УДК 378

DOI: 10.17223/26188422/8/2

В. В. Тулупов

МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ В ЭПОХУ «ПОСТПРАВДЫ»

Рассмотрены задачи медиаобразования в эпоху «постправды», когда широкое распространение фейковых новостей усугубляет недоверие аудитории к журналистике и требует реагирования от медиапрофессионалов. Помимо оздоровления самой профессии, требуется системная работа по воспитанию медиаграмотности аудитории, начиная со школы. Предлагается целый комплекс мер, которые должны войти в долгосрочную государственную программу по развитию медиаобразования в России. В качестве образцового приводится опыт Финляндии, в которой медиаграмотность населения является приоритетом национальной политики.

Ключевые слова: фейк-ньюс, постправда, манипуляция общественным мнением, медиаобразование, медиаграмотность аудитории.

Из многочисленных задач, стоящих перед медиаобразованием сегодня, на первый план вышла та, решение которой в той или иной степени помогает предохранять население от вредного воздействия масс-медиа. Почему же направление деятельности медиапедагогов, называемое *протекционистским*, *инъекционным* и даже рассматриваемое в рамках «теории гражданской защиты» [1. С. 51–53], необходимо считать приоритетным? Потому что и отечественные, и западные медиаэксперты авторитетно и доказательно утверждают, что «современная фейковая жизнь» является настоящей угрозой демократии, демократическому порядку во всем мире [2. С. 245]. Конечно, в эпоху «постправды» к медиаобразованию необходимо подходить комплексно, не забывая о решении и других не менее важных задач – по этическому, эстетическому и экологическому воспитанию, развитию критического мышления, формированию общественного мнения, обучению правильно выбирать и адекватно оценивать потоки сообщений медиа в соответствии с потребностью индивида и др.

Сегодня, видимо, уже всем известны значения понятий «*постправда*» и «*фейк*»¹, тем не менее есть необходимость в уточнении де-

¹ «Постправда» названа «словом года» в 2016 г. URL: <https://en.oxford-dictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>.

финиций, поскольку границы их применения продолжают расширяться. Например, поначалу слово «постправда» (или постистина – от англ. *post-truth*) означало лишь некие обстоятельства, при которых мнения, эмоции были важнее объективных фактов, сегодня же все чаще говорят об «эпохе постправды», когда у большинства населения нет веры к большинству источников информации, кроме избранных ими самими по соответствию их мировоззрению. Более того: «Широкое распространение фейковых новостей привело к появлению повседневной политической культуры, которая по аналогии с постмодерном названа постправдой...» [2. С. 249].

Соккрытие правды сегодня происходит тонко: например, при помощи отвлекающих маневров, когда ее не прячут, а просто топят во лжи, когда плодят факты, обладающие внешней достоверностью, в которые обязательно кто-то поверит, – и в этой информационной паутине даже профессионалам трудно отличить истину от злонамеренного вымысла. Тем более что во времена господства социальных сетей с их хором глупостей, заглушающих одинокие голоса правды, это делать все труднее и труднее. Но на это, собственно, и расчет тех, кто сознательно манипулирует общественным сознанием, кто, как писал в свое время Станислав Лем, умело «топят зерно истины в лавине несуразных вымыслов».

Возможно, блогеры и тролли живут и действуют по девизу Ницше, считавшего, что фактов нет, а есть лишь их интерпретация, но это лишь красивый парадокс, потому что мир заинтересован в поиске и нахождении истины. К тому же есть мнение, что крылатые выражения фиксируют не только мудрость, но и заблуждения человечества, выступая своеобразным утешением для некоторых представителей многоликого социума.

Вот что написал по этому поводу Александр Генис: «Как известно, в Америке борются две теории эволюции: одна – по Библии, другая – по Дарвину. О правоте той или иной спорят ученые, политики и школьные учителя. Но как быть с Гранд-Каньоном? Попав туда, я услышал от гида две версии его происхождения. Первая: каньон прорыла река, еле видневшаяся на дне ущелья. Вторая: все натворил ветхозаветный потоп. Вот это и называется альтернативным фактом. Не желая ввязываться в дуэль веры с наукой, экскурсовод предложил два несовместимых тезиса. Нам предлагается не только выбирать между ними, но и отказаться от

обоих, всплеснув руками: мир непостижим, истина неуловима, каждому по его вере» [3]. Такой подход и рождает тотальный скепсис и по отношению к реальности, и по отношению к СМИ. Снижение доверия к журналистике – печальный, но очевидный факт.

