Фейковая информация в сети Интернет

(памятка для педагогических работников)

Авторы – составители: **Тайгин Олег Валерьевич**, декан факультета воспитания и психологического сопровождения ОГБОУ ДПО «КОИРО»

Адоевцева Ирина Викторовна, доцент кафедры воспитания и психологического сопровождения ОГБОУ ДПО «КОИРО»

Памятка для педагогических работников **«Фейковая информация в сети Интернет»** подготовлена с использованием материалов учебно-методического пособия «Мы в ответе за цифровой мир: Профилактика деструктивного поведения подростков и молодежи в Интернете» и информации Фонда защиты национальных ценностей.

Материалы памятки направлены на повышение компетентности специалистов (заместители директора по воспитательной работе, педагоги – психологи, социальные педагоги, классные руководители и кураторы учебных групп) образовательных организаций, а также – специалистов социозащитных учреждений по вопросам обучения основам безопасного поведения в сети Интернет детей, подростков и учащейся молодежи в контексте использования доступной информации.

Что такое фейк?

Фейк (фэйк, от англ. fake – подделка) – в широком смысле любая подделка, которая пытается выдать себя за оригинал. Когда мы говорим об информации, то фейком является вымысел, который основан на недостоверных фактах или создан без опоры на факты.

Фейковая информация может серьезно дезориентировать особенно молодых людей, так как они в полной мере не обладают опытом различения достоверной и недостоверной информации. Если это безобидная шуточная информация, то возможно нет ничего страшного, что ей сначала поверили, а потом разобрались. Но это может быть негативная и недостоверная информация о каком-нибудь человеке, что может привести к деструктивным действиям по отношению к нему и в Интернете, и в реальной жизни.

Фейки в Интернете могут быть совершенно разными. Можно привести следующие примеры:

- фейковые новости (чаще всего они создаются намеренно, чтобы ввести читателей в заблуждение, и какой-либо «сенсацией» заполучить их внимание и просмотры на своём портале; это давно известный жанр «газетной утки», который стал крайне распространенным с появлением онлайн-медиа);
- мнения пользователей сети в форме постов и комментариев, которые разносятся по Интернету как достоверный факт;
- информация, которая была отредактирована, «порезана», «выцеплена из контекста» и затем стала преподноситься как достоверный факт.

Это далеко не полный перечень, а лишь некоторые возможные варианты фейковой информации. Чаще всего информация может много раз переходить от одного источника к другому, редактироваться, обрастать чужими мнениями и затем снова воспроизводиться в СМИ. Иногда фейки настолько достоверно выглядят, что моментально разносятся по сети.

Как фейки появляются в Интернете? Фейки могут быть созданы в соответствии с разными целями:

- с целью привлечения внимания и просмотров (например, всем знакомые баннеры с громкими заголовками «Найден секрет вечной молодости!» или «Она рассказала всю правду о своей жизни!» и т.п.);

- для манипуляций мнениями (например, политические игры);

- без цели, а по случайности, из-за собственной некомпетентности по данному вопросу, нехватки точных фактор и сведений;

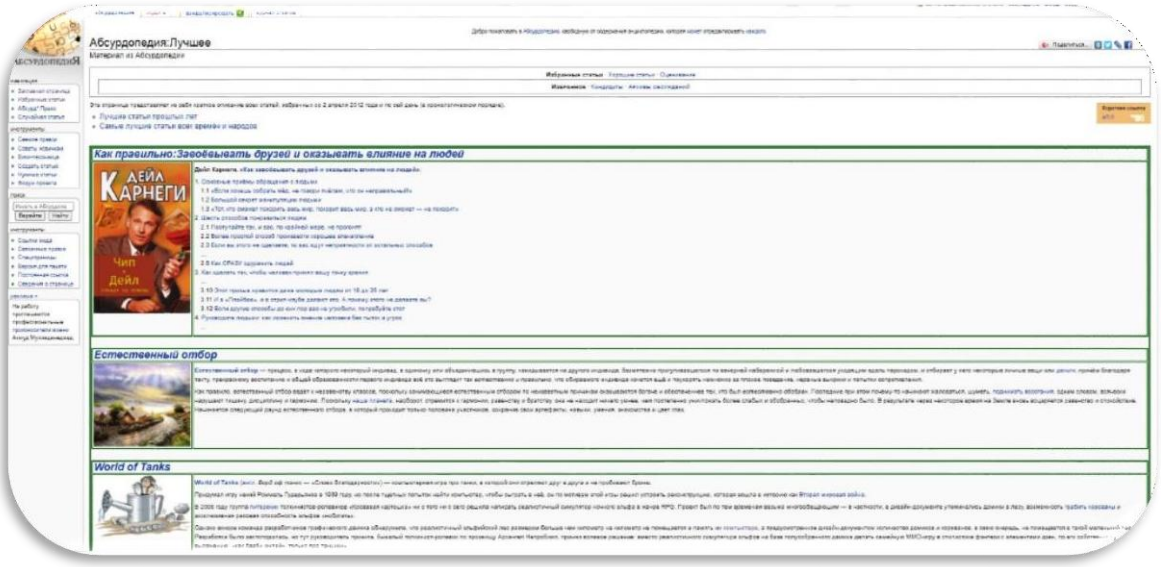
- с целью развлечения и ради шутки.

