**СОХРАНИТСЯ ЛИ ТРЕНД «ЯЗЫКА ВРАЖДЫ» В ЦИФРОВЫХ МЕДИА СТРАН ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ?**

***Г.Ж.Ибраева, Э.М.Толеген***

*Казахский национальный университет имени аль-Фараби, пр. Аль-Фараби, 71, 050040, г. Алматы, Республика Казахстан, Galiya.ibrayeva@gmail.com; Etlgn@yandex.kz*



Эволюция отношения к "языку вражды" в информационном пространстве Центральной Азии, от первоначальной недооценки его опасности до последующей активизации после пандемии COVID-19 и других событий, представлена в кратком дискурсе на основе ряда проведенных исследований в этом регионе.

***Ключевые слова:*** Центральная Азия, “Язык вражды”, цифровые медиа, конфликты

**WILL THE TREND OF “HATE SPEECH” IN THE DIGITAL MEDIA OF CENTRAL ASIA COUNTRIES PERSIST?**

***G.Zh.Ibrayeva, E.M.Tolegen***

*Al-Farabi Kazakh National University, Al-Farabi Ave., 71, 050040, Almaty, Republic of Kazakhstan, Galiya.ibrayeva@gmail.com; Etlgn@yandex.kz*

The evolution of attitudes towards "hate speech" in the information space of Central Asia, from initially underestimating its danger to subsequent activation after the COVID-19 pandemic and other events, is presented in a concise discourse based on a series of conducted studies in the region.

**Key words:** Central Asia, “Hate speech”, digital media, conflicts

Развитие информационных технологий, активное использование социальных сетей и онлайн-медиа создает новые площадки для манипуляции общественным мнением, распространения фейков и дезинформации, в том числе с использованием, так называемого “языка вражды”, как на международном, так и локальном уровне. Особенно этот агрессивный способ коммуникации обостряется в период выборных кампаний, экологических кризисов, приграничных 1) или этнических конфликтов, связанных как экономическими, так и с социальными проблемами.

Еще несколько лет назад в исследовании "Потребление новостных материалов в интернете в Центральной Азии" [1], которое охватило более 4 тысяч пользователей из этого региона, на вопрос о знакомстве с такими явлениями, как "язык вражды" и "риторика ненависти" в СМИ, выяснилось, что лишь треть респондентов была осведомлена об этих понятиях. Семь из десяти респондентов либо не были знакомы с ними, либо затруднялись ответить на вопрос. В Таджикистане и Кыргызстане наблюдалась тенденция, связанная с возрастом. Например, в Таджикистане доля респондентов, знакомых с явлением "язык вражды" среди возрастной группы 43+, составляла 65% и выше, а в Кыргызстане - более 50%. [1,c.32] Эксперты исследования заключили, что в мировом масштабе конфликтно-чувствительная журналистика практикуется давно и является неотъемлемой частью стандартов, в то время как в Центральной Азии она только зарождается. Несмотря на гражданские войны в некоторых странах (например, в Таджикистане в 90-х годах) и межэтнические конфликты (как в Кыргызстане в 2010 году), культура исключения ненавистных высказываний или избегания акцентирования на этнической принадлежности еще не сформировалась, как в СМИ, так и в социальных сетях. Мнения экспертов из стран Центральной Азии разделились: одни считали, что журналисты стали более осторожны в применении терминов ненависти, опасаясь судебных преследований за оскорбление, в то время как другие замечали обратное явление. В Казахстане существуют законодательные нормы, препятствующие СМИ писать о конфликтных темах, что заставляет их применять профилактические меры. В Узбекистане эксперты отмечают, что споры на эту тему более активны в социальных сетях, чем в традиционных СМИ [1, c.52].