«Понятие “фейк” (англ. *fake* – “подделка”, “фальшивка”, “обман”) включает 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 поносящих одобрительные комментарии)» [4. С. 89]. Оставив за скобками примеры невинной мистификации, отметим, что ученые сходятся в одном: фейковая новость – это всегда преднамеренная фальсификация, сознательная манипуляция общественным сознанием, т. е. дезинформация, преследующая негативные цели, прежде всего подрыв репутации.

Несколько примеров фейковой информации.

31 января 2020 г. в Женеве на пресс-конференции Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ) общественность проинформировали о появлении нового штамма вируса nCoV. Через неделю количество инфицированных составило 31 481 человек, из них 639 человек умерло (в Китае 637 человек, на Филиппинах и в Гонконге по одному человеку). Это очень много, но в СМИ и социальных сетях данные были многократно увеличены, и в мире возникла настоящая паника. Особенно после распространенного в интернете видео, на котором влиятельный китайский деятель ел суп из летучих мышей, с комментарием, что новый штамм вируса связан именно с этим блюдом. Информация о том, что заболевание происходит от «дикой пищи коренных народов», было воспринято как достоверная, что усилило негативное стереотипное отношение части населения к китайской кухне, к китайцам. Это вызвало у мировой общественности обеспокоенность по поводу обострения проблемы расовой дискриминации, хотя *BBC* и опубликовало корректирующую информацию, подтверждающую, что видео выше не было записано ни в Ухане, ни в любом другом месте в Китае.

В другом сообщении говорилось, что китайская фармацевтическая промышленность намеренно вызвала вспышку болезни для продажи вакцин. Считается, что обвинение выдвинул Джордан Сатер – владе-

лец частного канала в сети видеохостинга *YouTube*. Американский радиоведущий Хэл Тернер усилил новость о количестве смертей и заражений. В сообщении, опубликованном 23 января на его личном веб-сайте, Тернер заявил о 112 тысячах случаев смерти и 2,8 миллиона новых случаях заражения коронавирусом, ссылаясь на источники, которые он обозначил как «бывшие коллеги» и которые якобы знали друг друга в течение пятнадцати лет в период работы с Федеральным бюро расследований.

Таким образом, из различных неофициальных источников ложные новости распространяются с головокружительной скоростью, даже быстрее, чем информация о болезнях. И миру приходится бороться не только с болезнями, но и с ложными новостями. ВОЗ даже назвала это инфодемией, или информационной пандемией [5]. Это – явление информационного вакуума, создаваемого в ситуации, когда огромные массы людей не в состоянии выделить достоверную информацию, когда медиaprостранство стремительно заполняется различной, в том числе противоречивой, информацией, поступающей из различных источников.

Проблема снижения доверия к средствам массовой информации неоднократно рассматривалась автором [6–8], предположившим еще двадцать лет назад, что общество таким образом выставляет счет журналистам, пренебрегающим этическими и профессиональными стандартами, и в целом журналистике, изменяющей своим принципам. Предлагалось подумать над созданием *специфической концепции прессы*, учитывающей как мировой опыт и международные тенденции в функционировании СМИ, так и ментальность российской нации, современное общественно-политическое состояние и перспективы развития государства, традиции отечественной журналистики. И ученые старались теоретически обосновать конвергенционный подход, который мог бы стать базовым не только для формулировки современных дефиниций независимости прессы, финансовой независимости, редакционной независимости, профессионализма в журналистике, но и для определения отношений СМИ и власти, СМИ и владельцев, СМИ и общества, СМИ и аудитории на основе профессиональных, экономических, управленческих, организационных, психологических и др. моделей [9–12].

