

МЕДИАГРАМОТНОСТЬ КАК НЕОБХОДИМОСТЬ В ВЕРИФИКАЦИИ ФЕЙКОВЫХ НОВОСТЕЙ

О.Н. Торгованова

Тверской государственный технический университет, г. Тверь

© Торгованова О.Н., 2025

DOI: 10.46573/2409-1391-2025-3-71-74

***Аннотация.** В статье проведено комплексное исследование феномена фейковых новостей через призму психолингвистики, изучено влияние фальсифицированной информации на сознание и рассмотрены методы борьбы с ней. Актуальность темы обусловлена тем, что заведомо ложная информация способна влиять на сознание людей и восприятие ими реальности. Сделан вывод о том, что для борьбы с фейковыми новостями необходимо развивать медиаграмотность как каждого отдельного человека, так и общества в целом.*

***Ключевые слова:** фейк, верификация, медиаграмотность, критическое мышление, медиакомпетентность.*

В настоящее время достаточно важным вопросом сохранения цифровой безопасности общества стало противодействие фальсификации информации. С учетом развития новых технологий и искусственного интеллекта основные аспекты создания и распространения фейковых новостей до конца не изучены. Таким образом, даже в настоящее время методы противодействия фейкам остаются спорным вопросом, а психологические и социологические исследования так и не раскрыли в полной мере этот феномен цифрового сообщества.

Информационная фальсификация способна влиять на сознание людей и восприятие ими реальности. Так, одна фейковая новость способна погрузить аудиторию в страх или панику, вызвать ожесточенные дискуссии и даже спровоцировать людей на нарушение закона. Основные тактики манипулирования, способы передачи фейковых сюжетов, их форма воздействия на сознание и общественное мнение – все эти аспекты привлекают особое внимание. Рассматривая фейковые новости как инструмент информационно-психологического воздействия, стоит отметить, что индивидуальная реакция на дезинформацию прямо связана с рядом психологических механизмов: социальным доверием, уровнем тревожности, социальной идентичностью и объемом социального капитала.

Фейковые новости и реакция на них могут вызвать конформность и эмоциональное заражение среди наиболее уязвимых слоев населения. Даже после официального опровержения ложной информации или фейковой новости эти люди могут продолжать верить в них, формируя собственные теории и фальсификационные мистификации [3].

С точки зрения нейрopsихологии озвученная ранее информация, даже с учетом наложения на нее добавочных, порой не коррелирующих и не совпадающих с ней фактов, остается в человеческой памяти, делая людей нечувствительными к опровержениям. Так, многие граждане США до сих пор верят, что у Саддама Хусейна

на складах имелось оружие массового поражения (что, собственно, и послужило поводом для вторжения в Ирак сил Соединенных Штатов и их союзников), несмотря на полное опровержение данного факта, сделанное в 2004 году Госсекретарем Колином Пауэллом [4].

Фейковые новости, их распространение и воздействие на общество представляют собой сложный процесс, целью которого является вызов сумбурной активности и эмоционального резонанса у людей. Главная цель фальсификации событий – манипуляция общественностью в интересах виновника, что может привести к массовым беспорядкам, панике, забастовкам и даже к гражданской войне.

Технология продвижения фейковых новостей основана на их вирусном распространении среди населения. Они мимикрируют под истинные новости, но заключают в себе часть ложной информации, сенсационность, ажиотаж и способны вызвать определенную реакцию, эксплуатируя сознание людей.

Когда личность становится объектом «атаки» фейковых новостей, то ее эмоциональное состояние достигает высшей точки возбуждения, а фейк начинает взаимодействовать с психикой, создавая эмоциональный резонанс, вызывающий желание поделиться этой новостью и разделить возникшие переживания с семьей, друзьями и коллегами, которые потом делают то же самое. Этот процесс значительно ускоряется, если фейковая новость затрагивает что-то важное для человека: сферу здоровья, сообщения о терактах, изменения в финансовых сферах, систему образования, реформы и пр. Таким образом, фейковая новость становится «пандемией», которая в геометрической прогрессии охватывает население.

Основная угроза фальсифицированной информации состоит в том, что процесс ее верификации длителен и сложен, тем более если истинная новость заключает в себе лишь часть фейковой информации, что делает фейк оружием массового поражения в современном цифровом мире.

Вопрос верификации информации в современном мире весьма остро стоит в любой сфере деятельности. Каждый человек хочет чувствовать себя защищенным и при этом оставаться в истинном информационном поле, не становясь потребителем и распространителем ложных сведений. Сформулируем наиболее технологичные, на наш взгляд, методы идентификации фейковых новостей.

Действием первостепенной важности при установлении достоверности информации является проверка источника. Встречались ли вы ранее с этим сайтом или журналом? Просмотрите публикации на наличие орфографических ошибок, оформление текста, ознакомьтесь с юридической информацией и структурой источника.

Возможно ли идентифицировать автора текста? Постарайтесь найти о нем информацию, чтобы понять, заслуживает ли он доверия, какова его репутация в целом, обладает ли он необходимыми компетенциями.

Следующим шагом является проверка дополнительных источников, в которых может содержаться такая же информация. Если новость глобальная, она обязательно будет освещена в различных СМИ и таблоидах. Существует этика мировых новостных агентств, а именно редакционные правила, в соответствии с которыми СМИ обязаны верифицировать новости перед их публикацией.

