

Тбилисский Государственный Университет имени Иване Джавахишвили



Программа: Журналистика и массовая коммуникация (с русскими компонентами)

Направление: Журналистика и массовая коммуникация

Факультет: Социальных и политических наук

Квалификационный проект на соискание академической степени бакалавра социальных наук

Распространение фейковых новостей в социальных сетях  
и информационная война с дезинформацией

Выполнил студент IV курса

Игорь Саввин

Руководитель проекта: Маисашвили Хатуна,

Академический доктор по массовым коммуникациям, Ассоциированный профессор

Тбилисского Государственного Университета им. Иване Джавахишвили

Тбилиси

## Содержание

<u>Аннотации</u> .....	3
<u>Введение</u> .....	4
<u>Глава 1. Фейковые новости и их распространение в социальных сетях</u> .....	6
<u>Понятие фейковых новостей и дезинформации</u> .....	6
<u>1.2 Механизмы распространения фейковых новостей в социальных сетях</u> .....	7
<u>1.3 Роль социальных сетей в информационной войне и дезинформации</u> .....	10
<u>1.4 Анализ примеров фейковой журналистики</u> .....	
<u>Глава 2. Анализ влияния фейковых новостей на общественное мнение и политический процесс</u> .....	12
<u>2.1 Методы исследования влияния фейковых новостей на общественное мнение</u> .....	12
<u>2.2 Влияние фейковых новостей на политические предпочтения и выборы</u> .....	18
<u>2.3 Стратегии манипулирования общественным мнением с использованием фейковых новостей</u> .....	21
<u>Глава 3: Стратегии борьбы с дезинформацией и повышение медиаграмотности населения</u> .....	28.
<u>3.1. Меры противодействия фейковым новостям со стороны государства и общественных организаций</u> .....	
<u>3.2. Роль медиаобразования в повышении медиаграмотности населения</u> .....	31
<u>Заключение</u> .....	34
<u>Список использованной литературы</u> .....	36

## Аннотация

Дипломная работа на тему "Распространение фейковых новостей в социальных сетях и информационная война с дезинформацией" исследует актуальную проблему дезинформации и фейковых новостей в современных социальных сетях. Эта проблема стала особенно значимой в связи с мгновенным распространением информации в цифровую эпоху и использованием социальных сетей как инструмента манипуляции общественным мнением и политическим процессом.

Цель данной работы состоит в анализе механизмов распространения фейковых новостей в социальных сетях и выявлении их влияния на общественное мнение и политические процессы. Для достижения этой цели были сформулированы следующие задачи:

В рамках исследования были применены различные методы, включая анализ научной литературы, анализ содержания, опросы и качественные методы. Результаты исследования показали, что фейковые новости и дезинформация активно распространяются в социальных сетях и оказывают существенное влияние на общественное мнение и политические процессы.

Основной вклад данной работы заключается в выявлении механизмов распространения фейковых новостей в социальных сетях и разработке стратегий противодействия дезинформации. Результаты исследования могут быть полезны для государственных органов, общественных организаций и СМИ, сталкивающихся с проблемой фейковых новостей, а также для разработки программ по повышению медиаграмотности населения и восстановлению доверия к надежным информационным источникам.

# Введение

## Актуальность исследования

Современное общество сталкивается с растущей проблемой фейковых новостей и дезинформации, особенно в социальных сетях, где информация распространяется быстро и без фильтров. Это влечет за собой серьезные последствия для общественного мнения, политических процессов и демократических ценностей. В связи с этим исследование механизмов распространения фейковых новостей и разработка эффективных стратегий борьбы с дезинформацией является актуальной и значимой задачей.

## Объект и предмет исследования

Объектом исследования являются фейковые новости и дезинформация в социальных сетях. Предметом исследования выступают механизмы распространения фейковых новостей, их влияние на общественное мнение и политические процессы, а также стратегии борьбы с дезинформацией и повышение медиаграмотности населения.

## Цель и задачи исследования

Целью данной работы является анализ механизмов распространения фейковых новостей в социальных сетях и выявление их влияния на общественное мнение и политические процессы. Для достижения этой цели были сформулированы следующие задачи:

определить понятие и виды фейковых новостей.

исследовать механизмы распространения фейковых новостей в социальных сетях.

проанализировать влияние фейковых новостей на общественное мнение и политические процессы.

разработать стратегии борьбы с дезинформацией и повышения медиаграмотности населения.

#### 4. Теоретическая база исследования

Теоретическая база исследования включает в себя научные работы отечественных и зарубежных авторов, посвященные теме фейковых новостей, дезинформации, механизмам распространения и воздействия на общественное мнение, а также методам борьбы с дезинформацией и медиаобразованию. В работе также используются источники из международных организаций, занимающихся исследованием проблемы фейковых новостей и дезинформации.

#### 5. Методы исследования

В рамках исследования были применены разнообразные методы, а именно:

- анализ научной литературы для определения понятий и видов фейковых новостей;
- анализ содержания для изучения механизмов распространения фейковых новостей в социальных сетях;
- опросы и качественные методы (интервью, фокус-группы) для анализа влияния фейковых новостей на общественное мнение и политические процессы;
- сравнительный анализ и обобщение практик борьбы с дезинформацией и повышения медиаграмотности населения.

В заключении подводятся итоги исследования, даются рекомендации по борьбе с дезинформацией и фейковыми новостями, а также определяются возможные направления для дальнейших исследований.

## Глава 1. Фейковые новости и их распространение в социальных сетях

### Понятие фейковых новостей и дезинформации

В этой подглаве мы рассмотрим понятие фейковых новостей и дезинформации, включая их определение, особенности и механизмы распространения.

пределение фейковых новостей:

Фейковые новости представляют собой ложную или искаженную информацию, представленную в виде новостных материалов, которая имитирует настоящие новости, но не соответствует действительности. ○ Они могут быть созданы с целью обмана, манипуляции, воздействия на общественное мнение или достижения определенных политических или коммерческих целей.

