

ВОРОНЕЖСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ  
АКАДЕМИЯ НАУК  
РЕГИОНАЛЬНОЙ ПЕЧАТИ РОССИИ

**Современные  
массмедиа  
в условиях  
информационного  
противостояния**

Сборник научных материалов

Воронеж 2022

**УДК 82-92**  
**ББК 83**  
**С56**

Печатается по решению Ученого совета  
факультета журналистики ВГУ

Составитель:  
доктор филологических наук В. В. Тулупов

**С56** Современные массмедиа в условиях информационного противостояния. – Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2022. –39 с.

В сборнике представлены научные материалы журналистской секции «Современные массмедиа в условиях информационного противостояния» Митрофаньевских чтений, проходящих в рамках XXXI Международных Рождественских образовательных чтений «Глобальные вызовы современности и духовный выбор человека»

**УДК 82-92**  
**ББК 83**

© **Факультет журналистики**  
**Воронежского**  
**государственного**  
**университета, 2022**

## Содержание

<i>Светлана ГЛАДЫШЕВА</i> Культурные ценности русского зарубежья 1920-1940-х гг. на страницах журнала «Иные берега».....	4
<i>Александр ГРАБЕЛЬНИКОВ</i> Традиционные СМИ и новые медиа в современном информационном противоборстве.....	8
<i>Елена МИХАЙЛОВА</i> Массмедиа и дети.....	13
<i>Евгения САПРЫКИНА</i> Церковь без предубеждений, или Православие глазами провинциального журналиста.....	16
<i>Алла СЛАТИНА</i> «Донская новь»: поддерживая традиции социальной прессы.....	18
<i>Владимир ТУЛУПОВ</i> Фейки в эпоху информационных войн.....	23
<i>Екатерина УЛЕВАТАЯ</i> Роль локальных СМИ в формировании нравственных ценностей местного сообщества.....	29
<i>Елена ФОМИНЫХ</i> Служение и обслуживание: имеют ли фейки отношение к журналистике?.....	31
<i>Диакон ДИОНИСИЙ ЩЕРБАКОВ</i> Специфика православной журналистики.....	34
Наши авторы.....	38

## *Культурные ценности русского зарубежья 1920-1940-х гг. на страницах журнала «Иные берега»*

*Светлана ГЛАДЫШЕВА*

Журнал «Иные берега», посвященный русской культуре за пределами России – в ближнем и дальнем зарубежье, был учрежден Союзом театральных деятелей Российской Федерации в 2006 г. Издание призвано соединять соотечественников, разбросанных далеко друг от друга, оказавшихся после распада СССР в разных странах. Журнал интересовали судьбы не только тех, кто оказался в эмиграции, но и тех, кто невольно оказался по ту сторону границы – русских, родившихся и выросших в нынешних странах СНГ и Балтии, но сохранивших русский язык и русскую культуру. В силу экономических причин с 2015 г. издание существовало только в электронном виде. Журнал, изначально выходивший ежеквартально, с 2017 г. поступал к читателям 2 раза в год, в 2020 г. выпуск издания приостановлен.

Один из основных принципов работы журнала – опираясь на память как на историко-философский феномен, нести самое ценное в будущее. Стремясь создать единое культурное пространство, независимо от разделяющих русских людей границ, выполняя задачу соединения соотечественников, живущих в разных странах, журнал «Иные берега» достаточно полно и разнообразно освещает культурные процессы Русского мира. В поле зрения авторов журнала – музеи, библиотеки, Русские Центры, русскоязычные газеты и журналы, музыка, кинематограф, театр. Заметно, что издание традиционно много внимания уделяет эмиграции первой волны из России, обсуждая ее причины, особенности центров русского рассеяния, мощный культурный потенциал. И это закономерно, так как русские эмигранты 1920-1940-х гг. рассматривали задачу сохранения и преумножения русской культуры ради будущих поколений как почетную миссию, как исторический заказ.

Следует отметить, что особое внимание журнал уделял культуре А. С. Пушкина, который сформировался в среде русской эмиграции первой волны. В год 220-летия со дня рождения великого поэта Т. Прокоров в статье «Веселое имя: Пушкин!» (2019. № 1) анализирует, почему именно Александр Сергеевич стал путеводной звездой для культуры русского зарубежья. Публицист видит закономерность в том, что День русской культуры, традиция празднования которого началась в 1924 г., проходил в различных центрах русского рассеяния именно в день рож-

дения великого поэта. Каждый эмигрант, пересекавший границу, увозил с собой еще и Пушкина, который неизменно присутствовал в духовной жизни культурного россиянина и был для него средоточием русскости. По мнению автора статьи, «для вынужденных изгнанников современно и даже пророчески прозвучал также итог его [Пушкина – С. Г.] раздумий о России и ее месте среди других государств, выраженный фразой-максимой, которая воодушевила когда-то и Константина Леонтьева, и многих других: ”Россия никогда ничего не имела общего с остальной Европой, наша история требует иной мысли, другой формулы”» [3].

Особо публицист выделяет прозвучавшие 6 июня 1926 г. слова В. Маклакова о том, что «Пушкин мог заставить нас забыть свои здешние разногласия», что именно поэтому «его праздник не может быть ни праздником партии, ни праздником всей эмиграции, он может быть только днем национального русского праздника» [3]. Т. Прокопов также отмечает солидный вклад русского зарубежья в пушкиноведение. Например, В. Ходасевич посвятил судьбе и творчеству любимого поэта около ста статей и две книги: «Поэтическое хозяйство Пушкина» (1924), «О Пушкине» (1937).

Автор статьи внимательно исследует организацию эмигрантами чествования памяти Пушкина по случаю столетней годовщины со дня его смерти. Специально созданный Пушкинский комитет способствовал изданию книг, проведению литературных вечеров, спектаклей, концертов, конференций, выставок, посвященных творчеству великого поэта. Т. Прокопов приводит свидетельство С. Лифаря о том, что мероприятия, посвященные печальной дате русской культуры, проводились «во всех пяти частях света: в Европе в 24 государствах и в 170 городах, в Австралии в 4 городах, в Азии в 8 государствах и 14 городах, в Америке в 6 государствах и 28 городах, в Африке в 3 государствах и в 5 городах, а всего в 42 государствах и в 231 городе» [3].

Журнал «Иные берега» активно откликнулся на юбилей русских эмигрантов первой волны. 120-летию со дня рождения выдающегося писателя XX века, поэта, историка литературы, переводчика и мемуариста В. Набокова посвящена статья А. Деминой «Неизвестные произведения Владимира Набокова» (2019. № 1). Публицист журнала представляет читателям книгу А. Бабикова «Прочтение Набокова. Изыскания и материалы», которая вышла в 2019 г. в Санкт-Петербургском «Издательстве Ивана Лимбаха» и уже стала вехой в набоковедении. Литературные критики считают ее лучшей за последние 15 лет русскоязычной книгой о Набокове и одной из лучших книг в современном литературоведении.

А. Демина подчеркивает, что «впервые в одном томе рассмотрены все стороны богатого литературного багажа писателя – его поэзия, театр, кине-

матограф, русская и английская проза, мемуары, автопереводы, доклады, лекции, критические статьи, рецензии и, конечно же, интереснейшая переписка. Много внимания в книге уделено изучению эмигрантского и американского окружения писателя, его участию в различных литературных объединениях Берлина, процессу подготовки Набоковым своих рукописей к печати, вопросам текстологии, начальным редакциям и последующим трансформациям замыслов “Камеры обскура”, “Дара” и “Лолиты”» [2].

Откликнулся журнал и на 130-летие со дня рождения А. Вертинского. В статье Т. Прокопова «Парижские восхищения русского Пьеро» (2019. № 1) представлена не только творческая биография Вертинского, но и его особая роль в культурной жизни русского зарубежья. Его песенные мини-спектакли выражали мироощущение каждого эмигранта, затаенные мысли, желания, верования. «Я был микрофоном эпохи» [5], – заметил артист в своих воспоминаниях. Но признание публики, популярность, гастроль по всему миру не могли компенсировать его незатишающую тоску по родине.

Т. Прокопову удалось на примере судьбы Вертинского показать особенности такого движения как «возвращенство», которое обозначилось в эмиграции в годы Великой Отечественной войны. Автор приводит пронзительные строки из его письма на имя В. Молотова: «Жить вдали от Родины в момент, когда она обливается кровью, и быть бессильным ей помочь – самое ужасное» [5]. В статье обозначены неодобрительная реакция эмиграции на возвращение Вертинского на родину, проблемы, с которыми артист столкнулся в СССР.

Еще одна статья Т. Прокопова – «Нешумные страсти в “Зеленой лампе”». Как журфиксы Мережковских стали главным клубом эмигрантских полемик» (2019. № 2) – приурочена к юбилейной дате – 150-летию З. Гиппиус. Автор статьи представляет Гиппиус как талантливого литератора, яркого лидера символистов, которая стала украшением культуры Серебряного века и русского зарубежья. Т. Прокопов обращает внимание читателей на еще одну грань дарования Зинаиды Николаевны – «была она интересным, страстным да к тому же еще ершисто-колючим полемистом» [4]. По его мнению, это качество Гиппиус во многом определило особую атмосферу воскресений Мережковских.

Журнал знакомит читателей не только с творчеством крупных деятелей эмиграции первой волны, но и с судьбами малоизвестных писателей, художников, актеров. Например, Н. Гребенюкова в статье «Чужая сторона» (2017. № 1) рассказывает о творческих судьбах талантливых поэтов дальневосточного зарубежья Л. Хаиндровой и Б. Буткевича. Разговор ведется на широком культурном фоне: хорошо

представлены первые литературные объединения и клубы любителей поэзии дальневосточной эмиграции.