Стоит подчеркнуть, что даже простая шутка или информация, созданная без цели, может принести вред и быть опасной при стечении обстоятельств.

Многие ресурсы специализируются на создании именно такого контента: фейкового и развлекательного, без строчки правды.

Они не скрывают своей цели и того, что всё на сайте – вымысел. Приведем несколько примеров. В Рунете давно известен сайт «Абсурдопедия», созданный как энциклопедия по примеру «Википедии». Лозунг сайта: «Факты – ничто, фарс – все».

На сайте можно ознакомиться с теоремой о неравенстве полов, узнать, как клонировать динозавра и т.п.



В Интернете есть немало псевдоновостных агенств, например, FogNews.ru или TheOnion.com, которые специализируются на создании фейковых новостей.

Они полностью «мимикрируют» под официальные СМИ, используя ссылки на источники, структуру новостной заметки и т.д. В результате сайты выглядят как реальные новостные порталы, которым сложно не поверить. Хоть сайты и являются просто юмором, не каждый читатель сразу отличает чушь от правды.

Почему любая новость в Интернете постепенно становится фейком? Интернет дает безграничные возможности доступа к абсолютно любой информации, но мы не всегда задумываемся о качестве этой информации. Свобода информации подразумевает не только возможности, но и ответственность. Тем не менее быстро и легко распространяется не только достоверная, но и ложная информация.

Попадая в Интернет, любая информация проходит через публикации в СМИ, личные страницы пользователей, различные мнения, многократно переписываясь и искажаясь, иногда вплоть до полной неузнаваемости и уже, не имея ничего общего с оригиналом. При этом всё, что попадает в Интернет, навсегда в нем остается, не имея фактической возможности исчезнуть или быть полностью опровергнутым.

Каждый в Интернете имеет право голоса, поэтому мнения профессионалов смешиваются с бытовыми точками зрения, научная информация вытесняется псевдонаучными текстами, а от исходного факта не остается и следа.

Юмористическая схема
превращения научной новости в фейк
(URL: https://www.phdcomics.com)

Почему фальшивку так сложно опровергнуть? Политологи Брендан Найхен и Джейсон Рейфлер в 2010 году провели исследование на примере внесения правок в публикации, которые содержали ошибочную информацию.

Они провели четыре эксперимента, их участники читали фейковые новостные статьи. Часть статей содержала только фейковую информацию, вторая часть содержала и фейковую информацию и подробное описание того, что информация некорректная и почему.

Оказалось, что исправления и уточнения нередко приводят к обратному эффекту. Недостоверная информация распространяется еще стремительнее, а вред от нее многократно возрастает. Психологические механизмы восприятия информации и идеологические установки людей, которые позволили им поверить в исходные выводы и суждения оказываются настолько сильны, что не позволяют принять недостоверность информации. В итоге люди начинают верить в фальшивку еще сильнее.

Социальный психолог Леон Фестингер описывал один из таких механизмов еще в 50-х годах прошлого века, назвав феномен, лежащий в его основе, «когнитивным диссонансом». Диссонанс как дискомфортное состояние возникает, когда разные знания или установки противоречат друг другу или новой информации. Человек стремится сгладить возникшее противоречие, либо пересматривая исходное убеждение, либо начиная искать новую подкрепляющую информацию, которая бы поддержала исходное убеждение. Чаще всего стремление разрешить диссонанс сопровождается не поиском истины, а попыткой подтвердить свои убеждения любыми возможными способами. В такой ситуации в ход могут пойти любые аргументы: от подтасовывания фактов до глобальных теорий заговора.