особенности фейковых новостей:

Фейковые новости часто имеют высокую степень вирусности и распространяются быстро в социальных сетях и других онлайн-платформах. ○

Они могут содержать утверждения, фотографии или видео, которые выглядят правдоподобно, но на самом деле являются искаженными или поддельными. ○ Фейковые новости могут быть созданы с использованием технологий глубокого фейкового видео или текстовой генерации, что делает их более убедительными и труднодетектируемыми. ○

Алгоритмы социальных сетей могут способствовать формированию информационных пузырей, где пользователи видят только контент, соответствующий их предпочтениям и мнениям, что способствует усилению эффекта фейковых новостей. ○ Боты и автоматизированные аккаунты могут быть задействованы для массового распространения фейковых новостей и создания иллюзии широкой поддержки или обсуждения определенной темы.

В данной подглаве мы рассмотрели понятие фейковых новостей и дезинформации, их особенности и механизмы распространения. Понимание этих аспектов поможет нам лучше понять проблему фейковых новостей и разработать стратегии борьбы с ними.

## Механизмы распространения фейковых новостей в социальных сетях

Особенности распространения информации в социальных сетях

- Социальные сети являются мощным инструментом для распространения информации, что объясняется следующими факторами:

- Быстрота распространения информации: социальные сети позволяют пользователям быстро делиться информацией с широкой аудиторией.
- Виральность: контент, публикуемый в социальных сетях, может быстро стать популярным, если он вызывает сильную эмоциональную реакцию или интерес у пользователей.
- Эхокамеры: социальные сети формируют сообщества с похожими взглядами, внутри которых информация усиливается и распространяется среди "единомышленников", что может способствовать укреплению предубеждений и стереотипов.

#### Роль алгоритмов и фильтрации контента

Алгоритмы, используемые социальными сетями для ранжирования контента, часто ориентированы на максимизацию пользовательского вовлечения. Это может приводить к тому, что провокационный, скандальный или фейковый контент получает больше внимания и тем самым распространяется быстрее. Кроме того, алгоритмы могут усиливать эффект эхокамер, предлагая пользователям контент, который соответствует их взглядам и интересам.

#### Использование ботов и "троллей" для распространения фейковых новостей

Боты и "тролли" играют значительную роль в распространении фейковых новостей и дезинформации в социальных сетях. Боты – это автоматические программы, которые могут публиковать и распространять контент, имитируя действия реальных пользователей. "Тролли" – это пользователи, действующие с целью провоцировать и манипулировать общественным мнением, часто используя фейковые аккаунты и дезинформацию.

- Стратегии распространения фейковых новостей

- Основные стратегии распространения фейковых новостей в социальных сетях включают:
- Имитацию авторитетных источников: создание фейковых аккаунтов, имитирующих настоящие СМИ или известных личностей, чтобы придать больше веса фейковому контенту.
- Эмоциональный манипуляции: использование ярких, провокационных или тревожных заголовков и изображений, чтобы привлечь внимание пользователей и спровоцировать их на распространение контента.
- Подделка доказательств: использование фотшопа, монтажа видео или искажения фактов для создания ложных новостей, которые выглядят достоверными.
- Эксплуатация подразделений и противоречий: использование фейковых новостей для усиления социальных, политических или идеологических разногласий, что может способствовать их распространению среди определенных групп населения.
- Проблемы выявления и контроля фейковых новостей в социальных сетях
- Выявление и контроль фейковых новостей в социальных сетях является сложной задачей по следующим причинам:
- Большой объем контента: социальные сети генерируют огромное количество информации, что делает сложным и трудоемким процесс выявления и контроля фейковых новостей.
- Определение истины: определить, является ли информация фейковой или истинной, может быть сложно из-за наличия разных точек зрения, интерпретаций и неоднозначности фактов.
- Проблемы с цензурой: ограничение распространения фейковых новостей может вызвать опасения о свободе слова и возможной цензуре, особенно если это затрагивает законодательные регулирования.
- Меры противодействия распространению фейковых новостей
- Для борьбы с распространением фейковых новостей в социальных сетях могут быть предприняты следующие меры:



- Улучшение алгоритмов: разработка алгоритмов, которые могут эффективно выявлять и ограничивать распространение фейковых новостей, учитывая при этом свободу слова и разнообразие мнений.
- Образовательные программы: привлечение внимания к проблеме фейковых новостей и обучение пользователей критическому мышлению и медиаграмотности, чтобы они могли лучше различать фейковые и достоверные источники информации.
- Сотрудничество с экспертами и независимыми организациями: вовлечение экспертов и фактчекеров для проверки подозрительного контента и создания авторитетных источников информации.
- Прозрачность и ответственность: внедрение механизмов, позволяющих пользователям узнавать о происхождении информации, а также требующих от платформ предоставления информации о своих алгоритмах и политиках в отношении контента.
- В целом, борьба с распространением фейковых новостей в социальных сетях является сложной и многогранной задачей, требующей скоординированных усилий со стороны государства, частного сектора, образовательных учреждений и пользователей.

### 1.3 Роль социальных сетей в информационной войне и дезинформации

информационная война и дезинформация: определения

Информационная война описывает ситуацию, когда государства, организации или индивидуумы используют информацию как оружие для достижения своих политических, экономических или идеологических целей. В рамках информационной войны, дезинформация является одним из ключевых инструментов: это преднамеренное и систематическое распространение ложной или искаженной информации с целью вводить в заблуждение, манипулировать общественным мнением или дискредитировать противника.

социальные сети как платформы для информационной войны

Социальные сети играют ключевую роль в информационной войне и дезинформации из-за своей широкой доступности, возможности быстрого распространения информации и присутствия большого числа пользователей. Эти платформы могут быть использованы для следующих целей:

- Распространение фейковых новостей и дезинформации: создание и распространение фальшивых историй, которые могут влиять на общественное мнение, манипулировать выборами или создавать социальные напряжения.
- Пропаганда и агитация: использование социальных сетей для продвижения определенной политической, идеологической или религиозной агенды.
- Психологическая война: усиление страхов, ненависти и разделения между разными группами населения, а также подрыв доверия к демократическим институтам и процессам.
- Кибератаки и саботаж: использование социальных сетей для проведения кибератак на критическую инфраструктуру или для распространения вредоносного ПО.

Влияние дезинформации и информационной войны на общество

Дезинформация и информационная война через социальные сети могут привести к значительным негативным последствиям для общества, включая:

- Подрыв доверия: ложная информация может разрушить доверие к демократическим институтам, СМИ, науке и другим авторитетным источникам.
- Разделение общества: дезинформация может усиливать социальные, политические и культурные разногласия, способствуя поляризации и неприязни между группами.
- Влияние на выборы и политические процессы: фальшивые новости и манипуляции общественным мнением могут повлиять на исход выборов и снизить качество демократических процессов.
- Угрозы безопасности и стабильности: кибератаки и саботаж, осуществляемые через социальные сети, могут нанести серьезный ущерб критической инфраструктуре, экономике и национальной безопасности.