Е. Глебова в статье «Открывая Александру Азовцеву» (2019. № 2), используя оперативный повод – открытие в Доме русского зарубежья выставки художницы А. Азовцевой (1910–1994), родившейся в России, но всю долгую жизнь прожившей на чужбине, добавляет новые штрихи к коллективному портрету русской эмиграции. «Путь домой оказался долгим и занял больше двадцати лет, но теперь это имя стало частью русского изобразительного искусства» [1], – замечает Е. Глебова.

На страницах журнала «Иные берега» представлена впечатляющая панорама культурной жизни русского зарубежья 1920–1940-х гг. Публицистов издания интересовали как общепризнанные центры русской эмиграции, так и немногочисленные диаспоры выходцев из России в ряде стран; как творчество крупных деятелей культуры, так и судьбы малоизвестных писателей, художников; как масштабные события в жизни эмигрантов, так и рядовые мероприятия. Публицистам журнала удалось показать читателям, что сохраненные и развитые в русском зарубежье 1920-1940-х гг. культурные ценности и традиции старой России сегодня являются неотъемлемой частью общероссийской культуры и духовности.

## **ЛИТЕРАТУРА**

1. Глебова Е. Открывая Александру Азовцеву / Е Глебова // *Иные берега*. – 2019. – №2. – URL: <http://www.inieberega.ru/node/889> (дата обращения: 25.12.2019).

2. Демина А. Неизвестные произведения Владимира Набокова / А. Демина // *Иные берега*. – 2019. – №1. – URL: <http://www.inieberega.ru/node/876> (дата обращения: 18.10.2019).

3. Прокопов Т. Веселое имя: Пушкин! / Т. Прокопов // *Иные берега*. – 2019. – №1. – URL: <http://www.inieberega.ru/node/866> (дата обращения: 18.10.2019).

4. Прокопов Т. Нешумные страсти в «Зеленой лампе». Как журналы Мережковских стали главным клубом эмигрантских полемик / Т. Прокопов // *Иные берега*. – 2019. – №2. – URL: <http://www.inieberega.ru/node/886> (дата обращения: 25.12.2019).

5. Прокопов Т. Парижские восхищения русского Пьеро / Т. Прокопов // *Иные берега*. – 2019. – №1. – URL: <http://www.inieberega.ru/node/868> (дата обращения: 20.07.2019).

## *Традиционные СМИ и новые медиа в современном информационном противоборстве*

*Александр ГРАБЕЛЬНИКОВ*

Распространение интернета и социальных сетей создали безграничные возможности манипулировать сознанием людей. Механизм манипулирования многомерен: это и господство упрощенного восприятия социальных явлений, исторических фигур, их произвольный отбор, искажение масштаба событий, деятельности отдельных политических лиц (преувеличение, преуменьшение, умолчание) и фабрикация, подтасовка фактов, событий, документов, подмена объекта дискуссии, примитивизация оппонентов, откровенная клевета, распространение политических, идеологических мифов, создание параллельной реальности, обращение к отрицательным уровням сознания.

Если в доинтернетную эпоху взаимоотношения источника информации и аудитории были в основном односторонние (субъектно-объектные), где субъектом выступали профессиональные журналисты, управлявшие информационным процессом, то с приходом интерактивности, когда каждый пользователь из пассивного потребителя информации превращается в ее активного производителя, взаимоотношения становятся субъектно-субъектными. Простые граждане активно включились в распространение информации в своих социальных сетях. В отличие от профессиональных СМИ они наполняются в основном текстами населения, где каждый автор судит и рядит о происходящем в меру своего разумения. Соцсети используются также властью, профессиональными политологами и пропагандистами противоборствующих сторон, что хорошо видно по видеохостингу YouTube в ходе специальной военной операции на Украине.

В современном цифровом медиaprостранстве большую роль играют также иностранные информационные источники, которые развернули ожесточенную войну против России с помощью фейковых новостей и информационных провокаций.

В ходе спецоперации информационно-психологическая война приняла такие масштабы, которые были просто немислимы до этого. Глава рабочей группы Общественной палаты по противодействию распространению недостоверной информации Александр Малькевич 1 марта сообщил, что чуть более чем за неделю было выявлено почти

1 млн 400 тыс. ложных сообщений в российском сегменте интернета о ситуации в Донбассе. «В 2020 году нами было выявлено 35 тыс. фейков, в 2021 году нами было выявлено уже без малого 90 тыс. фейков. В этом году за два месяца без учета фейков о Донбассе, о нашей спецоперации обнаружено 20 тыс. фейков.» [8].

К 80-му дню конфликта было распространено 8,3 миллиона фейков о спецоперации ВС РФ, российских военнослужащих и россиянах. На это было потрачено 2 миллиарда долларов. Особый размах информационные атаки приобрели ко Дню Победы. Со 2 по 11 мая в интернете появилось 291 тысяча ложных сообщений об этом празднике и акции «Бессмертный полк». По подсчетам ОП РФ совместно с Лигой безопасного интернета, в распространении фейков были задействованы до 3 тысяч блогеров и более 20 тысяч интернет-сообществ, страниц, YouTube-каналов и чатов. Атаки происходили с территории Украины, Польши, бывших советских республик Прибалтики, США и Великобритании. А также, к сожалению, и из России и Белоруссии. Настоящая битва разразилась на запрещенной теперь в РФ платформе Facebook. Со стороны России в ней участвовали 75 тысяч волонтеров, которые распространяли свои разоблачающие комментарии под фейками [5].

Создав информационную изоляцию от российских СМИ, украинские власти своими сообщениями дезинформируют население страны, дезориентируют его, вызывая панические настроения, запугивают зверствами российских войск, но в то же время рассказывают о героических победах вооруженных сил Украины.

Сейчас в информационном пространстве вбрасывается масса фейков, цель которых – возложить всю ответственность на Россию. Борис Грызлов, который возглавлял российскую делегацию на заседаниях Контактной группы по мирному урегулированию ситуации на востоке Украины, приводит в связи с этим такое понятие в психологии, как «проекция» – один из видов психологической защиты, согласно которому собственные отрицательные качества, наклонности, оценки приписываются противоположной стороне. Причем, как правило, в преувеличенном виде. «Полагаю, что именно это мы сегодня буквально каждодневно наблюдаем в поведении властей Украины, которые своей политикой по факту ведут реальный геноцид собственного народа» [1].

По тому, какие приемы лжи, дезинформации, информационных провокаций украинские медиа приписывают российской стороне, можно увидеть их собственный арсенал информационного оружия. Весь этот диапазон фальсификаций, социальных мифов, медиамистификаций, применяемый украинской стороной в информационно-пси-

хологической войне, направлен на конструирование образа противника, его дискредитацию.

Прошедшие восемь лет показали, что информационная война все эти годы не ослабевала, а, наоборот, усиливалась. Причем, победы в ней нередко одерживала киевская сторона. Почему так происходило? Опрос донецких журналистов, блогеров показал, что «мы проигрываем информационную войну потому, что стараемся говорить правду, а противник врёт и не краснеет. Во-первых, разум обывателя устроен так, что лжи верить легче. Во-вторых, на один факт правды можно нагенерировать 100500 фактов лжи – их же ничто не ограничивает. Соответственно, правдивую информацию просто заваливает информация лживая. Как лавина... У нас есть совесть, и поэтому зачастую мы не переходим красные линии, не переступаем черту. В информационных войнах так, к сожалению, нельзя... В итоге получается, что в нашу сторону как из рога изобилия выливаются всё новые и новые лживые сообщения, а мы на это отвечаем неуверенными действиями... Может сложиться впечатление, что раз на нашей стороне правда, то она не нуждается в защите. Мы все выросли на тезисе, что правда всегда проявляет себя, что тайное становится явным, лживое рано или поздно себя обнаруживает. Это, к сожалению, не так. Именно правда нуждается и в мощной броне, и в защите, не потому что она слаба, а потому что её слишком многие не хотят и боятся слышать» [6].

Российским журналистам и блогерам противостоят наряду с официальными украинскими СМИ хорошо обученные Западом армейские центры информационно-психологических операций (ЦИПСО). Их основной задачей является деморализация общества и солдат противника посредством Интернета и других актуальных каналов коммуникаций. Эти центры – часть Сил специальных операций Украины (до 2014 г. были частью разведки ВМС Украины), которые используются для информационно-психологических диверсий в пространстве противника [3]. В их арсенале – ведение разведывательно-подрывной деятельности, в том числе внутри своей же страны, профилактика и превентивные действия по дезинформации населения, информационный терроризм, «сливы и вбросы» требуемой информации, распространение фейков и формирование нужного общественного мнения не только внутри Украины, но и по всему миру. Специалисты центров не ограничивают себя никакими нравственными и моральными нормами, в своей борьбе они готовы использовать абсолютно любые средства.

Курируют и спонсируют центры спецслужбы США, Канады и Великобритании. Работа кураторов ведется в рамках проекта «Ини-

циатива честности», цель которого – «противодействие российской пропаганде». Проект подразумевает использование журналистов, политологов, аналитиков, политических деятелей, военных и лидеров общественного мнения [2].

Говоря простыми словами, ЦИПСО – это информационные войска Украины, занимающиеся продвижением русофобии на Украине и в Европе, дискредитацией ВС РФ, демонизацией России и раскачкой ситуации внутри России [9].