К сожалению, журналистская практика пошла иным путем. В результате, например, доверие к телевидению как к источнику новостей

за десять лет снизилось на 25 %, и это при том, что доверие к ТВ сохраняют в основном россияне старше 35 лет. Более половины телезрителей считают, что освещение положения дел в экономике «не соответствует действительности»; недоверие к освещению внешней политики выросло с 22 до 34 % [13].

Что же делать?

Если говорить о журналистике, то, думается, ей необходимо вспомнить о своих истоках: «СМИ надо возвращаться к ясно сформулированной христианской этике. Тогда журналисты будут выполнять свое предназначение – освещать новости, просвещать человеческие души, а не помрачать. А если оставить журналистику на откуп заинтересованным теневым структурам, решающим различные частные, узкие, а иногда и враждебные для России задачи, то не жди добра. И не надо в этом случае удивляться тому, что авторитет СМИ опустится ниже плинтуса» [14].

Что же касается аудитории масс-медиа, то здесь необходимо вести речь не столько о неких практических советах [15], сколько о системной работе по воспитанию медиаграмотного гражданина, умеющего в современных информационных условиях предохраняться от вредного воздействия медиа, осознающего возможные последствия воздействия негативной информации на психику. Настало время, когда медиаобразование должно осуществляться в школах как обязательная часть общего образования, а в средних специальных и высших учебных заведениях – на факультативной основе. Здесь оно может и должно быть интегрированным с традиционными дисциплинами, а в учреждениях дополнительного образования и досуговых центрах (домах культуры, центрах внешкольной работы, эстетического и художественного воспитания, клубах и т.д.) – в форме кружков или постоянных семинаров. В нынешнюю компьютерную эпоху достаточно легко организовать дистанционное медиаобразование, имея в виду потребность граждан в самостоятельном и непрерывном – в течение всей жизни человека – медиаобразовании. Последнее диктуется, повторимся, необходимостью для людей выделять в мощном и непрерывном информационном потоке качественную социально значимую информацию, находить способы защиты от манипулирования их сознанием.

Факультеты журналистики должны ратовать за повсеместное внедрение медиаобразования и расширение его форм еще по нескольким причинам: очевидна необходимость воспроизводства аудитории

всех видов СМИ (в том числе бумажной прессы, ориентированной на грамотного критически мыслящего читателя); поддержки качественных (социальных) СМИ (нарушение баланса в пользу развлекательных, гляцевых, желтых СМИ вытесняет из информационного поля качественную журналистику); специальной подготовки абитуриентов, обладающих особыми качествами для работы в масс-медиа (грамотность, креативность, гражданственность и т.д.)

Решение этих комплексных задач будет способствовать развитию личности, формированию умений адекватно и полноценно воспринимать, интерпретировать, анализировать и оценивать медиатексты. Эта работа проводится и сегодня, но достаточно хаотично, поскольку нет государственной долгосрочной программы медиаобразования в России, благодаря которой все разрозненные педагогические, научные, творческие, общественные силы были бы объединены [16]. И на первом этапе важнее всего убедить педагогов в том, что «Медиаобразование» становится одной из важнейших дисциплин гуманитарного направления, что использование в учебном процессе медиа (на основе специально разработанных учебно-методических пособий) значительно повышает эффективность обучения, делает связь «педагог – обучающийся» более крепкой; что без всеобщей медиаграмотности у общества нет будущего.

К сожалению, в нашей стране все еще не сформирована система медиаобразования как *элемента социального института*. Да, сегодня в отдельных школах организуются пресс-центры; в каких-то регионах проводятся фестивали и конкурсы детских, юношеских и молодежных СМИ; дисциплина «Медиаобразование» включается в учебные планы некоторых вузов, реализующих направления «Журналистика» или «Медиакоммуникации», но в целом медиаобразовательная деятельность осуществляется в нашей стране бессистемно, хаотично.

Осознавая и преодолевая опасности бюрократизации и формализма, необходимо проведение следующих мероприятий.

1. Выстроить учебно-методическую вертикаль, задействовав министерства (Министерство просвещения РФ, Министерство науки и высшего образования РФ, Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ), профессионально-творческие союзы, гильдии, СМИ, факультеты, где реализуются направления УГСН 42.00.00 «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело» и УГСН 55.00.00 «Экранные искусства».

