United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
Организация Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры
Tashkent Office
Представительство в Узбекистане
Посольство Великобритании Ташкент
УНИВЕРСИТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ УЗБЕКИСТАНА

Нозима Муратова
Назира Тошпўлатова
Гульноза Алимова

FAKE NEWS: ДЕЗИНФОРМАЦИЯ В МЕДИА

Пособие для студентов направлений журналистики и массовых коммуникаций

Серия публикаций ЮНЕСКО
Поддержка развития средств массовой информации в Узбекистане

Н.Ф.Муратова, Н.К.Тошпулатова, Г.Б.Алимова

FAKE NEWS: ДЕЗИНФОРМАЦИЯ В МЕДИА

Пособие для студентов направлений журналистики и массовых коммуникаций

Ташкент – “Инновацион ривожланиш нашриёт-матбаа уйи” – 2020

УДК 659.2(075)
ББК 76.0я73
М91

Муратова Н.
Fake news: дезинформация в медиа [Текст]: пособие / Н. Муратова, Н. Тошпулатова, Г. Алимова. – Ташкент: “Innovatsion rivojlanish nashriyot-matbaa uyi”, 2020. –104 с.

УДК 659.2(075)
ББК 76.0я73

Учебное пособие даст студентам знания о понятии фейковых, то есть вымышленных новостей, сущности ложной информации, истории происхождения, цели их применения, видах таких новостей, воздействии их на аудиторию, роли в манипулировании сознанием общественности, предоставит практические рекомендации по их предотвращению в условиях колоссального информационного потока. Данное учебное пособие создано представительством ЮНЕСКО в Узбекистане совместно с Университетом журналистики и массовых коммуникации Узбекистана (УЖМКУ) в рамках проекта “Усиление потенциала узбекских СМИ для обеспечения соблюдения общественных интересов - Фаза II” финансируемого правительством Великобритании. Предназначено для студентов факультетов журналистики и специалистов, осуществляющих деятельность в сфере практической журналистики.

Рецензенты:

Алишер Матякубов – проректор УЖМКУ по учебной и воспитательной работе, кандидат филологических наук.
Муслим Мирзажонов – главный редактор сайта human.uz.

Учебное пособие рекомендовано к печати Научным советом Университета журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана от 30 декабря 2019 года (протокол № 5).

Опубликовано в 2020 г. Организацией Объединённых Наций по вопросам образования, науки и культуры (7, Place de Fontenoy, 75352 Paris 07 SP, France) и Представительством ЮНЕСКО в Узбекистане (Узбекистан, 100037, г. Ташкент, ул. Эргашева, 9).

Данная публикация предлагается в открытом доступе под лицензией Attribution-ShareAlike 3.0 IGO (CC-BY-SA 3.0 IGO) (http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/igo/). Используя содержание данной публикации, пользователи соглашаются с правилами пользования Репозиторием открытого доступа ЮНЕСКО (http://www.unesco.org/open-access/terms-use-ccbysa-en).

Использованные названия и представление материалов в данной публикации не являются выражением со стороны ЮНЕСКО какого-либо мнения относительно правового статуса какой-либо страны, территории, города или района или их соответствующих органов управления, равно как и линий разграничения или границ.

Ответственность за взгляды и мнения, высказанные в данной публикации, несут авторы. их точка зрения может не совпадать с официальной позицией ЮНЕСКО и не накладывает на организацию никаких обязательств.

Данная публикация подготовлена при технической поддержке Посольства Великобритании в Узбекистане. Материалы публикации не отражают официальную точку зрения Посольства.

ISBN 978-9943-6348-0-0

© ЮНЕСКО
© Н. Муратова
© Н. Тошпулатова
© Г. Алимова
© “Инновацион ривожланиш нашриёт-матбаа уйи”, 2020 г.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 4

I ГЛАВА. ИЗ ИСТОРИИ ФЕЙКОВЫХ НОВОСТЕЙ 7
1.1. Понятие дезинформации 7
1.2. Феномен “фейковых новостей”: история и развитие 14
1.3. Фейки в местном и международном медиапространстве 29

II ГЛАВА. FAKE NEWS СЕГОДНЯ 38
2.1. Виды фейковых новостей в традиционных СМИ 38
2.2. Fake news в условиях новых медиа, мистификация и аудитория 42
2.3. Факт-чек платформы и принципы их работы 53
2.4. Эффективный факт-чекинг: методы и инструменты (анализ кейсов) 55

III ГЛАВА. FAKE NEWS И БУДУЩЕЕ 66
3.1. От фейковых новостей до информационного апокалипсиса 66
3.2. Теория “общества без фейковых новостей” 76
3.3 Что говорят специалисты по поводу фейковый новостей? 85

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ: 95

ВВЕДЕНИЕ

Учебное пособие “Fake news: дезинформация в медиа” посвящено исследованию и анализу фейковых, то есть ложных, фальшивых новостей, которые сегодня больше всего волнуют исследователей сферы журналистики и широко обсуждаются среди общественности.

В XXI веке темпы развития информационных технологий сместились в сторону медийной деятельности и процессов обмена информацией. В результате то, что происходит в определенном пространстве, достигает потребителей информации за считанные секунды. Этот импульс создал интерактивную среду в сообществе, в которой население имеет равные возможности для участия в обмене информацией. Обычно потребители не всегда сосредоточены на том, является ли информация, которую они получают или передают, правильной или нет. Это приводит к распространению в обществе лжи – фейковой информации.

Примечательно, что сегодня существует много дезинформации не только в интернете и социальных сетях, но и в новостях серьезных электронных СМИ, особенно на новостных сайтах. Ложная, вводящая в заблуждение информация может негативно воздействовать на сознание аудитории и подорвать различные отношения, социальные нормы, ценности и традиции. Вот почему в нынешних условиях проблема ложных, вымышленных и фальшивых новостей, то есть фейковых новостей, стала одной из самых важных тем в современной журналистике.

В последнее время в системе общественных наук ученые, журналисты и специалисты по информационной безопасности серьезно занимаются проблемой фейковых новостей. Следует отметить, что до настоящего времени в Узбекистане не выпускалось серьезной литературы по фейковым новостям, однако было защищено несколько дипломных работ и магистерских диссертаций, написанных в высших учебных заведениях, а также были проведены различные тренинги, семинары для магистров и сотрудников СМИ по теме fake news.

В связи с этим учебное пособие “Fake news: дезинформация в медиа” является первым шагом в создании специальной литературы о фейковых новостях и предназначено для студентов факультетов журналистики высших учебных заведений, а также журналистов, работающих в СМИ. Пособие содержит теоретические знания о понятии фейковые новости, происхождении, сущности, роли в обществе, вреде, способах и средствах защиты от

них. Приобретение этих знаний означает, что будущие журналисты смогут больше узнать о фейковых новостях, развить способность отличать правдивую и точную информацию от фальшивой, ложной, информации, совершенствовать навыки объективного и правдивого освещения.

Учебное пособие “Fake news: дезинформация в медиа” ставит перед собой цель решения следующих задач:

– информировать о понятии фейк-ньюс (новости) и его происхождении, развитии, видах фейка, национальной и международной интерпретациях;

– познакомить студентов с разными видами фейковых новостей на этапах развития журналистики и в контексте новых медиа;

– представить студентам факт-чекинг-платформы, и принципы их работы, эффективные методы и инструменты (анализ кейсов);

– научить работать с источниками информации в любых видах СМИ, использовать возможности проверки фактов при подготовке аналитических материалов;

– дать студентам возможность прогнозировать будущее информации, основываясь на мнениях экспертов о создании общества без фейковых новостей.

В дополнение к предоставленной информации о том, как отличать фейковую новость, проверять факты и цифры, в пособии также предлагаются практические задания для студентов и журналистов по выработке собственных навыков в этой области.

Курс “Fake news: дезинформация в медиа” в основном состоит из лекций и практических занятий, преподается в течение одного семестра. Для проверки знаний студентов-журналистов проводятся промежуточные и итоговые контрольные работы.

Как известно, ЮНЕСКО является международной организацией, которая вносит свой вклад в решение различных социальных, политических, духовных и образовательных проблем мирового значения в области науки, образования и культуры (развитие образования, ликвидация неграмотности, повышение осведомленности). Его офис в Узбекистане также реализует ряд проектов по подготовке специалистов и разработке учебников по актуальным вопросам образования.

Среди Целей устойчивого развития особое значение имеют вопросы гендерного равенства и качества образования. В связи с этим средства передачи и распространения информации выполняют определенную функцию.

Будущие журналисты для повышения профессионального мастерства будут обучены проверке информации и работе с правильными источниками при подготовке журналистских материалов. Это требует постоянного совершенствования учебного процесса, обогащения учебных планов и программ на основе современных знаний теоретическими знаниями в данной области, что обеспечивает постоянное применение современных учебных материалов, учебных пособий и учебников.

Данное учебное пособие является шагом к достижению этой цели и станет ценным ресурсом для студентов и практикующих журналистов, изучающих журналистику и массовые коммуникации.

I ГЛАВА. ИЗ ИСТОРИИ ФЕЙКОВЫХ НОВОСТЕЙ

1.1. ПОНЯТИЕ ДЕЗИНФОРМАЦИИ

Ключевые слова: *информация, массмедиа, fake news, дезинформация, мисинформация, интернет, аудитрия, общество, глобализация, вымысел, фальшивый, веб-сайт, социальные сети, блог, блогер, форум, фото- и видеохостинг, нестандартный.*

Самый распространенный продукт, потребляемый человечеством, – это информация. Спрос на нее всегда был высоким. Особенно в нынешних условиях ее роль и значение растут как никогда. Спрос на информацию влияет не только на средства ее распространения, виды, но и на ее основную задачу, сущность. Развитие информационных технологий, в частности, интернета, во-первых, ускорило процесс подготовки и распространения информации, во-вторых, расширило до невообразимых масштабов возможности ее восприятия. В этой ситуации правдивость или ложность распространяемой информации отошли на второй план. В результате, суть информации становится абстрактной, ее начинают использовать в различных целях и интересах. Фальшивая, ложная и выдуманная информация оказывает негативное влияние на сознание аудитории и приводит к нарушению отношений между людьми, принятых норм и правил в обществе, ценностей и традиций.

Например, сегодня недостоверная информация встречается не только в социальных сетях, но и в новостях серьезных СМИ, особенно информационных сайтов. Это привело к тому, что потребитель контента перестал анализировать информацию и принимает ее вслепую, верит ей.

“В последние годы СМИ превратились из канала распространения информации в средство обмена мнениями. В социальных сетях стремительно набирает популярность деятельность блогеров, которые постепенно перетягивают внимание общественности с традиционных СМИ и электронных информационных ресурсов на себя. Сегодня материалы из социальных сетей, блогов, форумов, фото- и видеохостингов самые обсуждаемые.

• • •

У слова фейк встречается более 20 определений, среди которых такие, как фальшивый, ложный, поддельный, ненастоящий, выдуманный, искусственный, необъективный, запутанный, клевета, афера, ухищрение, сплетня, тревога, интрига.

• • •

Современные средства коммуникации все больше становятся источниками непроверенной или основанной на слухах информации.[1]

Новость, которая содержит ложь, вымысел и фальшивую информацию, в журналистике называется фейковой.

Фейк является аналогом английского слова fake, в современном языке может использоваться в двух значениях: trick – лукавый, хитрый, обман, вымышленный, фальшивый, а также swindle – шутка, шалость, веселье. В различных источниках встречается более двадцати определений слова фейк. В их числе такие, как фальшивый, ложный, поддельный, ненастоящий, обманщик, выдуманный, искусственный, необъективный, запутанный, клевета, афера, ухищрение, сплетня, тревога, интрига, путать, отвлекать и др.

В широком смысле фейк – это любая ложная информация, смешанная со сплетнями, вымыслами, пропагандой и секретами, которая призвана показать какое-либо явление правдоподобным.

Это явление намного опаснее ложной, уже существовавшей информации. Фейковое исходит из стремления распространения ложной информации, но ее новизна в том, что она призвана по-настоящему навредить. Возможности информации дают “фейку” безграничные возможности. Цель распространения ложной, вымышленной новости – намеренно навредить кому-то или чему-то, с помощью неправдивой и фальшивой информации зародить среди аудитории, потребителей информации сомнение и недоверие к опре-

[1] Комиссаров М. А. Проблема распространения недостоверной информации в СМИ и социальных медиа// Тезисы к выступлению на 20-й центральноазиатской конференции СМИ “Будущее журналистики”//https://www.osce.org › representative-on-freedom-of-media

деленной организации, ведомству, государственному служащему, политическому деятелю, знаменитости.

Такой тип новостей по сути является новым и появился не так уж давно, а в целом фальсификация информационного пространства включает в себя такие действия, как мошенничество, подделка, обман.

Вранье распространяется через СМИ в целях повышения уровня недовольства среди населения и организации различных заговоров.

В XXI веке в результате стремительного развития интернета "весь мир стал в шаговой доступности". Теперь о событии, произошедшем в одном уголке планеты, можно за считанные секунды узнать на другом полушарии. Каждый день по всему миру происходит бесконечное количество событий. Человек, как ему полагается по своей натуре, воспринимает окружающие его сигналы, в том числе информацию из СМИ, напрямую. В этом смысле в большинстве случаев любая новость, распространяемая в социальных сетях, для него считается правильной. Иногда он даже понимает, что остался обманутым, но все равно не противится этому. И самая большая проблема состоит именно в этом. Информация, которую он считает правильной, оказывается ложной. Всего лишь одна фальшивая информация может полностью перевернуть жизнь человека. Поэтому проблема ложной, недостоверной информации – стала одной из самых актуальных тем не только современной журналистики, но и всей социальной жизни.

Фейковые новости – это активная медиаформа, с которой может столкнуться любой житель планеты вне зависимости от континента и страны проживания. Так что это за форма? Кто ее внедрил, кто готовит ее, кто управляет ею? Какова роль фейк-ньюс в нынешних условиях обмена информацией? Каким принципам она подчиняется? Какое влияние оказывает фейк-ньюс на общество, на сознание масс? Можно ли отличить фейк-ньюс от достоверной и правдивой информации? Каким образом фейк-ньюс превратились в неотъемлемую часть современного медиапространства? Наличие такого количества вопросов само собой приводит к необходимости определения и изучения теоретической и практической сущности фейкньюс как нового феномена самой обсуждаемой информации, которая уже является не просто одним из видов информации. Это, конечно же, не оставляет безразличными специалистов сферы журналистики. В последнее время в системе современных дисциплин ученые и журналисты, специалисты по информационной безопасности всерьез занимаются проблемой фейков.

На самом деле по своему наличию и сущности фейк-ньюс также считаются новостью. Но они нацелены на то, чтобы отвлечь человека, поднять шумиху, они содержат частично не проверенную или полностью не проверенную информацию. При распространении такой информации всегда учитывается уровень свободы народа, что повышает результативность фейков. Ведь победа фейк-ньюс – это ее преимущество в большинстве случаев перед настоящими новостями".[1]

• • •

Фейк ньюс – это не просто некий вид информации, а самый обсуждаемый в XXI веке новый феномен, требующий определения и исследования его теоретической и практической сущности.

• • •

В чем притягательность фейковой новости?

Почему у аудитории сохраняется высокий интерес к фейковым новостям? Обычный читатель, телезритель, слушатель или интернет-пользователь не в состоянии отличить достоверную информацию от фейковой.

В отличие от традиционной, официальной, изжившей себя, сухой, основанной только на фактах информации, фейк-ньюс, которые по своей природе привлекательны и умеют заинтересовать, отличаются своей креативностью и сенсационностью.

Интересно, что в последнее время в обществе среди потребителей контента в отношении проверенной и официальной информации преобладает мнение, что не до конца раскрывается правда, что-то скрывается.

Конечно же, в этом есть вина и самих СМИ, которые освещают некоторые события односторонне или умалчивают о некоторых фактах, хотя

[1] Ильченко С.Н. 2016. Фейковая журналистика как элемент современной шоу-цивилизации. – Известия Уральского федерального университета. Сер. 1.Проблемы образования, науки и культуры. Т. 153. № 22-3. -С. 14-18.

люди уже сами стали свидетелями описываемого происшествия либо осведомлены из достоверных источников.

Даже до некоторого времени опытные журналисты, работавшие в СМИ, не верили в существование фальшивой, сфабрикованной информации.

Но теперь бытует мнение, что массовая аудитория сама ждет фейковых новостей (раньше эту функцию выполняли слухи, сплетни), и те, кто распространяет такую информацию, – это недоброжелательные юридические или физические лица.[1]

Благодаря развитию интернета, особенно социальных сетей, фейк-ньюс стали одним из видов информации, способствующей росту аудитории. Авторы фейк-ньюс не анализируют происходящие события, наоборот, выдумывают новости либо в контексте реальных, но скучных происшествий, либо используют нестандартные приемы. Наиболее популярными приемами распространения такой новости можно считать запугивание, убеждение народа, одностороннее освещение и искажение фактов, предоставление ненужной информации. Традиционные новости, как правило, пишутся неинтересно, в них много побочных рассуждений. В отличие от них, фейк-ньюс сразу начинаются с интересных фактов. Интересно то, что 90 процентов обычных читателей пропускают традиционные (экономические, культурные и т.д.) новости и пристально следят за информацией нестандартного содержания, которая бросается в глаза и привлекает внимание. Читатель хочет острого сюжета – журналист его создает.

Нынешнее время специалисты называют “эпохой постправды”. Такая трактовка на самом деле – проявление современного цифрового общества, в котором ценность факта уступает чувствам и настроению людей. Теперь на фоне таких эмоций, как оценка, воздействие, личное признание, происшествия и причастные к ним факты и доказательства стали относительно незначительными. Например, в США достаточно сложно доказать a priori, что не склонный к совершению преступления человек может все-таки нарушить закон. В такой ситуации точное проявление факта теряет свою настоящую ценность, а именно вокруг этого факта появляются различные фейковые подходы.

[1] Иссерс О.С. Медиафейки: между правдой и мистификацией// Коммуникативные исследования.– М., 2014. № 2. С. 112–123.

Есть ли фейк в традиционных СМИ?

В последнее время ложные, сфабрикованные новости встречаются не только в развлекательных изданиях, интернете или социальных сетях, но и в серьезных, официальных и авторитетных СМИ. В чем причина?

Дело в том, что за последние двадцать лет в известных или авторитетных СМИ изменились способы формирования новостей. В эпоху до появления интернета для получения какой-либо информации редакция отправляла своих корреспондентов на места происшествия, а если по каким-то причинам они не могли получить информацию из первых рук, то получали информацию только от самых надежных корреспондентов. Лишь в некоторых случаях, когда возможности редакции были ограничены, они пользовались услугами информационных агентств. С появлением интернета в редакциях начали открывать специальные отделы, которые занимались мониторингом сайтов и социальных сетей, поиском интересной и эксклюзивной информации для привлечения большой аудитории. Из-за нехватки опыта, отведенного для подготовки новостей, лимита времени, лени, невнимательности и усталости фейковые новости проскальзывают через фильтры даже самых авторитетных и серьезных СМИ.

Что такое фейковая информация?

Fake news – это ложная или вымышленная новость, придуманная для отвлечения внимания читателей и аудитории, несмотря на возможность определения и проверки фактов. Фейки, то есть сфабрикованные, ложные новости также считаются информационным продуктом. Только в их структуре правдивая информация дается либо частично, либо полностью опускается.

С точки зрения стилистики такие новости схожи с обычными новостями. Но, как было сказано выше, их отличает частичная достоверность или полная непроверенность. За последние десять лет они широко охватили различные интернет-ресурсы, социальные сети. В результате интернет-пользователи ежедневно сталкиваются с миллионами ложных, вымышленных новостей, принимают их как правдивые и ставят под ними “Like”.[1]

[1] Макурин А.И., Возмищева М.А. 2016. Некоторые итоги деятельности Б. Обамы. – Гуманитарные научные исследования. № 11. Доступ: http://human.snauka.ru/2016/11/17653 (проверено 30.03.2019).

Фейки встречаются в различных форматах: это и фальсификация текстов, фото- и видеоматериалов, иногда даже по заказу известных людей создаются искусственные новостные материалы.

Задания для практического занятия

1. Найдите “фейковую новость” в любом СМИ на ваше усмотрение и определите ее природу по следующим критериям:

а) способность привлекать к себе;

б) способность убеждать;

в) интересный текст;

г) схожесть лжи с правдой;

д) создание сенсационной новости, чтобы заинтересовать каждого.