Частью информационного противоборства, которое они ведут, является когнитивная война, объединяющая боевые возможности кибернетической, информационной, психологической и социальной инженерии с целью одержать победу без физической борьбы. Задача когнитивных войн – навязать желаемое поведение избранной аудитории, погрузить ее в психологический транс, благодаря чему обществом можно управлять извне. Специалисты подчеркивают, что когнитивная война состоит из множества когнитивных ударов – определённых новостей, несущих в себе негативную, деструктивную информацию, вызывающую грусть, злость, тревогу, отчаяние, страх. Человек, получивший когнитивный удар, может заразить своих друзей и близких, распространяя новость и свои негативные эмоции, связанные с ней. Когнитивные удары могут быть молниеносными и иметь краткосрочный эффект в виде дискомфорта, могут требовать от перенёсшего этот удар решительных действий, а могут быть миной замедленного действия, то есть направленного на долгосрочное, методичное, системное выстраивание мышления и мировоззрения субъекта воздействия для отложенных действий в будущем. Иногда можно встретить цепочки слабых когнитивных ударов, которые шаг за шагом ведут к мощному (долгосрочному и масштабному) когнитивному удару [4].

Что делать в этой ситуации? Специалисты призывают население к информационной гигиене, которая должна соблюдаться в это время. Не поддаваться на провокации, использовать рациональное мышление, не распространять непроверенную информацию, больше доверять официальной информации, осознавать, что солидная часть новостей будет когнитивными ударами. Более спокойно относиться к любым новостям – и позитивным, и негативным. При информационном затишье с российской стороны, советуют специалисты, ни в коем случае не заходить на украинские Телеграм-каналы. Там лжи и манипуляций намного больше, чем правды, там продолжается демонизация России и русских при помощи диких фейков [4].

Нужно создавать гражданскую информационную оборону – взаимодействие пользователей соцсетей между собой по определению фейков, разоблачению дезинформации.

Информационная борьба продолжается. Виталий Третьяков подчеркивает, что от журналистов «во многом зависит атмосфера в обществе, а, значит, журналист должен отвечать за каждую букву своей статьи. Мы как врачи, нам тоже важно – не навредить. Это и есть главное в нашей профессии» [7].

## *Литература*

1. Грызлов Б. Сила России в Правде / Б. Грызлов // Российская газета. – 11 мая 2022 г.

2. Информационные войска Украины. 7 лет на страже ненависти // <https://manzal.livejournal.com/823412.html> (дата обращения 21.11.22).

3. Как работает украинская пропаганда. Деятельность ЦИПСО изнутри // <https://cont.ws/@Almazov.o/2258715> (дата обращения 21.11.22).

4. Как Украина может победить Россию? Что такое когнитивная война? // <https://proslo.ru/kak-ukraina-mozhet-pobedit-rossiju-что-такое-kognitivnaja-vojna/> (дата обращения 21.11.22).

5. Новоселова Е. Фейкомет захлебнулся / Е. Новоселова // Российская газета. – 13 мая 2022 г.

6. Ревякина А. Почему мы проигрываем информационную войну? Жители Донбасса предлагают, как правду защищать / А. Ревякина // URL: [https://ukraina.ru/exclusive/20220208/1033230781.html?utm\\_medium=referral&utm\\_source=infox.sg&utm\\_campaign=exchange](https://ukraina.ru/exclusive/20220208/1033230781.html?utm_medium=referral&utm_source=infox.sg&utm_campaign=exchange) (дата обращения 21.11.22).

7. Саркисов Г. Виталий Третьяков. «Евромайданы превратили Украину в гуляй-поле» / Г. Саркисов // Литературная газета. 9-15 марта 2022 г. (дата обращения 21.11.22).

8. Член ОП сообщил, что в Рунете выявили около 1,4 млн фейков о ситуации в Донбассе // URL: <https://tass.ru/ekonomika/13910503> (дата обращения 21.11.22).

9. Что такое ЦИПСО? // <https://proslo.ru/что-такое-cipso/> (дата обращения 21.11.22).

## *Массмедиа и дети*

*Елена МИХАЙЛОВА*

Социально-экономические перемены, происходящие в современном мире, заставляют размышлять о будущем России и о ее молодежи. Нравственное воспитание – важнейшая сторона становления личности, когда происходит освоение ребенком моральных ценностей, выработка им нравственных качеств, приобретает способность ориентироваться на идеал, воплощать всё это в реальных поступках и поведении. В наше время дети живут и развиваются, окруженные огромным количеством источников мощного воздействия на их неокрепший ум и чувства. Следует помнить, что одно образование не дает гарантии высокого уровня воспитанности, ведь, по словам великого К. Д. Ушинского, главную задачу воспитания составляет «влиятельное нравственное».

Современной школе очень непросто конкурировать по своему влиянию на умы подрастающего поколения со средствами массовой информации, оказывающими неоднозначное воздействие на нравственное поведение и сознание молодежи, на их взаимоотношения. Стремление подростка к фантазии, замене реальности вымышленными мероприятиями, в которые он сам начинает откровенно верить, становится фактором возникающих проблем в социализации. А ведь объектом воздействия потока сообщений СМИ является не столько отдельный человек, сколько поведение и сознание больших групп людей, особенно неустойчивой в нравственном плане молодежи. Современные школьники более активны, ориентированы на личные потребности, более самостоятельны и в то же время сильно подвержены влиянию массовой культуры.

У нас провозглашены независимость печати, свобода слова, и нынешние учащиеся могут просматривать сотни телевизионных каналов и интернет-сайтов. При этом влияние СМИ в формировании личности ученика весьма двойственно: с одной стороны, ширится его кругозор, с другой стороны – он получает массу негатива.

В одной из своих лекций профессор А. Осипов сказал: «Средства массовой информации всё-таки разные, есть достаточно чистые и положительные, но чаще всего мы видим, что средства массовой информации носят развращающий характер. Ни одно впечатление, которое мы воспринимаем, неважно, внутреннее или внешнее, не исчезает из нашего подсознания. Человек представляет собой компьютер с бес-

конечной памятью. Но информация не просто сохраняется, а создает потенциал духовный в душе человека, который действует на сознание, на чувства, на все деяния человека. Вот пример: вдруг неожиданно у вашего ребенка плохое настроение. Вы спрашиваете, в чем дело, но ребенок не может ответить. В школе есть успехи, не болен, в семье без конфликтов, но на душе у ребенка тоска. А всё дело в том, что средства массовой информации вкладывают в детей гадость, которая давит на них и влияет тем самым на их настроение».

Исследователи влияния СМИ на подрастающее поколение Т. Д. Жишкарариани и Кокарева рассматривают его как педагогическую проблему. На примере телевидения они обозначили вопросы, которые в последнее время стали особенно острыми:

Повышение влияния рекламы на формирование личности.

Вытеснение «взрослой» субкультурой детской субкультуры, снижение свойства и количества передач для подростков.

Вытеснение отечественной культуры, созданной для подростков, преобладание далеко не лучших образцов западной массовой культуры.

Снижение интеллектуального и художественного уровня ряда передач для подрастающего поколения [4, 33].

В наши дни особенно остро стоит вопрос телевизионного насилия. Почти во всех современных фильмах, сериалах и даже мультфильмах присутствуют эпизоды насилия, последствия которого «аукаются» в виде взятия заложников и расстрела учеников и учителей в школах.

Интернет – легкое и быстрое средство доступа к миру, получения информации и развлечения. Уже в два года малыш может играть в простые игры, а в 8-12 лет дети становятся наиболее активны. В этом возрасте часто заводят свои персональные странички, некоторые ведут дневники-блоги. По сети они общаются как с одноклассниками, так и с виртуальными друзьями. [1, 32]

Подростки могут войти в такие нежелательные для них компании, как радикальные политические группы, сатанинские культы. Существуют сайты, посвященные суициду, пиротехнике, порнографии, обсуждению действия тех или иных наркотиков. Отсюда может последовать увлечение этими страшными по последствиям вещами. Вовлечение в азартные игры вредит физическому и психическому здоровью. Очевидно, что виртуальное пространство способно как минимум серьезно повлиять на развитие ребенка и формирование его мировоззрения, а как максимум – нести угрозу здоровью и даже жизни [1, 5].

Нельзя не согласиться с теми учеными, которые считают, что средства массовой информации будто обволакивают собою, и детям уже

тяжело вырваться из этого виртуального пространства (неслучайно второе название интернета – «всемирная паутина»). Для детей компьютерные игры, использование интернета превращаются в реальную жизнь, заменяя учебу, творчество, хобби, общение со сверстниками и даже с противоположным полом. Интернет – это зависимость, с которой непросто справиться самостоятельно. В последнее десятилетие количество времени, которое подростки тратят на компьютер, резко возросло. Ниже приведены результаты исследования, позволившие выделить наиболее популярные сферы интернет-деятельности современных подростков:

электронная почта (73 %),  
видеоигры (78 % подростков),  
сайты социальных сетей (65 %),  
мгновенный обмен сообщениями, «аська» (68 %),  
музыка (59 %),  
источники новостей (63 %),  
видео (57 %) [2, 4].

Если сто лет назад внутренний мир детей формировался на основе живого общения, деятельности, путешествий, то сегодня совсем не нужно быть очень активным человеком, чтобы узнать новости с другой стороны планеты, незачем выходить из дома для общения с людьми. Сегодня каждый школьник изо дня в день использует различные виды СМИ, среди которых преобладают телевидение и интернет.