 В настоящее время «язык вражды» стал широко распространенным, особенно в социальных сетях. Наблюдается увеличение числа вымышленных аккаунтов и комментариев под фейковыми новостями, особенно в период пандемии COVID-19 [7, c.99]. Новые медийные инструменты, такие как «фабрики троллей» и боты, активно используются, особенно в сфере бизнеса, обсуждении социальных и гендерных вопросов, при применении «черного» пиара. С помощью методов троллей и ботов продвигаются навязываемые образы: положительные персонажи становятся негативными, и наоборот. Иногда через недобросовестных блоггеров происходит дискредитация оппонентов, разжигается ненависть, ведется информационная "война" [8]. Для этого используются не только словесная риторика, но и смонтированные в искаженном формате видеоинформация, фальшивые фотографии, мемы. Боты активно вовлекаются для создания иллюзии интереса общества к обсуждаемой теме, стимулируя активные комментарии и воздействуя скрытыми психологическими манипуляциями на сознание пользователей.

  В настоящее время «язык вражды» стал широко распространенным, особенно в социальных сетях. Наблюдается увеличение числа вымышленных аккаунтов и комментариев под фейковыми новостями, считают создатели проекта «Обзор языка вражды и фейков в Центральной Азии за 2020 год”[5]. Исследователи измерили языковую тональность медиа по трем категориям: мягкий, средний и жесткий. «Пик использования среднего “языка вражды” в странах Центральной Азии пришелся на апрель-июнь (31%), то есть, к тому времени первая волна негодования, страха и паники прошла, но тем не менее, люди продолжали жить в неизвестности”.[5, c.9]

Таблица 1 [5, c.9]



Новые медийные инструменты, такие как «фабрики троллей» и боты, активно используются, особенно в сфере бизнеса, обсуждении социальных и гендерных вопросов, при применении «черного» пиара. С помощью методов троллей и ботов продвигаются навязываемые образы: положительные персонажи становятся негативными, и наоборот. Иногда через недобросовестных блоггеров происходит дискредитация оппонентов, разжигается ненависть, ведется информационная "война". Для этого используются не только словесная риторика, но и смонтированные в искаженном формате видеоинформация, фальшивые фотографии, мемы. Боты активно вовлекаются для создания иллюзии интереса общества к обсуждаемой теме, стимулируя активные комментарии и воздействуя скрытыми психологическими манипуляциями на сознание пользователей.

Согласно результатам исследования 2021 года, в Казахстане наиболее часто используют лексику «языка ненависти» такие сайты и издания, как [zakon.kz](http://zakon.kz/%22%20%5Ct%20%22_blank), Abai.kz, Qamshy.kz, Alashainasy.kz, [stan.kz](http://stan.kz/%22%20%5Ct%20%22_blank), [qazaquni.kz](http://qazaquni.kz/%22%20%5Ct%20%22_blank). Не всегда достоверную информацию, а скорее дезинформацию, размещают такие издания, как [total.kz](http://total.kz/%22%20%5Ct%20%22_blank), [zakon.kz](http://zakon.kz/%22%20%5Ct%20%22_blank), Abai.kz, Qamshy.kz, [jasqazaq.kz](http://jasqazaq.kz/%22%20%5Ct%20%22_blank), [stan.kz](http://stan.kz/%22%20%5Ct%20%22_blank), [sn.kz](http://sn.kz/%22%20%5Ct%20%22_blank). Темы, которые чаще всего становятся триггерами и используют «язык вражды» - это пандемия COVID-19 . Источниками недостоверной информации также стали мессенджеры. В период распространения коронавируса мессенджеры, такие как WhatsApp, активно распространяли различные фейки, например, о количестве зараженных в городах и о народных средствах исцеления [7]. Нередкими были случаи травли в социальных сетях жителей разных районов города Алматы, которых дискриминировали и осуждали за несоблюдение санитарных норм и отсутствие масок. Официально в социальных сетях публиковались списки людей, нарушивших карантинные меры, что приводило к их штрафованию и публичному осуждению. Другими триггерами «языка ненависти» стали публикации, в которых дискриминировали женщин. Это проявлялось как в заголовках информационных материалов, так и в агрессивных комментариях в социальных сетях. В Кыргызстане темами «ненависти» наряду с COVID-19 стали трайбализм (южные и северные кыргызы), отношение к внутренним мигрантам, профессиям (врачам, милиционерам и др.), таджикско-кыргызским отношениям и отношению к другим этносам. Особенно чувствительной стала тема негативного отношения к женщинам. Для провокаций в социальные сети вбрасывались фейковые фото, на которых реальные плакаты подменялись на фальшивые, содержащие тексты типа «Я не буду наливать чай» или «Я не буду выходить замуж». Многие сайты и интернет-издания, такие как Kaktus Media, Delo.kg и другие, исследованные в рамках этого проекта, содержат «язык ненависти».[2, c.36] Следует отметить, что даже в Таджикистане, где действует достаточно строгое законодательство, множество источников, таких как Asiaplustj.info, Ozodi.org, Avesta.tj, Khovar.tj, издает материалы с использованием «языка вражды». Кроме того, среди других информационных изданий, таких как Ittiloot.com, Asia-times.org, [Tj.sputniknews.ru](http://tj.sputniknews.ru/%22%20%5Ct%20%22_blank), также нередко можно встретить дезинформацию. Этим изданиям принадлежат также мессенджеры WhatsUpp и Viber.