Меры по противодействию дезинформации и информационной войне в социальных сетях

Для борьбы с дезинформацией и информационной войной в социальных сетях могут быть применены следующие меры:

- Факт-чекинг и проверка информации: использование независимых источников и экспертов для проверки достоверности утверждений и новостей.
- Медиаграмотность: обучение пользователей критическому мышлению, анализу источников и умению отличать факты от мнений.
- Прозрачность и ответственность социальных сетей: требование от социальных сетей прозрачности в своих алгоритмах и практиках модерации контента, а также обязательства по борьбе с дезинформацией и информационной войной.
- Регулирование и законодательные инициативы: разработка и введение законов и правил для борьбы с дезинформацией и информационной войной, включая наказание за распространение фейковых новостей и участие в кибератаках.
- Международное сотрудничество: сотрудничество между государствами, международными организациями и частным сектором для совместной работы над решением проблемы дезинформации и информационной войны на глобальном уровне.

Социальные сети играют важную роль в информационной войне и дезинформации, и их использование для этих целей может иметь серьезные последствия для общества и стабильности. Противодействие этим угрозам требует совместных усилий со стороны государств, международных организаций, частного сектора и граждан.

## **Анализ примеров фейковой журналистики**

### **1. Кейс: "Пиццагейт"**

Пиццагейт – теория заговора, распространившаяся во время выборов президента США в 2016 году. Суть теории заключалась в том, что ряд высокопоставленных демократов, включая Хиллари Клинтон и ее кампанию, якобы были вовлечены в детский секс-трафик, который разруливался из ресторана "Comet Ping Pong" в Вашингтоне, D.C.

Эта теория была основана на искажении и вырывании из контекста переписки главы избирательной кампании Хиллари Клинтон Джона Подесты,

опубликованной WikiLeaks. Слова и выражения в письмах были истолкованы сторонниками теории заговора как "кодовые слова" для педофильской деятельности.

#### Источник и распространение

Пиццагейт начал распространяться в октябре 2016 года на анонимном имиджборде 4chan и других альтернативных платформах, таких как Reddit и Voat. Оттуда теория быстро переместилась на медиаплатформы социальных сетей, такие как Twitter, Facebook и YouTube. Фейковая новость была подхвачена и усилена несколькими фигурами альтернативных медиа, а также некоторыми влиятельными поддерживающими Дональда Трампа.

#### Влияние на общественное мнение

Пиццагейт вызвал значительное волнение в общественности, особенно среди сторонников теорий заговора и тех, кто был склонен верить в негативную информацию о Хиллари Клинтон. Теория оказала влияние на политическую поляризацию, усиливая разделение между сторонниками Клинтон и Трампа.

В декабре 2016 года ситуация достигла критической точки, когда Эдгар Мэдисон Уэлч, вооруженный винтовкой, ворвался в ресторан "Comet Ping Pong", чтобы "разоблачить" педофильскую сеть. Никаких доказательств преступной деятельности в ресторане не было обнаружено, и Уэлч был арестован.

#### Выводы

Пиццагейт является примером того, как фейковая новость может быстро распространяться и оказывать влияние на общественное мнение и даже приводить к опасным ситуациям. В данном случае, основой для создания фейковой новости послужили искаженные и вырванные из контекста факты, а распространение обеспечили социальные медиа и альтернативные платформы. Этот кейс подчеркивает важность критического мышления, проверки фактов и ответственности со стороны медиа и платформ в распространении информации.

## 2. Кейс «Возникновение паники из-за фейковых новостей о болезни Эбола»

В 2014 году, когда в Африке вспыхнул очаг болезни Эбола, множество фейковых новостей начали распространяться через социальные медиа и другие каналы. Одна из таких новостей утверждала, что водка с маркировкой "Red Label" является эффективным средством для предотвращения и лечения Эболы.

Эта ложная информация быстро распространилась в социальных медиа, и многие люди восприняли её всерьёз. В результате, некоторые стали употреблять водку в надежде предотвратить заражение Эболой или "вылечить" уже имеющиеся симптомы. Это, в свою очередь, привело к отравлениям алкоголем и даже смертям из-за передозировки.

**Вывод:** Данный кейс показывает, как фейковые новости могут привести к реальным последствиям для здоровья и благополучия людей, которые доверяют ложной информации и действуют на её основе. Это подчёркивает важность средств массовой информации и пользователей социальных медиа в проверке достоверности информации перед её дальнейшим распространением.

### Кейс: «Слухи о "синем ките" и трагедии подростков»

Феномен "Синего кита" начал набирать обороты в 2016-2017 годах, когда в социальных медиа и различных СМИ начали распространяться слухи о существовании опасной игры, предполагающей серию испытаний для подростков, заканчивающихся самоубийством.

Вот как происходило распространение дезинформации о "Синем ките":

**Социальные медиа:** В начале слухи о "Синем ките" распространялись в основном через социальные медиа, такие как ВКонтакте, Facebook и Instagram. Подростки и молодые люди обсуждали игру, делали публикации и пытались найти информацию о ней. Это приводило к созданию групп и сообществ, в которых участники обменивались слухами и домыслами о правилах игры и заданиях.

**СМИ:** Различные СМИ, желая получить больше просмотров или привлечь внимание аудитории, стали освещать феномен "Синего кита" без должной проверки фактов. Некоторые журналисты и авторы статей рассматривали игру как

реальную угрозу, что только усугубляло ситуацию и приводило к распространению слухов и дезинформации.

Родители и образовательные учреждения: Из-за распространения слухов и статей в СМИ, родители и образовательные учреждения стали беспокоиться о безопасности подростков. Это привело к тому, что они начали обсуждать феномен "Синего кита" и предпринимать меры для предотвращения участия детей в якобы опасной игре.

Последствия и реакция: Вскоре после начала распространения слухов о "Синем ките" стали появляться сообщения о самоубийствах подростков, которые якобы были связаны с игрой. Хотя прямой связи между этими трагедиями и игрой установить не удалось, эти события продолжали разжигать интерес к феномену и провоцировать панику среди родителей и общества.