## *Литература*

1. Гинзбург Э. Когда компьютер приносит беду / Э. Гинзбург // Обучение в России. – 2006. – № 11.
2. Дубинина Т. Дети в Internetе / Т. Дубинина // ИКТ в образовании. – 2008. – № 14.
3. Кузина С. Роль средства массовой информации в формировании культурных приоритетов подрастающего поколения / С. Кузина // Власть. – 2007. – № 8.
4. Морозов А. Влияние средств массовой информации на нравственное, психическое, физическое здоровье и воспитание несовершеннолетних / А. Морозов, Л. Радченко. – М., 2009.
5. Полуэхтова И. Телевидение как механизм социального контроля / И. Полуэхтова // Вестник МГУ. Политология и социология. – 1998. – № 1.
6. Ээльма Ю. Компьютерные игры: детская забава или педагогическая проблема? / Ю. Ээльма // Директор школы. – 2003. – № 9.

## *Церковь без предубеждений, или Православие глазами провинциального журналиста*

*Евгения САПРЫКИНА*

Я родилась и выросла в Острогожске, но об истории своего родного края имела довольно скудные знания из школьной программы да из немногих рассказов старших родственников. Честно говоря, до прихода в редакцию меня это и не интересовало. В журналистику же пришла совершенно случайно – искала работу. Но здесь-то всё и началось – рабочее место стало отправной точкой в творческую профессию.

Острогожское благочиние очень тесно работает с редакцией. Щедро делится новостями, которые происходят в его приходах. И мне иногда случалось писать о православии под рубрикой «Православный дневник». Постепенно налаживались журналистские связи. И однажды информационный повод нашел меня сам, благодаря случайному звонку в редакцию. Не могу причислять себя к людям, близким к церкви, но факты, изложенные моим собеседником, просто поразили. Оказывается, в нашем районе некоторые церкви никогда не закрывались – даже во время военных действий в них шли службы. Мне хотелось узнать об этом больше и поделиться сведениями с читателями.

Наш Острогожский район очень богат историческими событиями. Каждый раз, когда мне попадались старинные фотографии города, искренне удивлялась, как много было церквей. Только в самом городе было десять каменных церквей. В каждой был полноценный приход, удивительные фрески, высокие колокольни – архитектура старинных зданий завораживала.

Новая тема о церквях нашего района захватила мое внимание. Одним из первых материалов о храмах района стала публикация о церкви в селе Солдатское. Афанасьевский храм имеет историю длиною более чем в три века. В его стенах никогда не останавливались службы. Поразила история спасения иконы Николая Чудотворца во время Великой Отечественной войны. Эти факты удалось собрать благодаря работе с архивным отделом Государственного архива Воронежской области. Помощь в создании материалов оказала сотрудница архива Светлана Болдырева, искренне переживающая за сохранение исторических данных, которые долгие годы хранились на архивных полках под грифом «Секретно».

После первой публикации мне стало интересно узнать историю каждой церкви района. Ведь у каждой – своя история, своя тайна. Религиозная тема становилась мне все ближе. Рос мой круг общения с верующими людьми.

В создании материалов мне оказывали помощь многие: местные краеведы, прихожане, настоятели храмов и равнодушные жители. Открывались новые факты, и поводом для следующей статьи стала информация от архивиста об открытии засекреченных документов.

Удивительно, как многое порой скрывается от простых людей. В «эпоху безверия» молодые люди отворачивались от церкви, и власти всячески поддерживали такие настроения.

Архивные материалы показывают, что в двадцатые годы голод был и в Воронежской области, где даже были случаи каннибализма, о чем, правда, я не стала писать, дабы не шокировать читателя. Под лозунгом «Помощь Поволжью» вывозилось церковное добро – только из Острогужского района было вывезено более 10 тонн различной церковной утвари. Но даже в то время люди находили в себе силы противостоять: некоторые вещи люди прятали, и их удалось вернуть. Так, есть свидетельство о чудесном возвращении чаши, из которой до сих пор причащаются прихожане городской церкви. Многие храмы в нашем районе строились на средства прихожан, и сегодня люди восстанавливают святыни своими силами и за свой счет. Помогают и волонтеры, приезжающие из дальних мест.

Я совсем недолго работаю в газете, но уже сейчас прекрасно понимаю, как важно передавать своим читателям знания о нашей малой родине, делиться с ними своими переживаниями. Благодаря новой профессии я узнаю удивительные факты, открываю много нового, знаколюсь с интересными людьми. Моя любовь к малой родине разгорается в сердце все сильнее с каждым днем.

## *«Донская новь»: поддерживая традиции социальной прессы*

*Алла СЛАТИНА*

Сегодня трудно представить какую-либо сферу нашей жизни без возможности получать и использовать необходимую информацию. Печать, радио, телевидение, интернет – это основные источники информации, которые формируют мировоззрение и сознание каждого человека, оказывают огромное воздействие на его ценностные ориентации и восприятие действительности, создают некие образцы и стандарты жизни. С помощью СМИ население обеспечивается информацией о наиболее актуальных и важных событиях, СМИ выступает в качестве инструмента, при помощи которого осуществляется диалог между социальными группами, призванный в том числе спланировать, консолидировать общество. Исходя из этого, можно сделать вывод, что у прессы большая сила воздействия на психологический, социальный, духовный, нравственный образ и на культуру поведения каждого.

Именно на духовно-нравственных ценностях, идеалах, традиционных элементах и социальных установках основывается жизнедеятельность каждого человека, способствующая формированию гармоничного общества и установлению здоровых взаимоотношений в социуме. У СМИ масса возможностей создавать, распространять и сохранять основополагающие духовно-нравственные ценности государства, осуществлять преемственность культурных традиций.

Одна из главных задач современного общества – воспитание, целенаправленное развитие человека, совершенствование его духовных и нравственных ценностей. И для этого важна выработка отношения к человеку как духовно-нравственной личности. Это сегодня становится необходимым условием для поступательного развития общества, всех социальных институтов, а также для решения множества проблем. Для этого необходимо готовить и распространять качественные методические и информационные материалы по проблемам патриотизма и патриотического воспитания, развития духовно-нравственных ценностей; вести в федеральных и местных СМИ постоянные рубрики для освещения проблем нравственности, духовности и патриотизма.

Среди важнейших нравственных ценностей приоритетное место занимают семейные ценности. В частности, уважительное отношение к семейному опыту старшего поколения, креативный, творческий подход в продвижении традиционных семейных ценностей, активный

диалог с молодежью по проблемам семейного воспитания. Сегодня СМИ должны брать на себя значительную часть функций по формированию сознания подростков, воспитанию их взглядов, вкусов, предпочтений, путем медиаобразования вовлекать их в круг СМИ, ведь подрастающее поколение было и остается одной из наиболее уязвимых социальных групп, легко меняющих жизненный вектор под влиянием различных факторов.

Верхнемамонской районной газете «Донская новь» 91 год. Издание имеет группы в социальных сетях. Читательская аудитория – органы власти различных уровней, руководители предприятий, жители района от 20 до 80 лет. Наша газета уделяет большое внимание воспитанию у подрастающего поколения духовных, нравственных ценностей и патриотизма. Здесь можно прочитать о членах военно-патриотического клуба «Вымпел-Дон» из села Лозовое. Ребята занимаются изучением истории, физической подготовкой, наводят порядок в селе, особенно у мест захоронения солдат Великой Отечественной войны, путешествуют по России. Недавно лозовчанка, активный член клуба, Анастасия Коптева побывала на возложении цветов к памятнику Минину и Пожарскому в Москве вместе с президентом Владимиром Путиным. Весной в газете была статья о том, что вымпеловцы участвовали в благоустройстве храма на острове Фомино в Тверской области. И это дало результат. В соседнем селе решили создать волонтерскую группу «Лучик Добра». У новоиспеченных волонтеров было на устах: «А давайте, так же, как лозовчане!». И дети взялись за дело. За месяц они убрали два парка села, навестили реабилитационный центр «Надежда» для детей, попавших в трудную жизненную ситуацию, где выступили с развлекательной программой, накормили ребят вкусной выпечкой. Планы грандиозные, глаза горят.

Кроме того, как одну из ведущих тем можно выделить тему исторического прошлого, воспоминаний о минувшей войне. В Верхнемамонском районе 16 декабря 1942 года началась Среднедонская наступательная операция «Малый Сатурн», 80-летие которой в 2022 году отмечает наша область. В юбилейный год районная газета решила напомнить читателям о событиях 1942 года и запустила проект «80-летие «Малого Сатурна». Цель проекта: пробудить у читателей (особенно младшего поколения) интерес к истории родного края, воспитать патриотизм (что особенно актуально сейчас!) и сплоченность, напоминая о том, какой ценой была выкована Победа. Первым материалом в серии публикаций была статья о приезде внучки знаменитого скульптора Федора Сушкова, который создал памятник «Прорыв»,

посвященный операции «Малый Сатурн» (он стоит в центре Верхнего Мамона). В одной из публикаций дети войны делились своими воспоминаниями о том времени, когда в районе стояли солдаты, шла подготовка к военной операции, как их эвакуировали накануне наступления и как весной они возвращались домой. В одном из материалов была напечатана информация из официальных источников о подготовке, ходе и завершении операции, а также опубликованы карандашные рисунки участника боевых действий Валентина Зимина. В материале «Малому Сатурну» – большое внимание» газета написала о том, что делается в районе для увековечения памяти о героях операции. Осветили открытие нового туристического маршрута «Память», также посвященного операции «Малый Сатурн». В публикации «Они сражались за родную землю» были представлены отрывки из книг местного краеведа Дмитрия Шеншина о наших земляках, сражавшихся в ходе этой военной операции. С июля (именно тогда фашисты вошли в наш район) один раз в месяц выходит полоса с календарем событий, происходивших в этот месяц в 1942 году. Проект продолжается и будет завершен после 30 декабря (даты, когда завершилась Среднедонская наступательная операция). Однако результаты его уже есть. Проект пробудил интерес к истории, уважение к старшему поколению, желание трудиться и служить на благо Родины. В редакцию газеты звонили из школ, благодарили за публикации, ученики организовали помощь ветеранам, многие ребята стали готовить различные работы об операции «Малый Сатурн» с использованием этих материалов. Так спецпроект «80-летие «Малого Сатурна» поспособствовал укреплению межнациональных связей, связей поколений, воспитанию патриотизма и гражданской сознательности [1].

