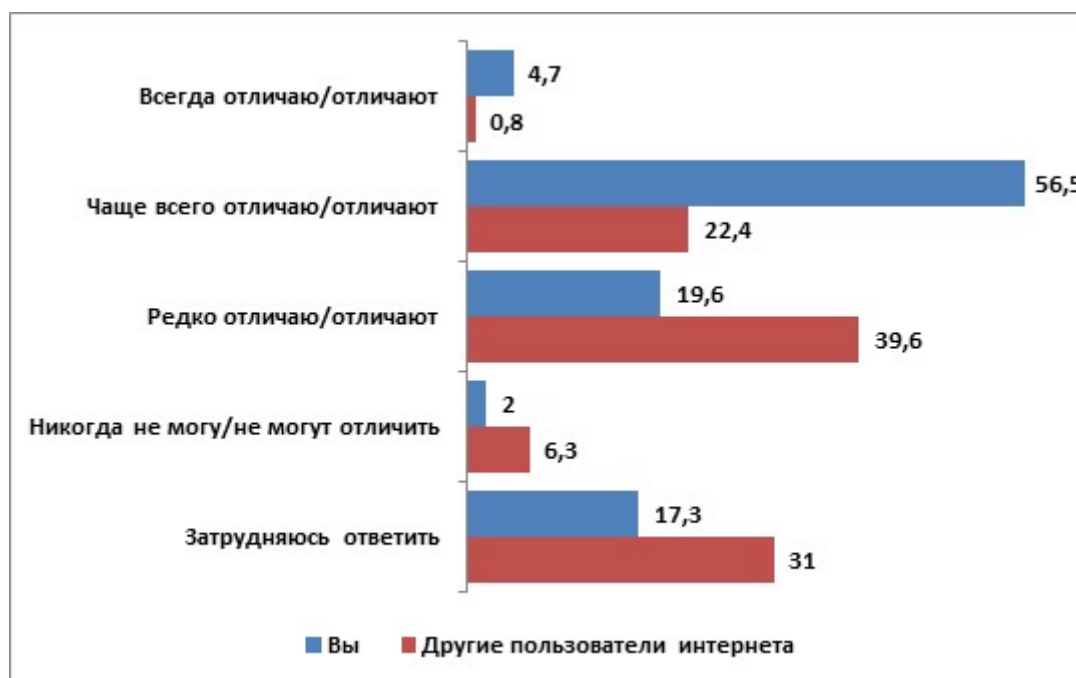


Рисунок 4. Распределения ответов на вопросы: «Отличаете ли Вы поддельные новости от реальной информации?» и «Как Вы считаете, другие пользователи интернета отличают поддельные новости от реальной информации в интернете?», в %

Несмотря на то, что создание и распространение поддельных новостей осознается представителями студенческой молодежи как социальная проблема, большинство осведомлены о ней и лично сталкивались с теми или иными ее проявлениями, поведенческие модели респондентов нельзя охарактеризовать как безопасные. Более половины не проверяют достоверность информации в средствах массовой информации: 45,9% делают это редко, а 8,5% – никогда (часто – 37%, всегда – 8,5%). Основным критерием при оценке достоверности информации выступают собственные знания и опыт (74,9%), гораздо реже – информация от известных представителей средств массовой информации: профессиональных журналистов (48,2%). Значительная часть опрошенных при проверке информации руководствуется суждениями друзей и знакомых (25,5%), мнением известных блогеров (11,8%).

На открытый вопрос: «Знаете ли Вы какие-либо способы, инструменты проверки достоверности информации?» смогли ответить только четверть респондентов (23,9%). Наиболее распространенный ответ – «сверяться с разными источниками» в различных вариациях: «поиск информации на разных ресурсах», «обращаться к первоисточникам», «брать несколько новостных порталов, сравнивать одну новость и смотреть детали и недочеты», «загуглить» и т.п.

Поведенческие реакции при столкновении с поддельными новостями также не отличаются разнообразием и безопасностью. Половина опрошенных (51,4%) ничего не предпринимает в подобных ситуациях. Треть респондентов (36,1%) стараются меньше обращаться к средствам массовой информации, а 8,6% и вовсе перестают ими пользоваться. Ограничивают использование социальных сетей 6,3%, еще 3,1% удаляют из соцсетей свои аккаунты. Среди других единичных ответов были получены альтернативные варианты реагирования на подобную ситуацию: «жалуюсь если есть возможность», «делаю выводы относительно того ресурса который эту информацию предоставил», «рассказываю друзьям о том что это ложь», «возмущаюсь в кругу единомышленников».

Заключение

Полученные результаты показали, что, на фоне тотальной включенности студенческой молодежи в интернет и социальные сети большинство из них признают создание поддельных новостей в качестве социальной проблемы и лично сталкивались с теми или иными ее проявлениями. Вместе с тем, восприятие проблемы недостоверной информации носит довольно поверхностный и отстраненный характер. Студенты демонстрируют довольно «беспечное» поведение в отношении потребления информации и не проверяют либо редко проверяют достоверность данных. С одной стороны, проблема ложных новостей в средствах массовой информации не осознается как лично значимая, а ее риски и последствия не переносятся на свои жизненные ситуации. С другой стороны, фиксируется низкий уровень осведомленности о возможностях, способах и инструментах проверки информации в студенческой среде. В этом плане основными приоритетами в направлении формирования «безопасных» моделей поведения молодежи в сфере потребления информации выступают развитие критического мышления, информационной компетентности и медиакомпетентности как способности ориентироваться в информационных потоках, освоение норм информационной культуры.

