

УДК 177

ИНТЕРНЕТ-СООБЩЕСТВО И «ФЕЙКОВАЯ» ИНФОРМАЦИЯ

Сунгуров В.Д., студент гр. ИТм-191, I курс
Научный руководитель: Баумгартэн М.И., к.ф.-м.н., доцент
Кузбасский государственный технический университет
имени Т.Ф. Горбачева, филиал в г. Кемерово
г. Кемерово

Фейковая информация – это сфабрикованные материалы, ложь в которых распознаваема и проверяема, хотя и способна ввести в заблуждение. Попробуем разобраться в истории распространения лживой информации.

Самым ранним прототипом “фейковой” информации можно считать слухи. В древние времена, когда вся информация передавалась из уст в уста, слухи были единственным источником информации об окружающем мире. Даже изначально правдивая информация, пересказанная людьми, видоизменялась до неузнаваемости. Все так же банально, как в детской игре “глухой телефон”, при игре в большой компании чаще всего загаданное слово, пересказанное каждым игроком, полностью видоизменяется. Удостовериться в полученной информации можно или лично, если есть такая возможность, или принять на слово [1].

Казалось бы, с появлением книгопечатания все должно кардинально измениться, но как бы ни так, слухи продолжают использоваться в качестве источника информации. Каковы же причины? Давайте посмотрим на несколько примеров. В средневековой Франции выходило издание “La Gazette”, в котором писалось о событиях, происходящих в других странах, информация добывалась, используя передовые технологии. Все было бы слишком хорошо, если бы не одно “но”: добыча информации стоила немалых средств, за которые в итоге приходилось платить читателю. Как следствие, газета, состоящая из 12 страниц, стоила как 2 килограмма белого хлеба. Американская “The Boston News Letter” так же стоила немалых денег из-за того, что издатель собирал проверенную информацию с указанием источников, а не опирался на домыслы и слухи. Таким образом, большой выгоды печать “дорогостоящей” информации не приносила. Гораздо легче обратиться к слухам и непроверенным источникам информации, после чего отправить все в печать.

С улучшением технологий книгопечатания цена из-за куда больших тиражей чем ранее уменьшилась. Но так же увеличилось количество людей желавших заработать на распространении лжи. Ярким примером может послужить заметка о мальчике-сироте в “The New York Journal”. Судьба мальчика была полностью описана: жил он с бабушкой, младшими сестрами

и братьями на деньги с милостыни. После того, как заметка получила широкий резонанс, оказалось, что вся история выдумка.

Следующей ступенью развития распространения информации можно считать появление радио и телевидения. Люди черпали информацию из государственных телеканалов и радиостанций.

Появление интернета и его распространение приближает текст к нашему времени. Отличий интернет-пространства от предыдущих методов распространения информации более чем достаточно, как положительных, так и отрицательных. К положительным качествам можно отнести скорость получения и передачи информации. На данный момент любая новость может облететь планету буквально за несколько мгновений. Из отрицательных моментов можно выделить все ту же проблему, что была и в древние времена: распространение ложной информации. Кардинальным отличием от ранних источников получения информации является то, что интернет-сообщества не проходят цензуру власти. Раннее, Государство предлагало потребителям одну “проверенную и стопроцентную” цензурируемую правду, теперь же у человека есть возможность получать информацию без цензуры у множества разных источников.

С нарастающей цифровизацией общества проблема ложной информации так же набирает обороты. По статистике, 62 % американцев узнают о новостях через социальные сети, для 14 % из них, социальные медиа – приоритетный источник новостей. Чисто таких людей растет с каждым годом. Интернет ресурсы часто нейтральны по отношению к достоверности распространяемой информации, они могут распространять как ложную, так и правдивую информацию. Интернет-сообщества выступают в качестве средства распространения информации, но не ее проверки на достоверность [2]. Интернет стал удобной средой для распространения лживой информации. Обусловлено это несколькими причинами:

Во-первых, это быстро и требует минимальных затрат. Для того, чтобы оставить какую либо информацию в интернет-сообществе требуется всего лишь устройство, с выходом в интернет, и аккаунт в социальной сети, в которой человек хочет поделиться информацией.

Во-вторых, это удобство распространения. В социальных сетях легко делиться новостями, как публично, со всей аудиторией, заинтересованной вами, так и лично. Доверие к информации, которую передали множество людей, повышается, и на распространение информации уже влияет репост, а не первоначальный источник информации. Если новостью поделился популярный человек, с которым сходятся множество ваших взглядов, то вы скорее всего ему поверите. Это же касается и ваших родных и близких. Люди верят полученной информации не потому что, они проверяют источники и факты, а потому что доверяют людям, что ею поделились.

В-третьих, это отсутствие юридической ответственности. В отношении традиционных СМИ существуют законы, запрещающие публикацию и распространение “заведомо недостоверной общественно значимой

информации под видом достоверных сообщений”. Работоспособность закона хотя и под вопросом, но, как факт, ничего подобного в отношении неправдоподобной информации в интернет-ресурсах не существует.

Глобальная сеть журналистских расследований (Global Investigative Journalism Network) выделяет шесть технологий создания fake news:

1. Манипуляция с фотографиями.
2. Видео-трюки.
3. Перекручивания фактов.
4. Псевдо-эксперты, воображаемые эксперты и непредставленные эксперты.
5. Использование СМИ.
6. Манипуляция данными.

Разберемся подробнее с каждым пунктом.

