

Фейковые новости или дезинформация: как отличить целенаправленную ложь от отсутствия достоверной информации

Научный руководитель – Силаева Наталья Владимировна

Хужина Жанна Маратовна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет мировой политики, Кафедра международной коммуникации, Москва, Россия

E-mail: zhannakhuzhina@gmail.com

В современном мире постмодерна и всемирной информационной интеграции развитие средств массовой информации и медиапространства способствует более стремительному распространению новостей и их эффективному влиянию на аудиторию. В погоне за сенсационными новостями современные СМИ используют в качестве механизма воздействия на свою аудиторию такие методы как фейковые новости и дезинформация. В данном случае под *фейковыми новостями (fake news)* подразумеваются сфабрикованные новостные материалы, ложь в которых можно распознать и разоблачить, хотя она и способна ввести аудиторию в заблуждение. Актуальным примером фейковой новости может служить новость во время избирательной кампании будущего президента Франции Эммануэля Макрона. Одной из попыток скомпрометировать его выдвижение стала ложная статья, опубликованная бельгийской газетой *Le Soir*, которая утверждала, что кандидат в президенты Эммануэль Макрон финансируется Саудовской Аравией [1]. В свою очередь *дезинформация (misinformation)* является информацией, вводящей в заблуждение, или информацией, которая распространяется без манипулятивных или злонамеренных намерений [2]. К примеру, террористическая атака на Елисейских полях в Париже 20 апреля 2017 года вызвала большую дезинформацию, что характерно для экстренных новостей [3]. Люди в социальных сетях невольно публиковали ряд слухов, в том числе новости о том, что, например, был убит второй полицейский. Люди, публикующие подобный тип контента, редко делают это, чтобы причинить вред. Скорее, они пытаются быть полезными, но не в состоянии адекватно проверить и подтвердить информацию, которой они делятся.

Доверие к СМИ и журналистике было хрупким и начало ослабевать задолго до появления социальных сетей и интернета. Эти тенденции повлияли на снижение доверия к институту журналистики, что характерно для многих обществ. Тем не менее, огромный объем дезинформации и фейковых новостей, преподносящихся как новости и распространяемых через социальные сети, нанёс вред, который угрожает дальнейшему существованию журналистики и средств массовой информации. В эпоху высокоскоростного интернета и бесплатной информации каждый может стать издателем. В результате аудитория гадает, что является правдой, а что ложью. Теории заговора и популизм процветают, а когда-то признанные истины и институты ставятся под сомнение.

Для того, чтобы определить является ли новость дезинформацией или фейковой, необходимо определить тип информации. Выделяют следующие типы информации: *сатира или пародия* (нет намерения нанести вред, но есть цель подшутить), *содержание или изображения не соответствуют заголовку* (наиболее распространенный пример контента такого типа - заголовки кликов. В условиях усиления конкуренции за внимание аудитории редакторам все чаще приходится писать заголовки, чтобы мотивировать аудиторию перейти на сайт, даже если потом люди, читающие статью, чувствуют, что их обманули), *содержание, вводящее в заблуждение* (ложная информация о какой-то проблеме или человеке), *ложный контекст* (когда первоначальный контекст распространяется

с ложной контекстуальной информацией), *ложный источник* (искажение первоначального источника, присвоение информации), *манипулируемый контент* (когда подлинным контентом манипулируют, чтобы обмануть), *сфабрикованный контент*.

Кроме того, общественность в целом, и особенно журналисты, должны отдельно изучать «элементы» информационного процесса: агент, сообщения и распространители. Агента или автора статьи оценивают по критериям: тип актора (официальный или неофициальный), уровень мотивации (социальный, политический, финансовый), уровень автоматизированности (человек или бот). Изучая сообщение необходимо обратить внимание на то легальная ли это информация, на какую аудиторию нацелено (личность, организация, социальная группа), а также точность информации в сообщении (было ли оно сфабриковано). На последнем этапе информационного процесса главным элементом является распространитель, который может отреагировать на сообщение по-разному: проигнорировать, распространить с одобрением сообщения или с целью опровержения его.

Таким образом, агент, который создает сфабрикованное сообщение, может отличаться от агента, который создает это сообщение - кто также может отличаться от «агента», который распространяет сообщение. Необходимо тщательно понимать, кто эти агенты и что их мотивирует.

Также важно рассмотреть три различных «фазы» информационного процесса: создание, производство и распространение.

Например, мотивы вдохновителя, который «создает» спонсируемую государством кампанию по дезинформации, очень отличаются от мотивов низкооплачиваемых «троллей», которым поручено превращать темы кампании в конкретные посты. И после того, как сообщение было распространено, оно может воспроизводиться и распространяться бесконечно многими различными участниками, все с разными мотивами.

За время существования фейковых новостей и дезинформации экспертами был выработан четкий алгоритм определения вида новостей. Первый этап - *изучение источника*. Нажмите на историю, чтобы изучить сайт, его миссию и контактную информацию. Второй - *читайте вне заголовка*. Заголовки могут быть возмутительными в попытке получить клики, но важно узнать, какова вся история. Необходимо *проверить автора*. Сделайте быстрый поиск по автору, выясните, заслуживает ли информация об авторе доверия. Следующий шаг - *проверить поддержку источников*. Нажмите на эти ссылки, определите, действительно ли данная информация поддерживает историю. Также *проверьте дату*, так как повторное размещение старых новостей не означает, что они имеют отношение к текущим событиям. Если новость слишком необычная, то стоит допускать, что это может быть *сатира*. Изучите сайт и автора, чтобы быть уверенным. Наиболее субъективным этапом является *проверка своих предубеждений*. Подумайте, могут ли ваши собственные убеждения повлиять на ваше суждение. Последний этап, но не менее важный - *спросить экспертов*. Спросите библиотекаря или зайдите на сайт, проверяющий факты [4].

Таким образом, можно утверждать, что проблема фейковых новостей и дезинформации требует тщательного изучения и разработки более эффективных мер по регулированию данных феноменов. В период изобилия информации и информационных потоков обществу нужно научиться быть избирательными и уметь отличить ложь от недостатка информации.

Источники и литература

- 1) CrossCheck, Was Macron's campaign for French Presidency financed by Saudi Arabia? [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <https://crosscheck.firstdraftnews.org/checked-french/macrons-campaign-french-presidency-financed-saudi->

arabia/ (дата обращения: 25.02.2019). 2. UNESCO, Journalism, Fake News & Disinformation. – Paris, 2018. – P. 122 3. CrossCheck, Did London Muslims ‘celebrate’ a terrorist attack on the Champs-Elysees? [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <https://crosscheck.firstdraftnews.com/checked-french/london-muslims-celebrate-terrorist-attack-champs-elysees> / (дата обращения: 25.02.2019). 4. Evaluating Sources: Fake News, Alternative Facts and Misinformation [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <https://lacitycollege.libguides.com/evaluating-sources/fake-news> (дата обращения: 25.02.2019).

- 2) UNESCO, Journalism, Fake News & Disinformation. – Paris, 2018. – P. 122
- 3) CrossCheck, Did London Muslims ‘celebrate’ a terrorist attack on the Champs-Elysees? [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <https://crosscheck.firstdraftnews.com/checked-french/london-muslims-celebrate-terrorist-attack-champs-elysees> / (дата обращения: 25.02.2019).
- 4) Evaluating Sources: Fake News, Alternative Facts and Misinformation [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <https://lacitycollege.libguides.com/evaluating-sources/fake-news> (дата обращения: 25.02.2019).