

ОРИГИНАЛЬНАЯ СТАТЬЯ

УДК 070.16(045)
© Базаркулова К. Ю., 2022

Использование приемов «медиаграмотности» для распознавания fake news



Кристина Юрьевна Базаркулова, студентка факультета социологии и массовых коммуникаций, Финансовый университет, Москва, Россия
Kristina Yu. Bazarkulova, student, Faculty of Sociology and Mass Communications, Financial University, Moscow, Russia
kristinabazarkulova@gmail.com

АННОТАЦИЯ

В данной статье рассматривается феномен фейковых новостей в современном мире. В начале исследования был проведен анализ истории появления фейковых новостей и был сделан вывод, что в истории человечества фейковые новости всегда занимали особое место. Сейчас они так же влияют на общественное мнение, как и несколько веков назад. Затем автор подробно анализирует способы распознавания фейковых новостей: для этого были проанализированы маркеры фейковых новостей. Автор статьи также исследовал практику применения законодательных актов о защите от дезинформации и пропаганды в России. Такие законопроекты позволяют более оперативно бороться с фейковыми новостями. В заключение был составлен список принципов, по которым возможно отличить настоящую новость от фейковой.

Ключевые слова: медиапространство; фейк; интернет; СМИ; фейковые новости; медиаграмотность; fake news; дезинформация

Для цитирования: Базаркулова К. Ю. Использование приемов «медиаграмотности» для распознавания fake news. *Научные записки молодых исследователей*. 2022;10(5):36–45.

ORIGINAL PAPER

Using Media Literacy Techniques to Recognize Fake News

ABSTRACT

This paper considers the fake news phenomenon in the modern media space. At the beginning, the study analyzes the history of the emergence of fake news, and concludes that fake news had always occupied a special place in human history. Nowadays, forged information influences public opinion just as much as it did a few centuries ago. Then the author analyzes in detail the ways to recognize fake news by dissecting

Научный руководитель: **Никитин А.А.**, доцент департамента массовых коммуникаций и медиабизнеса, Финансовый университет, Москва, Россия / Scientific supervisor: **Nikitin A.A.**, Associate Professor, Department of Mass Communications and Media Business, Financial University, Moscow, Russia.

fake news markers. After that, the author has analyzed the practice of applying legislation to protection against disinformation and propaganda in Russia. Such bills let fighting forged information more quickly and effectively. In conclusion, which compiled a list of principles, it is possible to distinguish actual news from narrative.

Keywords: *media space; fake; Internet; mass media; fake news; media literacy; mainstream; disinformation*

For citation: *Bazarkulova K.Yu. Using media literacy techniques to recognize fake news. Nauchnye zapiski molodykh issledovatelei = Scientific notes of young researchers. 2022;10(5):36–45.*

Введение

Сегодняшний уровень коммуникативной культуры переживает этап, который называется эпохой «постистины» или «посткоммуникации». Теперь в СМИ преобладает практика «переупаковки и переписывания материала» в условиях конкурентной борьбы, когда новости успевают потерять актуальность в короткие сроки. Фейковые новости зачастую носят сенсационный характер, тем самым влияя на эмоции человека и его мировоззрение.

Актуальность темы работы заключается в том, что в нашем мире необходимо выработать схему определения fake news, чтобы каждый человек имел возможность отличить правдивую информацию от ложной и не попадаться на уловки деятелей, например, таких сфер общества, как политика и экономика.

Объектом исследования является феномен фейковых новостей в современном медиапространстве.

Предмет исследования — методы «медиаграмотности» для распознавания фейкового контента.

Понятие «фейковые новости»: история появления и виды

С момента своего появления информация стала значимым ресурсом и механизмом, с помощью которого возможно изменить общественное мнение. Fake news — это не аналог обычных новостей. Важно отметить, что они зачастую более привлекательны для читателей, чем качественная информация. В связи с этим существует множество СМИ, которые используют фейковые новости или их элементы для привлечения аудитории.

Итак, некоторые форматы fake news, которые существовали в прошлом, содержали в себе элементы ложной культуры. Под определением

непроверенной информации (или труднопроверяемой) исторически подразумевалась журналистика, которая сосредоточена на сенсациях, экспрессии и преувеличениях. Однако стоит также учесть, что многие способы, применявшиеся в сенсационной прессе (например, гротеск), могли использоваться и в сатире. Несмотря на формальную внешнюю схожесть приемов сенсационной и сатирической журналистики, они играли разные роли.

