

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ
ДЛЯ ПЕДАГОГОВ И РОДИТЕЛЕЙ

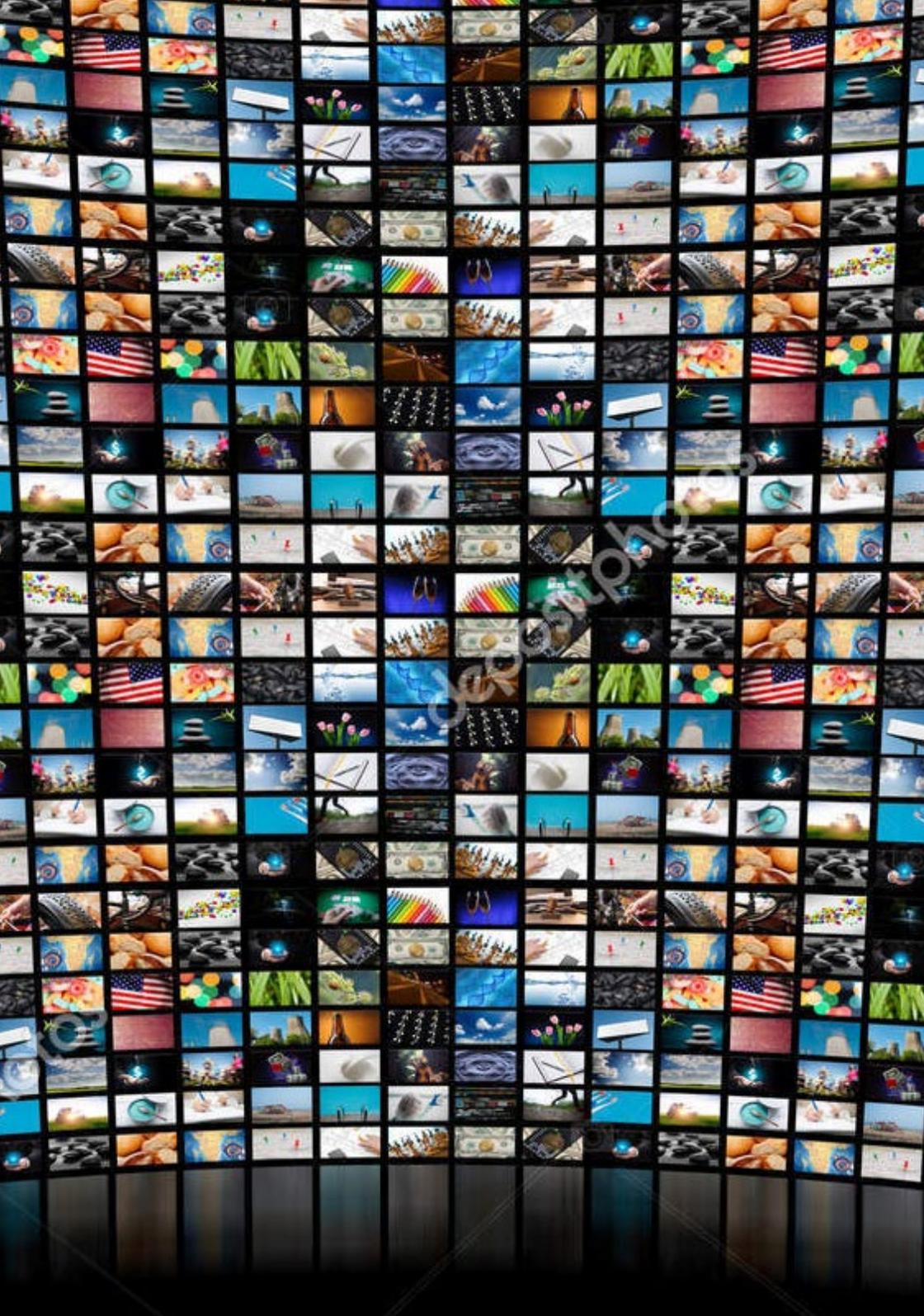
ФАКТЫ О ФЕЙКАХ



**СЕРИЯ: «МЕТОДИЧКИ»
ДЛЯ НЕРАВНОДУШНЫХ ВЗРОСЛЫХ**

ФАКТЫ О ФЕЙКАХ

Москва, 2021



Уважаемые друзья!