В 2012 году профессор Йельского университета Дэн Кахан и его коллеги в своей статье описывали данный феномен на примере сторонников партий республиканцев и демократов в США и их веры в глобальное изменение климата – проблеме, которая в настоящее время стала еще актуальнее.

Оказалось, что вера или ее отсутствие в проблему «изменения климата» не зависела от уровня образованности людей, поскольку большее значение имела партийная принадлежность и политические установки. Чем образованнее был человек, тем более достоверно, аналитично и со ссылками на факты и исследования он убеждал себя в существование или отсутствие проблемы.

Что такое постправда и как она связан с Интернет-фейками? Феномен постправды считают одним из следствий значительно увеличивающегося потока информации, возникшего в результате стремительного развития Интернета, информационной ла- вины Интернета и значимой современной проблемой, хотя некоторые философы полагают, что мы всегда жили именно в таком мире до появления конкретного слова, его определяющего.

«Постправда» (англ. post-truth) – ситуация, при которой для формирования персонального и общественного мнения важнее становятся личные убеждения и эмоции, субъективные интерпретации, а не объективные факты. В мире постправды сам человек решает, что истинно, а что ложно для него.

Непрерывный поток фейковых новостей разной степени недобросовестности обрушивается на человека каждый день. Цифровая среда как непосредственная часть жизни стала в настоящий момент источником и отражением мира, чаще всего искажённым манипуляциями (от корпораций, которые желают продать товар, до политических сил, которым необходим голос на следующих выборах). В таком потоке проверять каждый источник просто невозможно, отгородиться от новостей также сложно, поэтому остаётся только эмоционально выбирать, что вымысел, а что истина.

Жан Бодрийяр в теории медиа описывал это понятием «симулякр» – как копию состояния социальной реальности в медиа, которая не имеет при этом оригинала.

В 2013 году в газете Washington Post была создана колонка «Что было фейком в Интернете на этой неделе?», которая смогла просуществовать только до 2015 года. В прощальном письме редактор описывала, как лавина фейковых новостей стала настолько огромной, что колонка потеряла свой смысл. Возможно, сейчас стоит открывать колонку «Что в Интернете на этой неделе было правдой?».

Как отличить фейк от реальности? Способов манипуляции информацией существует огромное количество, и благодаря современным технологиям непрерывно появляются новые. Любая информация требует дополнительной проверки, и основная сложность в том, что отличить фейк от реальности становится всё сложнее.

Одна из лучших стратегий в распознавании ложной информации – это знание, в каком виде и с помощью каких инструментов фейк можно создать. В проекте Гёте-Института и портала Colta.ru
«The Earth Is Flat – Как читать медиа?» приводятся следующие способы:

- Ссылка на неназванный «авторитетный» источник.
  Например, «Ученые утверждают…», «все давно знают, что…». Ссылки в новостях на исследования «британских учёных» даже стало своего роде мемом в сети, высмеивающим ссылку на неизвестный источник, который скорее всего отсутствует.
- Ссылка на названный «авторитетный» источник, авторитетность которого сомнительна.

Например, в виде таких авторитетов могут выступать популярные личности (мнение которых может быть оплаченной рекламой), ученые, работающие на определенные корпорации и ангажированные на определенные выводы из-за своей работы и т.д. В таком случае за факт выдается мнение.

- Пословицы, афоризмы и крылатые фразы.

Подобные фразы звучат как аргумент, будто они содержат в себе общественно признанную истину. Всегда следует помнить, что почти к каждой пословице есть другая, полностью противоположная ей по смыслу. «Вода камень точит» или всё же «Под лежачий камень вода не течет»?

- Теории заговора: на них очень легко ссылаться в качестве аргумента; их сложно проверить, зато любой факт можно описать как доказательство теории.
- Описание только одной точки зрения.

Альтернативные взгляды могут не только не описываться, но и не указываться их существование вообще. Одна точка зрения как бы заранее подразумевает, что она «истинная» и «правильная», что может быть совсем не так.

- Размытое описание и «хитрые» формулировки, которые по факту «ничего точно не сообщают».