Зависимость СМИ от слухов была вызвана различными обстоятельствами:

- недостаточное развитие устной и письменной форм;
- относительная дешевизна слухов;
- цензура;
- желание развлечь публику;
- необходимость вовлечения аудитории в потребление информации.

С появлением печатной прессы фальшивые новости стали распространяться быстрее и легче, а такого рода информация стала серьезным оружием. Распространение заведомо ошибочных публикаций, в разных пропорциях сочетающих в себе истину и вымысел, являлось неизбежным следствием основных политических и экономических событий [1].

Исходя из вышесказанного, необходимо определить, что является фейковой новостью. Итак, в широком смысле фейковая новость — это любая ложная информация, которая создана намеренно под видом факта [2]. На основе материала «Фейковые новости как феномен современного медиапространства», опубликованном на сайте «VC.RU» можно заключить, что в более узком понятии фейковая новость — это информация, представленная как настоящая новость, но являющаяся ложью, цель которой — введение в заблуждение аудитории ради увеличения прибыли и трафика. Однако стоит подобрать универсаль-

ное определение: фейковая новость – это любая ложная, но распознаваемая информация в СМИ, которая создается намеренно для того, чтобы добиться определенной реакции аудитории.

Существует много видов fake news, но самыми популярными являются:

1. Предубеждения и сенсационные fake news. Общей стратегией является использование высокоэмоционального контента. Такая информация не имеет под собой доказательств, но основана на ранее существовавших эмоциях. Например, когда комментарии к резонансной новости ограничены, пользователи склонны думать о качестве контента на основе предыдущего опыта. Кроме того, такой вид новостей обычно строится на основе неявной информации или самостоятельного вывода, который сильнее, поскольку он ориентирован на наши эмоции и чувства.

2. Сатира. Другим источником контента являются сатирические новости, определяемые как намеренно ложная история, предназначенная для восприятия как нереалистичная. Однако аудитория новостей не всегда знает о том, что новость является сатирой, особенно когда такие «новости» транслируются через социальные сети и мессенджеры.

3. Убеждающие fake news. Первым типом убедительной информации является нативная реклама, часто маскируемая как новостная статья. Такой тип контента адаптируется под платформы, на которых он распространяется, поэтому возможно, что пользователи могут относиться к нему как к истине, даже если он четко обозначен как рекламный. Другим типом убедительной информации является рекламный контент как политического, так и неполитического характера. Профессиональный политический контент включает в себя информацию от правительства, политических партий или государственных учреждений, а также информацию от экспертов. Рекламный контент может мимикрировать под статус официального контента, созданного политической партией, кампанией кандидата или правительством, но созданный в целях получения выгоды или увеличения количества читателей.

Таким образом, можно сделать вывод, что в истории человечества фейковые новости всегда занимали особое место, и сейчас они так же влияют на общественное мнение, как и несколько веков назад.

Фейковые новости в современном медиапространстве

В наше время фальшивые новости распространены по всему миру. Такой вид новостей включает в себя намеренно фальсифицированную или сфабрикованную информацию, которая распространяется с помощью СМИ. Например, таких как телевидение, газеты, новостные сайты и социальные сети.

Помимо этого, люди, создающие фальшивые новости, зачастую являются экспертами, которые знают, как манипулировать и управлять общественным мнением. Действительно, фейковые новости, подкрепленные фото или видео, считаются одними из наиболее результативных средств влияния на общество.

В период новостей до интернета для получения новостей редакции посылали на место событий корреспондентов или получали информацию от проверенного источника. С возникновением всемирной паутины возникли отделы, которые наблюдают за сайтами и социальными сетями, стараясь найти уникальную информацию, которая заинтересует аудиторию [3].

Современная популярность фейковых новостей обусловлена обвинением, выдвинутым президентом США Дональдом Трампом против «CNN» в январе 2017 г. Он раскритиковал вещательный канал за освещение «досье Стила», которое было опубликовано без разрешения новостным сайтом «Buzzfeed». «Досье Стила» представляло собой отчет о предполагаемых связях Трампа и возможном сговоре с русскими. Отчет был составлен Orbis – частным детективным агентством, основанным бывшим британским агентом «МИ-6» Кристофером Стилом, который работал в Москве в 80-х гг. и в начале 90-х возглавлял российское бюро «МИ-6» в Лондоне. Его компания была нанята для составления отчета другим агентством, Fusion GPS, которое, в свою очередь, было нанято адвокатами, работающими от имени Демократической национальной кампании и Хиллари Клинтон.

