

УДК 316.776.22

ДЕЗИНФОРМАЦИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Исмаилова Ш.Я., студент гр. КТм-201, I курс
Научный руководитель: Баумгартэн М.И., к.ф.-м.н., доцент
Кузбасский государственный технический университет
имени Т.Ф. Горбачева, г. Кемерово

Важнейшая функция современной медиасистемы – контроль, формирование и прогнозирование реакции потребностей и поведения людей. Такое явление, как дезинформация, в эпоху социальных медиа играет важнейшую роль в процессе воздействия на общественное мнение. Мы, не задумываясь, воспринимаем получаемую информацию такой, какая она есть. Любой, у кого есть доступ в интернет, может создать учетную запись в социальной сети. Некоторые люди могут использовать эту учетную запись, как «фейковую», чтобы делиться любым дезинформирующим контентом, который впоследствии просматривают миллионы пользователей. В данной статье термин «дезинформация» обычно используется для обозначения преднамеренных попыток ввести людей в заблуждение путем предоставления ложной информации [1].

Ложная информация, преднамеренно созданная для введения в заблуждение человека, социальной группы, организации или страны, называется дезинформацией [2]. Дезинформация подкреплена автоматизированными технологиями и обеспечена ресурсами, поэтому является особо опасной. Виды дезинформации представлены на рисунке 1.

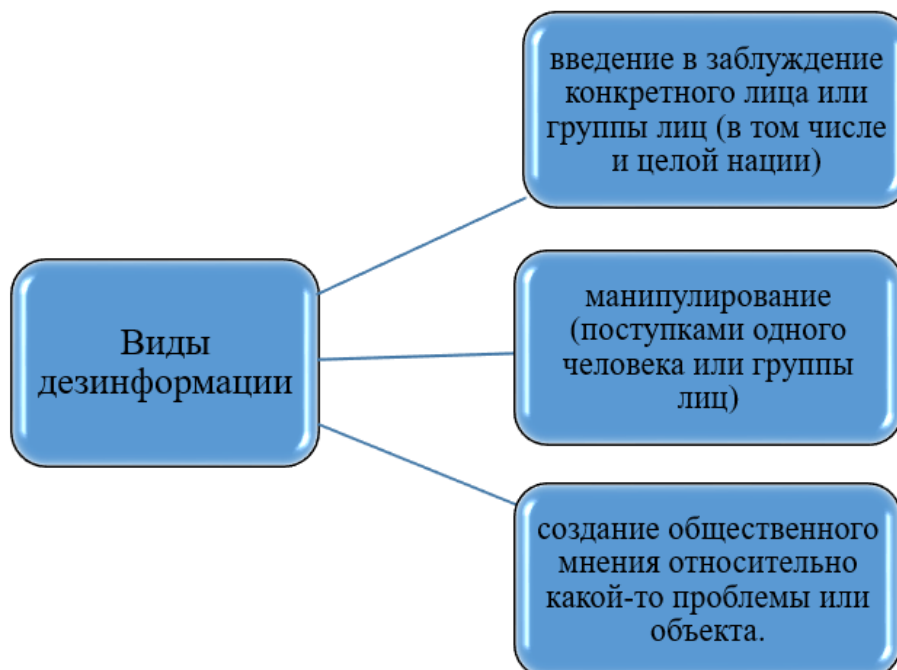


Рисунок 1 – Виды дезинформации

Формирование в обществе определённого отношения к выбранной проблеме — это создание общественного мнения. Нужно отметить, что

дезинформация активно используется на протяжении длительного времени и остается действенным методом психологического воздействия.

Отмечается рост уровня доверия к социальным сетям — и в то же время падение доверия к традиционным СМИ. Дезинформация наряду с фейковыми новостями получила широкое распространение в социальных медиа. Стоит сказать, что к последним причисляют не только социальные сети, но в целом все интернет-ресурсы, которые позволяют обмениваться информацией в виде текста, графических изображений, музыки, видеороликов. Пользователь может взаимодействовать с другими участниками платформы, публиковать личную информацию — или оставаться в роли наблюдателя.

Социальные медиа (рис. 2) можно разделить по группам на основании принципа взаимодействия их участников:

1. Предназначенные для общения. Обширная категория, в которую входят социальные сети, микроблоги, сайты знакомств и отзывов, форумы, чаты и т.д.
2. Предназначенные для редактирования информации. Разработчики таких платформ реализуют возможность совместного редактирования информации, представленной на площадке, путем внесения дополнений, событий и прочего.
3. Предназначенные для обмена мультимедийной информацией.



Рисунок 2 –Виды социальных медиа

Социальные сети причисляются к веб-сайтам и приложениям, которые предназначены для того, чтобы люди могли быстро и эффективно обмениваться контентом в режиме реального времени. Хотя многие люди получают доступ к социальным сетям через приложения для смартфонов, этот инструмент коммуникации начался с компьютеров; при этом социальные сети могут использоваться любым инструментом интернет-коммуникации,

который позволяет пользователям широко обмениваться контентом и взаимодействовать с общественностью.