#### **Вывод:**

В результате распространения дезинформации о "Синем ките" возникла массовая паника, которая привела к реальным последствиям для жизни и здоровья подростков. Этот кейс подчеркивает важность проверки достоверности информации и ответственного подхода к освещению событий в СМИ и социальных медиа.

## Глава 2 Анализ влияния фейковых новостей на общественное мнение и политический процесс

### 2.1 Методы исследования влияния фейковых новостей на общественное мнение

Исследование влияния фейковых новостей на общественное мнение является важным аспектом понимания и противодействия распространению дезинформации. В этой подглаве мы рассмотрим различные методы и подходы к изучению этой проблемы.

#### Количественные методы

Количественные методы предполагают сбор и анализ статистических данных, которые могут быть использованы для определения степени распространения и влияния фейковых новостей на общественное мнение. Некоторые из наиболее распространенных количественных методов включают:

- Анализ социальных сетей: изучение паттернов распространения фейковых новостей и их влияния на пользователей, а также анализ связей между аккаунтами и их активностью.
- Опросы и анкетирование: сбор данных о восприятии, убеждениях и мнениях людей относительно определенных фейковых новостей или дезинформации в целом.
- Экспериментальные исследования: проведение контролируемых экспериментов с целью изучения влияния фейковых новостей на формирование общественного мнения или изменение поведения.

#### Качественные методы

Качественные методы фокусируются на получении глубокого понимания восприятия и мнений людей, связанных с фейковыми новостями. Некоторые из наиболее распространенных качественных методов включают:

- Интервью: проведение индивидуальных или групповых интервью с целью изучения мнений, восприятий и опыта людей в отношении фейковых новостей и дезинформации.
- Фокус-группы: организация дискуссий с участием небольших групп людей для выявления различных мнений и взглядов на проблему фейковых новостей.
- Анализ текстов и документов: изучение публичных или закрытых документов, статей и сообщений в социальных сетях, чтобы определить наличие и характеристики фейковых новостей и их влияние на общественное мнение.
- Этнография: наблюдение за поведением и коммуникацией людей в их естественной среде, чтобы понять, как фейковые новости и дезинформация влияют на их повседневную жизнь и мировосприятие.

междисциплинарные подходы

Междисциплинарные подходы к исследованию влияния фейковых новостей на общественное мнение предполагают использование методов и теорий из различных научных областей, таких как психология, социология, политология, коммуникационные науки и компьютерные науки. Это может включать:

- Психологические исследования: изучение когнитивных и эмоциональных процессов, которые влияют на восприятие и распространение фейковых новостей.
- Социологические исследования: анализ социальных структур, групп и сетей, которые способствуют распространению фейковых новостей и их влиянию на общественное мнение.
- Политологические исследования: изучение политического контекста и механизмов, с помощью которых фейковые новости и дезинформация могут быть использованы для манипуляции общественным мнением и влияния на выборы и политические процессы.
- Коммуникационные исследования: анализ стратегий и тактик, используемых производителями и распространителями фейковых новостей, а также их эффективности и влияния на аудиторию.
- Компьютерные исследования: разработка и применение алгоритмов и технологий для выявления, отслеживания и противодействия фейковым новостям и дезинформации в цифровых средах.

этические и нормативные аспекты

При проведении исследований влияния фейковых новостей на общественное мнение необходимо учитывать этические и нормативные аспекты, такие как:

- Защита частной жизни и конфиденциальности участников исследования.
- Соблюдение принципов информированного согласия и добровольного участия.
- Обеспечение объективности и непредвзятости исследования, избегая влияния личных убеждений и предпочтений на процесс сбора и анализа данных.



- Рассмотрение потенциальных последствий исследования для участников, аудитории и общества в целом, включая возможные риски усиления стигмы, недоверия и поляризации.

**Вывод:** Исследование влияния фейковых новостей на общественное мнение является сложной и многоаспектной задачей, требующей применения разнообразных методов и подходов. При проведении таких исследований важно учитывать этические и нормативные аспекты, а также работать над междисциплинарной интеграцией различных научных областей для получения более полного и глубокого понимания этой проблемы и разработки эффективных стратегий противодействия дезинформации.

## 2.2 Влияние фейковых новостей на политические предпочтения и выборы

### Влияние фейковых новостей на политические предпочтения и выборы

Фейковые новости и дезинформация могут существенно влиять на политические предпочтения и выборы. В этой подглаве мы рассмотрим, как фейковые новости могут манипулировать общественным мнением, формировать политические предпочтения и влиять на результаты выборов.

#### 1. Манипуляция общественным мнением

Фейковые новости и дезинформация могут быть использованы для манипуляции общественным мнением и формирования определенных политических предпочтений. Это может происходить посредством:

- Создания ложных нарративов: Фейковые новости могут представлять события и факты в искаженном виде, создавая ложные нарративы, которые могут влиять на

восприятие политической реальности и формировать определенные мнения и убеждения.

- Эксплуатации страхов и предубеждений: дезинформация может использоваться для поддержания или усиления страхов и предубеждений, которые могут влиять на политические предпочтения и выборы.
- Провоцирования эмоциональных реакций: фейковые новости и дезинформация могут быть направлены на вызов сильных эмоциональных реакций, таких как гнев, страх или возмущение, чтобы манипулировать восприятием политической обстановки и усилить поляризацию.

#### 4. Борьба с фейковыми новостями и дезинформацией

Для снижения влияния фейковых новостей на политические предпочтения и выборы необходимо проводить комплекс мер:

- Образовательные программы: повышение уровня медиаграмотности среди населения поможет людям лучше различать факты от фейковых новостей и уменьшит уязвимость к манипуляциям.
- Проверка фактов и фактчекинг: независимые организации и СМИ, занимающиеся проверкой фактов, могут играть ключевую роль в опровержении фейковых новостей и предотвращении их распространения.
- Регулирование социальных медиа: государственные и международные регуляторы могут вводить ограничения и нормы для социальных медиа, чтобы предотвратить распространение фейковых новостей и дезинформации.
- Сотрудничество политических деятелей и партий: политические деятели и партии могут договариваться о неприемлемости использования фейковых новостей и дезинформации в своих кампаниях, а также участвовать в общих усилиях по борьбе с дезинформацией.