С тех пор фраза «фейковые новости» использовалась Трампом и другими мировыми лидерами, а также бесчисленными политическими деятелями, журналистами и простыми людьми. В качестве примера, если набрать в поисковике «Google» фразу «фейковые новости», то можно будет увидеть 5 млн результатов, а в 2018 г. эта

Топ-5 фейковых теорий происхождения вируса

№	Тематика фейка	Количество публикаций
1	Коронавирус изобрели американцы	1727
2	Коронавирус – разработка китайских ученых	1218
3	Источник коронавируса – 5G-вышки	717
4	COVID-19 прилетел из космоса	350
5	Создание вируса профинансировал Билл Гейтс	200

Источник: Интерфакс. Топ-5 фейков о коронавирусе.

фраза была использована около 2 млн раз только в «Twitter».

Помимо этого, стоит отметить, что из-за COVID-19 появились новые виды фейковых новостей (см. таблицу).

Первый тип: теории заговора и искусственность вируса обосновываются разнообразной информацией из прошлого. Пользователи социальных сетей активно делятся ссылками на художественные фильмы жанра научной фантастики со схожими сценариями развития ситуации («Вирус», 1980; «12 Обезьян», 1995; «Заражение», 2011).

Второй тип фальшивых новостей о коронавирусе – эта информация, которая минимизирует опасность или отрицает вирус как таковой. Такие fake news распространяются в социальных сетях с ключевым сообщением: «коронавирус – это спектакль элит». Так, в американском сегменте «Twitter» под хэштегом #FilmYourHospital выкладывали видео и фотографии из больниц США, которые были незатронутыми пандемией, с желанием доказать, что коронавирус является обманом. Весь «театр», по мнению аудитории, поможет запустить экономику нового типа, чипировать все население или же реализовать план золотого миллиарда через геноцид населения посредством заражения вирусом с последующей смертельной вакцинацией.

Третья группа ложных новостей посвящена непроверенным методам лечения. Этот вид информации не только обладает психологической токсичностью, но и представляет опасность для здоровья людей. Например, после распространения сообщений в социальных сетях об успешном лечении коронавируса метиловым спиртом в Ира-

не умерло 480 человек и более 1000 человек были госпитализированы на длительный срок [4].

В России в социальных сетях получили распространение фотографии из старых газет и журналов (2002–2003 гг., 1976 г. и др.), на которых упоминается коронавирус. Авторы публикуют фотографии как доказательство того, что аудиторию вводят в заблуждение, что человечество впервые столкнулось с COVID-19 в 2019 г. В некоторых случаях в отрывках из газет и журналов есть советы по лечению коронавируса. На основе статьи «COVID-19 известен уже несколько десятков лет», которая была опубликована на сайте «CORONAFAKE.RU», можно сделать вывод, что такая информация является фейковой, в связи с тем, что COVID-19 входит семейство коронавирусов, включающее, на январь 2020 г., 40 представителей, но COVID-19 до 2019 г. обнаружен не был.

Другим популярным видом фейков в нашей стране стали фейки о ночной дезинфекции с воздуха. Встречается несколько вариаций данного слуха. В одной из них «источником» называют военных (рис. 1).

Фальшивые новости и дезинформация особенно проблематичны в демократических государствах, поэтому идет дискуссия о том, как остановить распространение fake news, не останавливая развитие цифровых медиа. Правительства государств начинают предпринимать меры по борьбе с фейковыми новостями. Так, в материале «Законы и фейки: как государства борются с непроверенной информацией», который был опубликован на сайте «Общественная коллегия по жалобам на прессу», было установлено, что в июне 2017 г. в Германии был принят закон «Net Enforcement Act (NetzDG)» для борьбы с фейко-



Рис. 1. Информация о дезинфекции с военных вертолетов и штрафов для родителей

Источник: Дезинфекция с военных вертолетов и штрафы для родителей: какие фейки запускают в соцсетях про коронавирус. Ежедневная общественно-политическая газета «Комсомольская правда».