Причиной активизации использования «языка вражды» обычно считают низкий уровень медиаграмотности и недостаточное внимание к фактчекингу, а также дезинформация и информационные атаки. Эту гипотезу подтверждает исследование 2022 года, проведенное аналитическим агентством DEMOSCOPE на тему «Восприятие и распространение дезинформации в казахстанских медиа и соцсетях» [3]. В нем указывается, что 6% опрошенных казахстанцев считают, что фактчекинг – это распространение фейков, а 41% настороженно относятся к сообщениям интернет-СМИ. Исследование также выявило, что казахстанцы чаще всего сталкиваются с фейковой информацией в сообщениях интернет-СМИ – 41%. По мнению 29% аудитории опроса, телеканалы также могут распространять дезинформацию, а на третьем месте по этому показателю – YouTube-каналы, среди которых указано 22%».[2, c.54] Наиболее последовательными в изучении опасности «языка вражды» стали исследователи из Кыргызстана. В прошлом году они провели глубокий анализ контента медиа страны и отразили его результаты в книге «От языка вражды к ненасильственной коммуникации”, изданной в 2023 году[4].

Таким образом, с развитием новых технологий тренд «языка вражды» в современной коммуникации стран Центральной Азии становится опасным явлением. Повышение медиаграмотности населения, взаимодействие с журналистами, блоггерами и лидерами мнений, а также соблюдение законодательства стран региона помогут сохранить баланс мира и взаимопонимания.

***Библиографические источники***:

1. Ибраева Г., Нурумов Б., Мысаева К. Потребление новостных материалов в интернете в Центральной Азии. <https://school.cabar.asia/ru/books/issledovanie-potreblenie-novostnyh-materialov-v-internete-v-centralnoj-azii/> , IWPR, 2019, 69 с.
2. Воронина Е, Токтогулова Э., Кайыпов, Э. «Язык вражды» в современном медиа- и коммуникационном пространстве: Учебно-методическое пособие для преподавателей вузов. — Бишкек: ОФ «Центр поддержки СМИ», 2021. — 77 с.
3. Perception and Spreading of Disinformation in Kazakhstan Media and on Social Networking Sites. <https://demos.kz/perception-and-spreading-of-disinformation-in-kazakhstan-media-and-on-social-networking-sites-2/?lang=en> 14.12.2022 DEMOSCOPE.
4. Исманов, А., Купуева, Н., Станалиева, Г., Токтогулова, М., Турдубаева Э. От языка вражды к ненасильственной коммуникации. – Бишкек.: 2023. – 120 с.
5. Обзор языка вражды и фейков в Центральной Азии за 2020 год; Результаты медиамониторинга в рамках проекта BRYCA, 2021, 24 c. [Электронный ресурс]. URL: htps: www://prevention.kg/uploads, 2021
6. Уголовный Кодекс РК Статья 174. Разжигание социальной, национальной, родовой, расовой, сословной или религиозной розни [Электронный ресурс]. URL: htps: www //kodeksy-kz.com/ka/ugolovnyj\_kodeks/174.htm#:~:text
7. Nurumov, B., Berkenova, G.,. Freedman, E., Ibrayeva G. Covid-19 Pandemic and Central Asia Crisis Management, Economic Impact, and Social Transformations Chapter 10.. - Washington, D. C.: The George Washington University, Central Asia Program, 2021. – P. 99-113 [Электронный ресурс]. <https://www.centralasiaprogram.org/wp-content/uploads/2021/01/Laruelle-ed-Covid-and-Central-Asia-2021-Final-1.pdf>
8. Nurumov, B., Brown, M., Ibrayeva, G., Myssayeva, K., Online Audiences of Central Asia and Kazakhstan: Choice and Preferences in the Era of Multimedia News Content // Вестник Московского университета. Сер. журналистика. – 2021. - № 3. – С. 54-73 / Doi: 10.30547/vestnik.journ.3.2021.5473