Список литературы

1. Грошева, Е.К. Информационная безопасность: современные реалии / Е.К. Грошева, П.И. Невмержицкий // Бизнес-образование в экономике знаний. – 2017. – № 3. – С. 35-38.
2. Тестов, Д.Ф. Алгоритмический перспективизм News feed // Полилог/Polylogos. 2018. Т. 2. № 3 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://polylog.jes.su/s258770110000057-4-1/> (Дата обращения: 20.11.2019).
3. Распопова, С.С. Фейковые новости: природа происхождения / С.С. Распопова, Е.Н. Богдан // Вестник Челябинского государственного университета. Филологические науки. Вып. 109. – 2017. – № 11 (407). – С. 48-53.

References

19. Grosheva, E.K. Informacionnaya bezopasnost': sovremennye realii / E.K. Grosheva, P.I. Nevmerzhickij // Biznes-obrazovanie v ekonomike znaniy. – 2017. – № 3. – S. 35-38.
20. Testov, D.F. Algoritmicheskij perspektivizm News feed // Polilog/Polylogos. 2018. T. 2. № 3 [Elektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <https://polylog.jes.su/s258770110000057-4-1/> (Data obrashcheniya: 20.11.2019).
21. Raspopova, S.S. Fejkovye novosti: priroda proiskhozhdeniya / S.S. Raspopova, E.N. Bogdan // Vestnik CHelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologicheskie nauki. Vyp. 109. – 2017. – № 11 (407). – S. 48-53.

Сведения об авторах

Чурлей Эдуард Генрихович, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры международного менеджмента Белорусского государственного университета.

Кузьменко Татьяна Викторовна, кандидат социологических наук, директор ООО «Агентство маркетинговых исследований и социологической экспертизы «Социоэксперт»».

Балакирева Татьяна Семеновна, руководитель опросной сети ООО «Агентство маркетинговых исследований и социологической экспертизы «Социоэксперт»».

Адрес для корреспонденции

220052, Республика Беларусь,
г. Минск, ул. Гурского, 46, оф. 313/1-10,
ООО «Агентство маркетинговых исследований и социологической экспертизы «Социоэксперт»»
тел. номер +375293613227;

Information about the authors

Churlei Eduard, PhD (economics), docent; docent at the Department of international management, Faculty of economics, Belarusian State University.

Kuzmenko Tatiana, PhD (sociology), Director of the Agency of marketing researches and sociological expertise «Socioexpert».

Balakireva Tatiana, Head of the Surveys Department of the Agency of marketing researches and sociological expertise «Socioexpert».

Address for correspondence

220052, Republic of Belarus,
Minsk, Gurskogo str, 46-313/1,
The Agency of marketing researches and sociological expertise «Socioexpert»
tel. +375293613227;
e-mail: info@socioexpert.by

А.Ю. ЯЦКЕВИЧ, И.Г. ШУПЕЙКО

**МОДЕЛИ НЕСЧАСТНЫХ СЛУЧАЕВ КАК КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ
ОСНОВА МОНИТОРИНГА БЕЗОПАСНОСТИ
СОЦИОТЕХНИЧЕСКИХ СИСТЕМ**

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
П. Бровки, 6, Минск, 220013, Беларусь*

Поступила в редакцию

Аннотация. В данной статье представлен краткий обзор моделей возникновения несчастных случаев. Обосновано преимущество модели гомеостаза риска. Описаны параметры для мониторинга безопасности, соответствующие каждой модели.

Ключевые слова: модель возникновения несчастных случаев, мониторинг факторов безопасности.

Abstract. This article provides a brief overview of accident causation models. The advantage of the risk homeostasis model is grounded. The parameters for safety monitoring corresponding to each model are described.

Keywords: accident causation model, safety factors monitoring.

Doklady BGUIR. 201*, Vol. *, No. *, pp. **-****

Accident causation models as a conceptual basis for monitoring of sociotechnical systems' safety

Yatskevich A.Y., Shupeyko I.G.

Введение

При рассмотрении значения мониторинга для обеспечения безопасности и снижения рисков при использовании различных технических устройств, как правило, прежде всего обращаются к оценке состояния агрегатов, конструкций, оборудования и т.п. Например, многие нормативно-технические документы трактуют мониторинг как «систематическое наблюдение за состоянием объектов, явлений, процессов» [1], анализ и оценку характеристик конструкций и технических устройств [2] и т.п. При этом не принимается во внимание, что любая машина, любое техническое устройство управляется и обслуживается человеком и ее необходимо рассматривать как компонент социотехнической системы. Между тем любая социотехническая система в качестве неотъемлемого и даже центрального элемента включает человека, деятельность которого оказывает существенное влияние на эффективность и безопасность функционирования системы в целом. Поэтому мониторинг как составляющая систем безопасности и снижения рисков в обязательном порядке должен включать наблюдение, измерение и контроль, т.е. оценку «параметров» человека. Однако это - не простая задача. Человек обладает множеством характеристик, и измерять их все невозможно и нецелесообразно. Аргументировано же ответить на вопрос какие именно