выми новостями. Веб-сайтам дали 24 часа на удаление «незаконного» контента, в противном случае им необходимо было бы выплатить штраф в размере до 50 млн евро. Закон распространяется на социальные медиаплатформы с более чем двумя миллионами пользователей, такие как «Facebook», «Twitter» и «YouTube». В январе 2018 г. президент Эммануэль Макрон объявил о намерении ввести поправки в «Закон о СМИ», касающиеся распространения непроверенной информации в социальных сетях. Предполагается, что по решению суда будет удаляться неподобающий контент, отдельные пользователи или полностью блокироваться доступ к сайту. Касаясь России, то 18 марта 2019 г. вступил в силу закон о фейковых новостях. Теперь любая ложная публикация может быть заблокирована, а автору данного контента необходимо будет выплатить штраф от нескольких десятков до сотен тысяч рублей или арестом. Причинами нововведения стали частые беспорядки и общественное недовольство, вызванные публикациями ложной и провокационной информации.

Такие меры применяются и во всемирно известных компаниях: например, «Google» и «Facebook» намерены нанять людей для просмотра контента и обеспечения соблюдения своих условий предоставления услуг, а также для удаления поддельных и незаконных материалов со своей платформы.

В заключение стоит отметить, что в XXI в. фейковые новости имеют актуальность, но с ними ведется активная борьба. Благодаря интернету люди могут как узнавать достоверную информацию, так и ложную, поэтому важно всегда крити-

чески оценивать увиденную информацию, ведь даже популярные издания могут опубликовывать фальшивые новости.

Модели распространения фейковых новостей

Традиционные СМИ обладают большим опытом, сформированным кругом читателей, слушателей, зрителей. Однако люди всегда обращали внимание на слухи и интересные факты, которые могли оказаться ложью. В газетах и журналах могут публиковаться «газетные утки» или сатира. С самого своего начала каждая газета пыталась опубликовать сенсации и самые резонансные новости, но очень редко, когда СМИ сами выдумывали и публиковали фейковые новости для привлечения аудитории. Стоит заметить, что существуют «желтые газеты», которые стараются публиковать скандалы и новости, вызывающие споры, но они используют теории заговора или комментарии людей, а не создают фальшивые новости самостоятельно. Итак, можно сказать, что в газетах и журналах фейковые новости возникают, но не так часто, как в интернете, и в виде «газетных уток» и сатиры. У каждого СМИ есть своя репутация и своя аудитория, а публикация непроверенной или заведомо ложной информации может навредить бизнесу и повлечь за собой штраф или уголовную ответственность.

На телевидении чаще всего распространяются фейки политического характера. Например, «Первый канал» распространял такие фейковые новости: «Украина хочет поменять Крым на Приднестровье» (опровергнуто СтопФейк) и «Украинцы расплачиваются в транспорте солью»

(опровергнуто «Вести Украина»). Такие заголовки привлекают внимание аудитории, а новостные сюжеты, которые сопровождают новости на ТВ, только увеличивают заинтересованность. Помимо этого, в новостных программах часто используют резонансные заголовки, которые могут не совсем точно отражать суть репортажа, но уже закрепиться у зрителя в качестве правдивой новости. Из этого следует, что на телевидении в большинстве случаев распространяются фальшивые новости, связанные с политикой, в которых может быть доля правды. Однако для охвата большей аудитории создаются запоминающиеся и эмоциональные заголовки, которые направлены на привлечение внимания каждого зрителя [5].

Социальные сети позволили информации распространяться быстрее, чем когда-либо. Из исследования Массачусетского университета под названием «The Spread of True and False News Online» (Распространение настоящих и фейковых новостей в интернете) стало известно, что фальшивые истории — термин, который исследователи использовали вместо «фейковых новостей», распространяются в «Twitter» быстрее, чем настоящие. Помимо этого, фальшивые истории охватывают большую аудиторию, чем правдивые. Тем не менее наиболее популярными являются политические фальшивые истории, которые распространялись по социальной сети в три раза быстрее, чем другие твиты. Отличительными чертами такого рода информации являются краткость и эмоциональность — фальшивые истории вызвали эмоциональные реакции, такие как страх, отвращение и удивление в комментариях. Исследование выявило, что влиятельные люди и те, у кого много подписчиков, зачастую не являются источником фальшивых новостей. У пользователей, распространяющих ложные новости, было значительно меньше подписчиков, они менее активны в «Twitter». Стоит сказать, что, хотя ботов часто обвиняют в распространении фейковых новостей, исследователи обнаружили, что они в равной степени распространяют как истинные, так и ложные новости. В работе также было указано, что люди распространяют фейковые новости почти наравне с ботами, помимо этого, отмечалось, что фальшивые истории зачастую публиковались «пустыми» аккаунтами, созданными только для распространения одной конкретной новости.