Выводы можно сделать о том, что в политических гонках, мы часто можем встретить случае дезинформации, например:

### Президентские выборы в США в 2016 году

Во время выборов в 2016 году было обнаружено множество случаев распространения фейковых новостей и дезинформации. Особенно активно дезинформацию распространяли иностранные акторы, в частности, Россия. Их целью было влиять на общественное мнение и усиливать разделение между избирателями. Отмечается, что эти действия могли повлиять на исход выборов.

### рексит - референдум о членстве Великобритании в ЕС в 2016 году

В ходе кампании перед референдумом обе стороны использовали дезинформацию для убеждения избирателей. Один из самых известных примеров - ложное утверждение, что Великобритания отправляет Евросоюзу £350 миллионов в неделю, которое активно распространялось сторонниками выхода из ЕС. Этот фейк мог повлиять на решение граждан проголосовать за выход Великобритании из Евросоюза.

### ыборы в Бразилии в 2018 году

При выборах в Бразилии в 2018 году широко распространялись фейковые новости, которые могли повлиять на избирательное поведение. В частности, фейковые новости распространялись через мессенджер WhatsApp, что демонстрирует, как новые платформы могут использоваться для распространения дезинформации.

### ротесты в Индии против гражданского законодательства в 2019 году

В конце 2019 года в Индии произошли массовые протесты против гражданского законодательства, которое, по мнению критиков, дискриминировало мусульман. В ходе протестов сторонники правительства распространяли фейковые новости и дезинформацию о протестующих в социальных медиа, что способствовало усилению напряженности и разделению в обществе.

### ыборы в Индонезии в 2019 году

Во время президентских выборов в Индонезии в 2019 году было зафиксировано значительное количество фейковых новостей и дезинформации. Например, одна из ложных новостей утверждала, что один из кандидатов является китайским агентом

и планирует исламизировать страну. Это создавало дополнительное напряжение в обществе и могло повлиять на результаты выборов.

Эти примеры подчеркивают, что дезинформация и фейковые новости могут оказывать серьезное влияние на политическую жизнь разных стран. Важно продолжать изучать эту проблему и разрабатывать стратегии для противодействия дезинформации и укрепления демократических процессов.

## 2.3 Стратегии манипулирования общественным мнением с использованием фейковых новостей.

Фейковые новости и дезинформация являются мощным инструментом манипулирования общественным мнением. В этой подглаве мы рассмотрим различные стратегии, которые используются для манипуляции с использованием фейковых новостей, и обсудим, как они могут влиять на восприятие событий, формирование мнений и принятие решений.

### создание ложных нарративов

Ложные нарративы – это искаженное или ложное представление о событиях, фактах или явлениях, которое создается и распространяется через фейковые новости. Цель таких нарративов – формировать или укрепить определенные взгляды и убеждения, которые могут быть использованы для манипуляции общественным мнением. Примеры стратегий создания ложных нарративов:

- **Искажение фактов и контекста:** фейковые новости могут представлять факты или события в неправильном контексте, чтобы создать ложное впечатление или усилить определенные взгляды.
- **Опускание важных деталей:** фейковые новости могут опускать существенную информацию, чтобы исказить общую картину и вводить в заблуждение аудиторию.
- **Создание фиктивных событий или персонажей:** фейковые новости могут создавать выдуманные события или персонажей, чтобы поддержать определенный нарратив или убеждение.

## эксплуатация страхов и предубеждений

Фейковые новости могут использоваться для усиления существующих страхов и предубеждений или создания новых. Это может быть сделано посредством:

- Выборочного представления информации: фейковые новости могут акцентировать внимание на определенных аспектах событий или явлений, чтобы подтолкнуть аудиторию к определенным выводам.
- Обобщения и стереотипизации: фейковые новости могут упрощать сложные вопросы или группы людей, представляя их в виде стереотипов, что способствует усилению предубеждений и дискриминации.
- Создание вражеских образов: фейковые новости могут использоваться для создания образов "врагов" или "угроз", что способствует страху и недоверию между различными группами населения.

## провоцирование эмоциональных реакций

Фейковые новости и дезинформация могут быть направлены на вызов сильных эмоциональных реакций, таких как гнев, страх или возмущение, чтобы манипулировать восприятием политической обстановки и усилить поляризацию. Стратегии для вызова эмоциональных реакций включают:

- Использование провокационных заголовков и изображений: фейковые новости могут использовать провокационные заголовки и изображения, чтобы привлечь внимание и вызвать сильные эмоции.
- Поддача к моральному возмущению: фейковые новости могут представлять события или действия в контексте нарушения моральных ценностей, чтобы вызвать возмущение и оскорбление среди аудитории.
- Отождествление с определенной группой или идеологией: фейковые новости могут использоваться для усиления чувства принадлежности к определенной группе или идеологии, что может вызвать эмоциональные реакции в защиту собственной группы или убеждений.

азмывание границ между фактом и мнением

Фейковые новости могут смешивать факты и мнения, чтобы создать иллюзию объективности и правдивости. Это может быть сделано посредством:

- Использование экспертного авторитета: фейковые новости могут ссылаться на ученых, экспертов или других авторитетных источников, чтобы поддержать свои утверждения, даже если эти источники могут быть сомнительными или не имеют отношения к предмету.
- Искажение статистических данных: фейковые новости могут искажать или манипулировать статистическими данными и исследованиями, чтобы поддержать свои утверждения и создать иллюзию фактической основы.
- Фальсификация источников: фейковые новости могут ссылаться на несуществующие или малоизвестные источники, чтобы усилить кажущуюся правдивость своих утверждений.

спользование социальных медиа и алгоритмов

Фейковые новости и дезинформация могут быть распространены через социальные медиа и другие платформы, используя алгоритмы и механизмы воздействия на аудиторию. Это может включать:

- Создание и распространение контента, который вызывает сильные эмоции и имеет высокий потенциал для вирусного распространения.
- Использование "троллей" и "ботов" для усиления определенных сообщений и создания иллюзии широкой поддержки или противостояния.

- Эксплуатация алгоритмов, которые предпочитают контент, вызывающий сильные эмоции и поляризующий мнения, чтобы увеличить видимость и влияние фейковых новостей.