Местная печать благодаря своей кропотливой повседневной работе помогает своим читателям осознавать основополагающее значение культуры, утверждает приоритеты культурных ценностей, способствует реализации людьми своих творческих возможностей, проводит широкую просветительскую работу: обменные концерты между творческими коллективами сел, творческие конкурсы, информирует о местных поэтах и молодых талантах района. Здесь до сих пор сохранилась уникальная народная культура, здесь чтят традиции и обычаи предков. И носители этих традиций – люди, с их силой духа, отзывчивостью, неспешностью и основательностью во всем [2].

Периодически пресса напоминает читателям и о традициях православия, рассказывает об истории храмов, престольных праздниках, о судьбах священников в годы богоборческих гонений, участии детей

в православных фестивалях и благотворительных акциях. И это тоже дает свои результаты. После выхода нескольких публикаций о добрых поступках людей, которые участвуют в восстановлении храмов, люди понесли туда старинные иконы, церковные артефакты, документы, колокола – всё, что сохранили их предки. В храме св. бессрр. Космы и Дамиана в с. Осетровка был создан храмовый музей, куда в рамках проекта Основ православной культуры теперь приводят детей на экскурсию, где староста храма рассказывает им о святых, которым не одна сотня лет. Храм посещают не только жители села, но и гости со всей области [3].

И, конечно же, наша газета освещает семейные ценности. Дом, семья всегда считались символом крепости коллектива, а значит, и государства. Эта тема широко представлена на страницах печати – в публикациях о семейных парах, проживших в мире и согласии десятки лет, о трудовых династиях, о многонациональных семьях, о воспитании чужих детей как родных. Не редкость на страницах публикации, приуроченные к юбилеям жителей края. Любовь, проявление терпимости в семье, поддержка друг друга, взаимопонимание между детьми и родителями, духовная близость, установление доверительных отношений, интерес к истории семьи, семейным корням – эти вопросы занимают важное место на страницах нашей газеты [4].

Систематически в газете можно прочесть о людях труда. О том, как кипела жизнь в коллективах, как «горели» люди своим делом, как стремились стать лучшими! Много внимания уделяется людям, которые живут в крае в настоящее время и личным примером, ежедневным трудом прославляют его. Это тоже благотворно влияет на сознание наших читателей. Появляется стремление брать пример с таких героев. Посредством таких публикаций газета пропагандирует любовь к труду, почитание старших, взаимную помощь в сельском сообществе, сострадание, совесть, гостеприимство, дисциплинированность, честность [5].

Газета публикует также материалы о спортивной жизни в селе – победах и участии в спортивных соревнованиях регионального уровня. Такие статьи формируют интерес детей к спорту и здоровому образу жизни [6].

9 ноября 2022 года вышел Указ Президента В. В. Путина «Об утверждении основ государственной политики по сохранению традиционных российских духовно-нравственных ценностей». Государственная политика по сохранению и укреплению традиционных ценностей реализуется в области образования и воспитания, работы с молоде-

жью, культуры, науки, межнациональных и межрелигиозных отношений, средств массовой информации и коммуникаций, международного сотрудничества. Ее целями являются передача традиционных ценностей от поколения к поколению, формирование образа России как хранителя и защитника традиционных ценностей.

### *Литература*

1. Донская новь. – 2022 (№ 4, 10, 15, 17-19, 22-24, 30,34-36, 40, 42-45).
2. Донская новь. – 2022 (№ 2, 5, 10-11,13-14, 19, 21, 26, 30, 32).
3. Донская новь. – 2022 (№ 1- 4, 13,15-16, 18, 36, 38, 45).
4. Донская новь. – 2022 (№ 3, 6, 26).
5. Донская новь. – 2022 (№ 2, 15, 33, 40-41)
6. Донская новь. – 2022 (№ 1-3, 7, 18, 32, 37).

## Фейки в эпоху информационных войн

Владимир ТУЛУПОВ

Еще несколько лет назад медиаисследователи говорили и писали об информационном противостоянии, затем об информационном противоборстве, а в последнее время все откровеннее – об информационной войне, которую характеризуют как противостояние сторон посредством распространения специально подготовленной информации и противодействия аналогичному внешнему воздействию на себя. Называются и признаки (наличие поля противостояния, активных участников, соответствующей инфраструктуры и перманентной деятельности с целью нанесения ущерба противнику), а также особенности информационной войны (она никогда официально не объявляется, а часто даже отрицается сам факт ее ведения; «мирная» инфраструктура противника (посольства, корпункты СМИ и др.) используются для боевых действий; информационная деятельность осуществляется в условиях свободы СМИ и абсолютной прозрачности границ для распространения любой информации в интернете и др.) [1-4]. Целью является воздействие на «разум каждого человека», а методом – систематическое нанесение ущерба объекту посредством массмедиа, использующих самые современные технические средства и коммуникативные технологии. Особенно активно эксплуатируются социальные сети, телеграм-каналы и др.

Современные информационные войны проходят в эпоху, которую называют «эпохой постправды»<sup>1</sup> Это сложное явление, отличающееся наличием конкретных *принципов* (истина не важна – важно впечатление; эмоции находятся в приоритете над фактами в оценке новостей), средств (апелляция не к логике, а к эмоциям и рефлексам; стереотипизация сознания; мифологизация; фейки и дипфейки); *вектора и характера коммуникации* (идеологическая предвзятость и политическая ангажированность медиасообщений; отсутствие доказательной базы и сознательный отказ от факт-чекинга) и *особой среды распространения* (интернет, социальные сети).

---

<sup>1</sup>Этот термин впервые появился в журнале *Thenation* в эссе американского драматурга сербского происхождения Стива Тезича, в котором речь шла об Уотергейте, о событиях в Персидском заливе, об Иран-контрас и др. Поначалу слово «постправда» (или постистина от англ. *post-truth*) означало лишь некие обстоятельства, при которых мнения, эмоции были важнее объективных фактов, затем стали говорить об «эпохе постправды» (в 2004 г. вышла книга Ральфа Кейеса «Эра постправды»), когда у большинства населения сохраняется все меньше веры к большинству источников информации, кроме избранных ими самими в соответствии с их мировоззрением.

Ключевым понятием в дискурсе постправды является понятие **фейка** (от англ. *fake* – подделка, фальшивка, обман), включающего в себя «ряд самых разнообразных явлений медиасреды: от поддельных текстов, а также фото-, видео- или аудиозаписей до искусственно созданной по заданию заказчика популярности личности, произведения, проекта (как правило, при помощи интернет-ботов и (или) тех же фальшивых аккаунтов, выставляющих “лайки” и постящих одобрительные комментарии)» [5, 89]. Особо уточним: фейковая новость – это всегда преднамеренная фальсификация, сознательная манипуляция общественным сознанием, т. е. дезинформация, преследующая негативные цели, и прежде всего подрыв репутации. Разновидность фейка – **дипфейк**, представляющий собой созданную с помощью нейросетей реалистичную подмену фото-, аудио- и видеоматериалов. Различают также фейки кратковременные и вневременные; фейки общего характера и узкоспециализированные; вербальные и поликодовые (креолизованные); локальные, федеральные и мировые; ложные и дискредитационные и т.д.

Эксперты выделяют несколько причин популярности фейков [6]:

- фейки легко усваиваются, поскольку «люди под воздействием эмоций переходят «с «думанья» неокортексом (сравнительно новым образованием в головном мозге) на лимбическую систему (более древнюю, рассчитанную на быстрое реагирование)»;
- создатели фейков эмоционально насыщают «факты», вовлекая массы в жизнь, делая их сопричастными «событию»;
- «полярная картина мира» экономнее для человека: «Если в древние времена разведчик возвращался бегом и кричал «Дракон! Дракон!», чисто статистически чаще выживали те люди, которые поддавались импульсу «срочно беги», а не размышляли и анализировали»;
- на знамёнах фейкометов начертано «Разумные картины мира – сложные. Поссориться легче», к тому же поиск и опора на «своих» – это эффективный способ более быстрого объединения единомышленников; наконец, массе приятно праведно гневаться, обличать порок, быть судьей и обвинителем.

Фейки, загрязняя, заражая дезинформацией информационное пространство, эмоционально раскачивают общество, и мы видим, что наши СМИ предпринимают усилия по фильтрации новостей, вводя специальные рубрики («Осторожно, фейк!» в «КП», «Антифейк» в «АиФ» и на Первом канале ТВ и др.). Но предстоит очень долгая борьба с этим негативным явлением, и прежде всего борьба за молодежь.