Манипуляция с фотографиями это самый простой способ фальсификации новостей, но так же его легче всего разоблачить. Чаще всего используют два способа фальсификации, это или редактирование фотографии, например, с помощью Adobe Photoshop, или использование фотографий, сделанных в другое время и в другом месте. Самый простой способ проверки фотографии это обратный поиск изображения в Google. С помощью этой функции чаще всего можно будет найти оригинал фотографии и проверить появления фотографии в других интернет ресурсах.

Манипуляции с видео так же, как и манипуляции с фотографиями, происходят крайне часто. Такой вид манипуляции выявить сложно и крайне трудоемко. Видео, снятые ранее и в другом месте, могут быть использованы в качестве fake news, кроме того используются видео, события, которых помещены в другой контекст, или же фальшивые видео.

Под манипулированием новостями понимаются: реальные новости, под заголовком, который искажает ее смысл; выставление мнения, как факта; выдумывание фактов; игнорирование деталей, меняющих контекст новости.

Иногда, для комментирования какой либо новости используются комментарии экспертов. Часто оказывается, что эти самые эксперты и не являются никакими экспертами. Задачей таких экспертов является продвижение каких либо мыслей и формулировка нужной точки зрения на события. Бывает, что реально существующим экспертам приписывают слова, которые они никогда не говорили, или же искажают заявления при переводе.

Манипулирование сообщениями в медиа происходят с помощью СМИ однодневок или блогов, или, как и в случае экспертов, сообщения могут придумываться, приписываться реально существующим СМИ, или же переиначиваться. Как в случае экспертов, так в случае и СМИ, заявление, высказывание, сообщение первоисточника можно проверить при помощи поисковика.

Экономическими показателями и социологическими опросами легко манипулировать. Исследования могут иметь слабую методологию, результаты неправильно интерпретированы [3].

Фейковые новости – это одно из направлений мистификации в современном медиа пространстве: «Это сфабрикованные новостные материалы, ложь в которых распознаваема и проверяема, хотя и способна ввести аудиторию в заблуждение». Фейковые новости используются в качестве легкого объяснения мира. Алгоритмы социальных сетей устроены так, что информация, которая приходит вам в качестве рекомендаций, подбирается на основе того, что вы с наибольшей вероятностью “лайкните”, или проще говоря, вам показывают те новости, на которые вы, скорее всего, отреагируете. Откликаются люди на новости, содержащие эмоциональные триггеры и которые совпадают с вашей точкой зрения. Так, например, вегетарианцу будут рекомендоваться новости про то, как вредно есть мясо, а мясоедам, наоборот, про то, как вредно не есть мясо.

Метод подачи фейков, дает возможность потребителю отказаться от понимания мира и погрузиться в мир удобный для существования. Кроме того, люди склонны потреблять информацию с определенных, привычных, источников информации, которые соответствуют их социальным, политическим, общественным взглядам. Читатель верит в 1-2 знакомым источникам, и не доверяет информации с источников, что не удовлетворяют его по каким либо параметрам. В такой ситуации, фейки принимают на себя роль детали пазлов. Множество фейков выстраиваются в единую картину, которая и представляется читателю как картина мира [4].

Исходя из всего вышперечисленного, в итоге, получается, что общество разделяется на разные группы, которые доверяют своим источникам информации. Эти группы или не в курсе проблем других групп, или же попросту в них не верят, считают их незначительными. Кроме того, одна группа демонизирует представителей других групп.

Примером ситуации прямого воздействия фейк-новостей на жизнь людей можно считать выборы президента США 2016 года. Политику сложно заручиться поддержкой избирателей без поддержки прессы и СМИ. Дезинформация и обилие фейков в прессе в преддверье выборов зашкаливало. Задача этих фейков - манипулирование общественным сознанием для запугивания и привлечения избирателей. Мышление читателя зависит от стороны и деталей рассмотрения транслируемой информации.

Широкое распространение и огромный объем фейковой информации дало начало для новой культуры – постправды, названной по аналогии с постмодерном. Дискурс в постправде формируется эмоциями и убеждениями, повторением одной и той же аргументации, игнорирование объективной картины мира, противоречащей взгляду читателя. Оксфордский словарь английского языка назвал слово post-truth словом 2016 г.

Список литературы:

1. Распопова, С. С. Фейковые новости: Природа происхождения / С. С. Распопова. – Текст : электронный // КиберЛенинка : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2012 – . – URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/feykovye-novosti-priroda-proishozhdeniya/viewer>
(дата обращения: 20.02.2020).

2. Садчиков, Д. И. Фейковые новости в социальных сетях: механизмы распространения и воздействия на аудиторию / Д. И. Садчиков – Текст : электронный // Уральский Федеральный Университет: сайт. – Екатеринбург, 2018. – . – URL: http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/59150/1/978-5-91256-403-1_2018_078.pdf (дата обращения 20.02.2020).

3. GIJN: сайт. – Сильвер-Спринг, 2003 – . – URL: <https://gijn.org/2018/08/20/шесть-способов-создания-фейковых-нов-2/> (дата обращения 20.02.2020). – Текст: электронный.

4. Шевцов, К. П. Современный мир как общество фейка / К. П. Шевцов – Текст : электронный // Русская христианская гуманитарная академия : сайт. – Санкт-Петербург, 2019. – . – URL: <https://m.rhga.ru/upload/iblock/5cc/5cccd205a65e526af89a0b8f1df952b1.pdf> (дата обращения 20.02.2020).