

УДК 32.019.52

**ФАЛЬШИВЫЕ НОВОСТИ: ГЛАВНАЯ ПРОБЛЕМА НОВЫХ МЕДИА****Н. А. КАРПОВ***(Представлено: канд. ист. наук, доц. А. Л. РАДЮК)*

*В статье рассматривается влияние фальшивых новостей на политические процессы на примере Соединенных Штатов Америки, в частности, электоральной кампании 2016 года. Анализируются попытки борьбы с распространением ложной информации крупными компаниями новых медиа Facebook и Google, влияние на доверие к новым медиа при предупреждении пользователя о недостоверности информации. Уделено внимание способам распознавания фальшивых новостей.*

«Новые медиа» - относительно новое понятие, которое кардинально отличается от классического представления о средствах массовой информации. Данное понятие является не только техническим, формальным определением и не ограничивается простой коммуникацией с использованием компьютера. Ключевыми являются параметры: новые медиа должны быть цифровыми, интерактивными, гипертекстовыми, виртуальными. Аудитории новых медиа в первую очередь уже не являются просто зрителями контента, а его активными пользователями. Так они могут вступать в дискуссию, а также вносить изменения в предполагаемый контент [1].

Фальшивые новости (фейк-ньюс) – это новости, которые намеренно искажаются для введения в заблуждения пользователя, с целью получения финансовой или политической выгоды. Часто авторы используют броские заголовки, искаженные факты или полностью сфабрикованные истории для увеличения читаемости и цитируемости. Прибылью при таких махинациях является доход от рекламы при большом количестве пользователей, посещающих сайт. Соответственно растет и интерес рекламодателей, готовых платить за размещение своей рекламы на интернет-ресурсе. Возможность оставаться анонимом при создании сайтов и размещении собственных публикаций затрудняет отслеживание таких источников и привлечение их к ответственности за дезинформацию или клевету [2].

Одним из самых показательных примеров использования фальшивых новостей в политических целях является информационная атака на кандидата в президенты демократической партии Хиллари Клинтон во время президентской гонки в США в 2016 году [3]. По данным опроса, проведенного в декабре 2016 года, «Research Center Pew», почти половина взрослых американцев полагается на Facebook, как на источник новостей. 64% взрослых американцев признали, что фальшивые новости вызывали «путаницу» в их представлении о текущих событиях, в то время как 24 % заявили, что они вызвали «некоторое замешательство», и 11 % утверждали, что такие сообщения «вызвали незначительное замешательство или не вызвали его вовсе». Кроме того, 23 % респондентов признались, что лично, сознательно или нет, участвовали в распространении ложных новостей [4]. Результаты опроса свидетельствуют, что большинство американцев активно или пассивно вовлечены в процесс распространения фальшивых новостей.

Согласно исследованию университета штата Огайо, опубликованному в марте 2018 года, предполагается, что около 4 % сторонников демократической партии приняли решение не голосовать за кандидата в президенты от демократической партии Х. Клинтон в 2016 из-за воздействия фальшивых новостей. Авторы исследования проанализировали три самые популярные фальшивые новости из кампании 2016 года и составили анкету из 281 вопроса, после чего опросили 585 сторонников Обамы (предыдущего президента от демократической партии). 23 % респондентов не стали голосовать за Клинтон либо выбрали другого кандидата (10% проголосовали за Трампа). В целом около четверти избирателей Обамы 2012 года поверили хотя бы одной из фальшивых историй. Из этой группы 45 % в итоге проголосовали за Клинтон. Из тех респондентов, кто не верил ни одной из подобных новостей, 89 % проголосовали за Клинтон [5]. Так же стоит отметить еще одно политологическое исследование, опубликованное в январе 2018 года, проведенное Эндрю Гессом под руководством Принстонского университета. В исследовании было отмечено, что примерный процент ложных новостей составлял 2.6 % от общего количества новостей. Нет ничего удивительного, что колеблющийся электорат демократической партии поверил в ложные новости. Поэтому исследователи сконцентрировали свое внимание на других возможных влияющих факторах, таких как пол, возраст, раса, образование, политические взгляды, используя множественный регрессионный анализ - метод измерения относительного влияния множества независимых переменных. По мнению исследователей, все эти факторы объяснили в совокупности 38% ухода избирателей Обамы от Клинтон, вера в фальшивые новости объясняет уход еще 11 %. Данные приведённые в данных исследова-

дованиях убедительно свидетельствуют о том, что воздействия фальшивых новостей оказало значительное влияние на решение о голосовании [6].

Увеличение количества фальшивых новостей на выборах 2016 года привлекло внимание со стороны правительства США. В попытке избежать возможных исков, крупные компании Facebook и Google, изменили правила в отношении новостного сегмента. Так в политику публикаций были добавлены новые требования, запрещающие издавать фальшивые новости, содержание которых является незаконным, вводящим в заблуждение. Следующим пунктом было снятие монетизации у подобного рода новостей. Социальные сети позволяют издателям с собственными сайтами показывать рекламу 4 миллионов рекламодателей Facebook. Еще одним шагом стала настройка алгоритмов на распознавание и ручную модерацию, которая была нацелена на удаление подозрительного контента или предупреждение пользователя о его недостоверности [7]. Google заявил, что уже работает над алгоритмами выдачи по поисковым запросам, а также по примеру Facebook обновил правила публикаций и запретил распространителям фальшивых новостей использовать свои инструменты для размещения рекламы [9].