1.2. ФЕНОМЕН “ФЕЙКОВЫХ НОВОСТЕЙ”: ИСТОРИЯ И РАЗВИТИЕ

Ключевые слова: *история, коммуникация, газета, фальшивый, ложная информация, слухи, анализ, доказательство, знак, устное народное творчество, литература, письмо, дебаты, тираж.*

Когда речь идет о возникновении понятия fake news, стоит отметить, что их корни берут начало в античности. Например, в первом веке до нашей эры Октавиан проводит против своего соперника Марка Антона кампанию по распространению ложной информации. Он пускает слухи о пристрастиях Марка к выпивке и его отношениях с египетской королевой Клеопатрой VII, якобы он стал ее марионеткой.[1] Затем Октавиан публикует документ под названием “Воля Марка Антона”. В документе отмечается, что Марк завещал, чтобы после смерти его похоронили в гробницу фараонов. В те времена эта новость приводит в ярость народ Рима. Но затем выясняется, что новость была ложной, сфабрикованной.

Вообще то, что сегодня называется “фейковой новостью” и требующее изучения и анализа в информационном мире, широко применялось задолго до появления журналистики в виде слухов и сплетен. А как мы видим, споры и обсуждения по поводу того, что, если не предотвратить распространение таких новостей, могут наступить серьезные негативные последствия, все еще продолжаются. В развитии устной коммуникации такая информация применялась в различных противостояниях и интересах. В быту все еще сохранилось появление ложной, выдуманной информации, воздействие которой не меньше современных фейковых новостей.

Благодаря развитию устного народного творчества, часть выдуманной информации перенеслась в сказки и былины. В сказках, былинах, легендах, которые считаются нематериальным богатством нации, положительные герои сталкивались со злом в виде интриг, аферы и обмана.

На самом деле они были интерпретацией природных явлений, национальных особенностей, образа жизни определенного народа. После возникновения письменной литературы ситуации с присутствием обмана и выдумок можно было встретить в художественных произведениях. В качестве примера можно привести не только произведения классической миро-

[1] Kaminska, Izabella (January 17, 2017). “A lesson in fake news from the info-wars of ancient Rome”. Financial Times. Financial Times. Retrieved July 4, 2017.

вой и национальной литературы, но и современные произведения. Постараемся обосновать нашу мысль на примере одного произведения.

В романе “Минувшие дни” замечательного узбекского писателя Абдуллы Кадыри успешно использована такая художественная деталь, как письма. Переписка главных героев романа – Атабека и Кумуш – создала напряженность действия в произведении еще более интересной и убедительной. В этом романе мастерски показан процесс создания фальшивых писем и фальсификации информации в целом. Вспомним эпизод с приговором Атабека и его отца Мирзакарима к смертной казни. Тогда фальшивое обвинение было сфабриковано. Худаяр-хан приговаривает Атабека и его отца к смерти. Их в кандалах доставляют во дворец. Кушбеги обвиняет Атабека в попытке организовать в Ташкенте восстание против Худаяр-хана, а Мирзакарима – в Маргилане. После оглашения ханского указа обвиняемых подводят к виселице. В это время во дворец врывается Кумуш с письмом и отдает его кушбеги. В письме говорится, что Атабек не виновен и он, наоборот, был ответственен за сохранение мира и порядка в Ташкенте. Благодаря этому письму Кумуш спасает своего возлюбленного и его отца. В качестве доказательства ложной вести можно привести отрывок из слов Атабека, сказанных кушбеги:

“Мы сейчас, видя, сколь вы справедливы, хотим попросить вас лишь об одном: пусть предстанут здесь клеветники и попытаются доказать то, в чем они нас обвиняют. Если все, предъявленное ими, будет лостоверно доказано, пусть нас казнят. В противном же случае, если они не могут доказать свою правоту, пусть сами будут брошены в яму, которую готовили для нас! Это все, о чем мы просим вашу милость!”[1]

Письмо Атабека Кумуш о разводе также являлось ложным. В произведении читателю дается достаточное представление о том, как в те времена использовали ложную информацию. Такая информация распространялась определенными лицами и в реальной жизни, в результате во многих случаях принимались меры без выяснений, невиновные становились виновными.

Журналистика начиналась с фейка?

Мы задались этим вопросом неспроста. Ведь задолго до появления газет большинство новостей распространялось через слухи и сплетни. В

[1] Кадыри А. Минувшие дни. Роман. – Ташкент: Шарк, 2009, С. 113.

истории массовой информации несколько случаев подтверждают, что в развитии журналистики основную часть новостей составляли сплетни и слухи. По причине того, что эти новости нельзя было проверить, сложно было всех их называть достоверными.

Слухи также широко использовались в качестве источника информации в печатании и распространении книг. В Средние века во Франции вышло ряд изданий. Например, газета Canard (в переводе с французского означает утка, неприятный звук, ненастроенные ноты и неожиданные истории) печатала новости, основанные на сплетнях, повседневные события трактовались на основе слухов и сплетен. Подтвержденная достоверная информация стоила дорого. Общенациональная французская газета La Gazette (1631 г.) регулярно освещала события в других странах. Издание, состоящее из 12 страниц, стоило 12 су (су – французская денежная единица). На эти деньги можно было купить два килограмма хлеба, которого хватило бы, чтобы прокормить многодетную семью. Из-за высокой цены на газеты бедные люди брали газеты напрокат. Американская газета The Boston News Letter также стоила немало. Редактор и издатель газеты, в прошлом продавец в книжном магазине Джон Кэмпбелл разработал стратегический план развития газеты и нашел стабильный способ сбора информации. В своих выступлениях он разоблачал ложь. К счастью, его газета печаталась после того, как ее видели представители власти. В общем до того, как печать сформировалась как образец традиционной журналистики, информацией считались слухи и сплетни.

В истории СМИ, на первых этапах возникновения и развития журналистики основную часть новостей составляли слухи. Тому было несколько причин:

– неразвитость устной и письменной формы массовой информации до возникновения печатных изданий;

– относительная дешевизна слухов;

– жесткость цензуры;

– стремление отвлечь аудиторию;

– стремление отвлечь основную часть аудитории от потребности в информации и за счет этого увеличить тираж издания.[1]

[1] Тертычный А. А. Жанры периодической печати / А. А. Тертычный. — М., 2002. – с.294.

Когда в газетах начали печатать “фейковые новости”?

Мы уже сказали, что сегодня фейк-ньюс уже не новость. Так когда в газетах начали появляться фальшивые, ложные новости?

Такие уже официально признаваемые новости существуют с момента возникновения печатных изданий. Специалисты датируют эти события трехсотлетней давностью, точнее, с их первым появлением в XVII веке в Германии. В изданиях для непроверенной информации применялся термин *газетная утка*. Редакторы, которые хотели увеличить тираж своих газет и обратить внимание на свои новости, после сомнительных и непроверенных, но в то же время привлекательных новостей ставили две буквы NT. Это расшифровывалось как **non testatum** и означало “непроверенный“. Под такими символами обычно появлялись новости примерно такого содержания: “В графстве Таксис родился двуглавый ребенок с шестью пальцами”.[1]

В первое время фальшивые новости распространялись, чтобы развлекать людей, давались специально “неслыханные и невиданные” новости для отвлечения внимания общественности. Газетная утка присущая для многих традиционных изданий, носила юмористический характер. Автор обычно свое представление и мысль передавал через юмор.

Шутка – это плод устного народного творчества, которая появляется в качестве отклика на различные безобразные, несерьезные события из жизни. ***“Шутка – это предмет действия или новости, которая ставит кого-то в смешное положение для отвлечения людей от других мыслей”***.[2] Авторы шуток в целях доведения до народа смысла событий, ситуаций и происшествий придумывают различные события на основе услышанных слухов, хотя сами в них не участвовали. По мнению А. Тертычного, если автор меняет лишь второстепенные детали не увиденного самим события, то основной смысл произошедшего не меняется. А если целью автора является развлечь или отвлечь людей и только для этого он придумал ложное событие, то итоговая информация может оказаться неправильной от начала до конца.[3]

[1] Учёнова, В. В. Беседы о журналистике / В. В. Учёнова. — М., 1985. – С. 5.
[2] Тертычный А. А. Жанры периодической печати. — М., 2002. – С. 294.
[3] Там же.

КТО ВЫСМЕИВАЛСЯ ЧЕРЕЗ Fake news?

Кто рассказывал о проблемах и недостатках жизни до появления газеты? Не было возможности открыто говорить о проблемах, недостатках и несправедливости. Противники и недовольные наказывались. О недостатках чаще всего говорили шуты, служившие во дворцах королей и правителей. Они рассказывали о различных проблемах обычных жителей с улиц, несправедливости, передавали слухи через юмор. Можно увидеть, что фальшивые новости распространялись для развлечения людей, выдумки "неслыханных и невиданных" новостей нужны были для отвлечения внимания общественности.

Шуты также с помощью юмора, шуток пытались раскрыть истинные лица придворных и обратить внимание людей на слухи. Видимо, и по этой причине после появления печатных изданий тексты газетных уток носили в себе юмористический характер, через который авторы пытались выразить свои мысли. Шутки, анекдоты и выдумки существуют в устном народном творчестве каждой нации, в том числе и у узбеков. Анекдоты, остроты, фольклор основывались на юморе и высмеивали определенные социальные проблемы.

Первой новостью, вызвавшей бурное обсуждение и сомнения, датируемой 550-ми годами, было сатирическое произведение "Anecdota" (в переводе "секретная история"). Оно было написано одним из видных историков византийской эпохи Прокопием Кесарийским. Он был правоведом и секретарем авторитетного полководца Велизария. Прокопий изнутри наблюдал за всеми политическими играми и интригами. В частности, он был в курсе жизни правителей Юстиана и Велизария, знал их сокровенные секреты, самые тонкие детали и смог достойно умалчивать об этом. "Анекдот" Прокопия увидел свет лишь после его смерти. Ученые и по сей день дискутируют по поводу достоверности событий, описанных в произведении.

Спустя время, итальянский писатель и сатирик Пьетро Аретино своим острым языком и памфлетами внес вклад в развитие журналистики Европы. Его произведения наполовину были правдивыми, остальная часть основывалась на слухах и сплетнях, личных наблюдениях и затрагивали честь и достоинство уважаемых людей.

В деятельности газет сначала наблюдалась тенденция к публикации ложных, выдуманных новостей в желтой прессе, что послужило возникновению различных жанров. Такие новости, естественно, воспринимались аудиторией с большим интересом. Даже одна критическая мысль, похожая

на настоящую новость, цепляла аудиторию и привлекала ее внимание. Быстрому развитию таблоидного рынка также послужили выдуманные новости. Даже в популярных в интернете clickbait-заголовках для удивления и привлечения внимания аудитории использовались фальшивые данные.

“Сенсационный продукт всегда хорошо продавался на рынке. Особенно в начале XIX века появление современных газет еще больше повысило его стоимость. Перед изданиями, у каждого из которых были свои особые дизайн и тематика, стояла лишь одна задача – повысить тираж.

С появлением желтой прессы для газет сенсация стала единственным способом увеличения тиража. С этой целью американские газеты стали публиковать фальшивые и выдуманные истории. В 1835 году в газете The New York Sun публикуется статья о существовании жизни на Луне. Для газеты это служит толчком в формировании среди аудитории мнения о полезности издания”.[1]

Для увеличения своего тиража и таким образом заработка приличных денег газеты не останавливались ни перед чем, они даже могли развязать войны. Известный американский медиамагнат Уильям Хёрст берется за это и добивается своей цели. Когда отношения США и Испании в вопросе Кубы были напряжены, Хёрст отправляет своих корреспондентов Р. Хардинга и Ф. Рамингтона на Кубу. Тогда его подопечные отправляют письмо с текстом “Все тихо. Войной даже не пахнет. Можно возвращаться”, на что Хёрст пишет ответное письмо: “Оставайтесь на Кубе. Обеспечьте меня статьями, а я вас обеспечу войной”. После этого он публикует в газете “Жорнел” сфабрикованные и фальшивые новости, тем самым натравляет друг против друга лидеров двух государств. В конечном итоге добивается своего и развязывает войну. В результате количество читателей его газеты выросло в несколько раз.[2]

Сегодня такие новости распространяются не самими издателями, а группой заинтересованных лиц, целью которых является заработок денег.

Ложные новости распространялись и для разрушения репутации ответственных государственных чиновников, вплоть до президентов. Естественно, им это не нравилось. Например, в октябре 2017 года Трамп дает интервью каналу Fox Business и заявляет, что началась кампания по распространению ложной информации. Может быть, к тому времени термин fake

[1] J. Soll, “The Long and Brutal History of Fake News,” POLITICO Magazine, 18-Dec-2016. [Online]. Available: http://politi.co/2FaV5W9. [Accessed: 02-Aug-2018].
[2] Бобожонова З. Участь нечестного гения // Журнал “Тафаккур”, 2012. № 1. –Б.82-92.

news немного утратил свою остроту, но его значимость все еще сохранялась. На сайте merriam-webster.com отмечается, что этот термин начали использовать в официальных источниках с 1890 года.[1] В этом ресурсе говорится, что fake news достаточно молодой термин, хотя его возраст уже 125 лет. Здесь стоит отметить, что изученные данные показали, что у термина есть различия не в значении, а его названии. Потому что в истории он часто назывался "ложью" или "подделкой". И поэтому его интерпретация в виде fake news изучается в качестве относительно нового термина.

В последнее время рост фальшивых и поддельных новостей критически оценивается и вынуждает научно исследовать данную ситуацию. В результате местные и зарубежные исследователи стремятся, прежде всего, понять теоретическую значимость феномена fake news.

"...Никто из нас не попытался понять, что такое fake news , чем они отличаются от фальшивой информации или дезинформации. Не существует точных критериев и методологии определения сущности этого понятия", – сказал представитель департамента печати и информации Министерства иностранных дел России Максим Буякевич на конференции ОБСЕ "Свобода СМИ в условиях нестабильности". В этом смысле, если новость – это оперативное сообщение о недавнем событии или происшествии, несущая политическую, экономическую или социальную значимость для аудитории, то fake news можно назвать стилистически схожей с новостью информацией, состоящей из частичной или полной

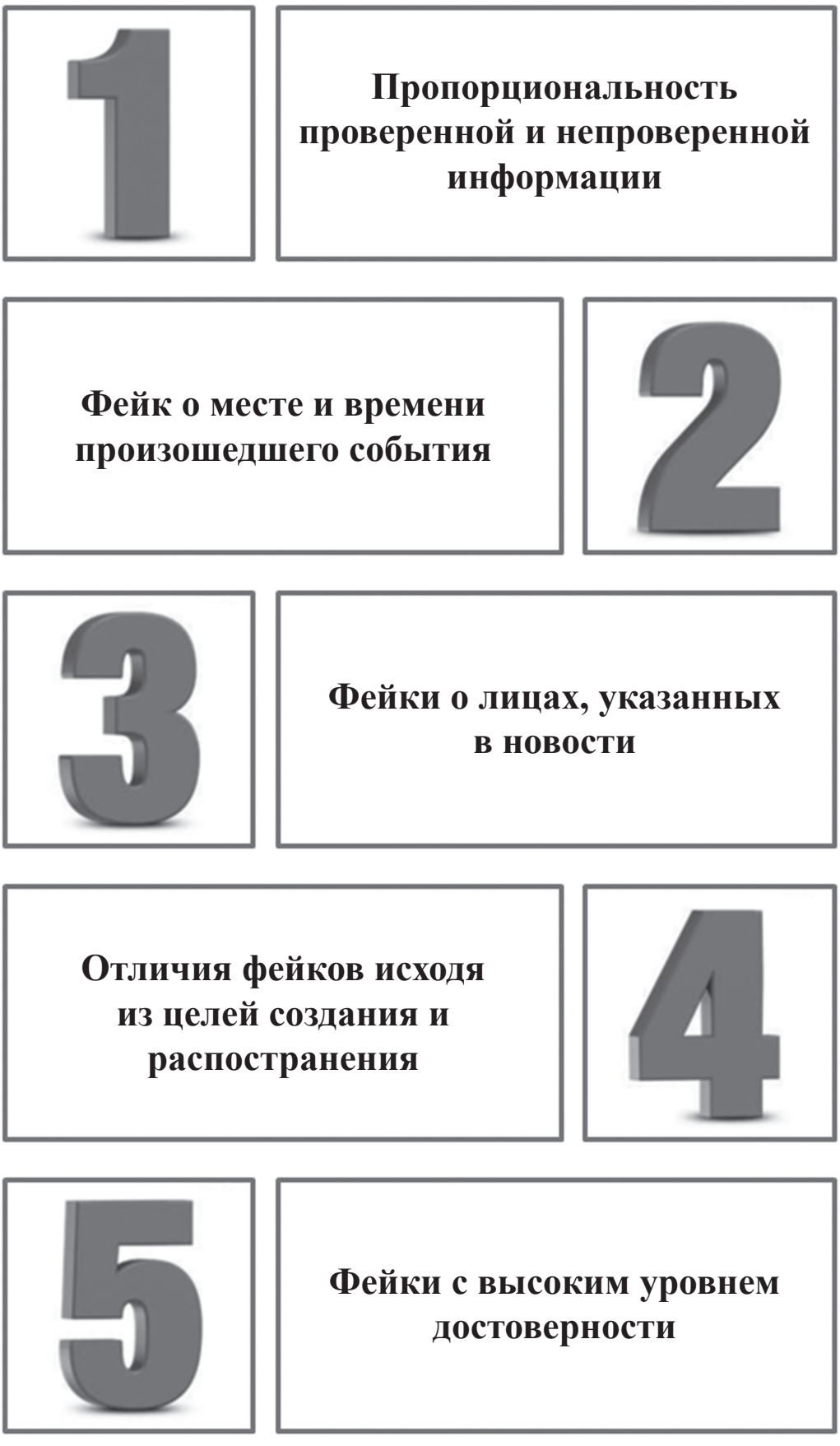
• • •

Сначала фальшивые новости распространялись для развлечения людей, выдумки невиданных и неслыханных историй, отвлечения внимания масс от социальных проблем. "Газетная утка", присущая традиционным изданиям, носила шуточный характер, а автор выражал свои мысли через юмор.

• • •

[1] Merriam-Webster, "The Real Story of 'Fake News,'" 23-Mar-2017. [Online]. Available: https://www.merriam-webster.com/words-at-play/the-real-story-of-fake news. [Accessed: 02-Aug-2018].

лжи. Многочисленные исследования fake news показывают их разделение на следующие типы:



Рассмотрим каждый тип в отдельности.

I. Пропорциональность проверенной и непроверенной информации

1. “Новость”, состоящая из лжи от начала до конца.

Например: Правительство Испании приняло постановление о выдаче по 5000 евро каждому эмигранту, который женится на местной девушке.

2. Отобранная и проверенная фейк-новость, содержащая в себе ложную информацию.

3. Искаженная часть новости, которая основана на реально произошедшем событии. Например, это может аудио- или видеозапись, фотоснимок, вырванная из текста цитата или часть события, дающая конкретное представление.

II. Фейк на основе места и времени произошедшего события

1. Новость, похожая на точную информацию, но место и время произошедшего события не верное.

2. Новость, в которой событие, произошедшее в конкретном месте, указывает на другую локацию.

III. Фейки о лицах, указанных в новости

1. Размещение в новостях ссылки на фальшивый аккаунт знаменитости. Например, на англоязычном веб-сайте Euronews в качестве официальной реакции на призыв принятия резолюции о признании статуса Крыма Итальянским региональным советом Венето и отмену санкций против России приведен скриншот аккаунта в Twitter министра иностранных дел России Сергея Лаврова. Представитель МИД России Мария Захарова позже заявила, что у Лаврова не было аккаунта в Twitter.

2. Новость, в которой второстепенный участник события показывается в качестве основного.

3. Новость, основанная на непроверенных показаниях человека, который якобы был свидетелем произошедшего.

IV. Отличия фейков исходя из целей создания и распространения

1. Создание и распространение новости с целью развлечения потребителей. Современная медиасфера включает себя отдельные медиапроекты и информационные ресурсы (The Onion, FOGNEWS4, HOBOSTI5, FIBSTER6, NetLore), которые занимаются производством фейковых новостей.

2. Новости, которые создаются и распространяются с целью достижения политического преимущества: дискредитировать и обесчестить политических конкурентов (в том числе в ходе избирательной кампании), спровоцировать уличные беспорядки, применить силу для достижения власти и так далее.

3. Новости, предназначенные для дискриминации определенной группы граждан по признаку их происхождения, места жительства, языка, этнической принадлежности, расы, пола, религии, рода занятий и форм собственности, а также других обстоятельств.

4. Новости, создаваемые и распространяемые с целью повышения интернет-трафика. Существует ряд примеров таких фейковых новостей, с которыми сталкиваются пользователи Viber и WatsApp. Мобильные операторы неоднократно получали выгоду от интернет-трафика благодаря фейковым новостям в социальных сетях о необходимости спасения детей, домашних животных и инфицированных лиц с редкой группой крови, которые пропали без вести. Например, в канун Нового года в социальных сетях по всей стране распространилась новость: “Двое из десяти детей в отделении интенсивной терапии нашей инфекционной больницы умерли. Причиной этого являются черви в китайских мандаринах!”. Эта информация неоднократно опровергалась врачами инфекционной больницы в различных населенных пунктах.

