

Экология медиасреды: проблема фейков в Интернет-пространстве

Научный руководитель – Шабельник Мария Александровна

Лавринова Василиса Сергеевна

Студент (бакалавр)

Российский университет дружбы народов, Филологический факультет, Москва, Россия

E-mail: vasya.lavrik.20051102@yandex.ru

Современное общество нельзя представить вне медиапространства. С развитием информационных технологий многие факторы жизни общества улучшились. Например, в различных поисковых системах, от Yandex до Google, человек получил возможность быстро находить необходимую информацию, нужные факты. Но есть одно «но»: Всемирная паутина часто подкидывает нам ложную информацию.

Экология медиасреды — один из актуальных и дискуссионных вопросов, поднимаемых зарубежными и российскими учеными: И. М. Дзялошинским, И. В. Жилавской и др. [n1] Само по себе понятие медиасреда означает пространство, связывающее человека с информационной средой посредством различных каналов (ТВ, социальные сети, видео, кино). Экология медиасреды с каждым днём всё больше и больше ухудшается, так как медиапространство заполняется лишней информацией, поступающей нам в большом количестве и распространяющейся с огромной скоростью. Эта лишняя информация называется информационным мусором. Существует много видов информационного мусора, но одним из самых распространённых видов является фейк-ньюс - одна из важных тем, затрагиваемых исследователями информационного мусора.

Проблема заключается в неумении немалого количества людей распознавать фейковую информацию на просторах Интернета.

Фейк - угроза для журналистики, но для того, чтобы дать точный ответ нужно сначала определиться с понятием.

Проблема и сложность задачи определения слова состоит в том, что на данный момент термин фейк используют слишком широко, называя им и фотографии, обработанные в Photoshop, и видеоролики, смонтированные в редакторе, и страницы в социальных сетях, и различные шутки на шоу- площадках. Сегодня почти всё, что содержит себе сомнение, можно отнести к фейк-ньюс. Но все же, если говорить о Всемирной паутине, различных новостных лентах и социальных сетях, то фейк относят к осмысленному действию. Фейк – целенаправленное использование выдуманных новостей, главная цель которых – подрыв репутации института организации или человека, ряд разнообразных медиаавлений: от поддельных текстов до видео- и аудиозаписей, сообщение, являющееся ложным или частичным. [n2]

Популярность социальных сетей стремительно растёт, так как в их основе лежат объединившиеся интересы людей. Социальные сети - свободное пространство, где можно распространить любую новость.

Фейки распространяются быстрее правдивых новостей, так как они больше привлекают аудитории и удивляют её. Фейки в социальных сетях чаще всего распространяются репостами — вторичными публикациями сообщений, размещённых пользователем в любой социальной сети. Также было выяснено: правдивые новости распространяются в первый же день после их появления и приобретают интерес у аудитории на какое-то время, но потом интерес пропадает. Фейки же, в свою очередь, привлекают аудиторию по-разному: они могут распространиться не в первый день после появления, так как в них могут добавить какие-то новые детали, ведь фейк является выдумкой и строится на воображении человека.

Интернет стал общедоступным и публиковать новости могут любые пользователи, поэтому фейков в социальных сетях много, и некоторые из них трудно отличить от правдивых новостей. Причём самое плохое то, что фейки имеют у себя сконцентрированную аудиторию, и правдивая информация таким людям не так интересна, как фейк-ньюс.

У каждого человека или группы людей, которые распространяют фейковые новости на различных аккаунтах социальных сетей, есть определённые цели и разные мотивации: это проявление активности и привлечение аудитории к себе, а также синдром упущенной выгоды - страх пропустить интересное событие, которое провоцируется социальными сетями. Конечно же, распространение лживой информации очень выгодно, ведь она привлекает людей, а это, в свою очередь, помогает раскрутить свои аккаунты в социальных сетях. По мнению многих людей, например, по словам Никиты Савина - преподавателя НИУ ВШЭ [n2], люди распространяют фейки не только из выгоды и удовольствия, но и из-за того, что психически нездоровы. Такие люди просто верят в поданную информацию и перефразируют её на свой вкус. Ведь фейки — это не всегда информация, которая придумана самим человеком; фейк, в свою очередь является ложной информацией, которая создана из уже созданной информации. Многие делают это, потому что считают, что обязаны предупредить людей о той или иной угрозе, которая предстоит. Это говорит о повышенном чувстве тревожности у человека.

Социальные сети переполнены ложной информацией: люди делятся новостями на своих аккаунтах, публикуя тем самым, что попало под руку. Так называемые «секреты», «шутки» являются недостоверными и действительно могут навредить человеку и принести опасность нашей жизни: они могут спровоцировать на необдуманные поступки, вызвать «хаос» в обществе в виде митингов и различных разборок. Фейк-ньюс губительно влияют на общество: они наводят панику, подталкивая к различным беспорядкам в обществе, вводя в заблуждение и формируя чувство тревоги и волнения у людей.

Люди, аудитория, которая не умеет различать фейк, становятся распространителями ложной информации. Конечно, часть фейков безвредна, но большинство фейк-ньюс, которые распространяются в социальных сетях и на различных платформах и вправду угрожают людям, манипулируя ими. И большинство сообщений, которые появляются в социальных сетях, требуют рассылки. Конечно, Интернет-пользователи активно репостят почти каждую поступающую на их аккаунт публикацию, из-за чего многие «рекомендации» влияют на здоровье и психику человека.

Фейки, по многим доказанным исследованиям, показали то, что строятся на страхе. Страх прерывает весь здравый смысл и логику человека, из-за чего читатели не могут усомниться в написанном и верят каждому слову в сообщении.

Фейки вызывают негативные эмоции у людей, их надо уметь распознавать для понимания правдивой информации: эмоциональные заголовки, сомнительные факты, такие как старые фотографии и отсутствие официального источника информации – факторы, которые помогают в распознавании фейковой информации.

Источники и литература

- 1) Дзялошинский И. М. Современное медиaprостранство России // Учебное пособие. – 2015. – Д43. – URL: <https://dzyalosh.ru/08-Uchebniki-Posobiya/Rossiiskoe-Mediaprostranstvo.pdf> (дата обращения: 05. 11. 2023)
- 2) Жилавская И. В. Классификация медиа. Проблемы, понятия, критерии. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/klassifikatsiya-media-problemy-ponyatiya-kriterii> (дата обращения: 07.11. 2023)