- Когнитивный диссонанс как результат ментальных сдвигов (продолжающаяся борьба «старого» и «нового» на фоне смены общественно-экономического устройства, идеологии, ценностей и др.)
- Привычка не доверять официальным данным, в т. ч. государственным СМИ.
- Отказ от традиционных СМИ и уход в социальные сети.
- Приверженность «внешним смыслам» (иностранные владения наиболее влиятельными информационными ресурсами).

Протекающая на наших глазах западная пропагандистская кампания подготавливалась на протяжении многих лет, выстраивалась стратегия и тактика информационной войны, которая с 2014 г. она приобрела тотальный характер. Например, западные медиа давно и активно используют подробные темники по тому, как освещать разные события на Украине, где выстроена эффективная сеть агентств во главе с опытным лондонским оператором – *PR Network*, тесно связанным с британским регулятором в области коммуникаций *UK Government Communication Service Strategy and Evaluation Council*. Ключевым финансовым оператором украинских стратегических коммуникаций (психологические операции, GR, пропаганда, взаимодействие с международными СМИ) является МИД Украины. Важным элементом украинской информационной кампании является сайт *Ukraine.ua*, который возглавляет некий Ярослав Турбиль, связанный, как утверждает автор материала, размещенного на американском портале *Mintpress.com*, с американской разведкой. Активно используются мемы, в которых в изобилии присутствует нацистская символика, для ориентировки журналистам зарубежных СМИ направляются гайдлайны по использованию в коммуникациях необходимых терминов и необходимого угла освещения событий и т.д. и т.д. [7].

Приведем несколько примеров фейков.

8 апреля 2022 г. в результате обстрела вокзала в Краматорске, который контролировался украинскими силами, погибли не менее 50 человек, около 100 были ранены. По мировым телеканалам демонстрировались кадры, на которых были показаны обломки выпущенной по городу тактической ракеты «Точка-У». Тип и серийный номер ракеты свидетельствовали о том, что она стояла на вооружении ВСУ. Украина немедленно заявила о причастности России к инциденту, однако Минобороны РФ указало, что у российских сил не было и не планировалось никаких огневых задач в Краматорске в этот день. Кроме того, в военном ведомстве подчеркнули, что тактические ракеты «Точка-У» применяются только украинскими вооруженными силами. По инфор-

мации Минобороны РФ, удар нанесен ракетным дивизионом украинских сил из района города Доброполье, который находится в 45 км к юго-западу от Краматорска и контролируется ВСУ.

В Сети произвели подробный анализ фотофайка о разбомбленном роддоме в Мариуполе:

«1. Нет парения/дымления грунта в местах предполагаемых разрывов боеприпасов.

2. На улице и в здании нет пылевой взвеси от разрушения гипсокартонных простенков и потолков, а также от разрушенного вентилируемого фасада здания (внутренняя обшивка которого сделана из стекловаты).

3. На снимках нет: женщин с новорожденными, персонала роддома, сотрудников Скорой медицинской помощи и спасателей. Одни только представители ВФУ и “фотомодели”.

4. В коридорах и помещениях учреждения огромное количество битого стекла. То есть разрывы были снаружи здания и ударной волной стекла влетали внутрь помещений. При таких разрушениях было бы огромное количество пострадавших с характерными ранениями: изрезанные осколками стекла лица и руки. На снимках ни у одной из (двух!) “моделей” нет подобных повреждений. Кисти рук, у всех без исключения, без каких-либо повреждений и следов крови. Как, впрочем, и нет пострадавших и погибших в коридорах и помещениях роддома.

5. Лица, волосы, верхняя одежда и одеяла у “пострадавших” без следов крови, грязи, пыли и копоти.

6. Позы моделей статичные, в снимках нет динамики и спешки, кроме кадра с носилками.

7. Групповой снимок + модель с одеялом. В левой части кадра – представители ВФУ, которые что-то разогревают в кастрюлях на огне.

9. Крупный портрет девушки в маске. То же самое... нет повреждений и пыли, грязи на волосах, лице и кистях руки. На ногтях свежий маникюр. Маска тоже явно новая, надета для того, чтобы лицо было неузнаваемо.

10. Следы запекшейся крови на лицах тоже странной формы. То есть похоже на небольшие локальные кровотечения, при которых человек лежал и кровь успела свернуться. Нет потеков через все лицо, как у вертикально стоящего человека. Нет попадания капель крови на одежду. Кроме того, даже когда у человека из носа идет кровь, он инстинктивно ее вытирает. То есть при ранении лица, пострадавший как

минимум один раз попытался бы вытереть кровь или убедиться, что он действительно ранен.

11. Нумерация файлов и затертые EXIF-данные. Все снимки были сделаны на профессиональную фотокамеру, а не на телефоны. Нет ни одного снимка от гражданских служб или случайных очевидцев» [8].

Одновременно был раскрыт автор данной организованной дезинформации, которым оказался не случайный очевидец, а профессиональный украинский пропагандист Евгений Малолетка: «Начав свою карьеру в УНИАН, сейчас он сотрудничает с такими медиаигроками, ведущими антироссийскую кампанию годами, как *the Guardian*, *The Times*, *The NYT*. На него подписан даже личный фотограф Барака Обамы, а в 2015 году Малолетка даже прошел стажировку в престижной программе *Eddie Adams Workshop* в Нью-Йорке» [8]. Позднее Марианна, известный в регионе бьюти-блогер из Мариуполя, рассказала, как ее заставили играть сразу двух разных беременных, для чего модели пришлось даже переодеться и перекраситься.

Факт сдачи в плен 1026 человек отрицался, назывался «враньём русских журналистов», хотя тут же рассказывалось о некоем «специальном маневре», предполагавшем соединении 36-й бригады морских пехотинцев с батальоном «Азов»...

Украинские телеграм-каналы сообщали, что в городе Вознесенске были подбиты несколько российских грузовиков и БТР. В действительности это была украинская колонна бронетехники, изрисованной буквами Z словно граффити. То же – со сгоревшей на трассе М-02 Копти – Бачевск техникой ВСУ, которую депутат Верховной рады А. Гончаренко также отнес к российским ВС.

Украинская певица Кристина Соловий опубликовала в Инстаграм фото старика – человека, пытающегося спасти кота, с подписью «Жизнь этого украинского кота стоит больше, чем вся Россия и ее дети». На самом деле снимок, запечатлел 87-летнего человека, чей дом сгорел 4 года назад, и был опубликован задолго до начала спецоперации в одном из турецких изданий.

В соцсетях распространяли фотографии якобы плененных российских срочников. Министерство обороны России оперативно напомнило, что в спецоперации задействованы только офицеры и контрактники.

Многочисленные приемы манипулирования применяются, как правило, комплексно. Например, в дезинформации про «злых москалей», уничтоживших единственный на Украине генетический банк растений («Орда орков превратила в пепел уникальную коллекцию семян, десятки тысяч образцов, на которые не поднимали руку даже

окупиравшие когда-то Харьков гитлеровцы!»), есть и *утвердительно-заявления*, и *намек, несущий негативную окраску*, и *эмоциональное воздействие*, и *сенсационность*. Непосвященному человеку трудно понять, что демонстрируемое пепелище, по которому ходит человек, представляющийся «сотрудником Института растениеводства им. Юрьева Сергей Авраменко», не может быть национальным центром генетических ресурсов растений Украины, ведь, по информации самих сотрудников центра, подавляющее большинство хранимых там образцов должны находиться в холодильных камерах. Но очевидно, что обвинения России в провоцировании мирового голода – это одна из актуальных тем в ведущейся против нашей страны информационной войне.

## *Литература*

1. Григорьев М. Методы ведения информационных войн / М. Григорьев // Международный Центр перспективных технологий МАСС. – URL: [http://mcpt.narod.ru/pr\\_war.html](http://mcpt.narod.ru/pr_war.html) (дата обращения 23.11.2022).
2. Тулупов В. В. Информационно-психологическое противостояние / В.В. Тулупов // Акценты. Новое в массовой коммуникации. – 2015. – № 7-8. – С. 2-4.
3. Тулупов В. В. От информационного противостояния и давления – к информационной войне / В. В. Тулупов, К. В. Марчан // Вестник ВГУ. Филология. Журналистика. – 2022. – № 1. – С. 135-140.
4. Третьяков В.Т. Информационная война – тоже война / В. Т. Третьяков. – URL: <https://ria.ru/20160321/1393849944.html> (дата обращения 23.11.2022).
5. Суходолов А. П. Феномен «фейковых новостей» в современном медиапространстве / А. П. Суходолов // Евроазиатское сотрудничество: гуманитарные аспекты. – 2017. – № 1.
6. 5 причин, почему люди верят в фейки. – URL: [https://zen.yandex.ru/media/sova\\_p/5-prichin-pochemu-liudi-veriat-v-feiki-5f55f0fcf7495128e48920e3](https://zen.yandex.ru/media/sova_p/5-prichin-pochemu-liudi-veriat-v-feiki-5f55f0fcf7495128e48920e3) (дата обращения 23.11.2022).
7. Как устроена система украинской пропаганды. – URL: <https://zen.yandex.ru/media/id/5c70c97019e41a00b37a4b6d/kak-ustroena-sistema-ukrainskoi-propagandy-623d55083313254fe6e566bb> (дата обращения 23.11.2022).
8. Мастерок. Подробный разбор фейка о разбомбленном роддоме в Мариуполе / Мастерок. – URL: <https://masterok.livejournal.com/7826230.html> (дата обращения 23.11.2022).

