

УДК 324
DOI: 10.18101/978-5-9793-1682-6-144-146

ПОЛИТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПРОИЗВОДСТВА ФЕЙКОВ ОБ ИЗБИРАТЕЛЬНЫХ КАМПАНИЯХ НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

© **Лакомкин Вадим Сергеевич**

магистрант,
Российский университет дружбы народов
Россия, 117198, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6
vs.lakomkin@gmail.com

Аннотация. В статье рассматривается феномен производства и распространения фейковых новостей о выборах в рамках региональных избирательных кампаний. Фейки производятся воспроизводятся как на губернаторских (выборы глав регионов), так и на региональных парламентских выборах. Более того, они могут создаваться и на праймериз политических партий. Отметим, что фейки могут производиться как профессиональными политическими технологами и журналистами, так и кустарно. Многие фейки сопряжены с технологиями чёрного пиара. Изредка фейковые новости на уровне регионов могут создаваться самими политическими акторами региона о самих себе, чаще же они создаются о конкурирующими политическими силами в регионе, реже политическими акторами имеющим не относящимся к этому региону. Политические фейки и их производства нуждаются в дальнейшем изучении, особенно на уровне регионов Российской Федерации.

Ключевые слова: фейковые новости, регионы России, избирательные кампании, субъекты Российской Федерации.

На современном этапе фейковые новости становятся неотъемлемой частью не только федеральной, но и региональной повестки. Они распространяются как в отношении лояльных к правящим региональным элитам, так и в отношении оппозиционных кандидатов. Чаще всего они начинают тиражироваться в социальных сетях, могут быть использованы локальные группы в мессенджерах. Реже используются локальные газеты, порой это бывают одноразовые печатные издания без регистрации специально создаваемые для «вброса» информации. Фейковые новости могут распространяться на всём протяжении прохождения избирательных кампаний. География регионального распространения фейковых новостей о кандидатах на региональных же выборах весьма обширна от города федерального значения Москва до регионов Дальневосточного федерального округа.

Фейки на выборах рассматриваются политологами как чёрная или «серая» сторона пиара, а не как отдельная технология, что является несколько устаревшей позицией. Иногда фейки на выборах рассматриваются как часть политической культуры региона, к примеру, традиционное для некоторых регионов создание неправдивых новостей о кандидатах в губернаторы, к примеру, часто упоминаемый в этой связи Хабаровский

край. Отметим также, что региональные кампании часто не имеют создание фейковых новостей своей ключевой особенностью [1].

Можно проследить влияние фейковых информационных вбросов о выборах на общественную и политическую жизнь россиян и в целом Российской Федерации в региональном разрезе, однако сразу оговоримся, что чаще всего из-за объективной нелепости фейков, не пригодности их для не критического восприятия основной долей электората они редко оказывают серьёзный эффект на выше обозначенную сферу жизни российского общества собственно на региональную жизнь.

В первую очередь большое количество фейков направлены на молодую аудиторию, отметим, что это заметно как по стилистике, так и по средствам распространения подобного контента. Однако на аполитичную молодёжь такой контент не оказывает влияния, а на уже политически социализированную молодёжь такой контент может оказать лишь незначительное влияние, поскольку они уже имеют ту или иную систему убеждений, которую трудно пошатнуть, к примеру, одним фейковым видео. Однако определённый процент удачного влияния всё же существует и чаще всего встречается у радикально протестной настроенной молодёжи, хотя скудность сюжетов и типичность таких видео (реже иного формата) материалов вызывает привыкание и отторжение даже у этой молодёжной подгруппы. Наиболее уязвимы в этом вопросе лица, только начинающие политическую социализацию, дети 14 лет (в редких случаях от 12 лет) до 18–20 лет (предельно верхней границей можно считать возраст 21–23 лет). Если рассматривать другие возрастные категории, то можно сказать, что они менее уязвимы к такого рода информационным провокациям.

Таким образом, борьба с фейками [2] и их распространением и тиражированием представляется чрезвычайно важной задачей для гражданского общества, политических партий и даже государства. Соблюдение «информационной гигиены» и критический анализ источников поступления информации о политике поможет правильному становлению политической картины мира и политической социализации подростков и молодёжи, особенно это касается проблем развития региональных элит и вхождения в них.

Если рассматривать иные критерии влияния фейковых новостей на граждан, то прежде всего стоит выделить вопрос влияния фейков на представителей колеблющихся групп электората или просто неопределившихся избирателей. Создатели фейковых новостей стараются распространять наиболее грубые и противоречивые (но привлекающие) работы. Однако, как можно посмотреть по результатам выборов, такой тренд не подтверждается или имеет статистически незначительный эффект. Описанная выше технология может применяться на выборах глав субъектов и выборах депутатов Государственной Думы по одномандатным округам (т.е. чаще всего совпадает с конкретными региональными границами).

Таким образом, индустрия фейковых новостей о выборах находится в весьма развитом состоянии. Более того, фейковые новости становятся индустрией, рассчитанной на своего зрителя/получателя. Заказчиками могут

выступать как внешние, так и внутренние политические силы, рассчитывающие получить выгоду в виде особых электоральных преимуществ. Фейки распространяются в сети Интернет, реже в печатных изданиях. Основными каналами являются социальные сети, иногда используются специально созданные сайты, иногда материал помещается на страницах давно зарегистрированных СМИ. Фейки распространяются на всём протяжении избирательной кампании с точками максимального распространения: этап регистрации кандидатов, период незадолго перед голосованием, этап голосования и этап подсчёта голосов. Есть фейки, которые могут распространяться задолго до избирательной кампании, а также на всём протяжении избирательных кампаний.

Литература

1. Арутюнов А. Г. Особенности региональных выборов в современной России (по материалам пяти субъектов Российской Федерации) // Власть. 2021. Т. 29, № 3. С. 99–103.
2. Сметкина О. М., Карапетян Д. А. Методы выявления и способы защиты от распространения фейковой информации // Цифровая конвергенция в экономике и управлении: сборник научных трудов / под редакцией В. В. Трофимова, В. Ф. Минакова. Санкт-Петербург: Изд-во Санкт-Петербург. гос. экон. ун-та, 2020. С. 91–98.

POLITICAL FEATURES OF THE PRODUCTION OF FAKES ABOUT ELECTION CAMPAIGNS AT THE REGIONAL LEVEL

Lakomkin Vadim Sergeevich

Master's student

Peoples' Friendship University of Russia

Russia, 117198, Moscow, Miklukho-Maklaya str., 6

vs.lakomkin@gmail.com

Abstract. The article examines the phenomenon of the production and distribution of fake news about elections in the framework of regional election campaigns. Fakes are produced and reproduced both at gubernatorial (elections of heads of regions) and regional parliamentary elections. Moreover, they can be created at the primaries of political parties. Note that fakes can be produced both by professional political technologists and journalists, and artisanal. Many fakes are associated with black PR technologies. Occasionally, fake news at the regional level can be created by the political actors of the region themselves about themselves, more often they are created about competing political forces in the region, less often by political actors who are not related to this region. Political fakes and their production need further study, especially at the level of the regions of the Russian Federation.

Keywords: fake news, regions of Russia, election campaigns, subjects of the Russian Federation.