Итак, можно заключить, что причинами широкого распространения фейковых новостей являются: привлечение внимания аудитории, поддержка определенных политических интересов или повышение узнаваемости. Однако в современном обществе есть множество моделей формирования фейковых новостей, но самая популярная — это формирование ложных новостей в интернете.

Фактчекинг и текстовые маркеры fake news

Фактчекинг (проверка фактов) — это процесс проверки информации на ее достоверность и подлинность. Такая проверка фактов может проводиться до или после публикации или иного другого способа распространения информации.

Фактчекинг после публикации — это вид проверки, выполняемый издателем самостоятельно. Текст анализируется третьей стороной, но проверка происходит внутри издания.

Предварительный фактчекинг — это проверка фактов, данный вид проверки направлен на выявление ошибок для того, чтобы новость можно было исправить до ее публикации или, возможно, отклонить.

Внешний фактчекинг — этот вид проверки информации чаще всего сопровождается письменным отчетом о неточностях, иногда с визуальной метрикой, предоставленной проверяющей организацией.

В России с 19 октября 2020 г. запущен сервис «Fakecheck.ru», который позволяет проверять достоверность информации в интернете, в том числе в СМИ и в социальных сетях. Сервис был создан бывшими журналистами «Ведомостей» Дмитрием Казьминым и Максимом Товкайло за собственные средства в целях защиты общества, компаний и всех людей от подделок, манипуляций и мошенничества в интернете. Проверка осуществляется с использованием методики, основанной на правилах проверки фактов в коммерческих СМИ и рекомендациях Международной сети проверки данных. Ее проводят сотрудники, в основном журналисты, прошедшие обучение данной методике.

Так, на сайте Fakecheck.ru 04.11.2020 вышла статья под названием «Блогеры нашли визуальное «доказательство вброса» на выборах в США» (рис. 2).

График подсчета результата выборов президента США в штате Висконсин показывает резкий

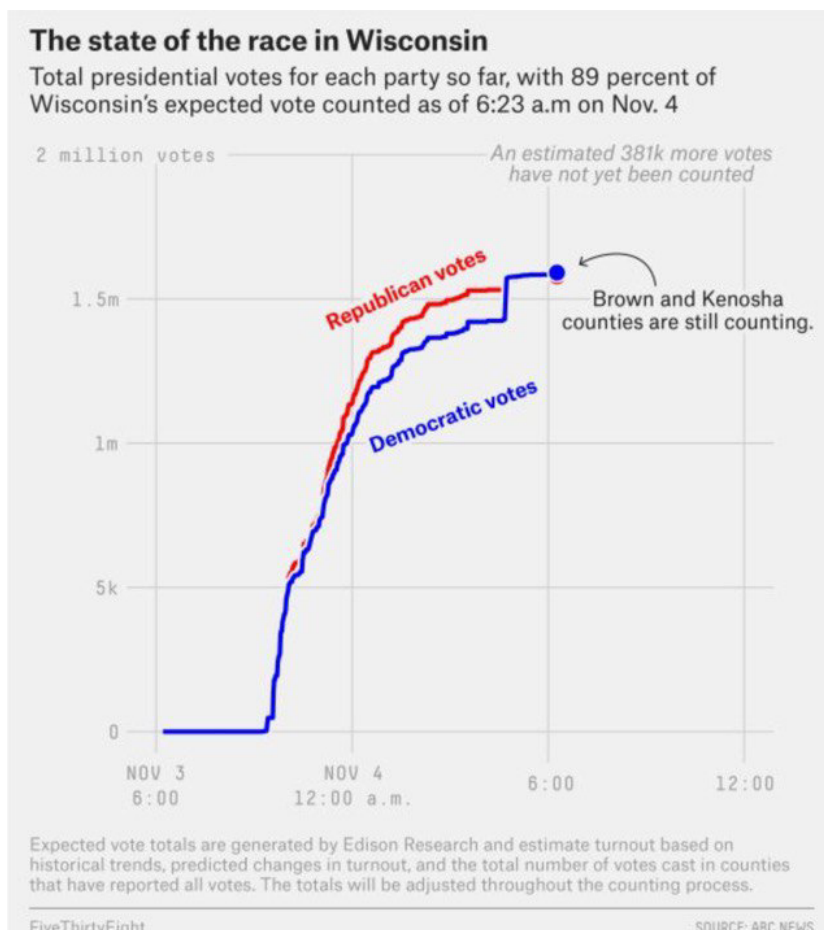


Рис. 2. График роста голосов на выборах президента США в штате Висконсин

Источник: Блогеры нашли визуальное «доказательство вброса» на выборах в США. Интернет-ресурс «FakeCheck».