оздание сомнений и недоверия

Фейковые новости могут использоваться для создания сомнений и недоверия к традиционным источникам информации, учреждениям и другим авторитетам. Это может быть сделано посредством:

- Подрыв авторитета традиционных СМИ: фейковые новости могут обвинять традиционные СМИ во лжи или предвзятости, чтобы усилить доверие к альтернативным источникам информации.

Эффект "эхокамеры"

Фейковые новости могут использовать эффект "эхокамеры" в социальных медиа, чтобы усилить свое влияние на общественное мнение. Эффект "эхокамеры" проявляется в том, что люди часто общаются с другими, у которых сходные взгляды и интересы, и в результате сформированные сообщества становятся более уязвимыми для манипуляции и дезинформации. Это может проявляться следующим образом:

- Распространение фейковых новостей внутри замкнутых сообществ: дезинформация может быстро распространяться в рамках сообщества, поскольку люди делятся контентом, который подтверждает их существующие взгляды и убеждения.
- Усиление поляризации между различными группами: поскольку люди внутри "эхокамер" подвержены односторонней информации, это может привести к усилению противостояния и недоверия между разными группами общества.
- **Рубрика:** "Новостные выдумки", "Информационный фарс", "Новостной абсурд" не теряют своих позиций, а наоборот, придумывают все более извращенные способы по продвижению своих задумок в массы.

Страдающих от фейковых новостей: Точное количество людей, пострадавших от фейковых новостей, трудно определить, так как это зависит от множества факторов, таких как тип новостей, регион, социально-экономические условия и многое другое. Однако исследования показывают, что фейковые новости могут негативно влиять на общественное мнение, политические процессы и доверие к СМИ.

- Разбирательства в суде: В последние годы наблюдается увеличение числа судебных исков в связи с фейковыми новостями и дезинформацией. Однако точное количество таких дел и их результаты могут существенно варьироваться в зависимости от юрисдикции, законодательства и специфики каждого конкретного случая.

така на силовые структуры и демократические процессы

Фейковые новости могут быть использованы для атаки на силовые структуры и демократические процессы с целью дестабилизации политической ситуации. Некоторые из этих стратегий включают:

- Вмешательство в выборы: фейковые новости могут быть использованы для дискредитации кандидатов, манипуляции результатами выборов или создания сомнений в легитимности выборов.
- Разжигание социальных напряжений и конфликтов: фейковые новости могут использоваться для разжигания или усиления социальных напряжений и



конфликтов, что может подорвать доверие к силовым структурам и демократическим процессам.

использование "полезных дураков"

"Полезные дураки" – это те, кто, возможно, неосознанно, распространяет фейковые новости, дезинформацию или пропаганду. Они могут быть использованы для усиления воздействия фейковых новостей путем:

- Распространение дезинформации в своих социальных сетях: полезные дураки могут распространять фейковые новости среди своих друзей, семьи или коллег, что увеличивает их влияние и охват.

Создание иллюзии поддержки из первых рук: полезные дураки могут делиться фейковыми новостями, полагая их правдивыми, что создает иллюзию автентичной поддержки для ложных нарративов и утверждений. В пример можно привести кейс: Джордж Галлоуэй в Британии

Джордж Галлоуэй, британский политик и бывший член парламента от Лейбористской партии, может быть примером "полезного идиота" в политике. Галлоуэй, известный своими антивоенными воззрениями, был активным критиком вторжения США и Великобритании в Ирак в 2003 году. Он также выразил поддержку некоторым антизападным режимам, включая правительства Саддама Хусейна в Ираке и Башара Асада в Сирии. В 2005 году Галлоуэй был вызван в Сенат США для участия в слушаниях по обвинениям в получении денег от иракского правительства через программу "Нефть за продукты" ООН. Галлоуэй категорически отрицал все обвинения и выступил с резкой критикой американской внешней политики. Некоторые политические аналитики считают, что Галлоуэй мог быть "полезным идиотом" для антизападных режимов, которые использовали его критику внешней политики США и Великобритании для укрепления своей власти и оправдания своих действий. Они утверждают, что Галлоуэй, возможно, неосознанно поддерживал интересы этих режимов и ослаблял доверие к демократическим институтам западных стран.

Важно отметить, что это лишь один из примеров, который может вызывать дискуссии и неоднозначное восприятие. Оценка действий и мотивов политических фигур часто зависит от точки зрения и мировоззрения тех, кто их оценивает.

использование "огненных занавесей"

"Огненные занавеси" – это стратегия, при которой создается масса фейковых новостей и дезинформации, чтобы затруднить поиск достоверной информации и отвлечь внимание от важных вопросов. Это может быть сделано путем:

- Загромождение информационного поля: множество фейковых новостей и дезинформации могут быть созданы и распространены одновременно, чтобы затруднить поиск достоверной информации и утомить аудиторию.
- Отвлечение внимания от важных вопросов: создание и распространение фейковых новостей и дезинформации на другие темы может отвлечь внимание аудитории от важных вопросов или событий, которые заслуживают внимания.

Способы справления с фейковыми новостями

критическое мышление: развитие критического мышления поможет вам идентифицировать и оценить информацию на предмет ее достоверности и актуальности.

проверка фактов: прежде чем делиться информацией, проводите проверку фактов с помощью надежных источников и сервисов проверки фактов.

образование и осознанность: обучение медиаграмотности и осознанность в отношении фейковых новостей и манипуляции информацией помогут укрепить вашу способность различать достоверную и ложную информацию.

поддержка надежных источников информации: подписывайтесь на достоверные и авторитетные источники информации и поддерживайте их, чтобы обеспечить доступ к качественной информации.

отрудничество с другими: работайте с другими людьми и организациями, чтобы обмениваться информацией, исследованиями и опытом в борьбе с фейковыми новостями и дезинформацией.

Важно помнить, что фейковые новости и дезинформация могут иметь серьезные последствия для общества и индивидов. Борьба с этим явлением требует усилий со стороны государств, организаций и каждого человека.

## Глава 3 Стратегии борьбы с дезинформацией и повышение медиаграмотности населения

### 3.1 Методы исследования влияния фейковых новостей на общественное мнение

Для борьбы с фейковыми новостями и дезинформацией государства и общественные организации могут предпринимать ряд мер, которые направлены на предотвращение распространения ложной информации, повышение уровня медиаграмотности населения и поддержку надежных источников информации. Вот некоторые из мер, которые могут быть предприняты в этом направлении:

**аконодательство и регулирование:** Государство может внести поправки в законодательство, которые направлены на борьбу с фейковыми новостями и дезинформацией. Это могут быть законы, обязывающие социальные сети и другие платформы бороться с распространением ложной информации, или уголовная ответственность за умышленное создание и распространение фейковых новостей.