Например, «лекарство может вам помочь», другими словами, лекарство совершенно не обязательно вам поможет.

- Сообщение только части правдивой информации и утаивание других существенных деталей.

Примером полуправды будут заголовки любых новостей на новостных порталах. Задача таких заголовков – заставить человека кликнуть на него и прочитать подробности в самом тексте новости, поэтому в заголовок выносится самое «горячее».

- Подмена фактов неоправданными выводами из них. Из одного факта делается вывод, который изначально в факте не был заложен.

Например, «Я люблю груши» может быть подменено «Он не любит яблоки».

- Подмена фактов эмоциями.

Для создания определенного мнения по отношению к группе людей / фактам / событиям/ вещам используют не аргументы, а эмоции, чаще всего страх и тревогу. В рекламе, наоборот, пытаются связать положительные эмоции с определенным брендом.

- Подмена фактов «ярлыками».

Ярлыки необоснованно приписывают какие-либо качества тому событию, человеку или группе, на которого они «навешиваются». Это могут быть как положительные, так и отрицательные качества.

- «Монтаж».

Для создания необходимой информации можно «нарезать» слова и кадры по необходимости, можно в принципе снять постановочные кадры с приглашёнными актерами. Сейчас с помощью нейросетей создаются уже довольно достоверно выглядящие съемки, которые сложно отличить от реальных кадров. Можно, например, вклеить нужное «лицо» к телу любого человека уже не только на фото, но и на видео.

- «Фейк».

В конце концов информацию можно просто придумать и выложить в Интернет. Кто-то обязательно поверит в нее даже без доказательств.

Описанные выше способы – лишь некоторые из возможных. Их огромное количество, и они многократно описаны в психологической литературе.

«Фейки в Интернете» создаются с помощью старых как мир «инструментов», а новые технические возможности чаще всего придают им выразительности и мобильности, а также обеспечивают огромную аудиторию людей, готовых поверить любой информации.

Как Интернет формирует наши мнения? Сейчас принято говорить о «пузыре фильтров» – это такой механизм, когда социальные сети и настроенные под персональные рекомендации новостные порталы создают для пользователя особый мир, в котором всё подтверждает уже существующую точку зрения человека.

Поскольку для сервисов выгоднее показывать те записи, которые гарантированно пользователям понравятся и вызовут отклик, лайк и не будут проигнорированы, фактически необходимости мыслить критично у человека в его уютном персональном электронном мирке может и не возникнуть.

В 2012 году Facebook проводил эксперимент на почти 700 тысячах своих пользователях, желая ответить на вопрос, заразны ли эмоции.

Эксперимент проводился без согласия пользователей. Ленты социальной сети участников эксперимента были отфильтрованы, одна часть видела только позитивные, а другая только негативные посты. В итоге выяснилось, что те, кто читал только негатив и сами стали писать негативные записи с вероятностью 99,3%.

Эксперимент вызвал огромную дискуссию о том, что социальные сети являются эффективным инструментом манипуляций поведением пользователей. Алгоритмы сами выбирают, что читать людям, а что нет, и большой вопрос, насколько это этично.

Результаты Интернет-исследований по оценке отношения к фейковой информации. В рамках исследования проекта «Мы в ответе за цифровой мир» (при поддержке Росмолодежи, 2019 г.) подросткам и молодежи предлагалось ответить на вопросы о фейковой информации в Интернете.

Ситуация: *«Денис увидел в Интернете информацию о решении министерства образования продлить летние каникулы на еще одну неделю.*

Он запостил это у себя на страничке. Однокурсники стали тоже распространять эту информацию.

В итоге 1 сентября часть учащихся не пришли в колледж, что вызвало возмущение у администрации и преподавателей.