рост голосов за Джозефа Байдена около 4 часов ночи. На графике видно, что у Байдена стало резко больше голосов. Такое, по мнению некоторых российских блогеров и СМИ, считается как доказательство вброса бюллетеней за кандидата от демократов. Впервые этот график опубликовала «ABC News»: его составили на основе данных о ходе подсчета голосов. График в точности отражает официальные данные, но из-за его масштаба создается впечатление, что голоса прибавились только у Байдена.

На самом деле, исходя из данных «Associated Press», с 03:26 до 03:44 утра число голосов за Байдена выросло на 149 520, а за Трампа – лишь на 31 803. Почти весь скачок произошел в округе Милуоки, самом густонаселенном в Висконсине, где были посчитаны голоса, отправленные по почте. Считается, что продемократические избиратели чаще голосуют по почте, чем республиканские.

Накануне различные СМИ сообщали, что до 2 млн жителей штата проголосовали по откре-

пительным удостоверениям, из них примерно четверть – в округе Милуоки. Результаты досрочного и «почтового» голосования из округа Милуоки ожидалось между тремя и шестью часами утра, как и произошло. Отмечается, что в округе Милуоки голоса распределились 69% на 29% в пользу Байдена. В Висконсине это не максимальный результат: например, в округе Дейн у Байдена 76%.

«Fakecheck.ru» привел несколько фактов по поводу данной новости:

Факт № 1

Для Трампа Мичиган сейчас – ключевой штат. Проиграв здесь, он уже не сможет претендовать на пост президента.

Вердикт сайта:

Даже в случае проигрыша в Мичигане Трамп мог бы выиграть, взяв дополнительно Неваду или Аризону.

Факт № 2

Подозрительно, что за ночь в некоторых штатах под руководством демократов, где ранее ли-

В Москве у 14-летней школьницы ищут ВИЧ после укола иглой в метро

Впереди у подростка тяжелейшие полгода - в конце лета школьница узнает точный диагноз

Рис. 3. Заголовок статьи в газете «Комсомольская правда»

Источник: Николаева А.В. Языковые особенности фейковых публикаций. *Верхневолжский филологический вестник*. 2019;(3):55–59.

Но само страшное впереди. Подростку предстоит пережить тяжелейшие полгода. Именно через шесть месяцев проявляется ВИЧ. В конце лета школьница точно узнает, заразили ее через укол или нет.

Рис. 4. Отрывок из статьи, размещенной в газете «Комсомольская правда»

Источник: Николаева А.В. Языковые особенности фейковых публикаций. *Верхневолжский филологический вестник*. 2019;(3):55–59.

дировал действующий президент, вышел вперед Джозеф Байден.

Вердикт сайта:

В некоторых сообщениях утверждается, что Байден вышел вперед после некоторого «перерыва» в подсчетах. «Фактчекер» не нашел доказательств такого перерыва. Наличие перерыва опровергла директор по выборам округа Милуоки Джульетта Генри. Кроме того, округ Милуоки и 38 других сообществ считали досрочные и «почтовые» бюллетени централизованно и транслировали подсчет в прямом эфире. Центры подсчета голосов сообщают результаты только после того, как полностью завершили обработку. «Fakecheck.ru» не берет в расчет чистоту голосования в Висконсине и Мичигане. В медиа появляются сообщения о проголосовавших «мертвых душах», об аномалиях при голосовании на участках (проголосовало больше избирателей, чем зарегистрировалось).

Факт № 3

К 3 ноября 2020 г. на выборах в США досрочно проголосовали более 100 млн человек, что является рекордным показателем в американской истории.

Вердикт сайта:

Эти данные приводил портал «U. S. Elections Project», а также цитировали крупные СМИ. Показатель является рекордным в истории и вызван эпидемией коронавируса.

В ходе исследования выяснилось, что новость является фейком. Сайт привел несколько утвер-

ждений, которые объясняют резкий скачок голосов за Байдена.