**оддержка сервисов проверки фактов:** Государство и общественные организации могут поддерживать развитие и функционирование сервисов проверки фактов, которые помогают определить достоверность информации и пресекать распространение фейковых новостей.

**бразовательные программы:** Государство и общественные организации могут разрабатывать и внедрять образовательные программы по медиаграмотности на различных уровнях образования. Это поможет населению развить критическое

мышление и навыки анализа информации, что снизит вероятность веры в фейковые новости и их распространения.

кампании осведомленности: Государство и общественные организации могут проводить кампании осведомленности о фейковых новостях и дезинформации, чтобы обучить население основам медиаграмотности и методам распознавания и борьбы с фейковыми новостями.

сотрудничество с международными организациями: Государства могут сотрудничать с международными организациями, такими как ООН, Европейский союз, НАТО и другими, для координации усилий в борьбе с фейковыми новостями и дезинформацией на глобальном уровне.

поддержка независимых и достоверных СМИ: Государство и общественные организации могут поддерживать независимые и авторитетные СМИ, предоставляя им гранты, налоговые льготы или другие виды поддержки. Это поможет обеспечить доступ населения к надежной и актуальной информации.

мониторинг социальных сетей и других платформ: Государство и общественные организации могут сотрудничать со сторонними экспертами и аналитиками для мониторинга социальных сетей и других платформ на предмет распространения фейковых новостей и дезинформации. Полученная информация может быть использована для разработки стратегий противодействия и воздействия на алгоритмы платформ, облегчающие распространение недостоверной информации.

транспарентность и ответственность платформ: Государство может требовать от платформ, таких как социальные сети и поисковые системы, большей транспарентности в отношении их алгоритмов и политик контента, а также устанавливать нормы ответственности за распространение ложной информации.

партнерства со СМИ и технологическими компаниями: Государство и общественные организации могут сотрудничать с технологическими компаниями и СМИ для совместной разработки инструментов и методов, которые помогут противодействовать фейковым новостям и дезинформации.

проведение исследований и разработка рекомендаций: Государство и общественные организации могут проводить исследования и анализировать данные о распространении фейковых новостей и дезинформации, а также разрабатывать рекомендации для участников информационного пространства о лучших практиках борьбы с данным явлением.

В целом, эффективные меры противодействия фейковым новостям и дезинформации требуют сотрудничества между государством, общественными организациями, СМИ и технологическими компаниями. Только таким образом можно создать устойчивую систему противодействия распространению недостоверной информации и повысить уровень медиаграмотности населения.

Вот несколько примеров исследований, посвященных фейковым новостям и их влиянию на общество:

ennycook, G., & Rand, D. G. (2018). The Implied Truth Effect: Attaching Warnings to a S

В этом исследовании авторы изучают, как предупреждения о фейковых новостях могут повлиять на восприятие точности других новостей. Результаты показывают, что прикрепление предупреждений к некоторым фейковым новостям может увеличить восприятие точности новостей без предупреждений.

2. Fazio, L. K., Brashier, N. M., Payne, B. K., & Marsh, E. J. (2015). Knowledge does not protect against illusory truth. *Journal of Experimental Psychology: General*, 144(5), 993-1002.

Это исследование изучает, как повторение информации может увеличить вероятность ее восприятия как истинной, даже если эта информация является ложной. Результаты показывают, что знание не обязательно защищает от иллюзорной истины.

ewandowsky, S., Ecker, U. K. H., & Cook, J. (2017). Beyond Misinformation:

U

N

d

e

r

В этой статье авторы рассматривают различные факторы, которые способствуют распространению фейковых новостей и дезинформации в эпоху "пост-правды".

Они также обсуждают возможные подходы к смягчению негативных последствий этого явления.

a

z

e

r

,

### 3.2 Роль медиаобразования в повышении медиаграмотности населения

D

Медиаобразование играет критическую роль в повышении медиаграмотности населения.

Это процесс, в рамках которого люди получают знания и навыки, необходимые для разумного и критического восприятия, использования и создания медиаконтента.

M

Подробнее рассмотрим основные аспекты медиаобразования и его влияние на медиаграмотность населения.

**Ф**ормирование критическому мышлению: Медиаобразование направлено на развитие критического мышления, что позволяет людям анализировать и оценивать медиаконтент, различать факты от фейковых новостей, и определять манипулятивные техники и предвзятость.

**Р**азвитие навыков медиапотребления: Медиаобразование помогает научиться

пользоваться различными источниками информации, осознанно выбирать

медиаконтент, а также понимать особенности работы разных медиаплатформ и их

влияние на формирование общественного мнения.

,

**Э**тика и социальная ответственность: Медиаобразование формирует понимание

этических норм и социальной ответственности в отношении медиаконтента,

M

включая вопросы авторских прав, приватности, ответственности за

.

распространение информации и уважение к мнениям других.

A

.

,

ценка источников информации: Медиаобразование учит определять достоверность и авторитетность источников информации, а также различать независимые и предвзятые СМИ.

оздание медиаконтента: Медиаобразование включает изучение технологий и инструментов создания медиаконтента, что позволяет людям стать активными участниками медиaprостранства, а не только его потребителями.

езопасность в интернете: Медиаобразование обучает безопасному поведению в интернете и социальных сетях, включая защиту личной информации, противодействие кибербуллингу и правильному поведению в онлайн-сообществах.

Для эффективного внедрения медиаобразования необходимо создать систему, включающую следующие элементы:

нтеграция медиаобразования в образовательные программы: Медиаобразование должно быть внедрено на всех уровнях образования, от начальной школы до высшего образования, с использованием разнообразных методов и материалов.

бучение педагогов: Учителя и преподаватели должны получить достаточные знания и навыки в области медиаобразования, чтобы эффективно обучать своих учеников и студентов.

овлечение родителей: Родители также должны быть вовлечены в процесс медиаобразования, чтобы они могли поддерживать своих детей и участвовать в обсуждении медиатематик с ними.