## *Роль локальных СМИ в формировании нравственных ценностей местного сообщества*

*Екатерина УЛЕВАТАЯ*

В современном мире уже невозможно представить себе жизнь без средств массовой информации. Сейчас не встретить, пожалуй, ни одного человека в социуме, который бы не черпал информацию из огромного изобилия ресурсов: от газет до новостных каналов в сети Интернет. Конечно, печатные издания сегодня не столь популярны, как электронные ресурсы, однако не стоит умалять их роль и значение в формировании духовных и нравственных ценностей человечества.

За свою жизнь человек проходит несколько институтов воспитания личности: семья, школа, социум и, в том числе, информационные ресурсы. И если первые ответственны за воспитание отдельно взятой личности, то средства массовой информации на то и массовые – они влияют на общество в целом. К сожалению, не всегда положительно. Современные СМИ часто игнорируют в своих публикациях нравственность. В погоне за рейтингами нередко классическая журналистика, славившаяся публицистичностью, пасует перед «желтой прессой». После отмены цензуры на страницах газет и журналов, на экранах телевизоров и, в особенности, в новостных лентах интернет-ресурсов ежедневно публикуются сотни тысяч материалов под рубриками типа «Скандалы, интриги, расследования»

Смысл же нравственности заключается в том, чтобы материалы журналистов были гуманными, справедливыми, честными. В погоне за сенсациями нельзя пренебрегать милосердием, великодушием и одной из самых главных заповедей – относиться к людям так, как хотелось бы, чтобы относились к тебе. Миссия СМИ, соблюдающих правила нравственной культуры, – быть советником и другом для читателя, его путеводителем в мире информации и частью духовной культуры человека. Сегодня с этой миссией неплохо справляются локальные средства массовой информации, являющиеся неотъемлемой частью той иной местности. В качестве примера хотелось бы привести районную газету «Сельская Новь», которая вот уже более ста лет выпускается на территории Богучарского края. Газета меняла названия, редакторов и обозревателей, но никогда не изменяла главному принципу – быть интересной и, главное, полезной для богучарцев.

Наша «районка» – связующее звено между всеми жителями Богучарщины, независимо от возраста, сферы занятости или социального статуса. Конечно, основная целевая аудитория – люди среднего и старшего возраста

та, но и молодежь все чаще обращается за информацией именно к местной прессе. О чем же пишет газета? О нашей жизни! О победах наших спортсменов, о достижениях работников культуры и образования, об успехах аграриев, о развитии медицины и социальной сферы, о том, что нужно и важно каждому из нас. На страницах своей газеты люди ищут работу или полезные услуги, поздравляют друг друга с праздниками, выражают соболезнования и искреннюю благодарность тем, кто не оставил в беде. Здесь не обсуждают чью-то личную жизнь, не поливают никого грязью, не обманывают и не зомбируют читателей, навязывая стереотипы современности.

В общем, роль местных СМИ в формировании нравственных и духовных ценностей очень велика. Вот, к примеру, выпуск от 25 ноября 2022 года был посвящен женщинам, познавшим счастье материнства. На первой полосе – многодетная мама и в то же время успешная, как нынче говорят, бизнес-вумен, победительница премии «Пьедестал почета – Матери земли Воронежской» в номинации «Мама-общественница» – Лариса Георгиевна Сахарова. С фотографий на нас, читателей, глядят счастливые люди – родители четырех прекрасных детей и девятерых внуков. Чему нас учит эта статья? Любви, верности, взаимопониманию в любых ситуациях, крепким семейным ценностям.

А в предыдущем номере была публикация о благотворительном концерте, который провели в поддержку военнослужащих, принимающих участие в Специальной военной операции. Было собрано более 100 тысяч рублей. Статьи о тех, кому нужна помощь, и о тех, кто помогает, учат нас милосердию.

Очень часто на страницах «Сельской Нови» можно найти публикации об истории Богучарского края, известных земляках, важных событиях и победах. Нас учат любить свою Малую родину.

Печатаются материалы о возможных опасностях: росте заболеваемости, болезнях животных, пожарной опасности или появлении близ жилых домов диких зверей. Нас учат заботиться друг о друге.

Благодаря газете мы узнаём новости района, все об интересных проектах и мероприятиях, о том, что происходит в области и о том, какие нас ждут перспективы. Даже в краеведческом музее обязательно хранится каждый выпуск местной газеты, ведь это кладезь информации об истории развития Богучарщины!

Таким образом, локальные СМИ, на мой взгляд, положительно влияют на формирование нравственных и духовных ценностей местного сообщества. Ведь если они пишут о людях и для людей, соблюдая принципы нравственности и законы журналистской этики, то вклад их в развитие личности читателя поистине велик.

## Служение и обслуживание: имеют ли фейки отношение к журналистике?

*Елена ФОМИНЫХ*

Сегодня ложь нередко оттесняет правду на задний план. Есть объективная подача новостей, аргументированное опровержение, подтвержденные факты, но самыми запоминающимися, ударными становятся фейки. Фейковые новости, ставшие нашей реальностью, небезопасны: кричащие заголовки, агрессивная подача – все это оказывает воздействие на умы людей, меняет картину мира, образ мышления.

Многие просто не могут отличить фейковые новости от достоверных, свято веря в то, что они видят или слышат. И это не преувеличение: неслучайно в некоторых странах даже введены специальные законы, предусматривающие административную и уголовную ответственность за фейковые новости. Россия тоже в их числе.

Как появились в мире фейки, как их отличить от правды и почему работа с фейками это не служение людям, не служение журналистике, а обслуживание определенных политических групп? У нас фейки раньше называли «утками», которые активизировались в «эпоху постправды», в результате неупорядоченного поведения иных политиков. Появились новые требования к составлению новостей: обращение к эмоциям, чувствам людей и, конечно же, в первую очередь – это достижение определенной цели. Достоверность и факты уже на втором плане, вперед вырывается эмоциональная игра с потребителями контента. В этот момент объективное восприятие людей мало кого интересует, оно проигрывает манипуляциям и сознательному обману.

Фейк всегда вторичен, но он порой главенствует над первичной правдой.

Фейки называют информационным террором. Они, основанные на негативных эмоциях человека, тщательно готовятся и направляются в самые болевые точки: проблемы в личной жизни, неуверенность в завтрашнем дне, кризис, начало военных действий и т. п. Разрушительный характер фейковых новостей – это эмоции, захват умов людей, которые быстро забудут о способности критически мыслить, анализировать, сверять факты, проверять источники. Негативные эмоции быстро поглощают рациональную часть сознания. А если вокруг острая или кризисная обстановка, фейковые новости распространяются со скоростью света.

Фейки способны посеять страх, панику, недовольство, волнение, толкнуть человека на низменные поступки и превратиться в навязчивые мысли.

Огромное количество фейковых новостей (по подсчетам газеты «Вашингтон пост» числом 1628) выпущены в ходе предвыборной кампании бывшего президента США Дональда Трампа. Причём он использовал для этого научные институты, аналитические компании и т. п., хотя в этом процессе участвовали и простые люди. Так американский блогер, опубликовавший фотографию рядом с автобусами, утверждал, что на них привезли подставных людей проголосовать за Трампа. Это вызвало огромный поток ненависти к республиканской партии США. А оказалось, что автобусы были заказаны для участников конференции разработчиков программного обеспечения. Компания сделала об этом официальное заявление, опубликовала опровержение, но было уже поздно. В случае с фейками доказательства обратного уже не так важны, сфальсифицированная новость будет и дальше разлетаться по интернету, а вот опровержение, может быть, и нет. Более того, фейк может обрастать все новыми деталями.

Создать фейк и трудно, и просто одновременно. Трудно попасть в точку, в тему, которая станет взрывом для бурной эмоциональной реакции. Надо придумать кричащий заголовок, зацепить читателя любыми способами, добавить фотографии, упомянуть существующих людей и добавить достоверные фоновые подробности. А под конец – гиперболизировать событие, скрывая контекст и некоторые факты.

Показывая разрушенные здания в ДНР после обстрела украинскими войсками, американские СМИ пишут, что это сделали русские, хотя подпись под видео гласит: «Кадры после обстрелов в Донецке». То есть люди, создающие фейки, не особенно заботятся об их правдоподобии, понимая, что эффект все равно будет очень сильным. Ведь аудитория не вникает в детали – достаточно лишь назвать Донецк Киевом и обвинить Россию в разрушении жилых кварталов. А люди, испуганные боевыми действиями, порой не способны объективно и критически оценивать качество информации. И цель достигнута: очередной повод обвинить Россию, вызвать рост всеобщего недовольства в мире, подготовить новый пакет санкций, призвать мировое сообщество бойкотировать Российскую Федерацию.

Чтобы затопить Швецию в НАТО, скандинавов напугали фейком о том, что российские самолёты с ядерной начинкой залетали в воздушное пространство их страны. Конечно, это вызвало переполох, страх перед Россией, а официальное объяснение, что это невозможно,

что такие самолеты могут появиться в небе только по особому специальному указанию – практически никто не услышал. Значит, фейк снова сработал, ведь сообщения о том, что самолеты пролетали над нейтральными водами, никто и не заметил.