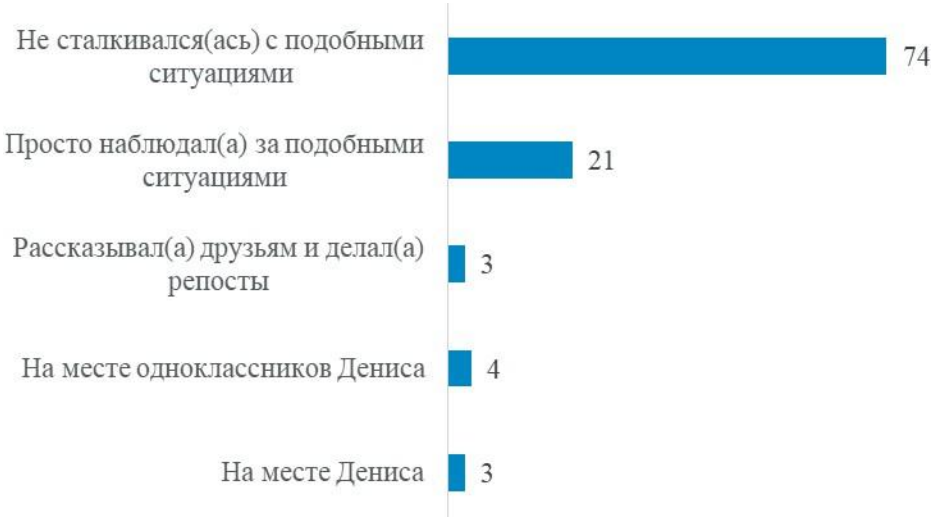
Оказалось, что пост про продление каникул оказался фейком».

По данным исследования большинство (74%) подростков и молодежи никогда не сталкивались с фейковой информацией, которая приводила к каким-либо неприятным последствиям для них.

С такими ситуациями сталкивалась четверть подростков и молодежи, и 21% наблюдали за ними со стороны.

На месте тех, кто пострадал от фейковой информации, оказывались от 3% до 4% респондентов.

Такой же процент респондентов были распространителями недостоверной информации в сети.



<u>Ситуация:</u> *«Сергей решил пошутить над учителем физкультуры и написал пост о том, что тот вел урок пьяным. Пост набрал много лайков среди учащихся, многие одноклассники Сергея оставляли комментарии, подтверждающие, что учитель вел себя неадекватно и от него пахло алкоголем. О ситуации узнали родители школьников и написали жалобу в комитет по образованию. Вскоре в школу приехала проверка и учителя уволили».*

Только каждый пятый (19%) сталкивался с ситуациями, когда фейковая информация в Интернете нанесла вред репутации.

Большинство из тех, кто столкнулся с таким, выступали наблюдателями (17%).

При этом девушки наблюдали подобное чаще юношей (19% против 13%).

В создании таких фейковых постов признался только 1%, при этом чаще такими «шутниками» оказываются юноши (2% против 0,4% девушек).

Сторонники создателя фейка, подтверждающие в комментариях правдивость информации, встречаются редко – 1%.

Распространителями фейков становятся чаще юноши – 3% рассказывает друзьям или делится репостами фейка, среди девушек таких только 1%.

Законодательное регулирование. В российском законодательстве с марта 2019 года существуют поправки в федеральном законе «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и в «Кодексе об административных правонарушениях» о блокировке распространений недостоверной информации в сети.

За распространение фейковой информации в Интернете и в средствах массовой информации предусмотрен штраф от 30 тысяч до 1,5 миллиона рублей в случае, если информация является общественно значимой, угрожает жизни или здоровью граждан, ведёт к массовым нарушениям общественного порядка или общественной безопасности. Порядок ограничения доступа к недостоверной информации описан в законе «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».

Ресурс, на котором размещена информация, блокируется до момента ее удаления.

Рекомендации. Какие основные рекомендации по распознаванию фейков и защиты от недостоверной информации дают сего- дня практики и ученые? Приведем основные из их большого количества.

1. **Сначала проверь, потом поверь.** Одна из главных причин веры в ложь, с которой мы сталкиваемся в Интернете – это недостаточная критичность по отношению к информации, «интеллектуальная лень» как нежелание информацию проверить. Люди действительно нечасто задумываются обо всей информации, которую они в течение дня поглощают, потому что это требовало бы слишком много когнитивных усилий. Исследования по когнитивной психологии доказывают, что основной способ снизить риск стать жертвой фейковых новостей или недостоверной информации – это привычка к рассудительности. Люди, которые более «аналитичны», т.е. меньше доверяют своему первому впечатлению и склонны проверять информацию, также менее суеверны, не верят в конспирологические теории и не подвержены влиянию громких суждений и эмоциональных высказываний. Поэтому основной метод «борьбы» с фейками – это развитие критического мышления, которое совершенно правомерно относят к числу самых необходимых навыков XXI века и навыков чело- века будущего.
2. **Как в Интернете отличить фейк от правды?** Также как существует ряд приемов, чтобы обмануть, также есть и приемы, чтобы распознать ложь. Перечислим четыре шага из классических журналистских приемов:

- правило трех (прежде чем принять за истину какую-либо информацию в Интернете, необходимо проверить ее еще, как минимум, в двух не зависимых друг от друга источниках);
- сопоставление полученной информации с уже известной по этой теме (в поисках какого-либо материала не стоит полагаться на первые попавшиеся источники);
- проверка достоверности полученной информации у авторитетных экспертов (если того требует необходимость, можно проверить информацию, проконсультировавшись с экспертами в данной области);
- запрос у источника информации дополнительных деталей, подтверждающих истинность основного сообщения (если на сайте нет контактов автора или же он вообще не указан, то, скорее всего, такая информация является перепечаткой, соответственно она могла утратить свою точность и истинный смысл).

Распространение фейковой информации привело к созданию и распространению ресурсов, задача которых разоблачать недостоверную информацию и помогать в поисках истины. Этот процесс в сети называют «фактчекинг» (от англ. fact checking – проверка фактов).

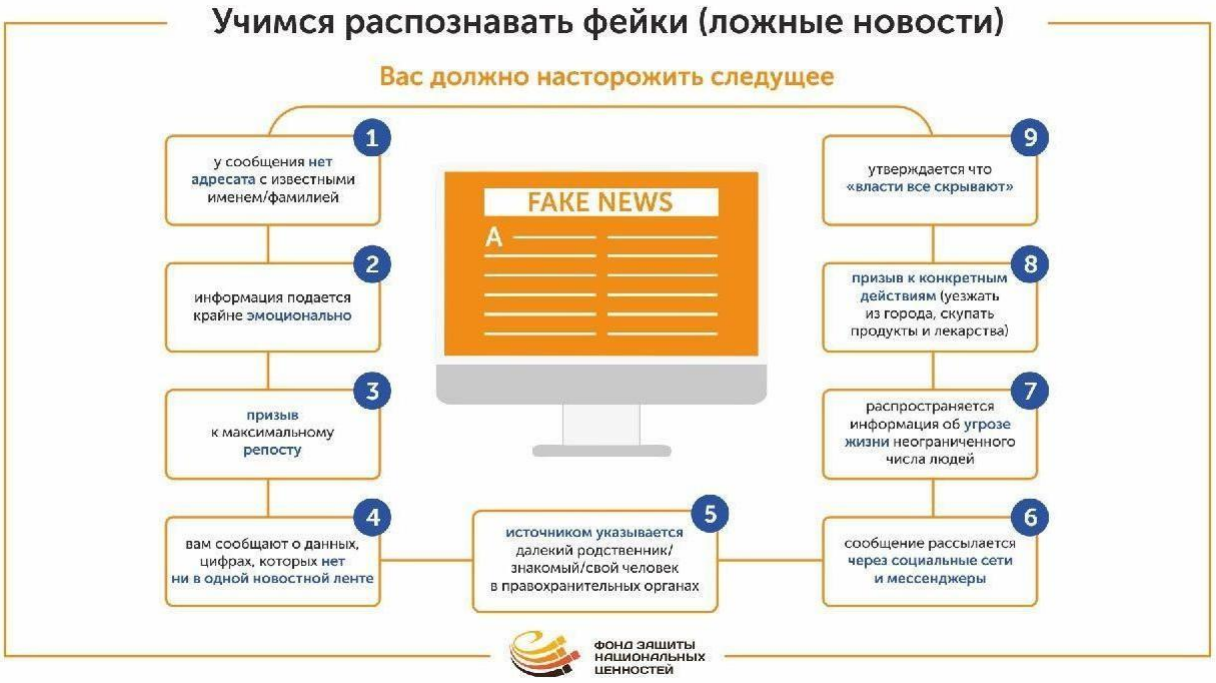
В рунете, например, существует сайт «Лапшеснималочная», на котором разбираются новости и проверяются факты участниками сообщества.

Англоязычная база знаний «Wolfram Alpha» является своего рода поисковиком конкретных достоверных ответов на заданные пользователями вопросы. В базе содержатся сведения из области разных наук, от физики до истории, а также информация об Интернете, знаменитостях, погоде и т.д.