Фальшивые учетные записи — это стержень операций, связанных с личным влиянием; интересно, что для хорошей поддельной учетной записи требуется фотография профиля. Да, пропагандисты не будут эффективны, если их личность будет известна, но под видом журналиста или члена некоего сообщества их блог имеет большой потенциал убеждения. Хотя фальшивые персонажи в социальных сетях не являются чем-то новым, мы наблюдали эволюцию того, как эти аккаунты ложно описывают себя [3;4].

Возьмем, к примеру, студента, который опасается заразиться COVID-19 (коронавирусом). Не имея возможности прочитать все статьи, доступные ему, он полагается на советы доверенных друзей. Когда кто-то в социальной сети высказывает мнение, что опасения по поводу пандемии преувеличены, то студент сначала отвергает эту идею. Но затем институт, в котором он обучается, и завод, на котором он работает, закрываются. Поскольку его работа находится под угрозой, студент начинает задаваться вопросом, насколько серьезна угроза от нового коронавируса. Ношение маски в общественных местах стало обязательным, но защитит ли она от коронавируса? Так ли все на самом деле — или это фейк?

Этот пример иллюстрирует введение в заблуждение или «предупреждение». Важно понимать, что общество предпочитает информацию от людей, которым доверяет. Однако социальные медиа пагубно усиливают предубеждения. Поисковые системы направляют пользователя на сайты, разжигающие его подозрения, а социальные сети связывают его с единомышленниками, подпитывая страхи. Что еще хуже, боты — автоматические учетные записи в социальных сетях, которые выдают себя за людей, — позволяют заблудшим или злонамеренным субъектам воспользоваться уязвимостями «юзера».

Пакет законов, запрещающих распространение и создание фейковых новостей, был опубликован в марте 2020 года. Это были принятые Федеральный закон от 18 марта 2019 года № 27-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях», а также ФЗ № 31-ФЗ «О внесении изменений в статью 15-3 Федерального закона «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».

То, что мы наблюдаем в информационном поле относительно COVID-19, в первую очередь дезинформация. Люди ищут данные о болезни, лечении, последних событиях и делятся тем, что они находят, но обычно их цель — помочь своим друзьям и близким. Болезнь совершенно нова, и это означает, что многие теории были преждевременно представлены как факт, а многие официальные сообщения (особенно по таким вопросам, как ношение защитных масок) изменились по мере появления новой информации.

На социальных серверах много «шлага», и когда люди обращаются к этому ресурсу за информацией, они иногда получают и распространяют

дезинформацию. Это говорит нам что ключевая проблема будущего – это то, как именно социальные медиа выводят и обрабатывают информацию. В ложной информации зачастую есть доля правды. Но, со слов Джоан Донован, дезинформация распространяется из цифрового мира в физический; она может перенаправить общественные ресурсы и поставить под угрозу безопасность людей [5].

Отметим, что пользователи продолжают верить в фейковую информацию в социальной сети даже после того, как она будет официально опровергнута. Например, даже после многократных официальных опровержений часть американцев всё ещё была убеждена в том, что в Ираке находится оружие массового поражения и что военное вторжение в Ирак было абсолютно необходимым.

Устойчивость воздействия дезинформации связана с тем, что пользователи остаются нечувствительными к опровержениям, если они заставляют изменить уже сложившиеся взгляды. Дезинформация в эпоху социальных медиа может быть неизбежна. Но любой пользователь может хотя бы частично помочь остановить ее распространение, выработав в себе критическое мышление. Не стоит доверять всему, что видите и слышите; необходимо уметь отличать информацию от дезинформации.

Список литературы:

1. Что такое социальные медиа и чем они отличаются от всего интернета <https://blog.calltouch.ru/chto-takoe-soczialnye-media-i-chem-oni-otlichayutsya-ot-vsego-interneta/>
2. Муратова Н. Fake news: дезинформация в медиа [Текст]: пособие / Н. Муратова, Н. Тошпулатова, Г. Алимова. – Ташкент: “Innovatsion rivojlanish nashriyot-matbaa uyi”, 2020. –104 с.
3. Fake-news и пандемия: как законодательство борется с дезинформацией <https://pravo.ru/story/222165/>
4. Дорофеева В.В. Фейковые новости в современном медиапространстве / В.В. Дорофеева // Вопросы теории и практики журналистики. — 2019. — Т. 8, № 4. — С. 774–786.
5. Журналистика, «фейковые новости» и дезинформация/UNESCO 2019 / ФГАОУ ВО «ЮУрГУ (НИУ) 2019 // Джули Позетти, Шерилин Аиртон.