5. Новости, созданные и распространяемые с целью мошеннического присвоения средств и другого имущества потребителей. В качестве примера можно назвать новости с фальшивыми счетами по сбору денег на лечение тяжелобольных детей. После проверок такая информация часто оказывается ложной.

6. Новости, созданные и распространяемые с целью повреждения данных пользователя, хранящихся на компьютере. Например, в сеть заливается “новость” American Fox News с вредоносным вирусом, в которой говорится о смерти известного актера Брэда Питта, как только нажимается на данную ссылку, компьютер выходит из строя.

7. Новости, созданные или распространяемые для привлечения внимания различных компаний, проектов, акций или отдельных лиц. Такие “новости” часто являются фальшивыми, преднамеренно организованными сообщениями, которые побуждают подростков совершать самоубийства, а компании оказываются в кризисной ситуации.

8. Новости, созданные или распространяемые с целью получения определенной выгоды от экономической деятельности или манипулирования рынком. Bloomberg Market скопировал дизайн сайта настоящего агентства Bloomberg в свою фейковую новость. В сообщении ложно сообщалось, что клиенты могут получить доступ к Google.

V. Фейки с высоким уровнем достоверности

1. Конкретные фейки как новости.

2. “Новости”, побуждающие потребителей проверять фальшивость полученной информации.

Однако такая фейковая информация бывает настолько убедительна, что в конечном итоге потребителям не нужно проверять ее на предмет фальшивости.[1]

Классификация фейковых новостей имеет определенные научные интересы. Степень подтвержденности фейковой новости можно различать по времени и месту произошедшего события, собранным о ней персонажам, целям и задачам создания и распространения фейков, уровню восприятия проверенной информации.

По уровню неподтвержденности информации фейковые новости делятся на три группы.

Первая группа *включает в себя новости, которые являются полностью ложными.* Например, летом 2018 года некоторые новостные источни-

[1] Суходолов А. П. “Фейковые новости” как феномен современного медиапространства: понятие, виды, назначение, меры противодействия / А. П. Суходолов, А. М. Бычкова // Вопросы теории и практики журналистики. – 2017. – Т. 6, № 2. – С. 143–169. – DOI 10.17150/2308-6203.2017.6(2).143-169.

ки опубликовали “фейковую новость” о том, что российское правительство рассматривает проект отмены пенсионных выплат. Один человек сразу обнаруживает, что это классическая версия фейка, а другой верит этой сенсационной “новости”.

Вторая группа *включает в себя новости, частично состоящие из фейка.* Например, известия в социальных сетях о количестве жертв пожара в торговом центре “Зимняя вишня” в Кемерово привели к массовому недоверию официальным данным.

Подобные “фейки” крайне вредны для общественной безопасности: люди начинают волноваться, из-за обмана правительства появляются призывы к справедливости и правде.

Такой тип “фейковых новостей” можно встретить и в Узбекистане. Например, канал “Узбекистан 24” транслировал сюжет о предоставлении в Андижане новых типовых домов малообеспеченным семьям. В интервью жительница нового дома Хуршида Тилляева говорит, что довольна созданными условиями и благодарит главу государства.

На следующий день в социальных сетях появляется видео “Озодлик”, в котором говорится, что у женщины забрали дом. Затем другие информационные средства начинаются изучать произошедшее. В итоге данная ситуация вызывает бурное обсуждение среди населения и вызывает протест против действующей власти.

Третья группа *включает фейковые новости, которые искажают истинную сущность событий.* Это могут быть выдержки или цитаты, вырванные из контекста. Поскольку такие “фей-

• • •

С появлением желтой прессы для увеличения тиража газет основное внимание уделяется созданию сенсаций. Американские газеты начинают давать ложные, фальшивые, но интересные истории, чтобы привлечь внимание аудитории и увеличить тираж. В 1835 году “The New York Sun” публикует статью о существовании жизни на Луне. Цель дать толчок к формированию статуса газеты в обществе в качестве полезного и интересного издания.

• • •

ки” могут обманывать и вводить людей в заблуждение, с ними трудно бороться.

Например, распространение в социальных сетях поста из личного аккаунта в Facebook Наргизы Саидовой, новоназначенного заместителя директора Агентства информации и массовых коммуникаций, вызывает недовольство среди общественности. Люди требуют от правительства и религиозных ведомств наказать ее. В итоге Н. Саидова приносит публичные извинения и покидает свой пост.

Другой пример. Когда из-за бурных обсуждений и протестов, которые произошли в социальных сетях в ответ на сообщения о 23 категориях женщин, вырванных из доклада городского комитета женщин, заместитель премьер-министра Узбекистана Эльмира Баситханова обратилась к общественности через Facebook. Однако известно, что нельзя преждевременно делать выводы по поводу целого текста или речи, основываясь лишь на вырванную из контекста цитату.

Российский исследователь А.П. Суходолов классифицируют фейковые новости на 3 группы в зависимости от степени достоверности полученной информации:

В первую группу входят новости, в фейковости которых никто не сомневается. Например, это может быть новость о том, что инопланетяне напали на Землю (в некую часть Южной Африки).

Вторая группа включает в себя новости, которые вызывают сомнения в точности информации и заставляют потребителя проверить информацию из других источников. Это может быть сенсационное сообщение о том, что были найдены останки существа, которое не обитает на нашей планете.

Третья группа включает в себя новости, которые очень похожи на правильные и практически не вызывают сомнения в их достоверности. Например, в 2017 году журналист Максим Кононенко поставил в Facebook шуточный пост. В нем говорится, что США решили вырезать из романа “Унесенные ветром” образ Реда Батлера (за бои на стороне союзников). Многие поверили в этот пост и оставили почти тысячу лайков. Кононенко извинился за свою шутку, после чего Facebook определил его пост фейковым и удалил его.[1]

[1] Красовская Н.Р. Гуляев А. А., Юлина Г. Н. Фейковые новости как феномен современности// Власть. 2019.№4.-с.79-82

Таким образом, фейковые новости имеют разнообразный характер и признаки. Из-за сенсационного характера таких новостей в определенных частях общества всегда будет существовать потребность в них.

В чем опасность фейковой новости?

Иногда трудно отделить точный факт события от фейка. Прежде всего необходимо критически подойти и проанализировать полученную информацию, сравнить ее с другими источниками и сделать самостоятельные выводы. Важно помнить, что эти выводы должны основываться на наших убеждениях, опыте и знаниях. Фейковые новости для государства и общества, безусловно, представляют большую и потенциальную угрозу. Люди легко верят в сплетни, фальшивые новости и посты. Именно поэтому в России в марте 2019 года Государственная Дума приняла Закон “О фейковых новостях”. Согласно документу, физические лица, распространяющие фейковые новости, будут оштрафованы на 100 000 рублей, а юридические лица – до 500 000 рублей. Если будут наблюдаться повторные нарушения и фейковые новости будут иметь такие серьезные последствия, как смерть человека или нарушение общественного порядка, то распространители фейковых новостей будут строго наказаны.

90 процентов обычных читателей пропускают обычные (экономические, культурные) новости и, наоборот, с интересом следят за броскими, привлекающими внимание новостями нестандартного содержания.

Задания для практического занятия

1. Найдите примеры фейковых новостей из отечественной и мировой литературы.

2. Найдите в СМИ и социальных сетях примеры видов фейков и обсудите их в группе.

1.3. ФЕЙКИ В МЕСТНОМ И МЕЖДУНАРОДНОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ

Ключевые слова: *объективность, виртуальная информация, платформа, контент, дезинформация, опровержение, троль, пост, линк (ссылка), аккаунт, бот.*

В журналистике честная, объективная и качественная информация всегда идет рядом с поддельной и неточной информацией. Как правило, любая информация о произошедшем событии никогда не бывает точной. Это зависит от подхода человека, который передает информацию.

Наверное, поэтому Джалолиддин Румий называл "новость не самим происшествием, а его тенью". Любой, кто не видел событие, но слышал об этом, естественно, поверит в это. Особенно, если эта новость передается через официальные СМИ, аудитория воспринимает ее как правильную. Однако благодаря развитию информационных технологий и официальному признанию интернета как средства передачи информации значительно снизилось доверие общественности к СМИ. В результате выросло количество ненадежной, неточной информации. Сегодня большая часть "фейковой" информации приходится на интернет в качестве интерактивных СМИ.

Какова опасность фейковых новостей для национальных СМИ?

В то же время отсутствие правовой базы, регулирующей поток виртуальной информации в национальной журналистике, или тот факт, что в стране еще не достаточно адекватно освещено законодательство, способствует росту фейковых новостей.

В национальном виртуальном пространстве распространителей информации можно разделить на три группы. Это официальные сайты, пользователи социальных сетей, публикующие на своих страницах новости, и блогеры. Чаще всего фейковые новости распространяют пользователи социальных сетей.

Несмотря на разнообразие формы, содержания и размер такой информации, они часто публикуются в сети без проверки источника информации. В национальном виртуальном пространстве, где существует множество фейковых новостей, потребители социальных сетей и новостных сайтов делятся на две категории. Первая категория не уделяет большого внимания

сенсационной информации. Вторая категория верит каждому посту (независимо от того, кем и с какой целью он опубликован) и даже способствует его распространению. По словам российского исследователя Елены Прониной, любой, кто попал под влияние масс, может получить новость на основе ложной информации.

Число интернет-пользователей в Узбекистане достигло 20 миллионов, при этом 1,6 миллиона человек активно ежедневно пользуются социальными сетями. Эти цифры показывают, что интернет уже стал платформой, на которой сосредоточено внимание общественности, и растет важность того, насколько контент является подлинным или нет.

Анализируя национальное виртуальное пространство, мы видим, что в социальных сетях больше ссылок-линков, чем собственно информации. Интересно отметить, что официальные сайты без проверки публикуют информацию из разных социальных групп. Например, ряд групп в Facebook стали источниками информации для наших официальных сайтов. А ведь проверка информации является одной из основных задач СМИ и журналистов.

Поэтому неправильно указывать, что пользователи социальных сетей должны быть источником информации на официальных сайтах, зарегистрированных как СМИ. Потому что пользователи социальных сетей очень субъективно относятся к реальности. То есть иногда они, в зависимости от характера, настроения, состояния и обстоятельств, размещают в сети свои мысли, рассуждения, умозаключения или даже полностью придуманную фейковую информацию.

Негативные последствия этого можно увидеть на примере деятельности наших зарегистрированных национальных сайтов в последние годы.

В частности, 13 марта на сайте xabar.uz и его официальном Telegram-канале опубликована статья под названием “БПИ может потерять свой “принудительный” статус”. В пресс-службе Генеральной прокуратуры Республики Узбекистан отметили, что информация, содержащаяся в опубликованной статье на вышеупомянутом сайте, является полностью ложной.

“Бюро принудительного исполнения выполняют свою работу в соответствии с Указом Президента Республики Узбекистан от 29 мая 2017 года № Р-5059 и в дальнейшем Бюро не намерено менять или заменять свою

деятельность, название и орган, к которому оно непосредственно подчиняется”,[1] – говорится на официальном сайте пресс-службы.

Тот же сайт xabar.uz написал, что председатель Управления мусульман Узбекистана муфтий Усмонхон Алимов освобожден от занимаемой должности. Они написали это, ссылаясь на сайт azon.uz.

“Муфтий Усманхон Алимов был уволен сегодня на встрече в Международной исламской академии Узбекистана под председательством премьер-министра Абдуллы Арипова при участии Управления мусульман Узбекистана, его региональных представителей и руководства Комитета по делам религий”,[2] говорится в сообщении.

Однако через два часа после первых новостей различные источники начали писать, что муфтия еще не уволили. В частности, сначала канал @davletovuz сообщил, что увольнение муфтия было дезинформацией и что он остается на своем посту. Это было подтверждено сайтами УзА и Kun.uz.

К таким фейковым новостям, связанными со знаменитостями, также относится смерть дочери первого президента Узбекистана Ислама Каримова Гульнары Каримовой или смерть президента Туркменистана Гурбангулы Бердымухамедова. Однако вскоре выяснилось, что новости поддельные.

Анализ фейковых новостей в национальном медиапространстве

“Фейковые новости” также часто используются и против правительственных постановлений или деятельности государственных органов. Например, в социальных сетях и некоторых СМИ начали писать, что с 1 августа 2019 года штрафы за нарушение правил дорожного движения вырастут в несколько раз.

Однако сообщения в интернете о растущих штрафах не соответствуют действительности. Ответственность за нарушение правил дорожного движения устанавливается в соответствии с Административным кодексом Республики Узбекистан.

В последний раз в статьи настоящего Кодекса, устанавливающие ответственность за нарушение правил дорожного движения, были внесены изменения Законоком Республики Узбекистан от 24 мая 2019 года № 542,

[1] Пресс-служба Генеральной прокуратуры Республики Узбекистан https://prokuratura.uz (18.03.20190375)

[2] https://www.xabar.uz/jamiyat/muftiy-usmonxon-alimov(10.09.2019 18:31)

которые действуют по сей день. По состоянию на 1 августа 2019 года штрафы не изменились.[1]

В таких случаях некоторые журналисты, не проводят углубленных расследований и проверок, ссылаясь на первоисточник, распространяют информацию, хотя и сенсационную, но неточную. Все это – попытка увеличить число читателей своего веб-сайта или печатных СМИ, что разочаровывает и расстраивает.

В традиционных СМИ, особенно в печатных изданиях, если публикуется информация, а затем она оказывается фейком, то это потом уже не может быть стерто. А как дела обстоят в интернете? Фейковая информация может быть легко удалена. Примером этого является удаление вышеназванной информации, связанной с муфтием. Информация была удалена после того, как официальный источник назвал информацию ложной. Однако как много людей уже узнало об этом за прошедший промежуток времени? Так кто же распространяет такие новости? Отвечая на этот вопрос, автор Отабек Исроилов в своей статье под заголовком "Не будь обманутым в пространстве ложных новостей (fake news)!" прокомментировал материалы, опубликованные о блогерах в 32-м номере газеты "Хуррият" от 25 сентября этого года: "Блогера нельзя называть журналистом" и "В информационном пространстве никогда не будет свободного места". Вот, что он пишет:

Обычно такие "фейковые новости", если говорить на языке пользователей социальных сетей, распространяются троллями.[2] За троллем – пользователем социальной сети – прячется живой человек. Но имена или псевдонимы, все данные профиля являются поддельными. Тролли так же фальшивы, как и информация, которую они распространяют.[3]

Есть смысл в словах этого автора. Исследователи из Оксфордского университета нашли доказательства пропаганды общественного мнения, подавления оппозиции и манипулирования ею в социальных сетях компаний 70 стран. Как пишет Spot, среди этих стран был и Узбекистан.

Узбекистан – одна из немногих стран, которая для фальшивых аккаунтов использует реальных людей, а не ботов. Они обычно используют чужие украденные или взломанные аккаунты. Исследователи обнаружили,

[1] Сулаймонов У. Размеры штрафов не изменились// https://adolat.uz/news/umid-sulajmonov-zharimalar-miqdori-ozgarmagan

[2] Тролль — сленговое название интернет-провокатора//https://ru.wikipedia.org/wiki/

[3] http://uza.uz/oz/society/yel-on-khabar-fake news-makonida-ald

что основными организаторами манипулирования информацией в Узбекистане являются сами граждане.

Кому служат тролли?

16 сентября 2019 года в Telegram-канале “Alimoff” объявил о результатах расследования, проведенного блогером Нурбеком Алимовым и молодой журналисткой Дильбар Исматуллаевой. Они обнаружили “фабрику троллей” в Ташкентском университете информационных технологий и собрали доказательства существования достаточно большой незаконной группы, работающей в социальных сетях.

В конце беседы с daryo.uz Д. Исматуллаева подвела итоги своих расследований: ”Хочу отметить еще одну вещь по поводу “корней”, о которых вы спрашивали. Если честно, меня удивляет тот факт, что главным виновником этой обсуждаемой в социальных сетях проблемы показывается Н.Н. – парень, который предложил мне работу, и что корень проблемы остается без внимания. Если корень не выкорчеван, он продолжит расти.

Этим я не хочу сказать, что члены “Группы 4” абсолютно невинны, но разоблачением десятков или сотен простых рабочих, которые были замешаны в этом (возможно, за деньги или ради какой-то другой цели) вопрос не решится. Я прошу СМИ помочь найти реальных организаторов дела, чтобы вся вина не стояла за вышеуказанными лицами”.[1]

Существуют разные взгляды на троллей. Например, блогер Умид Гафуров имеет хорошую аудиторию в интернете и с помощью иронии и сарказма поднимает различные проблемы в своем сообществе troll.uz.

Члены различных групп в Telegram получили сообщение, призывающее принять участие в кампании, чтобы заблокировать канал troll.uz. В сообщении говорится, что автор канала обвиняется в критике и высмеивании ситуации в узбекских вузах. Кроме того, в сообщении имелась ложная информация, что автор troll.uz предположительно не имел высшего образования и якобы отбывал тюремный срок. Anhor.uz проверил достоверность этих данных. В результате расследования выясняется, что Умид Гафуров окончил экономический факультет Бухарского государственного университета и получил степень магистра в Италии.

“Мы наконец выяснили, кто стоит за такими фейковыми новостями. В настоящее время воздержимся от обнародования их имен и учетных запи-

[1] Тот же источник.

сей. Пусть ситуация прояснится полностью”, – написала Лола Исламова, главный редактор anhor.uz.[1]

Интернет является неограниченным источником информации. Но как определить, является ли эта информация правдивой? К какой информации мы должны относиться настороженно, а какой доверять? Кто должен нести ответственность за достоверность информации в интернете в целом? Таких вопросов много, и они требуют серьезного изучения. Пользователи сайтов принимают и доверяют информации. К сожалению, как отметил вышеупомянутый эксперт, официальные сайты иногда делятся информацией без ссылки. Это влияет на взаимоотношения разных людей, групп и в конечном счете на все общество. В последние годы это можно наглядно увидеть на примере социальных сетей.

[1] Troll.uz ни тўхтатишга уриниш орқасида ким турибди? https://anhor.uz › uz › migplus › troll.uz-ni-tuhtat.

Отношение к фейковым новостям в мировой практике

В мировой практике существуют разные позиции в отношении фейковых новостей и их распространения в СМИ. Ниже мы поговорим о некоторых из них.

В Индии фейковые новости влияют даже на государственную политику. Одна из них послужила возникновению насилия между кастами и религиями. Фейковые новости в стране в основном распространяются через мессенджер WhatsApp. По состоянию на февраль 2017 года более 200 миллионов граждан были активны в этой социальной сети.

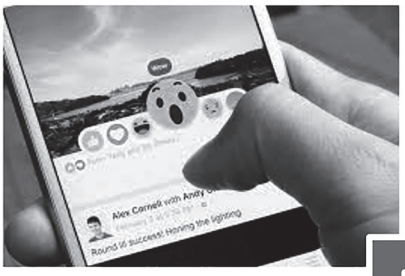
Фальшивые новости 2010 года **в Испании** также привлекли внимание международного сообщества. Тогда была опубликована статья о том, что США купили Филиппины у Испании. Это стало самой популярной новостью в истории страны.

В Сингапуре те, кто распространяет поддельные новости, привлекаются к ответственности. Согласно действующему законодательству, любое распространение ложных или вводящих в заблуждение сообщений в стране является нарушением закона .

Распространение таких новостей **на Филиппинах** стало актуальной проблемой. Потому что фейковые новости в социальных сетях оказали влияние и на политическую жизнь . В частности, после выборов 2016 года в стране некоторые сенаторы были недовольны платформами социальных сетей, которые позволяли распространять поддельные новости. Возможно, вы поняли, что речь идет о неправильной интерпретации предвыборных программ сенаторов. В этом случае они предложили наказать платформы социальных сетей за распространение поддельных новостей.

А в СМИ **Южной Африки** стремительно растет распространение поддельных, фальшивых новостей. В стране часто наблюдаются действия, направленные на дискредитацию политической оппозиции. Это приводит к снижению общественного доверия к СМИ.

Худшее в фейках – это их способность воспроизводить себя. То есть такие сообщения внезапно размножаются, обогащаются ложной информацией и все больше вводят в заблуждение. Цель фейка – ввести в заблуждение, отвлечь, контролировать общественное мнение.



41% населения Узбекистана проверяет прочитанную информацию, а затем полагается на нее, 31% не проверяет полученную информацию, 19% лишь в некоторых случаях сравнивает информацию в других источниках.

Задания для практических занятий

1. Сделайте мониторинг фейковых новостей на отечественных сайтах, зарегистрированных как СМИ в домене UZ.

2. Определите, какая часть информации, распространяемой официальными сайтами и блогерами, является фейковой.

3. Найдите в социальных сетях троллей и фальшивые аккаунты, проанализируйте подаваемую ими информацию.