2. Проводить мощную и перманентную PR-кампанию, направленную прежде всего на педагогов и медиауправленцев, которых следует убедить в том, что использование в учебном процессе медиа (на основе специально разработанных учебно-методических пособий) значительно повышает эффективность обучения, делает связь «педагог – обучающийся» более крепкой; что без всеобщей медиаграмотности у общества нет будущего.

3. Снабдить все библиотеки школ и вузов бумажными и электронными средствами массовой информации из списка качественных СМИ.

4. Изучать передовой зарубежный опыт и внедрять в практику российского медиаобразования. Например, опыт Финляндии, где действует девиз «Гражданская медиаобразованность – главный принцип национальной политики», где существует государственный орган по медиаобразованию.

Национальный аудиовизуальный институт (KAVI) с его Департаментом по медиаобразованию и аудиовизуальным медиа (MEKU) имеет правовую задачу по продвижению медиаобразования, навыков работы с детьми в СМИ и создания безопасной медиасреды для детей. MEKU также контролирует выпуск аудиовизуальных программ. KAVI находится в подчинении у Министерства образования и культуры и сотрудничает с ним [17].

Видимо, следует обратить внимание на то, как могут формулироваться стратегические государственные цели: повседневное медиаобразование должно быть ориентировано прежде всего на детей и подростков, а также должно быть качественным; структуры, занимающиеся развитием медиаграмотности, создаются и поддерживаются с помощью законодательства, финансовых ресурсов и управления на национальном и местном уровнях; деятели в сфере медиаобразования и заинтересованные в нем стороны взаимодействуют друг с другом сами по себе, создаются новые партнерские отношения; страна берет на себя активную роль в глобальной деятельности в области медиаобразования [6]. Есть и опыт эффективной реализации национальных проектов, таких как «Цифровая программа», «Программа аудиовизуальной культуры», «Программа публичных библиотек», «Программа ребенка и молодежной политики», органично включенных в решение задач по достижению гражданской медиаобразованности.

Литература

1. Федоров А. В., Новикова А. А. Ключевые теории медиаобразования // Преподаем журналистику: взгляды и опыт. СПб., 2006. С. 51–84.
2. Еришов Ю. М. Феномен фейка в контексте коммуникационных практик // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2018. № 52. С. 245–256.
3. Генис А. Постправда. Философия информационной войны // Новая газета. 2018. № 11. 2 февр. URL: <https://novayagazeta.ru/articles/2018/02/02/75363-postpravda> (дата обращения: 13.10.2020).
4. Суходолов А. П. Феномен «фейковых новостей» в современном медиапространстве // Евразийское сотрудничество: гуманитарные аспекты: материалы междунар. науч.-практ. конф., 14–15 сент. 2017 г., Иркутск. Иркутск: Изд-во БГУ, 2017.
5. Is the new coronavirus 'infodemic' spreading faster than the virus? // Euronews. 2020. 13 марта. URL: <https://www.euronews.com/2020/03/13/is-the-new-coronavirus-infodemic-spreading-faster-than-the-virus> (дата обращения: 31.05.2020).
6. Тулунов В. В. Долги качественной прессы // Средства массовой информации в современной мире. СПб., 1999. С. 27–28.
7. Тулунов В. В. Конвенциональная коммуникационная стратегия в профессиональной журналистской деятельности: российская журналистика на фоне последствий системного кризиса // Современная журналистика: дискурс профессиональной культуры. Тематический сборник статей и материалов. Екатеринбург, 2005. С. 12–41.
8. Тулунов В. В. Впору вводить процедуру сертифицирования нашей профессии // Журналист. 2008. № 12. С. 65–66.
9. Тулунов В. В. Комплексное моделирование редакционной деятельности // Акценты. 2002. № 1–2. С. 88–89.
10. Дацок С. А. Коммуникационные стратегии // Гуманитарный портал. 2006. 9 авг. URL: <https://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2006/2751> (дата обращения 4.09.2020).
11. Тулунов В. В. Конвенциональная коммуникационная стратегия в журналистской деятельности // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. 2009. № 5. С. 20–49.
12. Иваницкий В. Л. Модернизация журналистики: методологический этюд. М., 2010.
13. Четверть россиян потеряли доверие к телевидению за десять лет и стали меньше верить новостям об экономике и внешней политике // РБК. 2019. 1 авг. URL: <https://www.rbc.ru/politics/01/08/2019/5d41c03a9a79472355ee2cса> (дата обращения: 4.09.2020).