Для определения дезинформации существует множество как российских, так и зарубежных сайтов. Однако есть и маркеры фейковых статей, которые помогут самостоятельно определить данную новость в СМИ. Маркеры – это инструменты обозначения фейковых новостей. Они способствуют продвижению ложной истории.

Рассмотрим маркеры фейковых новостей на примере статьи от 22 марта 2019 г., которая вышла в «Комсомольской правде» (рис. 3, 4).

Для начала необходимо обратить внимание на заголовок статьи:

Маркеры:

1. Содержит остро актуальную информацию для целевой аудитории.
2. Распространение в медиапространстве.
3. Текст строится по канонам журналистской новости (главное – в начале материала, потом по убыванию).
4. Пугающие ключевые слова. В данном случае ВИЧ. Упоминание заболевания всегда привлекает внимание аудитории, особенно, если там упоминается ребенок.
5. Поиск автора статьи. В этой статье – это анонимный источник, который также является маркером фейковых новостей.
6. Игра эмоциями читателя. Здесь можно увидеть такие слова, как страшное, тяжелейшие.
7. Использование дополнительных материалов. «Комсомольская правда» разместила эту статью

на своем сайте, добавив фото наркомана. Эта новость усиливается фотографией, которая на самом деле никакого отношения к содержанию материала не имеет.

Таким образом, можно сделать вывод, что фейковые новости привлекают журналистов и читателей. Непосредственно по этой причине необходимо создать работающий метод их обнаружения в тексте [6].

Практика применения законодательства о защите от дезинформации и пропаганды в России

В 2019 г. был принят пакет законов, запрещающих создание и распространение фейковых новостей: Федеральный закон от 18.03.2019 № 27-ФЗ, а также Федеральный закон от 26.02.1997 № 31-ФЗ «О мобилизационной подготовке и мобилизации в Российской Федерации (с изм. и доп.)».

Пандемия, которая пришла в Россию весной 2020 г., сразу же вызвала появление большого количества фейковых новостей. В связи с этим надзорные органы активно применяют положения от 18 марта 2019 г.

В апреле 2020 г. сотрудники Новосибирской областной прокуратуры обнаружили фейковую статью «Сплетни вокруг ФБР ГНЦ «Вектор»», в которой содержатся сведения об утечке вируса из Института «Вектор». Информация была передана Генпрокурору РФ, который потребовал ограничить доступ к сайту и данной статье.

В статье говорится о предполагаемом происхождении COVID-19 в Новосибирске, ссылаясь на производство биологического оружия в данном институте. Помимо этого, сообщается, что вирус проник во внешнюю среду во время взрыва 16 сентября 2019 г., а в китайский Ухань его перевезли намеренно, чтобы скрыть катастрофу. Фейковая новость дополняется заявлением о том, что 250–300 человек уже стали жертвами коронавируса в Новосибирской области. Однако, по данным областного Минздрава, до момента выхода статьи было зарегистрировано 4 случая смерти пациентов с подтвержденной инфекцией COVID-19. Сам взрыв в Институте «Вектор» фактически был взрывом газового баллона во время ремонтных работ и никакого отношения к утечке вируса не имеет. Информация об опроверже-

нии материала появилась в «Российской газете» 22 апреля 2020 г.

Следует заключить, что принятые в 2019 г. законы позволили более оперативно бороться с фейковыми новостями и препятствовать их распространению как в интернете, так и за его пределами.

Правила «медиаграмотности» для распознавания fake news

Медиаграмотность — это способность определять разные типы СМИ и понимать сообщения, которые они публикуют. В нашем мире существуют текстовые сообщения, вирусные видео, социальные сети, видеоигры, реклама и многое другое. Именно понимание причины создания контента — основа медиаграмотности.

В эпоху цифровых технологий стало довольно просто создавать новости. Несмотря на это, сложно установить создателя и причину появления той или иной информации. Это затрудняет обучение медиаграмотности, но, тем не менее, она является важным навыком в цифровую эпоху.