4. Проведите сравнительный анализ мировой и отечественной практики в борьбе с фейковыми новостями.

Контрольные вопросы по главе

1. Что вы знаете о понятии fake news?

2. Когда появилась фейковая новость, что вы знаете о ее первичных видах?

3. В чем разница фейковой новости от традиционной?

4. Почему люди интересуются фейковыми новостями, в чем их притягательность?

5. Как отличить фейковую новость?

II ГЛАВА. FAKE NEWS СЕГОДНЯ

2.1. ВИДЫ ФЕЙКОВЫХ НОВОСТЕЙ В ТРАДИЦИОННЫХ СМИ

Ключевые слова: *информационный запас, ресурс, бюллетень, количество, качество, социальные медиа, информационный приступ, вирус, реклама, информационный рынок, безопасное пространство.*

Взаимосвязь между человеческой природой и феноменом информации сыграла важную роль в условиях технической революции и быстрого развития интернета. Из-за бесконечных возможностей интернета принцип достоверности информации был серьезно поколеблен. Фейковые новости заполонили всё. Есть две основные причины широкого распространения фейковых новостей:

1) **количественная:** в интернете имеется огромное количество информационного запаса, который невозможно проверить;

2) **качественная, или технологическая:** новые технологии привели к увеличению средств сбора и хранения данных, а также количество производителей новостей и каналов их передачи.

Что касается первой причины, старшее поколение отличается от нынешней молодежи тем, что для них основными источниками информации остаются книги, документы, периодические издания (газеты, журналы, бюллетени и т.д.), звуковые СМИ и другие традиционные средства массовой информации. Однако в контексте “информационного общества” интернет является наиболее важным источником знаний. Кроме того, не требуется никаких усилий для доступа к этому огромному хранилищу.

Исследования показали, что в середине 1980-х годов, если один человек получал в день новую информацию объемом примерно 40–50 газет в день, в 2007 году эта цифра выросла примерно до 175 газет. Это означает, что доступ к СМИ за последние десятилетия увеличился. В то же время количество ложной и неточной информации также увеличилось. Фейки занимают все больше информационного пространства, что финансово выгодно региональным рекламодателям в социальных сетях.

Сегодня около 97 процентов пользователей рассматривают интернет как источник информации. Социальные сети стали основным источни-

ком новостей для 47 процентов людей. В конце концов интернет, особенно социальные сети, является удобным и безопасным местом для распространения фейковых новостей. Этому есть несколько причин.

Во-первых, очень легко получить доступ к информационному рынку и создавать контент через социальные сети.

Во-вторых, социальные сети – это одна из потребностей современного человека, через социальные сети удобно следить за новостями по телефону или экрану компьютера, но обсудить достоверность информации может быть затруднительно.

В-третьих, число пользователей социальных сетей растет быстрыми темпами. При этом популярность традиционных СМИ уменьшается. В результате проверенные источники информации все чаще используются в социальных сетях, открывая путь развитию непроверенной и некачественной информации.

В-четвертых, ученые (сначала на примере Facebook) доказали, что социальные медиа с идеологической точки зрения могут отделять людей друг от друга. Поток огромного количества информации через интернет и, в частности, социальные сети уменьшили интерес к традиционным СМИ.

Например, в Сирии с помощью фейковых новостей организуется процесс манипулирования, исходя из интересов субъектов контролируются новости и изображения, касающиеся политической, идеологической, экономической жизни в стране, они применяются для изменения восприятия людьми тех или иных событий, привлечения их внимания.

• • •

Исследования показали, что в середине 1980-х годов, если один человек получал в день новую информацию объемом примерно 40–50 газет в день, в 2007 году эта цифра выросла примерно до 175 газет.

• • •

В СМИ ложь классифицируется по видам:

1) **полная ложь** (абсолютная) — осознанное распространение лживой информации;

2) **частичная ложь** — подготовка информации с одной ложной деталью, которая наравне с другими воспринимается как правильная;

3) **умалчивание** – автор в курсе реальных фактов, относящихся к произошедшему событию, но пытается не оказывать влияния на аудиторию с помощью конкретного образа, замалчивает его.

Стоит отметить, что в наше время мощное развитие технических средств по созданию фейковых новостей способствовало корыстным "сторителлерам" постоянно использовать современные технологии и создавать правдоподобные материалы. Здесь можно отметить такие графические и видеомонтажные программы, как Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, AdobeAfterEffect, AdobeInDesign. С их помощью можно наглядно создать ложную панораму чего угодно. А вдобавок в сопровождении с различными звуковыми и изобразительными средствами они становятся более правдиво- и достоверноообразными.

Фейковые новости все чаще используются в качестве средства информационных войн и неоднократно использовались в освещении в СМИ сирийского кризиса. СМИ использовали один и тот же образ для освещения нескольких инцидентов. Например, в двух событиях в Южной Гуте (Ghouta) показано изображение одной и той же сирийской девочки. В первый раз в качестве жертвы ракетного обстрела сирийской армии, а второй – химического оружия. В обоих случаях сирийская армия была обвинена в смертельных исходах. Но позже, когда сирийская армия освободила Южную Гуту выяснилось, что девочка и ее семья живы. Самое главное, чтобы потребитель информации был способен различать ложную информацию. В настоящее время существует ряд таких исследовательских центров, занимающихся поддельными новостями и проверяющих их наличие, как FactCheck.org, Snopes.com, WashingtonPostFactChecker и PolitiFact.com. Среди них – проект политического общественного центра FactCheck.org при Пенсильванском университете США, который выделяется достоверностью своих исследований.

Задания для практических занятий

1. Проанализируйте новости в социальных сетях на основе видов лжи, которые используются в создании фейковой новости.

2. Изучите правдоподобные материалы, которые были созданы с использованием мощных современных технологий по созданию фейковых новостей.

3. Проверьте фейковые новости через существующие платформы.

2.2. FAKE NEWS В УСЛОВИЯХ НОВЫХ МЕДИА, МИСТИФИКАЦИЯ И АУДИТОРИЯ

Ключевые слова: *мистификация, манипулятивная информация, дезинформация, мисинформация, малинформация, печатные издания, профессионал, изобретение, пранкер, ключевые слова, изображения, хештеги, полилог.*

В феврале 2017 года журнал Science, одно из самых престижных научных изданий в мире, сделал fake news главной темой выпуска. Ученые собрали более 126 000 фальшивых и правдивых новостей, распространенных в Twitter за последнее десятилетие. Их анализ показал, что ложь становится все более популярной, чем правда.[1]

Некоторые авторы дают возможные варианты нарушения такой информации, как fake news: **юмор (шутка), неполная информация, манипулятивная информация, сфабрикованная информация, отвлекающий контент, неправильно интерпретированная информация.[2]**

Тем не менее, нужно уметь различать контент, который отвлекает фейковыми новостями и несет в себе ложную информацию. Информационные нарушения часто происходят следующими тремя способами:

• **Disinformation** (дезинформация) – заведомо ложная информация, предназначенная для нанесения вреда человеку, социальной группе или стране.

• **Misinformation** (неверная новость) не создана для нанесения вреда.

• **Malinformation –** точная, правдивая информация, но она используется для нанесения вреда человеку, социальной группе или стране.

[1] Козловский, Б. Максимальный репост: Как соцсети заставляют нас верить фейковым новостям / Борислав Козловский. — М. : Альпина Паблишер, 2018. — 198 с

[2] The Impact of CrossCheck on Journalists & the Audience, by Smyrnaios, N., Chauvet,S.,& Marty, E., November 2017

Три формы информационного нарушения[1]

Как видно из рисунка, все три типа информационных нарушений направлены на распространение ложной информации и нанесение вреда. Важно отметить, что сегодняшние общества, окруженные постоянной информацией, часто снабжаются ненадежными, искаженными данными. В частности, среди политических событий, военных действий, имеющих международную значимость, новостей, ситуаций, требующих принятия важных решений, практика распространения фейков успешно применяется в качестве манипулятивного инструмента.

Идея канадского философа Герберта Маршалла Маклюэна, одного из крупнейших исследователей о влиянии информации на общественное сознание, заключалась в том, что средства массовой информации являются “естественными ресурсами”. Вот почему борьба за доступ к информационным ресурсам вышла на первый план в современном мире. Понимание природы фейковых новостей, основанных на слухах, помогает четко разграничить понятия “информация” и “дезинформация”.

[1] ClaireWardle, Hossein Derakhshan, “Information Disorder. Toward an interdisciplinary

• • •

В эпоху, когда информация становится ценностью, печатные и электронные СМИ (даже самые лучшие) не могут нести груз всей существующей в обществе информации. Таким образом, такие СМИ вынуждены уступить свое место интерактивным и немассовым средствам информации, способным обеспечить максимальное разнообразие в эпоху "третьей волны" и даже отвечать на личные запросы потребителей информации.

• • •

Информация часто характеризуется понятиями истина/ложь и достоверность. Информация достоверна, если соответствует действительности. Истина выражается в правильном изложении факта. Значит, **факт** – это проверенная и достоверная информация о произошедшем событии.

Дезинформация – *это та информация, которая создает у аудитории неправильную картину реальности. Полное или частичное искажение фактов, сокрытие информации, неправильное толкование сообщений при общении и другие являются средствами дезинформации.*

В результате изобретения интернета каждый, кто имеет доступ к сети, имеет возможность производить, распространять и получать информацию. Это открывает двери для больших возможностей для человека с активной гражданской позицией. Инициативные блогеры начинают выполнять миссию журналистов, они оперативно освещают любые изменения в реальности. С одной стороны, это демонстрирует торжество демократических ценностей, с другой – непризнание принципов обработки фактов средствами массовой информации, в результате чего появляются фейки.

Стоит отметить, что поддельные новости вышли за пределы социальных сетей и они стали популярны в традиционных СМИ, в первую очередь, на телевидении. Во многом это связано с бесчисленными международными конфликтами и информационными войнами.

В связи с быстрым развитием информационных технологий и расширением технических возможностей трудно отличить правду от слухов и полуправды.

Поскольку в настоящее время существует технологии, позволяющие каждому пользователю легко копировать документы, изображения и аудиофайлы, это всегда будет являться барьером для достоверной информации. Мы, журналисты, нуждаемся в методах и фильтрах, которые помогут предотвратить их появление, приостановят и опровергнут их.

Сегодня в процессе постоянного развития новых средств массовой информации и интернет-журналистики, в медиапространстве появились новые понятия, которые отличаются присутствием аудитории в процессе создания новостей, методами и средствами воздействия на читателей.

Мистификация также близка к значению фейковые новости, но не раскрывает полного смысла понятия. Хорошо известно, что художественная литература также описывает реальные события, но они художественно осмыслены.

Боты, тролли и пранкеры – это новый способ маскировки авторов в результате развития интернета. Хорошо известно, что лжеавтор текста является субъектом определенного процесса, который в своем материале рассказывает о реальных событиях и путем воображения отражает не произошедшие на самом деле ситуации в качестве “настоящих”.

Авторы-мистификаторы в отличие от подлинных творческих авторов в своих произведениях не отражают духовный мир человека. Мистификаторы учитывают роль человека в процессе общения и, таким образом, распространяют свои послания другим людям. Целью этого является фальсификация информации, то есть преобразование информации в ложную или ее пропаганда.

• • •

Поддельные новости вышли за пределы социальных сетей, и они стали популярны в традиционных СМИ, в первую очередь, на телевидении. Во многом это связано с бесчисленными международными конфликтами и информационными войнами.

• • •

Что такое бот?

Боты являются одним из основных типов авторов-мистификаторов, которых любой пользователь интернета в повседневной жизни может понять и принять в качестве программы. Слово “бот” сокращение от английского слова “робот”. В настоящее время онлайн-игры и различные аукционы, популярные среди молодежи, также являются частью этого явления. В социальных сетях также есть боты (social bots), которыми можно управлять с помощью компьютерной программы с использованием определенной учетной записи. Этот вид ботов создаются интернет-заказчиками для коммерческих целей.

Использование этих ботов в интернете таково, что создается ощущение, что их контролируют реальные люди. Боты легко и оперативно могут вычислить алгоритмы информационных запросов других пользователей (через ключевые слова, изображения, хештеги).

Кроме того, они также могут распространять контент, специально разработанный для этих запросов. Такие боты хотя бы раз отправляют массовую информацию пользователям, заинтересованным в конкретном контенте. Их основная задача – наполнять социальные сети сообщениями, в том числе ложными, в соответствии с интересами целевой аудитории. В отчете Комиссии по ценным бумагам и биржам Twitter опубликовал количество ботов за 2014 год. Согласно документу, более 23 миллионов (8,5%) пользователей Twitter в месяц являются ботами. По данным Facebook, за тот же период число ботов в социальной сети составляло от 5,5 до 11,2 процента.

Первый чат-робот по имени Элиза был разработан для общения на человеческом языке более 40 лет назад. Все остальные семейства чат-ботов программ были запущены после Элизы.

По принципу работы программы чат-роботов можно разделить на два типа. Первый и самый популярный тип ботов основан на внедрении речевых шаблонов и их переписке. Второй тип называется “глагольные боты”. Программа составляет слова на основе связи между звуком, объектом и символами. Например, глагол “выполнять” напрямую выражает действие живого субъекта.

Хоть и сложно отличить ботов от реальных пользователей, это все-таки возможно. Разница между реальным пользователем и ботом в основном заключается в словах и формах письменного общения. Боты общаются с ре-

спондентами только в форме диалога, в котором преобладает форма спонтанной речи. В отличие от ботов, в общении с реальным автором может присутствовать и диалог, и монолог, и полилог. В этом плане боты немного ограничены, для них создание монолога является затруднительным, потому что монолог – это жанр, который используется в речевой деятельности говорящего и возникает под влиянием слушающего. Эта речь сама по себе не направлена на слушателя. Боты не могут создать полилог, потому что при этом реплики формируются как реакция на вопрос и участники полилога равноправны. Боты же всегда пытаются руководить общением, то есть быть лидером.

Первые чат-роботы применяли стратегию "активного слушания" и для общения с людьми использовали тактику солидарности ("Да, я вас понимаю"), и, если речь шла о конкретной теме, они отправляли такие сообщения, как "это очень интересно" или "продолжайте". Кроме того, в общении с виртуальным собеседником по поводу определенной темы боты используют метод интервью. Например, если фраза пользователя содержит такие слова, как "отец", "мать", "сын" и другие, чат-робот сможет общаться с помощью таких фраз, как "расскажите подробнее о своей семье".

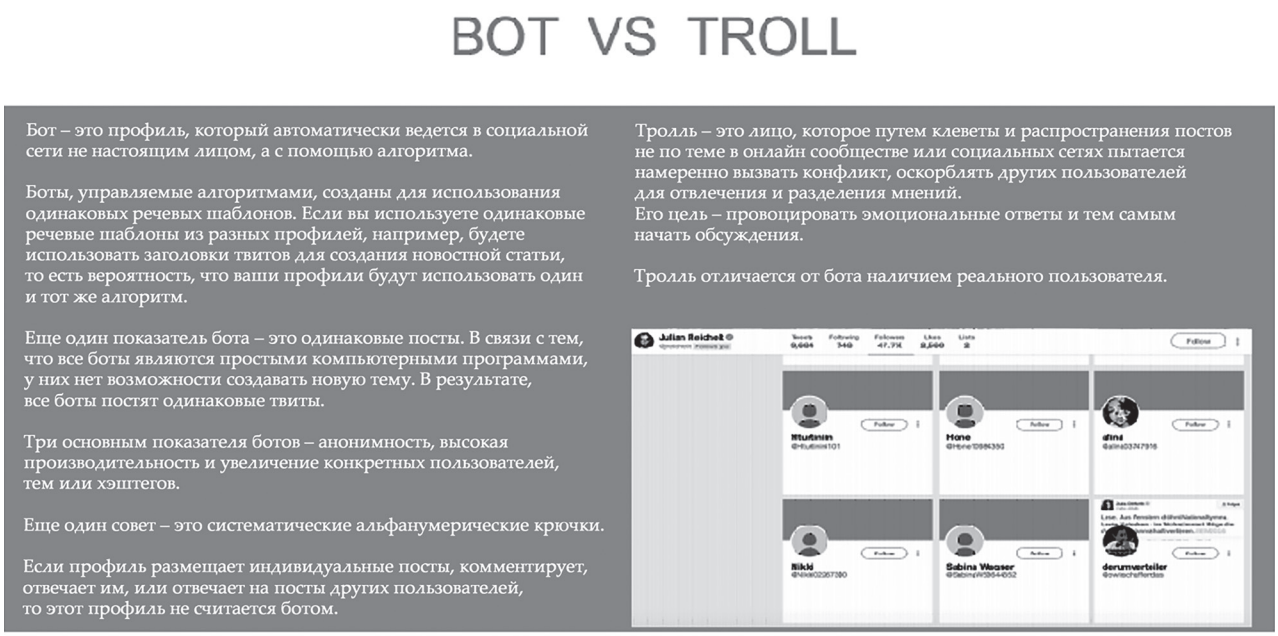
Долгое время основным недостатком речевого общения ботов была невозможность инициировать разговор и сменить тему.

А тролли?..

Тролль – это автор-мистификатор, а троллингом называются анонимные действия интернет-пользователей, целью которых является завоевание популярности в виртуальном мире. Тролли – это пользователи сети, которые своими материалами нарушают этические правила и создают конфликты между пользователями интернета.

Троллинг – это процесс написания провокационных сообщений, намеренно вызывающих конфликт между пользователями сети. Хотя существует несколько методов и технологий троллинга, его основная цель все равно заключается в дестабилизации виртуального общения. Одной из основных причин появления троллинга называют "виртуальную анонимность". Из-за широкого использования интернета усилились социокультурные ограничения и чувство безнаказанности.

Термин троллинг заимствован из английского языка, он был распространен в начале 90-х годов в одной из групп Usenet alt.folklore.urban. Но в те времена троллинг использовался немного иначе, чем сегодня. То есть троллинг часто применяли не в качестве агрессивной новости, а он содержал новость с легким юмором.



Тролли – это система передачи через профили информации, управляемой реальными людьми. Обычно это люди, специально нанятые для создания контента на благо своих клиентов. Троллинг похож на забрасывание удочки при ловле рыбы троллями для создания интриги или провокации адресата с помощью фейковых сообщений. В социальных сетях тролль создает профиль с краткой биографией и кругом друзей несуществующего человека (через короткие сообщения, ссылки и комментарии на личной странице). Один тролль также может управлять несколькими профилями. Такие профили сильно различаются по полу, возрасту, профессии (например, 30-летний хозяин, военный в отставке, студент-медик).

Троллей можно определить только по стилю их общения. Они часто действуют на благо интернет-пользователей. Например, в комментариях, оставленных к постам, репостах и процессе лайков они всегда активны, а главное, в таких кругах тролли всегда отображаются в провокационных обличиях. “Все эти комментарии – это почти одни и те же методологические единицы и клише, то есть ключевые слова и выражения”. Тролли иногда переходят и на личность. В этом процессе они используют осторожный подход общения и приводят ряд аргументов.

Как работают пранкеры?

Пранкеры – это еще один тип авторов-мистификаторов, которые осуществляют анонимные звонки пользователю или создают фальшивые учетные записи в интернете. В качестве первых версий пранкеров можно считать выигрышные игры на телефоне. В условиях развития интернета пранкеры усовершенствовались. Теперь пранкеры могут записывать телефонные разговоры, делать видеозаписи и потом размещать их в сети интернет. Пранкеры были созданы с целью провокации, и их задача – манипулирование людьми и при необходимости провоцирование негативных настроений среди пользователей. В настоящее время пранкеры имеют такие технические инструменты, как микрофоны, устройства записи чата и устройства для изменения голоса.

Виды мистификации

Авторы-мистификаторы создают фальшивые новости. В настоящее время медиатексты в духе мистификации используются в следующих сферах:

– научные и политические процессы;

– новости;

– документы;

– реклама.

Действительно, в настоящее время в области мистификации происходит процесс рефрейминга (*frame* используется в английском языке как осознание происходящих событий).

Научная мистификация. В этом виде автор фокусируется на сенсации. Большинство научных фейков содержат информацию, основанную на конкретной информации, которая предназначена для удовлетворения жизненных потребностей людей.

Источники в научных фейках бывают сомнительными. Журналисты, в свою очередь, не указывают ссылок и интернет-адреса с проверенными результатами исследований, не используют термины и быстро делают выводы о значимости определенных научных открытий. Например, в отчете BBC в 2002 году отмечалось резкое снижение рождаемости людей со светлыми волосами за последние два столетия, при этом авторы отчета ссылались на рецессивный ген (не передающийся по наследству ген).