Важно включать критическое мышление и рациональное начало при ознакомлении с новостью. Как ранее говорилось, фейковые новости вступают в резонанс с сознанием аудитории, именно поэтому важно сохранять хладнокровие, не впадать в панику, страх или ярость. Анализ информации поможет понять истинные намерения авторов.

Проверка подлинности изображений, которые могут прилагаться к фейковой новости с целью усиления влияния на человека, также является важным процессом верификации. В современном мире есть множество программных обеспечений, которые помогут проверить фотографию или любое другое изображение на подлинность.

В цифровом мире были созданы специальные сайты, помогающие в определении ложных новостей в информационном поле. К ним можно отнести такие ресурсы, как *snoops*, *PolitiFact*, *Fact Check*, *BBC Reality Check*. Однако стоит отметить, что это зарубежные ресурсы. В настоящее время с распознаванием фейковой информации достаточно хорошо справляется нейросеть.

Таким образом, в современном информационном пространстве, где каждая новость может оказаться ложной, все более актуальным становится вопрос верификации. Вышеперечисленные способы могут помочь в решении этой задачи лишь частично, поскольку фейк становится все более изощренным и агрессивным по отношению к человеку. Минимизировать подобный феномен могут только сознательность, критическое мышление и рациональный подход, а также изучение дополнительной информации. В этом случае можно говорить о медиаграмотности.

Исследованием медиаграмотности как результата медиаобразования занимался писатель В.А. Монастырский. Он рассматривал данный феномен как способность к адекватному восприятию и интерпретации, оценке и созданию медиатекстов [6]. Это подчеркивает, что уровень коммуникационной и информационной грамотности индивида определяется его умением объективно воспринимать и анализировать различные медиасообщения. Совершенствование медиакомпетентности направлено на созидание высокоразвитого гражданского информационного общества. М.В. Жижина рассматривает медиаграмотность как «совокупность навыков и умений, которые позволяют людям анализировать, оценивать и создавать сообщения в разных видах медиа, жанрах и формах» [2].

Исследования, проведенные *Modern Poland Foundation*, привели к созданию «каталога навыков», который классифицирует уровни медиаграмотности пользователей цифрового общества. Минимальный уровень подразумевает ограниченное участие в информационном поле через использование СМИ; средний характеризуется активным созданием медиаконтента, высоким уровнем обладают те, кто способен вызывать социальные изменения с помощью СМИ.

В основу классификации медиаграмотности положены следующие направления:

- 1) язык, который используется для самовыражения в рамках коммуникаций, модификации существующих информационных продуктов и придачи им смысловых ценностей;
- 2) технологии, понимание роли коммуникативных навыков в обществе и эффективность их применения для достижения необходимых целей;
- 3) процессы взаимодействия и обмена (анализ потребляемого контента и степени включенности в информационное поле, взаимодействие с различными группами людей и создание социальных платформ);
- 4) навыки производства и распространения информации;
- 5) этические и эстетические принципы (оценка медиаконтента с точки зрения социальных норм и правил, а также с позиций культуры и искусства).

Таким образом, медиаграмотность способствует развитию информационного сообщества и выступает механизмом сдерживания фейковых новостей в социальном пространстве. Формирование медиакомпетентности предполагает участие не только

отдельно взятых групп людей, но и государства в целом как регулятора цифровой информации и медиа.

Библиографический список

1. Бехманн Г. Концепции информационного общества и социальная роль информации // Политическая наука. Дискуссионные проблемы глобального информационного общества. 2008. № 2. С. 13–16.
2. Жижина М.В. Медиаграмотность как стратегическая цель медиаобразования: о критериях оценки медиакомпетентности // Медиаобразование. 2016. № 4. С. 50–60.
3. Кашенков Р.Ю. Fake news и деконструкция публичного дискурса // Международные коммуникации. 2019. № 4 (13). С. 6.
4. Матвеева Е.Ю., Носова И.В. Информационный экстремизм: сущность и проявления // Информационные войны как борьба геополитических противников, цивилизации и различных этосов: сборник трудов Всероссийской научной конференции / под науч. ред. проф. В.Ш. Сабирова. Новосибирск: СибГУТИ, 2018. С. 439.
5. Медийная и информационная грамотность: программа обучения педагогов / под науч. ред. Н.И. Гендина, С.Г. Корконосенко; пер. Е. Малявская. Париж: ИИТО ЮНЕСКО, 2012. 160 с.
6. Монастырский В.А. Медиаграмотность студентов: проблемы и пути решения // Профессиональное образование в современном мире. 2022. № 2. С. 49–53.

MEDIA LITERACY AS A NECESSITY IN THE VERIFICATION OF FAKE NEWS

O.N. Torgovanova

Tver State Technical University, Tver

Abstract. *The article provides a comprehensive study of the phenomenon of fake news through the lens of psycholinguistics, examines the impact of falsified information on the consciousness, and discusses methods for combating it. The relevance of the topic is due to the fact that deliberately false information can influence people's consciousness and perception of reality. The article concludes that developing media literacy for both individuals and society as a whole is essential for combating fake news.*

Keywords: *fake, verification, media literacy, critical thinking, media competence.*

Об авторе:

ТОРГОВАНОВА Ольга Николаевна – старший преподаватель кафедры иностранных языков, Тверской государственный технический университет, г. Тверь, Россия; e-mail: maerz25@mail.ru

About the author:

TORGOVANOVA Olga Nikolayevna – Senior Lecturer of the Department of Foreign Languages, Tver State Technical University, Tver, Russia; e-mail: maerz25@mail.ru