Пахомов Никита Сергеевич

Ассистент Левкович Валерия Александровна

Донецкий государственный университет

Филологический факультет, Донецк, Россия

E–mail: pakhomov\_n04@mail.ru

**Ложная информация: методы борьбы и особенности подходов**

Социальные сети и онлайн-платформы часто выступают каналом распространения ложной информации. Они содержат удобный инструментарий, а также имеют особенности в работе, которые мы укажем ниже, что позволяет аудитории воспринимать проще сообщения и трактовать их правдивыми, даже если они не являются таковыми. Проблема ложной информации в СМИ представляет серьезную угрозу для общества, поскольку она может искажать реальность, вносить панику, формировать негативное отношение к различным группам людей, а также приводить к разрушительным последствиям.

Ложную информацию могут публиковать через новостные сайты-«однодневки». Эти сайты часто копируют внешний вид настоящих новостных порталов, чтобы вызвать доверие у пользователей. Пользователи и другие СМИ быстро распространяют информацию, не задумываясь о достоверности. По итогу, когда открывается правдивая картина действительности, ложный материал подрывает доверие аудитории.

Основная проблема, решаемая крайне медленно – низкий уровень медиаграмотности населения. Материал, размещенный Министерством цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации, содержит статистику, согласно которой 71% населения владеет цифровой грамотностью. Однако только у 29% продвинутый уровень цифровизации. [3]

В условиях цифровизации общества и, как следствие, возникновения необходимости обеспечения комплексной безопасности молодежи и взрослых в условиях широкого распространения и применения цифровых технологий, большое значение приобретают вопросы противодействия распространению фейковой информации. [1]

Учитывая ежедневно меняющееся состояние информационных площадок и развитие новых инструментов влияния на аудиторию, можно выделить основные методы, позволяющие бороться с ложными сообщениями на разных уровнях взаимодействия:

1. Образование и информационная грамотность: обучение людей критическому мышлению и анализу информации, чтобы они могли различать неправдивые данные.

2. Факт-чекинг: проверка достоверности информации и опровержение ложных утверждений с помощью фактов и доказательств.

3. Разработка алгоритмов и технологий для фильтрации и предотвращения распространения ложной информации в сети Интернет.

4. Сотрудничество с социальными и медийными платформами для разработки механизмов и политик борьбы с фейковыми новостями.

5. Строгие законы и санкции против распространителей ложной информации.

6. Развитие медиаэтики и профессиональных стандартов в сфере журналистики для предотвращения публикации ложной информации.

7. Проведение общественных кампаний по просвещению и осведомленности об опасностях ложной информации.

 Карпова М.К. и Балабанова У.Г. утверждают, что «на данный момент сеть Интернет перегружена информацией из разных источников, большая часть сообщений не проверяется на достоверность фактов. В связи с этим человек получает не только много лишней информации, но также перестает доверять СМИ». [2]

Продолжая тезис выше, можем отметить, что достоверность информации не проходит соответствующий факт-чекинг из-за постоянной погони за оперативностью. Получается, что скорость превалирует над качеством. Чтобы обеспечить баланс понятий «актуальность – оперативность - точность» выделяем несколько основных компонентов, а именно: прозрачность, взаимодействие с обществом, критическое мышление, информирование о ложной информации.

Для воплощения прозрачности СМИ рекомендуется быть открытыми и честными относительно источников информации и методов ее сбора. СМИ должны обладать точными сведениями об источниках изображений и новостях, в случае ошибок или недоразумений они должны исправить свои материалы и предоставить правильную информацию.

Качественное взаимодействие с обществом позволит СМИ вовлекать читателей и зрителей в процесс проверки истинности информации, например, через обращение к общественности за подтверждением информации.

Демонстрирование заинтересованности в предоставлении проверенных сообщений аудитории, обеспечение адекватного функционирования схемы «коммуникатор – аудитория – обратная связь». СМИ могут проводить образовательные программы, направленные на развитие умения критически оценивать информацию.

Информирование о ложной информации: СМИ могут активно сообщать о случаях ложной информации и ее последствиях, чтобы предупредить читателей о возможных мошеннических уловках.

СМИ необходимо бороться с ложной информацией, для того, чтобы вернуть к себе доверие, используя указанные выше методы, мы можем прийти к решению данной проблемы.

Достоверность, проверка фактов и поддержание высоких журналистских стандартов являются ключевыми факторами в борьбе с ложной информацией в СМИ. Также важно обучать аудиторию критическому мышлению, чтобы она могла различать достоверные и подтвержденные источники информации от ложных.

Источники:

1. Зырянова М.О. Способы противодействия распространению файковой информации / Зырянова М.О. [Электронный ресурс] // cyberleninka : [сайт]. — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sposoby-protivodeystviya-rasprostraneniyu-feykovoy-informatsii (дата обращения: 05.02.2024).

2. .Карпова М.К., Балабанова У.Г. Проблема недоверия общества к средствам массовой информации / Карпова М.К., Балабанова У.Г. [Электронный ресурс] // cyberleninka : [сайт]. — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/problema-nedoveriya-obschestva-k-sredstvam-massovoy-informatsii (дата обращения: 05.02.2024).

3..Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации : сайт. – URL: https://digital.gov.ru/ru/events/43493/?utm\_referrer=https://yandex.ru/ (дата обращения: 05.02.2024)