Год спустя, *The New York Times* опубликовала опровержение, утверждая, что эта новость была фейковой. Примечательно, что несуществующие результаты этого исследования приводились как достоверный факт еще в течение 10 лет. Аналогичный инцидент произошел в 2007 году. "По данным исследовательской лаборатории Procter and Gamble, светловолосые люди действительно исчезнут в ближайшие годы". Целью отчета было увеличение продаж краски для светлых волос. Ученые сразу же опровергли результаты исследования: "мутационный ген, ответственный за светлые волосы, даже если у обоих родителей черные волосы, может быть передан ребенку, если в роду были светловолосые".

Определить научную мистификацию несложно, для этого нужно обратить внимание на постановку цели. Хорошо известно, что целью создания фальшивых научно-популярных текстов является адаптация ложной научной информации для массовой аудитории.

Политическая мистификация. Ложные заявления политиков часто вызывают сомнения у широкой общественности и журналистов. Основная цель авторов этого типа текстов – скрыть политические взгляды государственной или какой-нибудь политической организации, определенных групп, отражающих их интересы.

Будущий президент США, кандидат от партии республиканцев Дональд Трамп ради своей выгоды поддержал и опубликовал в Twitter фальшивые, фейковые новости. В марте того года в аэропорту Дэйтона в штате Огайо Трамп встретился с избирателями и выступил с речью, во время которой произошел неприятный инцидент. Молодой человек перепрыгнул через забор и хотел подойти к кандидату Трампу. Однако он был немедленно задержан полицией. Вскоре социальные сети сообщили, что нарушитель имел контакт с ИГИЛ.

Дональд Трамп немедленно опубликовал эти фейковые сообщения в Twitter и Facebook для миллионов пользователей интернета. Ведущий шоу "Встреча с прессой" в NBC News Чак Тодд спросил Трампа, почему он легко поверил этим фейковым новостям и спросил, где вы взяли доказательства?

Этим вопросом журналист пытался прояснить ситуацию. А Дональд Трамп ответил: "Посмотрите в интернете, вы можете найти много клипов этого парня с американским флагом в руках". "Это была подделка, сэр", говорит Чак Тодд. "Парень был в контакте с ИГИЛ и переписывался с ними.

Я знаю, что в интернете много информации об этом", сказал кандидат в президенты Трамп.

Политическая мистификация – это распространение ложной информации в политических целях, для вызова общественного мнения.

Удобной платформой для создания политической мистификации являются политические дебаты, которые позволяют легко искажать факты. Выборы 45-го президента США вошли в историю как время выхода многих фейковых новостей и превращения избирателей в активных пользователей соцсетей.

Пропагандистские и полемические тексты можно рассматривать как противоположность политической мистификации. Важно отметить, что пропаганда – это не ложная информация. Это означает защиту и распространение некоторых политических, социальных, экономических и гражданских ценностей.

Мистификация документов. Документы включают в себя управленческие и административные тексты (распоряжения, указы, постановления и т.д.), которые отражают решения правительства.

В современном кино и на телевидении широко используются псевдодокументальные фильмы, которые характеризуются документальным, ложным и фальсифицированным стилем.

Чтобы определить жанр этих фильмов, был введен специальный термин мокьюментари (от to mock "подделывать", "издеваться" + documentary "документальный").

Появление термина мокьюментери напрямую связано не только с новостями на основе лжи и выдумки, но и с процессом фальсификации документов. Это является следствием глобального обесценивания документов. Двадцатый век стал

• • •

Подача ложной информации стала настолько распространенной, что человечество привыкло не верить тому, что они слышат своими ушами (после появления радио), а затем тому, что они видят своими глазами (когда появляются фильмы и телевидение).

• • •

восприниматься как эпоха, открывшая широкую дорогу для популяризации этого процесса: были обработаны фотографии из горячих точек, а дневники беженцев были воссозданы на основе выдумок фальшивых буржуазных представителей. Традиционный взгляд на мир стал ненадежным. Люди привыкли не верить тому, что они слышат своими ушами (после появления радио), а потом и собственными глазами (когда появляются фильмы и ТВ).

В некоторых случаях официальные страницы также содержат сообщения, основанные на фейке. Существует также информационный троллинг, созданный пользователями сети. Вопрос достоверности информации в области современных цифровых коммуникаций является одним из наиболее актуальных и важных. Решение этой проблемы остается открытым. Важно отметить, что определение степени достоверности информации является профессиональной ответственностью журналиста и редактора. Существует множество примеров ущерба, нанесенного редакциям и социальным сетям, вызванного непроверенной информацией. В этой ситуации ни высокий социальный статус, ни богатство, ни слава, ни даже образование или профессионализм не смогут помочь.

Задания для практических занятий

1. Проанализируйте бот и аккаунты, к которым у вас есть доступ, и определите их фейковые свойства.
2. Проанализируйте тролли в социальных сетях. Прокомментируйте их воздействие на мнение аудитории.
3. Проанализируйте порядок работы пранкеров и их фейки.
4. Найдите примеры видов мистификации.

2.3. ФАКТ-ЧЕК ПЛАТФОРМЫ И ПРИНЦИПЫ ИХ РАБОТЫ

Ключевые слова: *профессиональная компетентность, инновация, международные проекты, факт-чекинг, базовый стандарт, кросчек, ресурс, лого, онлайн-образование, типология.*

Сегодня недостаточная профессиональная компетентность журналиста, работающего в той или иной редакции, может быть причиной распространения непроверенной информации. В результате деятельности по перепроверке информации на предмет достоверности в рамках международных проектов привело к формированию групп журналистов по факт-чекингу.

Для этого в помощь редакциям была создана международная факт-чекинговая ассоциация "The International Fact-Checking Network", которая в качестве отделения Poytner Institute должна объединить факт-чекеров по всему миру. IFCN была основана в сентябре 2015 года и направлена на поддержку практики проверки информации в условиях быстрого развития обмена данными.

Какие задачи выполняет The International Fact-Checking Network?

Данная организация выполняет следующие задачи:[1]

• Занимается разработкой принципов по проверке фактов по всему миру, мониторингом и политикой форматов, регулярно публикует статьи на эту тему.

• Продвигает базовые стандарты, комплекс принципов и проекты факт-чекеров, направленные на развитие факт-чекинга.

• Выделяет годовые стипендии, гранты для инноваций и программ в этой сфере.

• Приглашает журналистов на ежегодные конференции (Global Fact) и поддерживает общественные движения по факт-чекингу на международном уровне.

• Проводит онлайн-обучение по вопросам факт-чекинга.

[1] https://www.poynter.org/channels/fact-checking

Одним словом, эти сообщества и онлайн-ресурсы нацелены на создание творческой работы между журналистами и профессионалами во всем мире, которые небезразличны к подлинности контента и устраняют различные формы дезинформации в глобальной медиасреде.

Существуют такие специализированные проекты и сервисы, созданные редакцией Washington Post для проверки фактов, как Storyful.com, FactCheck.org, PolitiFact.com или The Fact Checker. К сожалению, они в основном предназначены для носителей английского языка. Но есть и более универсальные инструменты. Mediakritika.by предлагает несколько полезных сервисов в статье "5 новых приложений и приложений, которые помогают читателю проверять содержимое сети" это: Trooclick, Truth Goggles, Lazy Truth, Skeptive, Genius.

На платформе CrossCheck предоставляется анализ достоверности содержания каждого опубликованного материала с его редакционным логотипом или логотипом ресурса. Материал классифицируется следующим образом:

- Истинные,
- Ложные,
- Содержащие предупреждение,
- Недостаточно достоверные,
- Информация, которая требует внимания.

Также можно использовать простые веб-инструменты, например, через поисковые системы Яндекс или Google можно проверить заголовки, определенные фрагменты текста или фразы. Google images или сервисы TinEye проверяют изображения.

Задания для практических занятий

1. Проверьте любую фейковую новость с помощью факт-чекинга.

2. Испытайте платформу факт-чекинга, предоставленной The International Fact-Checking Network, для проверки фейковой новости.

2.4. ЭФФЕКТИВНЫЙ ФАКТ-ЧЕКИНГ: МЕТОДЫ И ИНСТРУМЕНТЫ (АНАЛИЗ КЕЙСОВ)

Ключевые слова: *тренд, метод, новости, термин, секретный, адресат, фактор, средство, эмоциональный, рациональный, идея.*

Факт-чекинг – азбука журналистики

Проверка фактов в журналистике является профессиональной необходимостью и представляет собой деятельность, направленную на то, чтобы отразить правдивость конкретной части информации и обеспечить ее правильное толкование.

В изданном в 2018 году ЮНЕСКО пособии “Journalism, fake news & desinformation: handbook for journalism education and training”[1] приводятся следующие мысли Дэниела Патрика Мойнихана, сенатора от Нью-Йорка и посла ООН в Индии:

“Каждый человек имеет право на свое личное мнение, но он не может иметь свои личные факты”.[2]

То есть факт – общий для всех, нельзя его приватизировать, менять, неправильно толковать.

Авторы этого пособия также связывают проверку фактов с двумя терминами в журналистике: факт-чекинг и верификация. Разница между ними указана в следующей схеме:[3]

[1] Journalism, fake news & disinformation: handbook for journalism education and training. ЮНЕСКО. 2018. С. 109

[2] Moynihan D., Weisman S. Дэниел Патрик Мойнихан. Нью-Йорк: PublicAffairs, 2010.

[3] Journalism, fake news & disinformation: handbook for journalism education and training. ЮНЕСКО. 2018. стр. 111

Сегодня в аудитории принято рассматривать факт-чекинг как новое направление журналистики или что-то секретное. Фактически, **факт-чекинг** – это азбука журналистики, важный инструмент повышения качества подготовки не только новостей, но и аналитических материалов.

Для тех, кто далек от профессиональной журналистики, факт-чекинг может быть действительно новым понятием, но достижение точности и достоверности, которое считается ведущим журналистским принципом, является наиболее важной задачей повседневной работы журналиста, и она заключается в проверке фактов.

Рекомендации WAN-IFRA по проверке источников и контента

Всемирная газетная Ассоциация - WAN-IFRA даёт журналистам следующие рекомендации по проверке источников и контента:

1. Проверьте, когда была открыта страница пользователя в социальной сети.

Иногда новые учетные записи создаются для распространения дезинформации и мистификации. Одна из полезных функций Twitter заключается в том, что он показывает, когда был открыт профиль с новым дизайном.

2. Изучите активность пользователя.

С кем он подружился, с кем переписывается, кого добавил в свой профиль, о чем пишет, о чем говорит? Социальная сеть дает достаточно информации о взаимоотношениях и влиянии пользователей.

3. Поищите аккаунты пользователя в других социальных сетях.

Где еще встречается имя человека, которого вы ищете? При поиске используйте Spokeo, Pipl.com. Через WebMii и Linkedln постарайтесь найти его номер телефона, адрес и другие данные.

4. Свяжитесь с человеком, который скачал новость, либо ее опубликовал.

Это очень важно для проверки. Узнайте больше и посмотрите, каковы требования к материалу, убедитесь, что у вас есть доступ к получению информации.

5. Сравните общение пользователя, с теми, кого вы знаете.

Поищите другие аккаунты, которые имеют отношение к изучаемому вами событию. Кроме этого, узнайте, есть ли у другого пользователя дополнительные фото- и видеоматериалы.

6. Сравните данные по местонахождению.

Twitter, Facebook и другие платформы позволяют пользователям связывать свои посты с определенным местоположением. Это помогает определить, был ли действительно человек на том месте, о котором говорил.

7. Воспользуйтесь повторной проверкой по изображению.

Отмечается, что недавняя фотография часто может выглядеть как старая фотография. Используйте Google Reverse Image Search или TinEye, чтобы проверить это. Вы увидите это изображение в интернете. Эта функция также работает для миниатюрного видео –поисковый сервис сообщит, где еще можно посмотреть его в интернете.

9. Проверьте EXIF данные фотоснимка.

Каждое цифровое изображение имеет метаданные, которые показывают, что вы не видите. В дополнение к ряду полезной информации, EXIF поможет вам определить тип камеры, на которую было снято изображение. Иногда дается географическая информация.

Для понимания факт-чекинга нужно соблюдать следующие базовые правила:

1. Ищите подтверждение информации из источника или нескольких независимых источников.

Это правило уже давно применяется для качественного вооружения всех редакций. Обращение к первоисточнику является профессиональным требованием для ответственного журналиста.

Источник – это человек, выразивший первым мнение о событии. Первоисточник – альфа и омега факта. Источником также может быть очевидец (свидетель) или другое лицо, причастное к инциденту.

Если источник неодушевленный или это средство фиксации, то это еще лучше. В нем источник свободен от личных оценок и предположений и застрахован от умственных ошибок. Они могут варьироваться от любого устройства – от оконного термометра до устройства видеозаписи в вашем автомобиле. Но и здесь факт-чекер должен скептически относиться к вещам и событиям с профессиональной точки зрения: проверять надежность оборудования и определять, есть ли какие-либо внешние помехи.

Изучение информации из различных источников, знание того, что эксперты и люди думают о предмете, никогда не бывает лишним.

Но важно отличать источник от комментария. Если кто-то разумно рассуждает по формуле “я не читал, но буду обсуждать”, то это не может быть источником. Пусть такие идеи и могут обогатить материал, важно помнить, что они являются всего лишь “украшениями”. Они не могут изменить скелет конкретных доказательств и точных фактов.

2. Изучите источники с разных сторон

По логике вещей, из первого правила вытекает второе: к скольким бы источникам вы не обратились, если все они стоят на одной позиции, то объективность материала потеряется. Например, если вы будете общаться с сотнями сторонников закрытой секты, то увидите их солидарность. Здесь количество и качество не служит объективности.

Каждую ситуацию следует рассматривать с различных сторон. Для объективности необходимо связаться с заинтересованными сторонами и участниками, не имеющими прямого отношения к событию. Часто журналисты игнорируют этот старый принцип, который спасет их от жалкого состояния и стыда.

‘A Rape on Campus’
What Went Wrong?

Примером этого является случай с журналом Rolling Stone. Издание должно было удалить скандальную историю студентки, которая подверглась прессингу со стороны равесников в кампусе университета Вирджинии. Повторные расследования инцидента показали, что журналистка не

проверила факты из других источников. Она не только не пообщалась с противоположной стороной – обвиняемым, но и с друзьями девушки, которые помогали ей после предполагаемого инцидента.

Со стороны аудитории на этот материал поступило очень много откликов: это видео посмотрели почти 3 миллиона человек. Конечно, это не было сделано намеренно, но в эпоху беспощадной конкуренции данный инцидент стал неприятным для издания в плане привлечения внимания общественности.

3. Научитесь распознавать фейки

Следующий необходимый навык – научиться распознавать фейки. Это нелегко с первого взгляда. Надо быть осторожным перед тем, как назвать фейк полностью выдуманным. Это также может быть связано с невнимательностью в печати и техническими ошибками. Вот почему так важно проверять имена, профессии и должности вышеупомянутых людей, сравнивать даты, имена и адреса.

Фейк также может быть целенаправленным и служить общественным развлечением. Мы не рассматриваем открытых видеопранкеров или социальные эксперименты. Но феномен псевдоновостей и квазижурналистских проектов очень интересен.

В формате мокьюментари работает американский комик, актер Саша Барон Коэн, который создал образ казахстанского журналиста Бората Сагдиева. Во многих полнометражных и короткометражных фильмах существуют эти персонажи. У Саши Барона Коэна также имеется образ модного журналиста Бруно. В России успешный мокьюментари-проект “Россия. Полное затмение” был реализован Андреем Лошаком.

Проекты по производству псевдоновостей достаточно известны. Некоторые из них работают в качестве развлекательных медиа, как проект Onion. Другие притворяются “серьезными” изданиями. Например, новости об убийце Мэрилин Монро в World News Daily Report были массово перепечатаны во многих медиа.

TJournal занимается регулярным обзором фейковых новостей – вы можете получить доступ к материалам через #фейлСМИ и #фейки.

4. Помните, что точность фактов важнее любой сенсационности

Эмоции – опасный враг факт-чекера (но и лучший друг журналиста). Часто в нашем деле преобладает общее настроение. Некоторые медиа рады создавать фактоиды, которые популярны у аудитории, и размещать их в качестве сенсационной новости как можно быстрее и раньше.

Профессионалы советуют срочные и непроверенные сообщения обсуждать в социальных сетях с упоминанием об их ненадежности. Это поможет уточнить и проверить информацию.

Часто люди, а также официальные лица, не вникнув в суть ситуации, начинают впадать в истерику, хотя та или иная тема может и не быть актуальной. К примеру, недавно министерство обороны Швеции обыскало российскую подводную лодку у берегов страны, сославшись на сообщения СМИ и размытые фотографии. В результате ничего не нашлось и министерству пришлось извиняться перед налогоплательщиками за их расходы.

1980-х годах возле шведской военно-морской базы советская подводная лодка действительно потерпела крушение. С тех пор тему русских подводных лодок затрагивают с осторожностью.

Страх прошлого превращает “сенсационные новости” в реальность. Это может быть полезно для медиа и политиков. Но общество очередной раз разочаровывается и отвлекается от наиболее важных проблем.

Иногда бессмысленные новости становятся реальностью. Удивительно, но такая новость получается более достоверной. В этом жанре, например, работает проект Breaking Mad. Даже тот, кто критикует некоторые новости, также с легкостью верит им.

5. Пользоваться социальными сетями с осторожностью

Социальные сети одновременно облегчают и усложняют работу журналистов и редакций. На самом деле, каждый факт должен быть проверен по крайней мере через 2–3 источника.

В процессе факт-чекинга нужно разделять информацию и источник. Точнее, все должно быть проверено. Благодаря интернету и социальным сетям всегда можно получить информацию о деятельности человека, пообщаться с его родственниками и друзьями, а также провести опрос среди коллег и знакомых.

В докладе Trends in NewsRooms 2014 глобального форума для редакторов (WAN IFRA в составе SFN) верификация информации через социальные медиа включена в список десяти основных трендов.

Так, редактор The New York Times Маргарет Салливан рекомендует следить за Twitter, используя сервис типа Storyful. Другие редакции будут использовать метод “открытой проверки” при обсуждении новостей в социальных сетях. Это в свою очередь обеспечит достоверность фактов.

“Риск в социальных сетях объясняется легким созданием поддельных страниц. Именно эти аккаунты увеличивают поток ложной информации. Даже люди с благими намерениями сталкиваются с недоразумениями, иногда в представлении фактов они могут допустить неточности. <…> Некачественная проверка контента, полученного из социальных сетей, ставит под угрозу доверие аудитории”, – предупреждают эксперты SFN.

В последнее время набирает популярность концепция различных стандартов качества данных для разных платформ. “Мы можем публиковать непроверенные новости на нашей странице в Facebook, но мы не допустим публикацию материала, пока вся информация не будет подтверждена”, – сказал один из медиаэкспертов из SFN.

В любом случае у факт-чекинга нет жестких правил. Прежде всего, это ответственность, заинтересованность и небезразличность факт-чекера, это понимание медиаландшафта, которое является пониманием технологий и услуг.

Фейковые новости по сравнению с обычными достигают адресата в шесть раз быстрее. Вероятность доверия к фейковой новости выше 70 процентов.

По статистике, в 2018 году количество опубликованных фейковых новостей выросло на 32 процента. Это означает, что доверие людей к официальным источниками информации упало на 32 процента.

Задания для практических занятий

1. Любую фейковую новость по вашему выбору проверьте, последовательно применив все вышеназванные виды факт-чекинга.

2. Проведите мониторинг того, насколько эффективными были вышеназванные факт-чекинги при проверке определенного количества фейковых новостей.

3. Подготовьте выводы по практическому применению факт-чекинга.

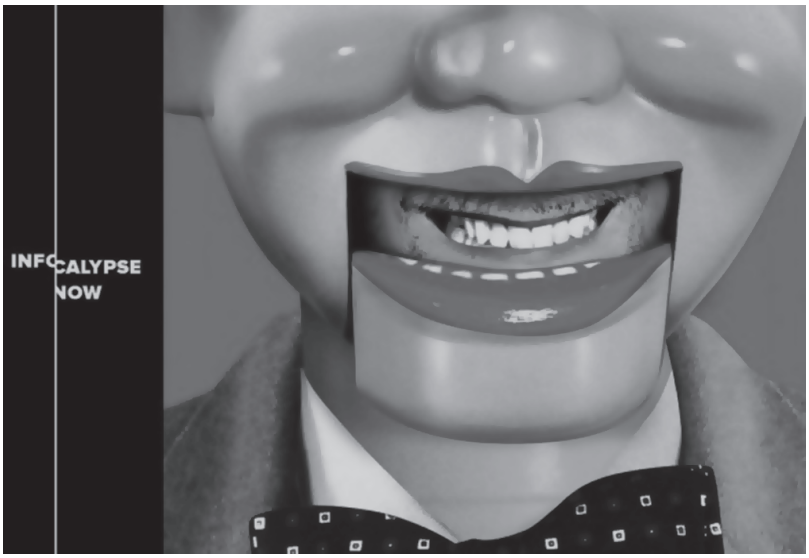
Контрольные вопросы по главе

1. Какие виды искажения информации существуют?
2. Что такое факт, есть ли у него точное определение?
3. Кто такие боты и тролли? Какова их роль в распространении фейковых новостей?
4. Что такое факт-чекинг? Какие его виды вы знаете?
5. Считаете ли вы факт-чекинг новшеством в журналистике?