Как же распознавать фейки, не позволяя лжи исказить наше представление о жизни, о мире, о происходящих в нем событиях? Есть несколько основных методик, по которым необходимо обращать внимание на эпатажность и крикливость заголовков; на репутацию источников информации; на качество фотографий; на представление лишь одной точки зрения без объективного освещения темы с разных сторон; на опечатки в тексте и др. Важно быть внимательными и рациональными, чтобы не дать себя обмануть. Журналисты, производящие фейки, по сути обслуживают различные политические группы, становясь услужливыми слугами дьявола, лжи и подлости. Что ж, как написал в свое время замечательный поэт Юрий Левитанский: «Каждый выбирает для себя женщину, религию, дорогу. Дьяволу служить или пророку – каждый выбирает для себя».

## Специфика православной журналистики

*Диакон ДИОНИСИЙ ЩЕРБАКОВ*

Православная журналистика, безусловно, отличается от светской – одной из ее основных задач является удовлетворение информационных запросов верующих людей посредством освещения фактов, церковных событий и религиозных вопросов, актуальных в настоящее время. Важно понимать, что сегодняшнее время характеризуется тем, что религия являет себя миру не только посредством институтов Церкви, деятельности духовных лиц, проповедников и миссионеров, но и посредством такого явления как религиозная журналистика.

Первая проблема обозначенной темы связана с терминологией. Можем ли мы вообще называть журналистику православной? «Православная журналистика» и «журналистика о православии» – это одно и то же? В первую очередь следует сказать, что православная журналистика – один из видов религиозной журналистики, затрагивающий область православной религии и освещающий различные аспекты деятельности Русской Православной Церкви. К сожалению, в исследованиях в области православных медиа пока нет четкого определения базовых для данной сферы понятий, как и нет пока четкой дефиниции понятия «православная журналистика». Православная журналистика, в отличие от журналистики о православии, описывает и анализирует проблемы из разных областей жизни: политики и экономики, социологии и философии – с позиций православного мировосприятия. В связи с этим следует различать статьи журналистов о православии и публикации, подготовленные представителями православной журналистики. Последние должны быть верующими людьми и вести духовную жизнь, им следует обладать необходимым уровнем воцерковленности. В первую очередь материалы православной журналистики отражают взгляды верующего человека, участвующего в жизни Церкви. От этого зависит качество и степень полезности написанных статей. Таким образом, православные журналисты помогают формировать определенный взгляд на духовную жизнь и отношение к Церкви [1]. Это не означает, что материалы журналиста светского, пишущего на религиозные темы, будут неправильными. Скорее, они будут неполными, станут лишь внешним описанием, чьим-то мнением и не больше. В православных материалах важна точка зрения не просто наблюдателя религиозных обрядов, а участника жизни в Церкви.

Итак, поговорим об особенностях, характерных для православной журналистики. О первой особенности, которая состоит в уяснении разли-

чий «журналистики о православии» и материалов «журналистики православной» мы упомянули. Вторая особенность публикаций на церковную тему – их важность и разносторонность, поскольку они затрагивают самую сокровенную часть души человека – область веры, взаимоотношения человека с его Создателем. Принцип «Не навреди» должен быть для православного журналиста первостепенным. Как часто бывает, светские журналисты излагают материал на противопоставлении двух или нескольких точек зрения. В религиозной теме присутствует точка зрения, к которой, как правило, располагает журналист – это соборное мнение Церкви и непротиворечащее ему представление о рассматриваемом вопросе того или иного святого, или авторитетного богослова или иерарха Церкви.

Третья особенность материалов на религиозную тему – верно выбранный тон и стиль изложения. «Кроме языка и аргументации, очень важен сам тон, которым говорит журналист, его пафос. Это греческое слово означает страсть, чувство, воодушевление, оно почти является синонимом слова тон. Вялая статья лишена жизненного тонуса, тона – она бесчувственна, безпафосна. Правильно выбранный тон помогает журналисту найти верные слова и сделать верные выводы», – пишет Костикова Надежда Алексеевна в своей статье «Православная журналистика: методологические особенности изучения эффективности деятельности» [2]. Православный журналист должен отличаться стремлением к поиску выразительных языковых средств, чтобы аудитории не сложилось впечатление, будто церковные новостные источники соевей целью ставят скучное информирование, не желая при этом быть проводником современной церковной мысли.

Журналистам, разрабатывающим религиозные темы, приходится иметь дело со специфической информацией. В пространство религиозной проблематики входят разные духовно-социальные аспекты, которые необходимо объяснять с религиозной точки зрения. Это предполагает знание языка религии. Язык религии, как правило, только отчасти ясен массовому читателю, а также самим журналистам, особенно светским. Священники и богословы в полноте владеют этим языком, изобилующим специфическими терминами. Православный журналист должен помочь читателю разобраться в терминологии, предложить по возможности ее точный «перевод» и не утратить при этом «дух», сокровенную глубину. Иными словами, церковно-славянский язык, принятый в богослужении, используется священнослужителями не только в храме, но и в массовой литературе и журналистике. Задача журналиста – донести смысл, глубину и красоту церковного языка.

Православный журналист непременно должен избегать таких вещей как излишняя эмоциональность, сенсационный подход и преувеличение негативных последствий. С другой стороны, чтобы заинтересовать читателя, журналисту необходимо показать связь между религиозной проблемой и человеком. Для развития религиозного мышления важно пропускать религиозные проблемы через личный опыт человека.

В настоящее время намечается тенденция объединения епархиальных СМИ в одну общую структуру, которая, как правило, имеет статус епархиального отдела. Помимо этого, в некоторых епархиях в качестве отдельного подразделения существует пресс-служба. В Борисоглебской епархии информационная служба входит в епархиальный отдел по взаимоотношениям Церкви с обществом и СМИ. В информационной службе трудятся четыре сотрудника: руководитель информационной службы, фотограф, видеограф и репортёр. В задачи информационной службы Борисоглебской епархии входит своевременное распространение достоверных сведений по вопросам, представляющим ценность и интерес для общественности; создание и закрепление правдивого, позитивного образа Церкви в общественном сознании; общение со светскими журналистами, информационная работа в Интернете; мониторинг материалов региональных средств массовой информации и их аналитическую обработку. Материалы пресс-службы Борисоглебской епархии публикуются региональными печатными СМИ, региональными телекомпаниями, телекомпанией «Союз»; у епархии имеется YouTube-канал и епархиальный сайт, на которых публикуются репортажи, отражающие актуальные новости епархии.

Таким образом, можно сделать вывод, что формирование общей структуры церковных СМИ продолжается и по сей день, возникают новые электронные и печатные органы, растет их профессионализм. Но остается еще много вопросов, связанных с организацией работы различных православных медиа, в частности, формирующихся в Русской Православной Церкви новых информационных структур. Можно сделать вывод, что специфика православной журналистики заключается в том, чтобы восполнять потребность общества в вере и в определенной мере формировать ее. Очевидно, что от докладчика на секции журналистики ожидают того, что он будет рассказывать о неперенной важности и необходимости журналистики, но вот ещё одна особенность: когда мы говорим о православной журналистике, не следует преувеличивать возможности журналистики: в Церкви главное – это жизнь

духа, богослужение, а не и пресса и семинары. Поэтому православный журналист обязан руководствоваться известным принципом: если Бог будет на первом месте, всё остальное будет на своём.

### *Литература*

1. Бакина О.В. Современная православная журналистика России/ О.В. Бакина. – Киров: КФ МГЭИ, 2003.
2. Костикова Н.А. Православная журналистика: методологические особенности изучения эффективности деятельности/ Н.А. Костикова. – URL: <http://radonezh.ru/analytic/9097.html> (дата обращения: 25.11.2022).

## *Наши авторы*

**Светлана ГЛАДЫШЕВА** – кандидат филологических наук, доцент Воронежского государственного университета.

**Александр ГРАБЕЛЬНИКОВ** – доктор исторических наук, профессор Российского университета дружбы народов.

**Елена МИХАЙЛОВА** – учитель МКОУ «Дьяченковская СОШ» Богучарского района Воронежской области.

**Евгения САПРЫКИНА** – обозреватель районной газеты «Острогожская жизнь», Воронежская область.

**Алла СЛАТИНА** – библиотекарь Воскресной школы Свято-Митрофановского храма, село Верхний Мамон Воронежской области.

**Владимир ТУЛУПОВ** – доктор филологических наук, профессор Воронежского государственного университета.

**Екатерина УЛЕВАТАЯ** – заместитель руководителя муниципального казённого учреждения «Управление культуры» Богучарского муниципального района Воронежской области, г. Богучар

**Елена ФОМИНЫХ** – генеральный директор ООО ЦРР СМИ «Моя провинция», член Союза журналистов России, Академик Международной Академии телевидения и радиовещания, член Союза кинематографистов славянских и православных народов, телеведущая, генеральный директор медиахолдинга «Борисоглебск».

**Диакон ДИОНИСИЙ ЩЕРБАКОВ** – руководитель информационной службы Борисоглебской епархии.

Научное издание

**Современные массмедиа  
в условиях информационного противостояния**

Под общей ред. проф. В. В. Тулупова

Верстка: П. И. Новиков

Подписано в печать 28.11.2022 г. Формат 60X84 1/16

Гарнитура Times New Roman.

Бумага офсетная. Печать офсетная.

Усл. п. л. 1.13. Тираж 100 экз.

Воронежский государственный университет

Факультет журналистики

3940689, Воронеж, ул. Хользунова, 40-а

Тел. (473) 274-52-71, [vlvtul@mail.ru](mailto:vlvtul@mail.ru)

Отпечатано в типографической лаборатории факультета журналистики ВГУ