14. Игумен Лука (Степанов). Как вернуть доверие к СМИ? // Русская народная линия: Информационно-аналитическая служба. 2016. 18 окт. URL: https://ruskline.ru/news_rl/2016/10/18/kak_vernut_doverie_k_smi/ (дата обращения: 5.09.2020).

15. 8 действенных способов по защите от дезинформации в интернете // IT trend. 2013. 11 дек. URL: <https://ittrend.ru/2013/12/11/8-действенных-способов-по-защите-от-дез/> (дата обращения: 5.09.2020).

16. Тулунов В. В. Проблемы российского медиаобразования // Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием «Педагогическое образование в цифровом обществе: вызовы, проблемы, перспективы» / под ред. Т. Н. Владимировой, И. В. Жилавской, О. В. Гордиенко, И. А. Фатеевой. М., 2019. С. 20–25.

17. Медиаобразование в финской образовательной системе. URL: <https://poisk-ru.ru/s16559t10.html> (дата обращения: 04.06.2019).

Media Education in the “Post-Truth” Era

Voprosy zhurnalistiki – Russian Journal of Media Studies. 2020. 8. pp. 16–26

Vladimir V. Tulunov, Voronezh State University (Voronezh, Russian Federation).

E-mail: vltul@mail.ru

DOI: 10.17223/26188422/8/2

Keywords: fake news, post-truth, manipulation of public opinion, media education, media literacy of audience.

The article considers the challenges facing media education in the era of “post-truth”. Reflecting on fake news as deliberate misinformation in the media in order to manipulate public opinion, the author notes a decrease in public confidence in journalism. It is assumed that people make out a bill to journalists, which requires a response from both practitioners and theorists of the media. In addition to the fact that the profession itself needs to be improved, to be freed from the influence of shadow circles, systematic work is required to train media literacy of the audience, starting from school. The condition of media education in Russia is assessed as unsystematic. This requires the creation of a long-term state program that can unite disparate forces—pedagogical, scientific, professional, and social. The author proposes following specific measures for the development of media education in the country: (1) creation of an educational and methodological vertical with the participation of relevant ministries, professional unions, editorial media, and universities; (2) promotion of the idea of media education in the pedagogical and media communities; (3) provision of school and university libraries with high-quality periodicals and with access to high-quality electronic media materials; (4) exploration and implementation of the best practices of foreign countries in the practice of their domestic media education, etc. The experience of Finland, where media literacy is a national policy priority, is described as an example.