III ГЛАВА. FAKE NEWS И БУДУЩЕЕ

3.1. ОТ ФЕЙКОВЫХ НОВОСТЕЙ ДО ИНФОРМАЦИОННОГО АПОКАЛИПСИСА

Ключевые слова: *постиндустриальное общество, эпоха постправды, качество информации, массовая ложь, информационный апокалипсис, гаджет, подкаст, цивилизация, футурология, ток-шоу, дешевый и популярный, мизинформация, генеративная нейросеть, спамер, кибермошенник, хакер, хайп.*



Как предсказал Э. Тоффлер в своей книге “Третья волна”, информация стала неисчерпаемым ресурсом постиндустриального общества. Поскольку информация становится все более ценной, печатные и электронные СМИ (даже самые лучшие) не могут нести все бремя информации, доступной для общества.

Таким образом, эти СМИ должны будут освободить свое место интерактивным и не массовым средствам информации, которые в цивилизации “третьей волны” могут обеспечить максимальное разнообразие и отвечать на личные запросы,[1] говорит футуролог.

Текущее состояние печатных СМИ (особенно после отмены принудительной подписки), то, что телевидение делает упор на ток-шоу и реалити, чтобы сохранить свою аудиторию, уменьшение потребности в радио (новые гаджеты выпускаются без приложения для радио) и появление вместо них подкастов (посвященных определенной теме аудиозаписи) подтверждает, что предсказание Э. Тоффлера было обоснованным.

[1] Тоффлер Э. Демассификация средств массовой информации. Глава 13 // Третья волна. — Москва: АСТ, 2004. — 781 с.

Почти в каждой статье о современных тенденциях и средствах коммуникации можно найти фразу, что XXI век – “информационный век”. В теории постиндустриального общества Тоффлера отмечается, что когда информация меняется из-за ценности к товару, ее качество соответственно тоже меняется в зависимости от спроса.

Международные эксперты оправдывают свою обеспокоенность тем, что информационные ресурсы становятся все более фейковыми и что человечество вступает в новую эру – эпоху постправды. Согласно Оксфордскому словарю, термин постправда был признан термином 2016 года.[1]

Как предупреждали эксперты по социальным сетям, приближение информационного апокалипсиса будет проявляться в размывании границ между правдой и ложью. Люди, которые проводят большую часть своего дня в социальных сетях, становятся все более апатичными к утомительной реальности, и необходимость отличать правду от лжи устраняется.

Например, в Facebook, Twitter и Google можно заработать (с настройками таргетинга), используя рекламные переходы через клики, лайки, репосты. Качество информации стало второстепенным вопросом.

Основной причиной инфокалипсиса является широкое использование дешевых и популярных инструментов, которые искажают истинную реальность. При таких обстоятельствах любой может имитировать событие, независимо от того, произошло оно на самом деле или нет.

Технология деления реальности: кому это выгодно, а кому нет?

Первые примеры технологий, искажающих реальность, уже давно всем известны. Генеративные нейросети уже начали формировать новый мультимедийный мир. С их помощью вы можете создавать видеоролики, показывающие, что люди делают то, чего никогда не делали, или говорят то, чего никогда не говорили. Основатель этой технологии, сам Ян Годфеллоу признал риски, связанные с этими проблемами, и предположил, что через 10 лет YouTube будет наполнен поддельными видео, которые будет трудно отличить от настоящих.

Алгоритм Nvidia недавно научился создавать поддельные видео. Как известно, в сети уже давно существует программа, которая в порнографических видео меняет лица актеров на лица известных людей. В то же время

[1] Word of the Year 2016 is.... Oxford Dictionaries. Обращение: 2019 год, 7 ноября

ученые всего мира работают над распознаванием речи, выражением лица и жестами. Теперь нетрудно создать видеоролики, в которых известный политический лидер сказал что-то, чего в принципе никогда не говорил. Здесь его голос и мимика практически неотличимы от оригинала.

Такие изменения могут привести к дипломатическим манипуляциям. Например, при необходимости могут быть сделаны десятки видеозаписей объявления Дональда Трампа или Ким Чен Ына о ядерной войне, и легко представить себе катастрофические последствия. То, какой резонанс в обществе дают фейковые новости можно понять по происходящим в том же обществе событиям.

Будет разумным рассмотреть некоторые примеры, чтобы глубже лучше понять сущность проблемы.

В ответ на фейковую новость Пакистан пригрозил Израилю ядерным оружием[1]

В декабре 2016 года Хаваджа Асиф пишет в Twitter, что, угрожая Исламабаду ядерным оружием, Израиль забывает, что у Пакистана также есть ядерное оружие. На статью в AFD News под заголовком “Министр обороны Израиля: если Пакистан отправит войска в Сирию под любым предлогом, мы уничтожим его с помощью ядерного оружия” министр обороны Пакистана отвечает следующим образом:

“Кстати, авторы желтой прессы писали о бывшем министре обороны Моше Яалоне, а не о нынешнем. Они также перепутали несколько других должностей”.

Министерство обороны Израиля, в свою очередь, заявило, что Яалон никогда не делал таких заявлений, отметив, что история Асифа была полностью сфабрикована. Впоследствии недоразумения были исчерпаны. Но из-за этих фейковых новостей между двумя странами чуть не возникла вражда.

[1] https://eadaily.com/ru/news/2016/12/25/pakistan-prigrozil-izrailyu-yadernym-oruzhiem-ne-proveriv-novostnoy-feyk

Статья британского медицинского работника привела к вспышке кори[1]

К 1999 году 95% населения Великобритании были вакцинированы против кори. Затем из-за противников вакцины этот показатель снизился до 80 процентов. В ноябре 2008 года число случаев заболевания корью приравнялось до рекордно высокого уровня в 1996 году. Паника была вызвана медицинским работником по имени Эндрю Уэйкфилд. Он объявил, что вакцины против кори, краснухи и клещей могут вызвать аутизм. Эта статья доктора о вакцинации была опубликована в престижном медицинском журнале Lancet. До 1998 года об Эндрю Уэйкфилде мало что было известно. После того как Lancet опубликовал его статью, все изменилось: его стали часто показывать по телевизору.

Никто не смог повторить результаты исследования Уэйкфилда, и журнал BMJ провел независимое расследование по этому вопросу. Как оказалось, врач ошибся не случайно, а сфальсифицировал результаты исследования. У него были свои интересы в доказательстве того, что простая вакцинация может вызвать аутизм. Причина проста: Уэйкфилд и его соучредитель были одними из основателей Carmel Healthcare. В 1996 году ученый получил патент на экспресс-тест для выявления следов кори в организме, который стал основным бизнесом Carmel Healthcare. Эндрю планировал собрать 28 миллионов евро в течение трех лет. Тысячи отказавшихся от вакцины британцев, полагаясь на странную статью, заболели.

Другая форма манипуляции, отражая волю народа, позволяет влиять на демократические процессы. Только здесь работу граждан выполняют искусственные боты. Они голосуют на онлайн-референдумах, отправляют официальные письма в администрации и участвуют в общенациональных опросах. В частности, то же произошло летом 2018 года на сайте Федеральной комиссии по связи США. Миллионы виртуальных “граждан” оставили комментарии, требуя отмены сетевого нейтралитета.

Со временем боты можно заменить настоящими людьми. Другими словами, на черном рынке можно купить их страницы в социальных сетях и вести их. “Фабрики троллей” существуют и по сей день, но в будущем их станет еще больше, они станут более активными. В то же время эксперт предупреждает о еще одной опасности. Если ранее спамеры и кибермошенники рассылали всем одинаковые электронные письма и сообщения,

[1] https://www.forbes.ru/tehno/meditsina/62381-privivka-ot-doverchivosti

надеясь получить ответ, то теперь хакеры могут связываться с каждым пользователем индивидуально. Например, подражая характеру и манере речи друга, они могут попросить деньги или другие вещи.

“Постепенно люди перестают проверять свой почтовый ящик”, – сказал ведущий эксперт по социальным сетям Авдив Овадия в интервью BuzzFeed News. – В результате пользователи интернета становятся “безразличными к истине” и в конечном итоге теряют способность отличать правду от лжи. Люди просто игнорируют новости. Это может значительно снизить осведомленность граждан о социально-политической жизни, что является одним из важнейших критериев демократии.

“Опасность очевидна, но хуже всего то, что я не вижу способов с ней бороться. Чтобы остановить инфокалипсис, нужно создать специальную программу, которая сможет конкурировать с интернетом”, – говорит Овадия.[1] Эксперт описывает риск, но у него поверхностный подход к его решению. Конечно, еще не было создано никакого программного обеспечения, которое могло бы конкурировать с интернетом, но в сети достаточно инструментов для факт-чекинга. Дело не в их наличии, а в том, что они им не нужны. Будет ли ленивая толпа, не желающая проверять свою почту, делать факт-чекинг прочитанной новости? Сегодня новости в СМИ и социальных сетях различаются ярлыками интересно или скучно. А фейки обычно не бывают скучными.

Мы хотели бы обратить ваше внимание на случай в узбекском обществе, который объясняет, насколько сейчас люди подвергаются фейку.

• • •

Поскольку информация становится все более ценной, печатные и электронные СМИ (даже самые лучшие) не смогут нести все бремя информации, доступной для общества. Таким образом, эти СМИ должны будут освободить свое место интерактивным и немассовым средствам информации, которые в цивилизации “третьей волны” могут обеспечить максимальное разнообразие и отвечать на личные запросы.

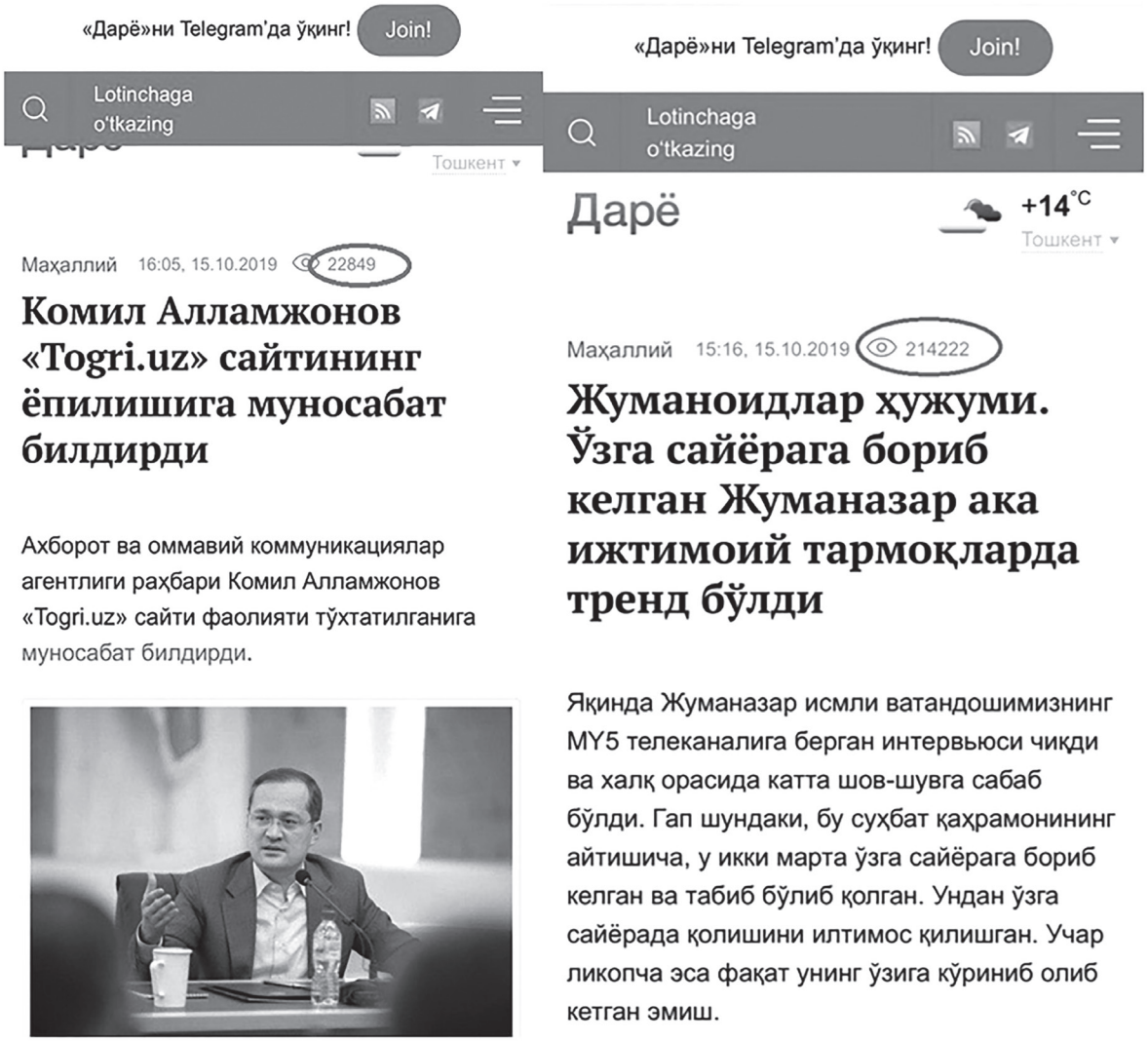
• • •

[1] https://hightech.fm/2018/02/13/information_apocalypse

Вы хорошо знакомы с фейковой историей Джуманазара-ака из Намангана и инопланетян.

Эту безобидную дезинформацию легко может разглядеть даже студент, который “проспал” курсы медиаобразования.

Однако интерес к теме значительно превысил самые актуальные проблемы в обществе. Ниже, на примере одного сайта (daryo.uz), можно увидеть, насколько высоким был интерес общества к другим проблемам в момент пика хайпа интернет-звезды Джуманазара-ака:



Как видите, ажиотаж по поводу простого земляка, который встречался с инопланетянами, привлек в несколько раз больше внимания, чем встречи главы государства, детали закрытия сайта и рост цен на хлеб, что является актуальной проблемой в обществе. Эта статья была прочитана более чем 214 000 раз, что почти в десять раз больше, чем любая другая актуальная новость.

Как создать интересный контент?

Многие мультимедийные приложения, которые можно использовать для создания интересного контента, также можно использовать в качестве платформ для создания фейковых новостей. Вы слышали аудиозапись скандала между сайтом Kun.uz и хокимом Ташкента, который

вызвал ажиотаж по всей стране. Многие из приведенных ниже программ способны создавать похожий контент.[1] Большинство приложений являются бесплатными.

Некоторые потребуют от вас покупки через определенное время, большинство из которых стоит около 1–10 долларов США. За границей журналисты не привязываются к одной программе, а используют разные инструменты для редактирования фото, аудио и видео.

Легко использовать специальную программу для каждого формата, но если конечный продукт один и тот же, вы работаете над одним визуальным материалом, вы должны иметь возможность объединить фрагменты в одну программу. Например, вы можете очистить звук в аудиопрограмме. Изображения обрежете в фоторедакторе, видео – в видеоредакторе. Затем все собираете в одной программе.

• • •

Сегодня новости в СМИ и социальных сетях различаются ярлыками интересно или скучно. А "фейки" обычно не бывают скучными.

• • •

Видео

Quik – мобильный видеомонтаж (бесплатно, iOS и Android). Можно создавать короткие видеоистории в различных формах для социальных сетей. С помощью искусственного интеллекта вы можете автоматически находить лучшие кадры на видео и редактировать их вручную. Работает с фото и видео на вашем смартфоне. Добавляет текст, аудио и переходы к видео.

Wirewax – монтаж мобильного видео (бесплатно, iOS и Android). Вставка текста в видео. Сама программа определит, где находится видео и что оно представляет. Ставит теги. Их можно

[1] 2019-yil 4-6-sentabr TOSHKENTда ўтказилган "O'ZBEKISTON RAQAMLI TEXNOLOGIYAGA TAYANIB MATERIAL TAYYORLASH VA IJTIMOIY TARMOQLAR BILAN ISHLASH" мавзусидаги семинар материаллари асосида

отключить. Большой выбор функциональных возможностей для корректировки текста.

Unfold – вертикальное редактирование фото и видео (бесплатно, iOS и Android). Создает фото- и видеопосты в вертикальном формате. Вы можете наложить текст и стикеры. В нем более 150 шаблонов. Более широкие функциональные возможности можно открыть за дополнительную плату.

Фото

Phonto – это простое приложение, которое позволяет добавлять текст к фотографиям (бесплатно, iOS и Android). Есть более 200 стилей латинских шрифтов. Вы можете скачать и использовать дополнительные шрифты. Работает с эмодзи и стикерами.

Juxtapose.JS – фотоанализ. Есть возможность обработать фотографии в формате до/после.

Befunky – фотоколлаж (бесплатно, компьютер). Очень легко создавать фотоколлажи. Вы можете добавить текст к картинкам. Новые функции могут быть открыты за дополнительную плату.

JamSnap – голос к фотографии. Возможность наложить на фотографии аудиозаписи.

Awesome screenshot – скриншот (бесплатно, ПК, Chrome). Делает скриншоты на компьютере и оставляет описания к ним. Он также отлично подходит для обрезки фотографий, хранящихся на компьютере или внешнем носителе. В бесплатной версии можно снимать видео до 30 секунд на экране ПК. Приложение также доступно во многих современных гаджетах.

Диджитал истории

Infogr.am – инфографика (бесплатно, компьютер). Позволяет создавать таблицы, инфографику и карты. Простой и удобный онлайн-сервис для визуализации готовых цифр. Бесплатная версия имеет ограниченное количество карт и инфографики.

Piktochart – инфографика. Превращает текст в графики. Готовые дизайны.

Timeline.JS – хронологическая графика.

The Knight Lab foundation – превращает хронологические данные в точные и логические графики.

Adobe Spark – мультимедиа. Размещение информации универсальным способом – рассказ историй с помощью фотографий, видео, анимации и инфографики.

Flourish.Studio – мультимедиа, информацию из таблицы, например, в MS Excel, превращает в карты и графики.

Thinglink – мультимедиа, создает виртуальную реальность. Может работать с десятками, сотнями изображений. Например, в освещении выборов или объяснении мнения общественности.

Story Spheres – виртуальная реальность. Создает интерактивную реальность. Предлагает больше возможностей, чем Thinklink.

Аудио

Anchor – платформа для аудио/подкаста. Для проверки позвоните кому-нибудь, поговорите. Смонтируйте готовый аудиоматериал. Можно готовить аудиослушания.

Задания для практических занятий

1. Проанализируйте прогнозы М. Маклюэна, Э. Тоффлера и других мировых футурологов о влиянии фейковых новостей на информационное общество.

2. Найдите примеры технологий, которые искажают реальность, и проанализируйте вред, который они могут нанести.

3. Потренируйтесь в создании интересного контента с помощью платформ, указанных выше.

3.2. ТЕОРИЯ “ОБЩЕСТВА БЕЗ ФЕЙКОВЫХ НОВОСТЕЙ”

Ключевые слова: *медиахолдинг, метадата, мем, картография, когнитивный, экспертиза, необходимость в фейковых новостях, общество без фоторедакторов, борьба с фейковыми новостями, неэффективный фактчекинг, инструменты, футурология.*

Вы можете представить себе общество полностью свободное от фейков? Абсолютная изоляция страны не означает отсутствие дезинформации и отсутствие любых симптомов фейка.

Например, люди не пользуются фото- и видеоредактором, страницы Instagram не смущают суперзвезд, у них нет фотографий красивых поездок и вкусной еды. Вместо этого публикуются изображения не обработанных в фотошопе образов и лиц без макияжа (в конце концов макияж также прикрывает настоящее лицо).

Ни в Facebook, ни в Twitter нет намека на хайп[1] (ведь он в основном поднимается за счет неподтвержденной информации). Чиновники не называют фейком какую-либо информацию, которая им не нравится или подрывает их авторитет, не вступают в “холодную войну” с блогерами и не призывают извиняться перед общественностью, которая не понимает, кто прав, а кто нет. Религия и религиозные ценности? Это очень сложный вопрос, верно? Можно ли говорить об убеждениях, когда люди полагаются только на информацию, которую они могут увидеть своими глазами?

Вот один пример, чтобы представить такое общество. Вспомните последние кадры футуристического фэнтезийного фильма “Москва 2017”, снятого в 2012 году США и Россией. В конце картины в качестве единственного способа спасения общества, которое живет под воздействием маркетинга и рекламы, остается уничтожение любой формы рекламы.