заменено» [6, с. 5]. Схожее мнение выразил декан Высшей школы журналистики и медиакоммуни- каций КФУ Леонид Толчинский: «Цифровизация и цифровые возмож- ности – инструментарий, а не самодостаточная единица, которая вдруг начнет править миром. Он облегчает старые профессии, а в будущем создаст новые, уберет много механического и ненужного, от чего мы хо- тели бы избавиться и сами». По его мнению, «нужно переориентировать учебные планы на изучение цифровых технологий и подготовку специ- алистов, способных работать с медиасредой. Это шире, чем журнали- стика«» [7].

Однако динамика развития новых технологий и их использования в медиаиндустрии оставляет мало времени для рефлексии, прогнози- рования тех перемен, которые ожидают журналистику и подготовку к ним. Вопрос, как готовить журналистов работать с ИИ, пока не имеет однозначного ответа. Неясно какими ключевыми компетенциями они должны обладать завтра, какие новые специальности будут востребова- ны в профессии в ближайшей и среднесрочной перспективе, и кто им, собственно, сможет обучить.

**Библиографические ссылки**

1. *Вальковский М. А*. Цифровые платформы и структурная трансформация массмедийного контента / «MEDIAОбразование: цифровая среда в условиях вынужденной метаморфозы»: материалы VII Междунар. науч.-практ. конф. (Челябинск, 22–24 ноября 2022 г.) [сетевое издание] / под ред. А. А. Моро- зовой; Челябинский государственный университет. Челябинск: Изд-во Челя-



**Раздзел VI. *Міжнародная журналістыка і дыскурс-аналіз медыяпрацэсаў* 401**

бинского гос. ун-та, 2022. 632 с. [Электронный ресурс]. URL: htps: www.csu. ru/scienti c-departments/Dokuments/MEDIAEdukcation#\_Proceedings\_2022. С. 195–199 (дата обращения: 09.07.2023).

1. Будущее журналистики: как искусственный интеллект сможет изменить эту профессию [Электронный ресурс]. URL: https:// cles/703338/ (дата обраще- ния: 09.07.2023).
2. Роботы-журналисты: как и где их используют? [Электронный ресурс]. URL: https://nris.ru/news/roboty-zhurnalisty:-kak-i-gde-ih-ispolzuyut/ (дата об- ращения: 05.08.2023).
3. Больше половины журналистов и экспертов СМИ используют нейросети для подготовки материалов. Журналист [Электронный ресурс]. URL: https:// jrnlSaintru/2023/07/19/143465/ (дата обращения 06.08.2023).
4. ChatGPT: угроза или возможность для журналистики? Пять экспертов по ИИ взвешивают все «за» и «против» [Электронный ресурс]. URL: https:// internews.kg/glavnye-novosti/chatgpt-ugroza-ili-vozmozhnost-dlya-zhurna- listiki-pyat-ekspertov-po-ii-vzveshivayut-vse-za-i-protiv/ (дата обращения: 03.07.2023).
5. *Marconi Francesco*. Newsmakers: Arti cial Intelligence and the Future of Journalism / Columbia University Press, 2020. 216 с.
6. «Нужнылижурфакивпринципе?»Смогутлинейросетизаменитьжурнали- стов и когда это будет [Электронный ресурс]. URL: https://mel.fm/vospitaniye/ intervyu/3246970-nuzhny-li-zhurfaki-v-printsipe-smogut-li-neyroseti-zamenit- zhurnalistov-i-kogda-eto-budet (дата обращения: 08.08.2023).