References

1. Fedorov, A.V. (2006) Klyuchevye teorii mediaobrazovaniya [Key theories of media education]. In: Fedorov, A.V. & Novikova, A.A. *Preподаem zhurnalistiku: vzglyady i opyt* [Teaching Journalism: Views and Experience]. St. Petersburg: St. Petersburg State University. pp. 51–84.
2. Ershov, Yu.M. (2018) Phenomenon of fake in the context of communication practices. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya – Tomsk State University Journal of Philology*. 52. pp. 245–256. (In Russian). DOI: 10.17223/19986645/52/15
3. Genis, A. (2018) Postpravda. Filosofiya informatsionnoy voyny [Post-truth. Philosophy of Information War]. *Novaya gazeta*. 11. 02 February. [Online] Available from: <https://novayagazeta.ru/articles/2018/02/02/75363-postpravda> (Accessed: 13.10.2020).
4. Sukhodolov, A.P. (2017) [The phenomenon of fake news in the modern media space]. *Evraziatskoe sotrudnichestvo: gumanitarnye aspekty* [Eurasian Cooperation: Humanitarian Aspects]. Proceedings of the International Conference. Irkutsk: Baikal State University. pp. 87–106. (In Russian).
5. Euronews. (2020) *Is the new coronavirus 'infodemic' spreading faster than the virus?* 13 March. [Online] Available from: <https://www.euronews.com/2020/03/13/is-the-new-coronavirus-infodemic-spreading-faster-than-the-virus> (Accessed: 31.05.2020).
6. Tulupov, V.V. (1999) [Debts of high-quality press]. *Sredstva massovoy informatsii v sovremennoy mire* [Mass Media in the Modern World]. Abstracts of the International Conference. St. Petersburg: St. Petersburg State University. pp. 27–28.
7. Tulupov, V.V. (2005) Konventsional'naya kommunikatsionnaya strategiya v professional'noy zhurnalisticheskoy deyatel'nosti: rossiyskaya zhurnalistika na fone posledstviy sistemnogo krizisa [Conventional communication strategy in professional journalism: Russian journalism against the background of the consequences of the systemic crisis]. In: Oleshko, V.F. (ed.) *Sovremennaya zhurnalistika: diskurs professional'noy kul'tury* [Modern Journalism: Discourse of Professional Culture]. Yekaterinburg: Ural State University; Filantrop. pp. 12–41.
8. Tulupov, V.V. (2008) Vporu vvodit' protseduru sertifikatsirovaniya nashey professii [The time is right to introduce the procedure of certification of our profession]. *Zhurnalist*. 12. pp. 65–66.
9. Tulupov, V.V. (2002) Kompleksnoe modelirovanie redaktsionnoy deyatel'nosti [A complex modeling of editorial activity]. *Aktsenty*. 1–2. pp. 88–89.
10. Datsyuk, S.A. (2009) Kommunikatsionnye strategii [Communication strategies]. *Gumanitarnyy portal*. 09 August. [Online] Available from: <https://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2006/2751> (Accessed: 04.09.2020).
11. Tulupov, V.V. Conventional communication strategy in journalistic practices. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika*. 5. pp. 20–49. (In Russian).

12. Ivanitskiy, V.L. (2010) *Modernizatsiya zhurnalistiki: metodologicheskiy etyud* [Modernization of journalism: A methodological study]. Moscow: Moscow State University.

13. RBC. (2019) *Chetvert' rossiyan poteryali doverie k televideniyu za desyat' let I stali men'she verit' novostyam ob ekonomike i vneshney politike* [A quarter of Russians lost confidence in television in ten years and began to trust news about the economy and foreign policy less]. 01 August. [Online] Available from: <https://www.rbc.ru/politics/01/08/2019/5d41c03a9a7947235ee2cca> (Accessed: 04.09.2020).

14. Hegumen Luka (Stepanov). (2016) *Kak vernut' doverie k SMI?* [How to restore media credibility?]. *Russkaya narodnaya liniya: Information and analytical service*. 18 October. [Online] Available from: https://ruskline.ru/news_rl/2016/10/18/kak_vernut_doverie_k_smi/ (Accessed: 05.09.2020).

15. IT Trend. (2013) *8 deystvennykh sposobov po zashchite ot dezinformatsii v internete*. [Eight effective ways to protect against disinformation on the Internet]. 11 December. [Online] Available from: <https://ittrend.ru/2013/12/11/8-%D0%B4%D0%B5%D0%B9%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D1%85-%D1%81%D0%BF%D0%BE%D1%81%D0%BE%D0%B1%D0%BE%D0%B2-%D0%BF%D0%BE-%D0%B7%D0%B0%D1%89%D0%B8%D1%82%D0%B5-%D0%BE%D1%82-%D0%B4%D0%B5%D0%B7/> (Accessed: 05.09.2020).

16. Tulupov, V.V. (2019) [Problems of Russian media education]. *Pedagogicheskoe obrazovanie v tsifrovom obshchestve: vyzovy, problemy, perspektivy* [Pedagogical Education in a Digital Society: Challenges, Problems, Prospects]. Proceedings of the International Conference. Moscow: [s.n.]. pp. 20–25. (In Russian).

17. Poisk-ru.ru. (2019) *Mediaobrazovanie v finskoy obrazovatel'noy sisteme* [Media education in the Finnish educational system]. [Online] Available from: <https://poisk-ru.ru/s16559t10.html> (Accessed: 04.06.2019).