

Распространение «фейковых новостей» в группах социальных медиа

Суровьева Анна Владимировна

Студент (бакалавр)

Вятский государственный университет, Кировская область, Россия

E-mail: beehobi94@gmail.com

Доклад посвящен проблеме распространения пользователями социальной сети «ВКонтакте» «фейковых новостей» (далее - ФН) как части контента групп типа «Подслушано...», «Злой...», «Типичный ...». Цель исследования - с помощью анализа постов и комментариев определить, каким образом распространяются ФН среди пользователей групп и пабликов с возможностью анонимного размещения новостей и отсутствием полноценной редакторской обработки.

В ходе анализа были выявлены отличительные черты медиаконцепции групп «Подслушано...», «Злой...»: анонимность автора, отсутствие проверки, публикация в неизменном виде, символическое название и публикация жизненных ситуаций, предупреждение читателей о возможных «фейках». Подписчики могут распространять ФН, особенно, если присутствует возможность стать анонимным автором. Администрация таких групп не проверяет информацию на соответствие требованиям точности, достоверности, объективности, поэтому в разных городах и группах распространяются однотипные сюжеты ФН [1, 2, 3].

Для проведения контент-анализа были написаны две программы: первая на основе VK API для получения выборки из постов и комментариев к ним за 2020 год из 46 групп; вторая для формирования датасета для дальнейшего исследования. Таким образом, итоговый датасет составил 6377 текстов. Вручную были выбраны 103 поста, содержащие элементы сюжетов ФН.

Анализ данных показал, что 40,78% постов датасета содержали только текст; 27,18% содержали текст и эмодзи; 47,57% постов содержали изображение (фотография, видео, мем). Типичный пример такого поста (авторская орфография и пунктуация сохранены): «...Дети не болеют, придумывают какие то клетки не клетки, организм у всех один живой, и если бы был какой то там вирус давно бы уже все население ВЫКОСИЛО...» («ЗЛОЙ ПЕРМЯК | ПЕРМЬ», 7 апреля 2020; https://vk.com/wall-125733871_200965).

В ходе анализа итогового датасета выявлено, что ФН в структуре контента социальных медиа представлены в малом количестве. По количеству лайков и комментариев относительно общего количества просмотров, пользователи изучаемых групп не проявляли заинтересованности в подобном контенте. Порой при большом количестве просмотров (просмотры могли идти от пролистывания ленты в «Новостях» или ленты в группе) ФН не набирает значительного числа лайков и репостов, следовательно, не тиражируется пользователем. В комментариях к непопулярным постам пользователи не распространяли или вообще никак не реагировали на ФН. Более частотна реакция на другие факторы (указание на ошибки автора, публикация мемов, насмешка, уход от темы поста).

Таким образом, гипотеза не подтвердилась полностью: группы типа «Подслушано...», «Злой...», «Типичный ...» не становились пространством для распространения ФН, и подобные материалы не явились значительным компонентом их содержательной структуры. ФН циркулируют в таких сообществах, но вирусными не становятся. Однако полученные результаты связаны с тем, что даже в группах социальных медиа, ориентированных на анонимное размещение новостей и активное комментирование постов, существует премодерация на основе базовых принципов оценки информации. Именно это сдерживает инфодемию в описываемых группах; при этом пользователям социальных медиа необходим

опыт критической оценки опубликованной в группах «ВКонтакте» информации. Администраторам групп «по интересам» нужен навык редакторской оценки, чтобы отслеживать недостоверную информацию и не допускать её к публикации.

Источники и литература

- 1) Архипова А.С., Радченко Д. А., Козлова И.В., Пейгин Б.С., Гаврилова М.В., Петров Н.В. Пути российской инфодемии: от WhatsApp до Следственного комитета // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 6. С. 231—265.
- 2) Ершов Ю. М., Фейковые новости как паразит социальных сетей. Екатеринбург, 2017.
- 3) Карлыга М., Салтанат А., Катоев Ф., Нозима Д. Контент-анализ фейков о covid-19 в социальных сетях в Казахстане, Кыргызстане, Таджикистане и Узбекистане // Медиашкола САВАР.asia: https://school.cabar.asia/wp-content/uploads/2021/10/sovid-fakes_final_ru_web.pdf