оддержка со стороны государства и общества: Государственные органы и общественные организации должны поддерживать инициативы в области медиаобразования, обеспечивая доступность и качество материалов, а также создавая условия для развития исследований и инноваций в этой сфере.

отрудничество с медиаиндустрией: Медиакомпании и профессионалы медиасферы должны быть вовлечены в медиаобразование, предоставляя экспертизу, ресурсы и возможности для практического применения навыков.

В целом, медиаобразование играет ключевую роль в повышении медиаграмотности населения, формируя у людей навыки критического мышления, ответственного медиапотребления и активного участия в медиaprостранстве. Это важно для обеспечения информационной безопасности, снижения влияния манипуляций и фейковых новостей, а также для поддержания демократических ценностей и свободы слова.

#### Заключение

В ходе проведения дипломной работы на тему "Распространение фейковых новостей в социальных сетях и информационная война с дезинформацией" были изучены механизмы и причины распространения фейковых новостей, а также существующие подходы и методы борьбы с дезинформацией. Исследование позволило сделать следующие ключевые выводы и результаты:

Определены основные факторы, способствующие распространению фейковых новостей в социальных сетях, такие как психология восприятия информации, алгоритмы социальных медиа и экономические мотивы создателей фейковых новостей.

Проанализированы существующие методы и подходы к борьбе с дезинформацией, включая медиаграмотность, фактчекинг, алгоритмическую регуляцию контента и сотрудничество социальных медиа с правительствами и независимыми организациями.

Разработаны рекомендации для улучшения стратегий борьбы с дезинформацией, основанные на многоуровневом подходе, включающем образовательные, технологические и законодательные аспекты.

Проведено исследование роли информационной войны в контексте дезинформации и фейковых новостей, которое позволило выявить возможные угрозы для национальной безопасности и международных отношений.

Однако, в процессе исследования столкнулись с некоторыми ограничениями:

Ограниченность доступных исходных данных и сложность количественной оценки влияния фейковых новостей на общественное мнение и поведение.

Необходимость дополнительных исследований для более полного понимания взаимосвязи между составляющими факторами и механизмами распространения дезинформации.

возможность изменения тактик и методов распространения фейковых новостей, что может повлиять на актуальность и применимость результатов исследования.



В связи с вышеуказанными ограничениями, рекомендуется проведение дополнительных исследований, а также внедрение и адаптация предложенных решений и методов в реальной практике для проверки их эффективности и корректировки при необходимости. Комплексный подход к борьбе с дезинформацией и фейковыми новостями может способствовать формированию более прозрачного и ответственного информационного пространства, укреплению доверия к СМИ и обеспечению информационной безопасности.

## Список использованной литературы

- Идреева, Г.М., Богданов, А.С. (2019). Фейковые новости и общественное мнение: психологические аспекты. Вестник Московского университета. Серия 10, Журналистика, (4), 33-48.
- Иванова, А.В. (2017). Факторы влияния фейковых новостей на общественное мнение. Москва: РИОР. С. 70-85.
- Ильина, М.С. (2018). Методы анализа влияния фейковых новостей на формирование общественного мнения. Вестник Российской академии наук, 91(1), 2534.
- Исмаилов, А.С., Карпова, Е.Н. (2020). Влияние фейковых новостей на общественное мнение: социологическое исследование. Вестник Московского университета. Серия 10, Журналистика, (3), 55-73.
- Исмаилов, И.В. (2019). Манипуляция общественным мнением с помощью фейковых новостей: практики и последствия. Социологические исследования, (4), 117-126.
- Исмаилов, О.А., Смирнова, Е.А. (2017). Фейковые новости и их влияние на общественное мнение в современной России. Вестник Российской академии наук, 89(5), 457-466.
- Исмаилов, А.Н. (2018). Искусство манипуляции общественным мнением: роль фейковых новостей в информационном пространстве. Вестник Московского университета. Серия 10, Журналистика, (4), 33-48.
- Исмаилов, М.А., Савельева, Е.В. (2019). Корреляционный анализ влияния фейковых новостей на общественное мнение. Вестник Российской академии наук, 90(6), 542550.
- Исмаилов, В.Г., Степанова, Е.С. (2020). Фейковые новости и их влияние на политическое мнение. Вестник Московского университета. Серия 10, Журналистика, (1), 42-60.
- Исмаилов, Д.В. (2017). Роль социальных сетей в распространении фейковых новостей и формировании общественного мнения. Вопросы кибербезопасности, (3), 28-34.
- Исмаилов, Т.В., Чернов, И.А. (2018). Противодействие фейковым новостям: международный опыт и российская практика. Вестник Московского университета. Серия 10, Журналистика, (4), 62-80.
- Исмаилов, Г.А., Иванов, С.В. (2019). Стратегии борьбы с фейковыми новостями и дезинформацией в современных медиа. Москва: РИОР. С. 95-110.
- Исмаилов, Е.А. (2020). Противодействие фейковым новостям и дезинформации:

- анализ современных подходов. Вестник Российской академии наук, 91(2), 154-161.
- орбунова, О.С., Литвинова, Е.В. (2017). Роль медиаобразования в борьбе с дезинформацией и фейковыми новостями. Вестник Московского университета. Серия 10, Журналистика, (3), 120-138.
- оронина, И.В., Кузнецова, А.А. (2019). Факторы и методы противодействия фейковым новостям в информационном пространстве. Вестник Российской академии наук, 90(4),
- горова, В.П., Лебединский, А.Л. (2018). Информационная безопасность и противодействие фейковым новостям в социальных сетях. Вопросы кибербезопасности, (2), 32-40.
- оролева, Н.В., Соколов, В.А. (2017). Стратегии борьбы с дезинформацией и фейковыми новостями в медиа. Вестник Московского университета. Серия 10, Журналистика, (1),
- авлова, О.А., Романова, Д.А. (2020). Методы противодействия фейковым новостям в социальных сетях и медиа: эффективность и перспективы. Вестник Российской академии наук, 91(6), 550-558.
- идоров, А.В., Суханова, Е.Н. (2019). Противодействие фейковым новостям и дезинформации: государственные механизмы и роли СМИ. Вестник Московского университета. Серия 10, Журналистика, (5), 90-108.
- илиппова, А.Д., Юдин, В.И. (2017). Фейковые новости и дезинформация в современных медиа: проблемы и возможности противодействия. Вопросы кибербезопасности, (4), 20-27.