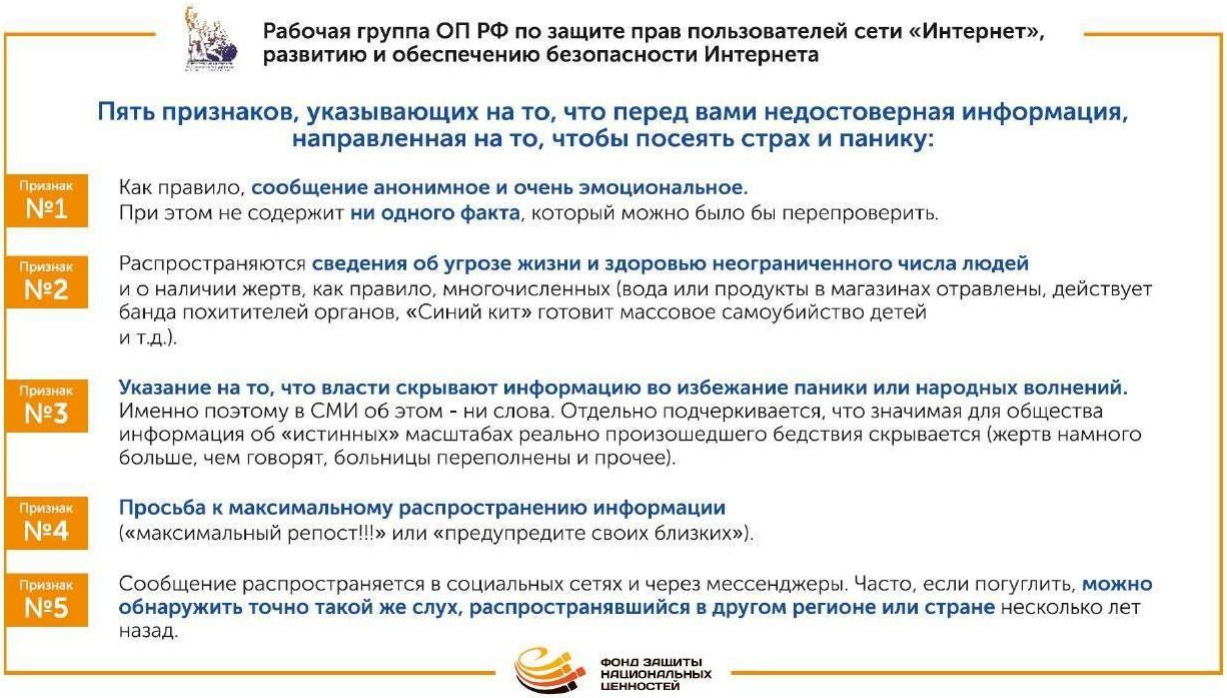
Интернет предоставляет возможности не только создавать фейки, но и проверять их. Например, такие эффективные инструменты как поиск по картинке даты и источника ее первой публикации, выяснение статуса документа, частоту использования ее другими источниками, возможности получения самых различных сведений об авторе – доступны только в сети. Критичность по отношению к информации и бдительность, а также здравый смысл могут помочь усомниться в достоверности, а Интернет предоставит множество возможностей эту информацию проверить.

П Р И Л О Ж Е Н И Я

Приложение 1



Приложение 2



Приложение 3

Как защититься от фейков

Для того, чтобы обезопасить себя от фейковых сообщений Фонд защиты национальных ценностей рекомендует пользователям Интернета:

1. Подписываться на новостные ленты разных СМИ, чтобы иметь возможность сверять информацию. Современные средства массовой информации реагируют на новости настолько оперативно, что все реальные события отражаются в их лентах почти одновременно (разница в несколько часов).

2. Ставить на самое последнее место в списке достоверных источников эмоциональные сообщения в родительских чатах.

3. Не плодить фейки, не рассылать непроверенные новости друзьям.

4. Проверять интересующие новости на официальных сайтах, которые контролируют или управляют в обсуждаемых сферах.

5. Обращать внимание на опровергающие сообщения в СМИ. Одним из методов борьбы с фейком является официальное опровержение уполномоченными органами.

6. Обдумывать свои действия перед тем, как последовать какому-либо призыву из прочитанного сообщения. Нужно создайте подстраховку собственной безопасности - проверять логикой необходимость действовать.