Правила «медиаграмотности»:

1. Внимательно читать заголовки. Чаще всего фейковые новости связаны с важными и сенсационными новостями.
2. Доверять следует только надежным источникам и официальным сайтам. Для начала стоит подробно ознакомиться с ресурсом, который предоставляет информацию.
3. Обращать внимание на грамотность текста. Если в тексте много опечаток, ошибок — это, может быть, «газетная утка».
4. Необходимо проверять подлинность видео и фото. Например, проверить достоверность материала можно с помощью поисковой системы «Google» в разделе «изображения».
5. Проверить дату публикации. Подделки, как правило, не имеют даты публикации.
6. Необходимо найти такие же новости в других изданиях. Если ни одно другое издание не писало об этом, скорее всего, это фейк.
7. Проверить на сатиру. Зачастую «шуточные» новости публикуются в крупных изданиях накануне 1 апреля и подобных праздников.
8. Стоит различать новостной комментарий и новость. Еще одна распространенная практика в СМИ — написание новостей на основе сообщений политика или общественного деятеля

в «Facebook» или «Twitter». Например: «Аборт в Германии запрещен». Однако в самой новости написано: «Депутат на своей странице в Facebook» высказал предположение, что аборты в Германии когда-нибудь будут запрещены».

Выводы

В заключение стоит отметить, что в истории человечества фейковые новости всегда занимали особое место, и сейчас они так же влияют на общественное мнение, как и несколько веков назад. В работе были проанализированы маркеры фейковых новостей, был сформулирован вывод, что фейковые новости привлекают внимание аудитории и журналистов, поэтому необходимо разработать алгоритм, который поможет обнаружить фальшивую информацию в тексте. После этого была рассмотрена практика применения законо-

дательства о защите от дезинформации и пропаганды в России. Такие законопроекты позволили более оперативно бороться с фейковыми новостями. Помимо этого, был составлен список принципов, по которым возможно отличить настоящую новость от фейковой.

Таким образом, fake news могут иметь разный характер и цели. Несмотря на свою недостоверность и сенсационность, такой тип информации всегда будет привлекать внимание определенной части общества. Стоит отметить, что возможность отличить настоящие факты от фейка в некоторых случаях представляется затруднительной. Однако с помощью принципов «медиаграмотности», которые также были сформулированы в работе, появляется перспектива самостоятельно анализировать новости на предмет их достоверности.

Список источников

1. Распопова С.С., Богдан Е.Н. Фейковые новости: история происхождения. *Вестник Челябинского государственного университета*. 2017;(11):48–53.
2. Красовская Н.Р., Гуляев А.А., Юлина Г.Н. Фейковые новости как феномен современности. *Власть*. 2019;(4):79–82.
3. Дорофеева В.В. Фейковые новости в современном медиапространстве. *Научный журнал Байкальского государственного университета*. 2019;(4):774–786.
4. Дейненка О.С., Духанина Л.Н. Максименко А.А. Фейки и особенности их распространения в СМИ и социальных сетях в период инфодемии, вызванной COVID-19. Сборник статей XX Международной научно-практической конференции. 2020;(5):326–340.
5. Архангельская И.Б., Архангельская А.С. Фейк-ньюс в доцифровую и цифровую эпохи. *Знак: проблемное поле медиаобразования*. 2020;(3):95–104.
6. Николаева А.В. Языковые особенности фейковых публикаций. *Верхневолжский филологический вестник*. 2019;(3):55–59.

References

1. Raspopova S.S., Bogdan E.N. Fake news: Uorigin story. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of the Chelyabinsk State University*. 2017;(11):48–53. (In Russ.).
2. Krasovskaya N.R., Gulyaev A.A., Yulina G.N. Fake news as a modern phenomenon. *Vlast' = Power*. 2019;(4):79–82. (In Russ.).
3. Dorofeeva V.V. Fake news in the modern media space. *Nauchnyj zhurnal Bajkal'skogo gosudarstvennogo universiteta = Scientific journal of the Baikal State University*. 2019;(4):774–786. (In Russ.).
4. Deinenka O.S., Dukhanina L.N. Maksimenko A.A. Fake news and features of their distribution in the media and social networks during the infodemic caused by COVID-19. Collection of articles of the XX International Scientific and Practical Conference. 2020;(5):326–340. (In Russ.).
5. Arkhangelskaya I.B., Arkhangelskaya A.S. Fake news in the pre-digital and digital eras. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya = Sign: Problematic field of media education*. 2020;(3):95–104. (In Russ.).
6. Nikolaeva A.V. Linguistic features of fake publications. *Verhnevolzhskij filologicheskij vestnik = Upper Volga Philological Bulletin*. 2019;(3):55–59. (In Russ.).