В результате люди занимаются своими повседневными делами, без баннеров, светодиодных экранов, бесцветной жизни и желания размещать

[1] Хайп (англ. hype) — агрессивная и навязчивая реклама, целью которой является формирование предпочтений потребителя.

рекламу на улицах. В свободное время они смотрят скучные программы на телеканалах, которым уже не нужно привлекать клиентов для рекламы...

Общество без фейков выглядит примерно так же. Следует признать, что сегодня наряду с рядом мер безопасности также очень важен вопрос борьбы с фейковыми новостями. Эта проблема стала настолько актуальной, что страны пытаются выработать правовые аспекты того, как бороться с фейковыми новостями. Что касается практического решения, то рынок факт-чекинговых платформ уже набирает обороты.

Нужно ли бороться с фейковыми новостями и как это осуществить?

В январе этого года ***Россия*** официально приняла законопроект против фейковых новостей.

Закон, принятый парламентом ***Германии*** 30 июля 2017 года, обязал исключать из социальных сетей с более чем 2 миллионами пользователями ненадежный контент. Если контент не будет удален в течение конкретного времени, то на них будет наложен приличный штраф.

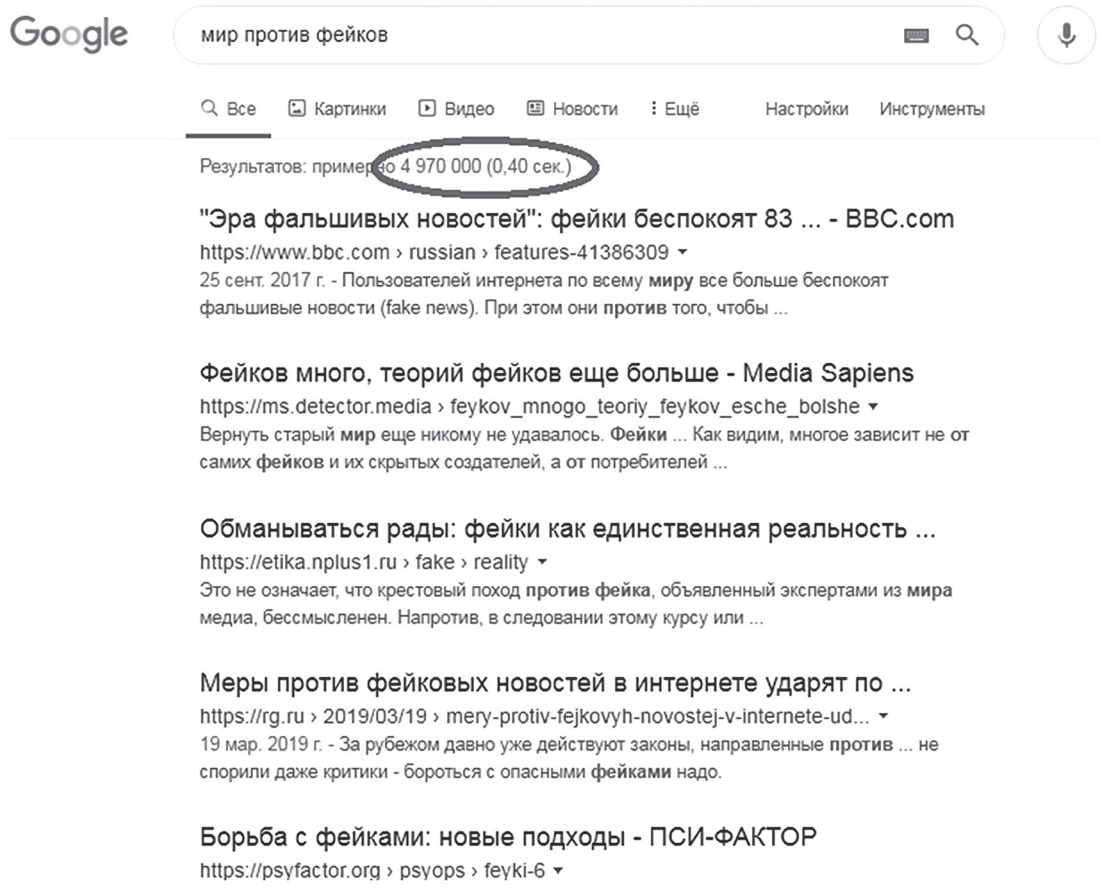
В ходе избирательных кампаний в 2018 году ***Франция*** приняла 2 закона, которые препятствуют выпуску фейковых новостей.

Малайзия приняла закон о фейковых новостях в апреле 2018 года. Согласно документу, к ответственности будут привлечены не только авторы фейков, но и те, кто делится ложной информацией. Нарушители будут оштрафованы на 123 тыс. долларов или приговорены к шести годам лишения свободы.

В ***Кении*** распространение фейковых новостей приравнено к преступлению. Закон, принятый в 2014 году в ***Катаре***, предусматривает три года тюремного заключения или штраф в размере 137 тыс. долларов за распространение ложной информации, которая угрожает государству и общественной безопасности.[1]

Достаточно ввести запрос в одну из поисковых систем, чтобы понять, насколько широко распространены фейковые новости. Например, Google процитировал около 5 миллионов источников по запросу “мир против фейков”.

[1] https://news.rambler.ru/other/41616357-mezhdunarodnyy-opyt-borby-s-feykami-na-kogo-ravnyaetsya-rossiya/?updated



А у нас? Из-за популярности социальных сетей в узбекском обществе, а также роста доверия к блогерам и гражданской журналистике по сравнению с традиционными СМИ стало привычным говорить о необходимости законодательной борьбы против фейковых новостей.

Стремление “очистить” общество от фейковых новостей обеспокоило не только медиасообщество, но и военных. Журналисты Russia_RT разъяснили эту тему в посте “Военные против фейков: Пентагон разрабатывает алгоритм для вычисления фальшивого контента”.[1]

Социальные сети и медиахолдинги также разрабатывают новые проекты в этой области. Adobe, Twitter и The New York Times представили совместный проект по борьбе с дезинформацией и плагиатом в социальных сетях.[2]

В соответствии с “Инициативой аутентификации контента” (Content Authenticity Initiative) определение подлинности учетной записи должно осуществляться на основе определенных стандартов.

[1] “Военные против фейков: Пентагон разрабатывает алгоритм для вычисления фальшивого контента” https://www.youtube.com/watch?v=RuTRxkyWdc0 Обращение: 14.12.2019

[2] https://www.popmech.ru/technologies/news-520744-adobe-raz-i-navsegda-unichtozhit-feyk-nyus-i-plagiat/ Дата обращения: 19.11.2019

Эта система может быть адаптирована к любому типу файлов,таким как фотографии, видео и текстовые документы в интернете. По словам экспертов Adobe, “Инициатива аутентификации контента” постоянно отслеживает контент, размещаемый пользователями сети.

В результате другие пользователи (мониторы, фанаты) будут иметь доступ только к настоящей информации. Фейковые новости или плагиат могут быть легко удалены.

Основная цель проекта – обеспечить прозрачность в социальных сетях (очистка от фейковых новостей), облегчить наведение порядка, связанного с пользователями сети и помочь в определении контента на предмет фальшивости или подлинности.

“Инициатива аутентификации контента” была представлена на мероприятии Adobe MAX-2019. В связи с тем, что техническая структура проекта совершенствуется и постоянно обновляется, до сих пор нет полной информации о том, как работает проект. В настоящее время для многих компаний и авторов разрабатывается общая концепция, которая является открытой, единой и широко доступной. Предполагается, что эта программа будет создана на уровне дополнительных метаданных, прикрепленных к основному файлу. В то же время программа будет следить за распространением ложной и измененной информации.

Хотя Adobe в настоящее время независимо работает над “Инициативой аутентификации контента” с привлечением специалистов Twitter и The New York Times, ожидается, что в ближайшем будущем к проекту присоединятся и другие компании.

Раз фейковые новости настолько опасны, и с появлением информации уже существовали ее ложные и фальшивые формы, почему именно сейчас борьба с ними стала столь актуальной? Почему ложная и вводящая в заблуждение информация все еще жива сегодня?

Несмотря на то, что в течение многих лет в средствах массовой информации существовало понятие “утка”, когда Дональд Трамп ввел понятие фейк-ньюс, он определенно не имел в виду классические газетные утки. Ведь в чем смысл переименовывать то, что было названо еще давным-давно? К тому же до выступления Трампа уже существовал термин фейк-ньюс, просто он превратил это понятие в мем.

Как человек с четким пониманием проблемы, 45-й президент Соединенных Штатов в первую очередь говорил о глобальных изменениях в медиареальности. Ведь он всегда идет рядом с реальностью и иногда даже

заменяет ее. В последние годы медиареальность становится все более склонной к управлению.

Медиареальность появилась не вчера и, по мнению некоторых экспертов, не является добавочным продуктом компьютерных технологий. Это было результатом быстрого и массового распространения информации, которая закрепилась сначала в ежедневной прессе, а затем на радио и телевидении.

Именно тогда оперативная информация не только информировала о повседневной жизни, но и предлагала свой вариант повседневной жизни. Не будет ошибкой сказать, что она полностью сформировались как новая реальность после внедрения идеологии интерактивного постмодернизма, широко распространенного среди потребителей интернет-продуктов.

Значительная его часть контролируется теми, кто хочет видеть медиареальность – альтернативу остальной реальности, к которой общество привыкло. Матрица, которая затмевает все "скучные" ценности и повседневные реалии, фактически была сформирована таким образом. Это было определено узкой группой людей, и они сформировали ее только для своих собственных целей.

В постмодернистском интерактивном обществе фейковые новости не только были подкреплены проверенной информацией, но и частично заменили ее.[1] Это было связано главным образом со снижением спроса на правду в обществе. Механизмы осознанности и пропаганды начали работать таким образом, что фейковые новости в открытом доступе имеют тот же эффект, что и реальные новости. Раз так, действительно ли обществу нужен факт-чекинг?

Какой эффект дает факт-чекинг?

Складывается мнение, что сегодняшнее медиапространство задушено множеством иллюзий, манипуляций и дезинформаций, так как, все это представляется в виде новостей. Это привело к росту общественного спроса на услуги организаций по проверке фактов.

Известно, что спрос порождает предложение. Даже Google и Amazon решили использовать проверку фактов в качестве конкурентного преимущества.

[1] http://portal-kultura.ru/articles/best/235734-sad-raskhodyashchikhsya-feykov/

Однако тенденции в медиапространстве быстро меняются. Будут ли нужны услуги по проверке фактов через год? А пять лет спустя? Чтобы ответить на эти вопросы, нам нужно понять, как проверка фактов проводится в журналистике, как и почему этот процесс происходит сейчас.

Считается, что журналист должен иметь два независимых подтверждения, чтобы определить, произошло ли что-то. Будет уместным, если эти подтверждения будут независимыми друг от друга. Например, может быть устное рассказывание истории и видеозапись.

После получения двух подтверждений журналист должен проверить источники. Этот процесс считается небольшим журналистским расследованием. Здесь важно определить, что источник действительно предоставил доступ к получению информации и не имеет прямого отношения ко второму источнику. Для этого журналист сам расследует этот вопрос, задает вопрос о внутреннем порядке организаций, в которых работают источники, и использует картографические службы и популярные фотографические источники для подтверждения достоверности информации. В общем выполняет традиционные оперативные действия.

Журналист может опубликовать информацию только после того, как убедится, что информация, предоставленная каждым источником, доступна.

С ростом социальных сетей традиционные СМИ начали конкурировать с активистами и блогерами. Для обычных людей факт блогера так же важен, как и информация из традиционных СМИ. В то же время блогеры не следуют этическим нормам журналиста и спешат опубликовать новости оперативнее, чем профессиональные редакции. Для поддержания конкуренции СМИ постепенно начали снижать уровень проверки информации. В результате они упали до уровня своих конкурентов.

Организации, ответственные за проверку фактов, с помощью своих услуг должны решить эту проблему, вернув журналистику к ее первоначальному уровню. Однако ни одна из этих организаций в настоящее время не проводит традиционного журналистского расследования на основе двух независимых источников. Они просто работают для галочки – проверяют факты только на предмет подлинности.[1]

В настоящее время проверка фактов не решает проблему, а считается направлением, которое ведет журналистику в тупик. Принцип проверки фактов не предлагает более эффективного метода, чем журналистское рас-

[1] https://habr.com/ru/post/403005/ 29.11.2019

следование. Со временем издатели научились использовать факты таким образом, что статьи с легкостью проходят процесс проверки фактов.

Особой областью критики является коммерческая деятельность организаций, предоставляющих услуги по проверке фактов. Как и традиционные СМИ, такие организации зависят от рекламодателей и других инвесторов. Они могут привлекать дополнительных пользователей или выполнять коммерческие заказы, влияя на цены в определенных пределах.

Важно помнить, что в организациях по проверке фактов работают такие же журналисты, как и в обычных СМИ. Эта проблема описывается на латыни фразой “Quis custodiet ipsos custodes” – “Кто устережет самих сторожей?” Ведь принято, чтобы “сторожи” отличались от тех, кого они охраняют.

Их уровень образования, цели, социальная принадлежность и роль карьерной лестнице в государственной службе существенно различаются. В случае проверки фактов организации состоят из именно таких людей, чьи знания, цели и знакомые такие же, как у обычных журналистов. 62% американских избирателей считают, что простые журналисты и высказывания не заслуживают дополнительных привилегий только потому, что используют фразу “проверка фактов”.

И как теперь жить?

Единственное возможное решение в этой ситуации – научиться проводить независимое журналистское расследование. Это похоже на поиск когнитивных ошибок.

Прежде всего, необходимо найти первоисточник информации. В этом контексте мы хотели бы обратить ваше внимание на Имама Аль-Бухари и его “Сахих хадисы”. Если “сахих” – это качество хадиса, а “сахих хадис” означает “заслуживающий доверия хадис, свободный от ошибок”. Не будет преувеличением сказать, что сбор и проверка хадисов является своеобразным факт-чекингом. Что касается проверки источника, то, если аль-Бухари записывал от кого-то несколько хороших хадисов, а затем видел, что этот человек не выполнял обещанного или обманывает ребенка, он удалял записанные хадисы. Даже в простых вещах он был скептичен и с сомнением относился к советам и мнению человека, который мог обмануть ребенка. В факт-чекинге, если мысль в статье ссылается на “информацию анонимного

источника", должны быть детали, подтверждающие достоверность предоставленных источником данных.

Если источник вообще не упомянут, поиск информации по ключевым словам в Google может быть эффективным. Если первоисточник не может быть найден, то эта информация считается фальшивой либо плодом бессовестной творческой деятельности журналиста. Обычно такие случаи допускает узбекская служба Ozodlik.org, поэтому не будет преувеличением сказать, что их материалы потеряли авторитет в последнее время. Отныне важно тщательно продумать обстоятельства, при которых может поступать информация, предоставленная конкретным источником.

В последнее время популярным способом обмана стали новости формата, где якобы указывается на кусок дерева или железа, оставленный взрывом или пулей, и говорится, что человек выстрелил или взорвался. Единственный способ подготовить такую информацию – это слепо провести две независимые экспертизы. Если экспертная информация не предоставлена, то начинается процесс управления сознанием на основе поддельных (фейковых) данных.

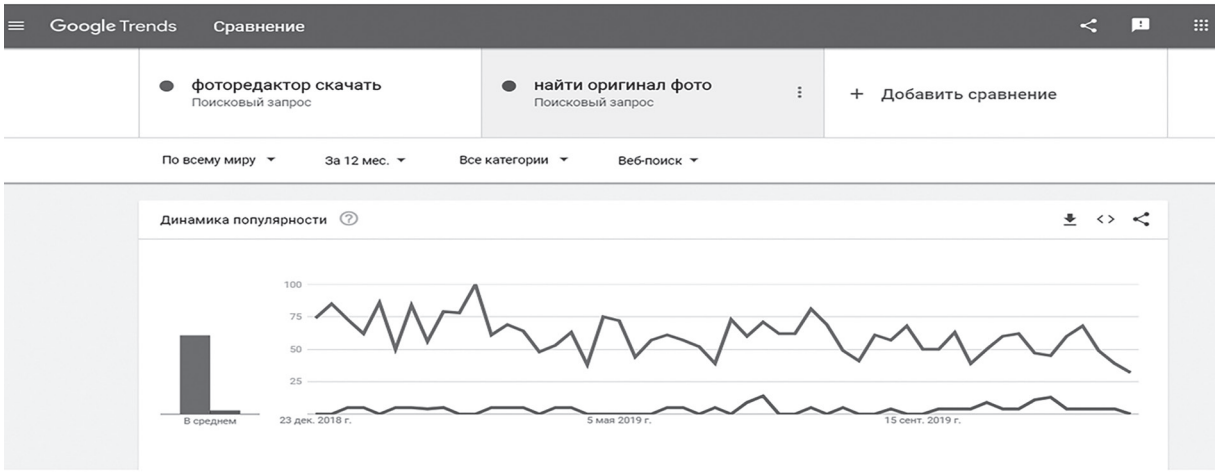
Каждый факт имеет свою историю, способ и порядок проверки, требования, соответствующие документам. Другим традиционным методом манипулирования является практика предотвращения обработки некоторых документов и, таким образом, использование оставшихся документов для представления фактов под определенным углом зрения.

Если вы занимались журналистским расследованием в течение длительного времени, то, прочитав заголовок и первый абзац, сможете определить, является ли история подлинной. Заголовок и первый абзац бросаются в глаза в тексте. Но, чтобы заниматься журналистским расследованием или проверке какой-либо информации, вы должны быть заинтересованным хотя бы настолько, чтобы не жалеть своего времени, интереса и энергии.

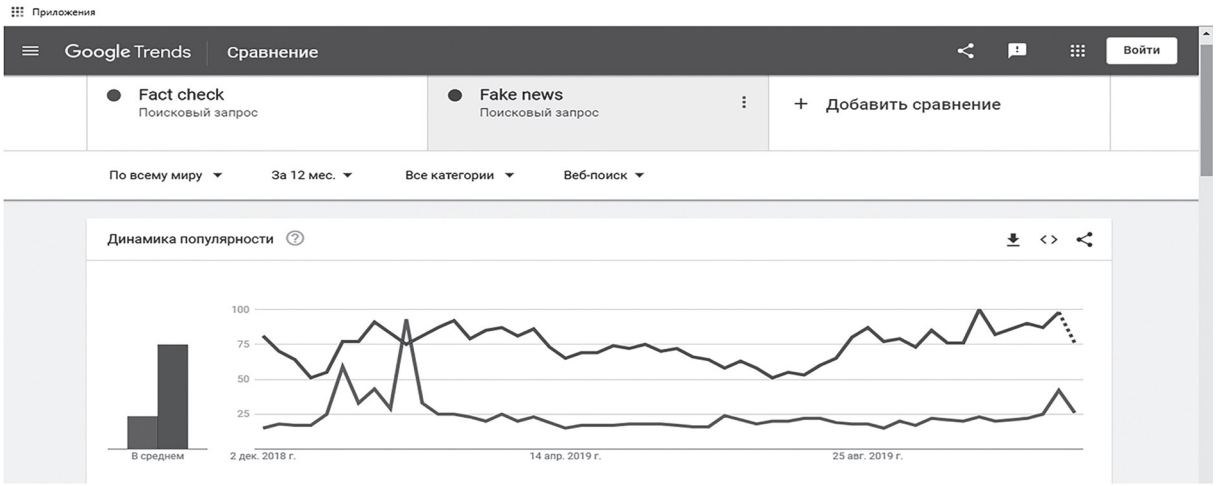
В этом параграфе мы говорим о теории "общества без фейковых новостей" и в самом ее начале темы предполагалось, что такое общество еще не скоро сформируется. Даже если принять тот факт, что фейки считаются негативным элементом, их полное исчезновение сделает общество черно-белым, серым.

Если оставить новости виде фейков, фальшивые данные и дезинформация могут привести человечество к беспрецедентным потерям. Несмотря на это, все формы фейковых новостей не могут быть потеряны сразу. Иначе информационный баланс в обществе нарушится и повседневная социаль-

ная жизнь станет “скучной” и однотипной. Однако из анализа следующих опросов видно, что эта ситуация в ближайшее время не будет являться для нас угрозой:



Интерес к факт-чекингу еще не достиг и половины уровня интереса к фейковым новостям.



Интерес к отредактированным фотографиям выше интереса к оригиналам.

Задания для практических занятий

1. Опишите свою жизнь без фейков. Обоснуйте, является ли такой образ жизни хорошим или плохим для вас.

2. Проанализируйте плюсы и минусы избавления от фейков.

3. Проанализируйте правильность мнений экспертов, проверив источники.

3.3 ЧТО ГОВОРЯТ СПЕЦИАЛИСТЫ ПО ПОВОДУ FAKE NEWS?