Исследование, опубликованное в феврале 2020 года, под руководством доцента Мелани Фриз и ее коллег из Карлтон-колледжа, было направлено на изучения реакции человека на предупреждения о дезинформации. Научная работа дает понять, что предупреждения о дезинформации могут подорвать доверие к реальным новостям и воспрепятствовать их принятию. С точки зрения ученых необходимо уделять больше внимания эффекту искаженной правды и других непредвиденных негативных последствий общих предупреждений о дезинформации [10]. Таким образом, предупреждения о дезинформации имеют решающее значение в борьбе с ее негативными последствиями, важно осознавать множество возможных побочных эффектов общих предупреждений, которые могут непреднамеренно нанести ущерб реальным новостным учреждениям, поддерживающим важнейшие демократические процессы.

Распознать фальшивые новости можно по нескольким параметрам:

1. рассмотреть источник. Так на страницах в разделе «о нас» может находиться информация, что это «фантастический новостной сайт», также стоит обратить внимание на раздел «свяжитесь с нами», если там указан только электронный почтовый ящик, не стоит доверять данному ресурсу;

2. читать дальше заголовка. Если внимание было привлечено провокационным заголовком, нужно прочитать еще немного, прежде чем решить поделиться шокирующей информацией. Даже в достоверных новостях заголовки не всегда раскрывают всю историю;

3. проверить автора. Еще одним ярким признаком фальшивой истории часто является авторство. Стоит проверить информацию об авторе, так на его личной страничке может быть написано, что он получил несколько Пулитцеровских премий, хотя это на самом деле не так;

4. проверить дату. Некоторые ложные истории не являются полностью фальшивыми, это скорее искажения реальных событий. Эти лживые заявления могут взять законную новость и исказить то, что в ней говорится, или даже заявить что-то, что произошло давным-давно, связано с текущими событиями;

5. отсеять свои предрассудки. Предвзятость заставляет людей больше доверять информации, подтверждающей их убеждения, и сбрасывает со счетов информацию, которая этого не делает. Когда вы будете потрясены какой-нибудь публикацией в Facebook, касающейся политики, против которого вы выступаете, найдите время, чтобы проверить это [11].

Подводя итог, можно сказать, что фальшивые новости наносят вред как политическим деятелям, так и простым пользователям новых медиа, уменьшая доверие даже к проверенным источникам информации. И хотя еще предстоит провести новые исследования, уже можно заметить отрицательную динамику по доверию к новым медиа. Крупные компании активно ведут войну с неподтвержденной, искаженной и вводящей в заблуждение информацией, в попытке не потерять рекламодателей, которые озабочены своей репутацией, и избежать судебных разбирательств.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Интернет интерактивные электронные медиа: исследования – 2016. Часть 1 [Электронный доступ] – <https://nauchkor.ru/pubs/internet-i-interaktivnye-elektronnye-media-issledovaniya-2016-chast-i-58d000d05f1be774a684463d> – Дата доступа: 26.09.2020.
2. This article is more than 3 years old. What is fake news? How to spot it and what you can do to stop it [Электронный доступ] – <https://www.theguardian.com/media/2016/dec/18/what-is-fake-news-pizzagate> – Дата доступа: 26.09.2020.
3. Хиллари Клинтон: взлеты и падения [Электронный доступ] – <https://ru.euronews.com/2016/11/09/gates-of-history-close-on-hillary-clinton> – Дата доступа: 26.09.2020.
4. Many Americans Believe Fake News Is Sowing Confusion [Электронный доступ] – <https://www.journalism.org/2016/12/15/many-americans-believe-fake-news-is-sowing-confusion/> – Дата доступа: 26.09.2020.

5. Fake News May Have Contributed to Trump's 2016 [Электронный доступ] – <https://www.documentcloud.org/documents/4429952-Fake-News-May-Have-Contributed-to-Trump-s-2016.html> – Дата доступа: 26.09.2020.
6. Exposure to untrustworthy websites in the 2016 U.S. election [Электронный доступ] – <http://www.dartmouth.edu/~nyhan/fake-news-2016.pdf> – Дата доступа: 26.09.2020.
7. Facebook is banning fake news publishers from its ad network [Электронный доступ] – [https://qz.com/837474/facebook-fb-is-banning-fake-news-publishers-from-its-ad-network/?utm\\_source=Quartz+Morning+Brief&utm\\_campaign=a2f9f2d13b-EMAIL\\_CAMPAIGN\\_2016\\_11\\_15&utm\\_medium=email&utm\\_term=0\\_1ff2527dbb-a2f9f2d13b-55785589](https://qz.com/837474/facebook-fb-is-banning-fake-news-publishers-from-its-ad-network/?utm_source=Quartz+Morning+Brief&utm_campaign=a2f9f2d13b-EMAIL_CAMPAIGN_2016_11_15&utm_medium=email&utm_term=0_1ff2527dbb-a2f9f2d13b-55785589) – Дата доступа: 26.09.2020.
8. Политика Audience Network Facebook [Электронный доступ] – <https://developers.facebook.com/docs/audience-network/policy> – Дата доступа: 26.09.2020
9. Google and Facebook Take Aim at Fake News Sites [Электронный доступ] – <https://www.nytimes.com/2016/11/15/technology/google-will-ban-websites-that-host-fake-news-from-using-its-ad-service.html> – Дата доступа: 26.09.2020.
10. Fake Claims of Fake News: Political Misinformation, Warnings, and the Tainted Truth Effect [Электронный доступ] – <https://link.springer.com/article/10.1007/s11109-020-09597-3> – Дата доступа: 26.09.2020.
11. How to Spot Fake News [Электронный доступ] – <https://www.factcheck.org/2016/11/how-to-spot-fake-news/> – Дата доступа: 26.09.2020.