Ключевые слова: *клевета, наказание, принцип демократии, законодательство, фильтр редактора, медиаграмотность, тренинг.*

Шерзодхон Қудратходжаев, ректор Университета журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана, председатель Международного пресс-клуба

– Ускоренное развитие технологий позволяет очень быстро и легко передавать информацию из одной точки в другую. В результате современные средства коммуникации все чаще заполняются непроверенной информацией или слухами.

С появлением интернета, особенно социальных сетей, подобные фейковые новости, состоящие из поддельных, фальшивых, выдуманных данных, стали одним из самых популярных видов информации, которые служат росту аудитории. В настоящее время в социальных сетях нет темы, которая была бы запрещена для обсуждения.

Конечно, у каждого есть свое мнение, и каждый имеет право свободно мыслить и массово излагать свою позицию. Но есть так много занавесей, за которыми не каждый может так свободно выражаться. К ним относятся вторжение в личную жизнь, оскорбление кого-либо, угрожать кому-то, объявление войны кому-либо. Мы должны знать, что за это есть ответственность. Такие случаи, как вторжение в частную жизнь людей, провокация, оскорбление, унижение, поверхностное обсуждение темы и растущее число “слухов” в американской истории когда-то назывались “Trash War”, то есть “мусорной войной” в СМИ. Значит, “мусорные войны” и до нас добрались. Почему-то плохие вещи распространяются быстрее, нежели хорошие. Но люди, которые обсуждают это, пока не испытают это лично, не будут знать, что значит быть жертвой процесса.

– Наш закон предусматривает наказание за клевету, и, к сожалению, нет положения о распространении лжи, – говорит *медиатренер, кандидат филологических наук, доцент Наргис Касымова.* – Это чаще всего встречается в социальных сетях, где распространяются фейковые, ложные новости, и их можно увидеть в интернет-изданиях, которые распространяют официальную информацию.

Журналисты должны быть осторожны с этим и понимать, что дезинформация среди населения в надежде собрать читателей подорвет их репутацию в информационном пространстве.[1]

Фейки всегда появляются на базе конфликтов. Мировые войны, религиозные и национальные конфликты, а также внутриполитические разногласия – в основе всего лежат ложные новости. Основная цель распространения фейковой новости состоит в том, чтобы привлечь внимание, убедить аудиторию и ввести в заблуждение, вызвать в обществе недоверие к правительству и развалить страну.

По данным The Washington Post, Дональд Трамп за первые сто дней работы в качестве президента США дал 492 ложных и отвлекающих новости. С 2016 года использование этого словосочетания выросло в мировой прессе на 365%.

Чтобы предотвратить распространение фейковых новостей, необходимо сначала развивать качественную журналистику. Ответственность перед законом (за непроверенные новости) должна быть усилена.

В законодательстве Республики Узбекистан действуют положения Гражданского кодекса о защите чести, достоинства и деловой репутации человека, а также в Кодексах административного и уголовного права – "О клевете". В Узбекистане преступники, как правило, отделываются лишь штрафами, и суд редко назначает им тюремное заключение. Не существует статьи за распространение лжи. Также необходимо повысить уровень медиаграмотности населения и незамедлительно пересмотреть уроки медиаобразования на каждом этапе системы образования.

[1] Мўминова Г. Эмлаш 95 фоиз бўлган мамлакатда эпидемия тарқалиши кулгили//"Zarnews.uz" (13.08.2019. 16:09)

По словам *Ильхома Абдуллаева, главы Комитета по инновационному развитию, информационной политике и информационным технологиям Законодательной палаты Республики Узбекистан,* в Законе четко должны быть указаны случаи, в которых контроль за распространением “фейковой” информации, ответственность за нее и распространение ложной информации осуществляются не профессионалами, а обычными гражданами.

“Журналисты, считающие себя профессионалами, должны проверять точность и достоверность каждой передаваемой ими информации. Это также отражено в Законе “О защите журналистской деятельности”. Когда фейковая информация направлена на конкретное лицо, этот человек может предъявить иск в суд и оправдать свое имя. Но что, если фейк – это сообщение, которое разрушает достоинства всего слоя и создает хаос? Кто обеспечит для них справедливость? –спрашивает Абдуллаев.[1]

[1] https://kun.uz › news › 2019/07/02

Дайнис Радзявичюс, руководитель Ассоциации журналистов Литвы, журналист, специалист по связям с общественностью и СМИ, много лет вещавший на радио программу "Анатомия СМИ", рассказывает о своем опыте:

– Это случилось несколько лет назад. Когда я только что вернулся из Центральной Азии, мой коллега поздравил меня с хорошим интервью с Трампом. "Какое интервью?", – написал я с удивлением. Он ответил, что интервью разлетелось по всем российским СМИ.

Как выяснилось, я, Радзавичус, корреспондент литовского канала LRT, взял интервью у Трампа. Он сказал: "Страны Балтии в последнее время не могут развиваться, потому что их соседом является Россия. Мы бы посоветовали им сделать африканские страны своими соседями. Мы также можем помочь в случае необходимости".

Это и есть тот фейк.

Я смеялся, когда прочитал это. На своей странице в Facebook я объявил, что, во-первых, я не был в Соединенных Штатах, а во-вторых, я не брал интервью у Трампа.

Знаете, что самое интересное? Коллега, который первым поздравил меня, написал мне: "Интервью же было?" Я: "Нет!" Он: "Хорошо, но Трамп говорил хорошо, да"? Я: "Он этого не говорил!" Он: "Но идея все равно хорошая". В этот момент я думал о том, как ложная информация может влиять на мышление людей. Мы все еще верим в то, что хотим видеть и слышать ...

Человеческая природа имеет склонность к фейку, то есть любит преувеличивать что-то, либо наоборот. Сегодня технологические достижения облегчают отражение этой тенденции в реальной жизни. А бесконечные возможности интернета способствовали его быстрому и широкому распространению.

Как по мне, из-за фейковых новостей информационный апокалипсис случился еще в прошлом веке. На самом деле, Вторая мировая война была тем самым концом света. Миллионы людей погибли в результате тайной и

иногда открытой политической пропаганды (особенно коммунисты) – пропаганды на радио, популяризации печатных СМИ и продвижения идей.

Сегодня такое большое количество информации и разнообразие, естественно, утомляет человека. Время от времени делайте перерыв в получении информации и объявляйте себе день без интернета.

Дунья Миятович, комиссар Евросоюза по правам человека считает, что "в современном мире технологий, когда миллионы людей привлечены в журналистику через социальные сети, редакторы и другие лица должны нести ответственность за отбор и фильтрацию новостей и информации, обеспечение профессиональной этики".

Ее мнение базируется на таких постулатах, как:

• Развитие образовательных программ по медиа- и интернет- грамотности;

• Распространение платформ по проверке информации для различной аудитории;

• Регулярное изучение общественного мнения;

• Исследование медиарынка и подача объективной информации по медиапотреблению.

Нуриддин Каршибоев, председатель Национальной ассоциации независимых СМИ в Таджикистане, комментирует: – Сегодня факт-чекинг воспринимается в журналистике как новый тренд или своего рода секрет. Факт-чекинг – это азбука журналистики, важный инструмент повышения качества не только новостей, но и аналитических материалов. Возможно, факт-чекинг – это новый термин для тех, кто далек от профессиональной журналистики, но никто никогда еще не отрицал точность и надежность в журналистике.

Максим Корнев, доцент кафедры ТРИТ факультета журналистики Института массмедиа Российского государственного гуманитарного университета, говорит, что концепция “проверки фактов” пришла от традиционной журналистики к новым медиа. Точнее, исходя из редакционных принципов: редакторский фильтр является необходимым условием для журналистских технологий. Эта технология определяется этическими принципами: независимость, объективность, точность. Путем следования этим принципам можно заслужить доверие аудитории и сформировать репутацию издания.

Истина – это событие, подкрепленное убедительными доказательствами. Разные люди могут по-разному относиться к одному и тому же событию, но вы не можете спорить с фактами. Поэтому этот факт должен быть не только обнаружен, но и расследован, дважды перепроверен и “брошен в гранит”.

Следовательно, искажение доказательств является преступлением против объективности и точности. Это худшее, если это умышленное преступление против независимости и беспристрастности. Если это намеренно манипулируемая конструкция, это совершенно плохо.

Саида Сулейманова, журналист и директор Центра развития современной журналистики, выражает парадоксальное отношение к теме: “Фейк-ньюс одновременно полезны и вредны для общества. Для людей со слабым медиаиммунитетом они, конечно же, вредны. Они легко попадают в “реалии фейков”. Однако человека с продвинутой медиаграмотностью сложно обмануть. У него развитое критическое мышление, поэтому он перепроверяет всю информацию, сравнивает источники и анализирует мнения. То есть фейковые новости усиливают медиаиммунитет у представиетелей именно этого общества. Факторы, которые могут спра-

виться с фейковыми новостями – это знания, медиаграмотность, здоровый скептицизм и фактчек".

Сергей Долгов, старший преподаватель Высшей школы экономики, тренер и бизнес-консультант, в качестве специалиста, обучающего как пользоваться социальными медиатехнологиями, говорит: "В современном мире меньше учащихся, а зрителей больше.

Люди склонны к интерактивности, они хотят видеть себя в журналистских материалах, а не вас. Если вы игнорируете эти аспекты в создании медиаконтента, все ваши усилия будут напрасны.

В то время как для традиционных СМИ свойственна подача информации в том виде, какая она есть, рациональная и прямая, современные массмедиа стремятся спровоцировать чувства людей и предоставить им непосредственное участие в освещении реальности. Вот почему среди пользователей интернета все более популярными становятся технологии виртуальной или дополненной реальности, лонгриды, подкасты, push, комиксы, лайфхаки, чат-боты и другие форматы.

Олег Дмитриев, профессор Национального исследовательского института Центр высшей экономики, консультант международного информационного агентства "Россия сегодня":

Естественно, что во время мгновенной передачи информации, иногда даже неосознанно, проскальзывают фейки.

Рассмотрим случай со смертью короля футбола Пеле. Источником новостей был не факт, а фактоид, то есть правда в обличии лжи. Сайты подряд перепечатывали нигде не подтвержденную информацию. Результатом была дезинформация.

При любых обстоятельствах журналист должен проверять информацию. Копирование, выводы на основе слухов – это враги объективности и

достоверности. Представьте, что вам на руки попадает видеозапись с падением пассажирского самолета. Сенсационная тема. Может, после выпуска этой новости в эфир ваш рейтинг повысится. Но а что, если запись фальшивая? Вы останетесь в затруднительном положении. Так что же делать в такой ситуации? Во-первых, узнайте, был ли в тот момент в воздухе авиалайнер той модели. В интернете достаточно сервисов, где можно отслеживать авиарейсы. Кроме того, нужно получить официальную информацию у уполномоченных организаций. Да, ответ может заставить себя ждать, но официальным источникам люди всегда верят. В то же время поищите в социальных сетях очевидцев авиакатастрофы. Тщательно нужно изучить видеозапись или фотоснимок, важно определить место крушения самолета. С дезинформацией может бороться и сама аудитория. Например, я советую брать информацию не с одного, а нескольких источников, желательно, чтобы источники были на разных языках. Сравнивая цифры и факты, очень легко распознать фейк. Не забывайте, что в любом журналистском материале должна быть конкретная позиция.

Анджей Краевский (Польша), публицист, политолог, медиатренер:

Опыт: недавно наряду с 308 странами мы, поляки, получили право въезжать в США без визы. И примерно через день главная государственная телевизионная станция Польши вышла в эфир с репортажем “Первый польский турист отправился в Лос-Анджелес без визы”.

В эпизоде рассказывается, как этот молодой турист разговаривает с телеканалами, встречается с известным польским баскетболистом и так далее. Вы знаете, кто этот молодой человек? Журналист этого телеканала. То есть выясняется, что этот сюжет постановочный.

Кроме того, тот же молодой человек дал интервью в качестве бельгийского журналиста во время конкурса Евровидение в мае 2019 года. Это означает, что телевизионные журналисты часто играют роли для сюжета, когда это необходимо. Чуткой аудитории нетрудно заметить это. В результате СМИ подрывает свой авторитет.

Как видите, дело в том, что это не только в интернете, но и в традиционных государственных СМИ.

Интернет настолько упростил журналистику как сферу, что любой, кто этого хочет, теперь может “рваться” в журналистику.

Фейковые новости выросли в интернете в основном из-за непрофессиональных журналистских материалов непрофессиональных журналистов. Если фейки созданы для юмора, то ладно, но дезинформацию в социальной и политической сфере трудно назвать безобидной. Нужно бороться именно с дезинформацией, а не с различными видами фейка.

Рекомендация: Обычно надежность сообщения определяется его источником. Приведенный выше пример показывает, что сегодня авторитетные официальные источники также следят за аудиторией и рейтингами, тем самым допускают фейки. Фейк-ньюс – еще одна социальная болезнь. Какие заболевания не перенесло общество до этой поры? Со временем и это пройдет.

Задания для практического занятия

1. Проанализируйте мнения экспертов. Обоснуйте, какое из них можно применять на практике.

Контрольные вопросы по главе

1. Что вы понимаете под информационным апокалипсисом?
2. Может ли быть общество без фейковых новостей?
3. Что будет, если не предотвратить фейки?
4. Какие платформы факт-чекинга вы знаете?
5. Что вы можете добавить к мнениям специалистов?

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Journalism, fake news & disinformation: handbook for journalism education and training. ЮНЕСКО. 2018.
2. Ильченко С.Н. Фейковая журналистика как элемент современной шоу-цивилизации. – Известия Уральского федерального университета. Сер.1.Проблемы образования, науки и культуры. Т. 153. 2016.
3. Иссерс О.С. Медиафейки: между правдой и мистификацией. Коммуникативные исследования. –М. 2014.
4. Макурин А.И., Возмищева М.А. Некоторые итоги деятельности Б. Обамы. – Гуманитарные научные исследования. № 11. Доступ: http://human.snauka.ru/2016/11/17653 (проверено 30.03.2019).
5. J. Soll, “The Long and Brutal History of Fake News,” POLITICO Magazine, 18-Dec-2016. [Online]. Available: http://politi.co/2FaV5W9. [Accessed: 02-Aug-2018].
6. Суходолов А.П. Феномен “фейковых новостей” в современном медиапространстве. – Евроазиатское сотрудничество: гуманитарные аспекты: материалы международной научно-практической конференции. -Иркутск: Изд-во.Байкальского государственного университета. 2017.
7. Корецкая О.В. Фейковые новости как объект изучения медиалингвистики (на материале англоязычных СМИ). -М. 2017.
8. Красовская Н.Р., Гуляев А. А., Юлина Г. Н. Фейковые новости как феномен современности// Власть. 2019.№4.
9. Комиссаров М. А. “Проблема распространения недостоверной информации в СМИ и социальных медиа” // Тезисы к выступлению на 20-й Центрально-Азиатской Конференции СМИ “Будущее журналистики”. https://www.osce.org›representative-on-reedom-of-media
10. Суходолов А.П. Феномен “фейковых новостей” в современном медиа пространстве// Евроазиатское сотрудничество: гуманитарные аспекты: материалы международной научно-практической конференции. -Иркутск: Изд-во Байкальского государственного университета, 2017.
11. Тертычный, А. А. Жанры периодической печати. уч.пос. – М., 2002.
12. Тоффлер Э. Третья волна. - Москва: АСТ, 2004.

13. Фатеева И.А. Социальные сети в аспекте медиабезопасности // сб. тезисов и статей Всероссийской научно-практической конференции (с международным участием) “Медиаобразование”. - М., 2014.
14. Bakshy E., Messing S., Adamic L. A. Exposure to Ideologically Diverse News and Opinion on Facebook // Science. 2015. Vol. 348. № 6239.
15. Gentzkow M., Alcott H. Social Media and Fake News in the 2016. Election // Journal of Economic Perspectives. 2017. Vol. 31. № 2 - Spring 2017
16. Kiernan R. With the rise of Fake News on Social Media, can Information Literacy impact how students evaluate information on their social media channels?
17. Master Thesis. Dublin Business School: [Электронный ресурс]. Режимдоступа:https://esource.dbs.ie/bitstream/handle/10788/3319/msc_kiernan_r_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y
18. Veerle G. Fake News in the Online World: An Experimental Study– Bachelor Thesis – Tilburg University: [Электронный ресурс].Режим доступа: http://arno.uvt.nl/show.cgi?fid=143285
19. Cabreza, Vincent. “Fake news also hounded 1896 Philippine revolution”. newsinfo.inquirer.net. Retrieved June 5, 2017.
20. Telecommunications Act (Cap. 323), retrieved from [1]on June 20, 2017.
21. Javier, Kristian. “Pangilinan Wants Facebook Penalized over Fake News”. philstar.com. Retrieved June 2, 2017.
22. Doshi, Vidhi (October 1, 2017). “India’s millions of new Internet users are falling for fake news – sometimes with deadly consequences”. Washington Post. Retrieved December 30,2017.

Интернет источники:

1. “Военные против фейков: Пентагон разрабатывает алгоритм для вычисления фальшивого контента”.
2. https://www.youtube.com/watch?v=RuTRxkyWdc0 Мурожаат: 14.12.2019
3. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.dropbox.com
4. https://www.popmech.ru/technologies/news-520744-adobe-raz-i-navsegda-unichtozhit-feyk-nyus-i-plagiat/ Мурожаат: 19.11.2019
5. https://news.rambler.ru/other/41616357-mezhdunarodnyy-opyt-borby-s-feykami-na-kogo-ravnyaetsya-rossiya/?updated

6. http://portal-kultura.ru/articles/best/235734-sad-raskhodyashchikhsya-feykov/
7. https://habr.com/ru/post/403005/ 29.11.2019
8. https://hackastory.com
9. https://adespresso.com/blog/instagram-statistics/
10. https://www.newswhip.com/2017/06/top-media-publishers-oninstagram/
11. https://www.stopfake.org

ОБ АВТОРАХ

Муратова Нозима Фахритдиновна

Проректор по науке и инновациям в Университете журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана.

Доцент, кандидат филологических наук, магистр международной журналистики. Проводит исследования в сферах медиаобразования, мультимедийности в онлайн-журналистике, искусственного интеллекта в медиа.

Директор Школы медиаменеджмента, организованной немецкой DW Academy совместно с Университетом.

Является сертифицированным тренером по журналистике немецкой международной организации InWent (GIZ), является "Лучшим IT-преподавателем в журналистике".

Автор учебных и методических пособий по онлайн-журналистике, СМИ и информационной грамотности, проектному обучению в журналистике.

Автор и ведущий программы "Digital Evolution" на телеканале UzReportTV (2018), редактор интернет-агентства "Region Inform" (2009–2010), медиаконсультант интернет-издания ictnews.uz (2011), руководитель интернет-проекта Tenderweek.com. Эксперт таких международных организаций, как ОБСЕ, ЮНЕСКО, GIZ, АБР, ПРООН, TACIS.

Тошпулатова Назира Курбановна

Заведующий кафедрой теории и практики медиа в Университете журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана, кандидат филологических наук.

Окончила факультет журналистики Национального университета Узбекистана (ТашГУ). Автор учебных пособий "Правовые основы журналистики" (2012), "Психология журналистики" (2013), "Правовые основы освещения темы детей в СМИ" (2014, в сооавторстве), "Аналитическая журналистика" (2019), учебника "Пра-

вовые основы журналистики” (2019, в сооавторстве). Обладатель ордена “Дўстлик”.

Алимова Гулноза Бахшуллоевна

Старший преподаватель кафедры цифровых медиа и интернет-журналистики в Университете журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана, в 2008 году окончила бакалавриат факультета международной журналистики УзГУМЯ, в 2010 – магистратуру факультета журналистики Национального университета Узбекистана. В 2018 году получила степень доктора философии (PhD) по направлению интернет-журналистика. Имеет практический опыт работы во всех видах СМИ.

ДЛЯ ЗАМЕТОК

ДЛЯ ЗАМЕТОК

ДЛЯ ЗАМЕТОК

ДЛЯ ЗАМЕТОК

Н.Ф.Муратова, Н.К.Тошпулатова, Г.Б.Алимова

FAKE NEWS: ДЕЗИНФОРМАЦИЯ В МЕДИА

Пособие для студентов направлений журналистики и массовых коммуникаций

Ташкент – “Инновацион ривожланиш нашриёт-матбаа уйи” – 2020.

Редактор: Ш.Кушербаева
Тех. редактор: А.Мойдинов
Корректор: Ш.Миркасимова
Компьютерная вёрстка: Ж.Абдужалилов

Изд.лиц. AI № 009, 20.07.2018.
Разрешено в печать 28.02.2020 Формат 60x84 1/8.
Гарнитура “Times New Roman” Офсетная печать.
Услов. п. л. 13,5. Изд. п.л. 13,0.
Тираж 500. Заказ №12.

Отпечатано в типографии Г.У.П “Инновацион ривожланиш нашриёт матбаа уйи”.
100066, г. Ташкент, ул. Алмазар, 171.