Эти методические материалы помогут вам сориентироваться в том объеме информации, которая окружает каждого человека в современном мире. Уметь разбираться и проверять достоверность информации — одна из важных компетентностей, помогающих обеспечить психологическую безопасность и сохранить психическое здоровье.

Сегодня Интернет — это не только «кладовая» по созданию, хранению, обмену и получению информации, различных знаний и умений. Несмотря на разнообразие полезной и интересной информации в Интернете, существует опасность столкновения с различными контентными рисками, к которым относится и ложная информация.

Стремительное развитие интернет-пространства привело к рождению такого понятия, как «фейк». Это слово все чаще употребляется на телевидении, радио или просто в межличностном общении. Изначально термин применялся исключительно в отношении интернет-пространств, однако с каждым днем слово набирало популярность, пока не укоренилось во всех сферах жизни современного человека.

В самом общем смысле фейк — это любая недостоверная информация, размещенная в Интернете. Фейк может быть намеренным и ненамеренным, полным или частичным. Фейковым может быть контент практически любого вида: новость, изображение, видеоролик и даже аккаунт в социальных сетях.

Фейки создаются и запускаются в оборот со следующими целями:

- ➔ создание социальной напряженности;
- ➔ дезинформация, предоставление заведомо ложных, сфабрикованных «фактов»;
- ➔ мошенничество;
- ➔ повышение трафика в социальных сетях и/или сайтах;
- ➔ продвижение товаров и услуг, «накрутка» рейтинга.



ВИДЫ ФЕЙКОВ



1. ЧАСТИЧНЫЙ: БЕССОДЕРЖАТЕЛЬНАЯ ЖЁЛТАЯ НОВОСТЬ



Новостные сайты и социальные сети заполняются новостями про события в мире шоу-бизнеса, «высшего света», преступления, события и происшествия, вызывающие глубокий эмоциональный отклик в сознании людей. Подобные новости не всегда фактически неверны, но по сути подменяют новостную повестку и картину дня для массового пользователя.



2. ФАЛЬШИВКА, ДЕЗИНФОРМАЦИЯ: АБСОЛЮТНО ЛОЖНОЕ СООБЩЕНИЕ



Даже разоблаченный фейк или очевидная фальшивка могут тиражироваться в Интернете несколько дней и бурно обсуждаться в социальных сетях.



3. ВБРОСЫ НА ОСНОВЕ РЕАЛЬНЫХ ФАКТОВ



Добавление фальсифицированных деталей, обстоятельств, выводов к реальным новостным поводам. Как правило, производится для пропаганды своих идей и запуска бурного обсуждения, в их основе лежит эмоциональное давление.

➔ По сравнению с обычными новостями фейк распространяется гораздо быстрее благодаря вбросам. При этом среднее время жизни фейка значительно меньше — в среднем фейк «живет» 3–4 дня.

➔ Довольно легко создать сайт, изображающий интернет-СМИ по какой-то теме, наполняемый автоматически новостями по данной теме, которые автоматически собираются с других сайтов. Такое квази-СМИ относительно нетрудно зарегистрировать в Яндекс.Новостях и других новостных агрегаторах, и даже зарегистрировать как СМИ в Роскомнадзоре. На этом квази-СМИ можно даже создать посещаемость различными методами накрутки, продвинуть его в поисковиках и т.п.

➔ Подобные квази-СМИ распознаются по минимальному присутствию своих собственных авторских материалов, а чаще всего на 100% состоят из новостей, автоматически собранных из иных источников.

4. РАЗОВЫЕ СТРАНИЦЫ

➔ Часто для разовых вбросов используются не постоянно работающие квази-СМИ, а одноразовые сайты, состоящие из нескольких страничек, но имеющие вид страницы СМИ, аналитического издания. Ссылки на такую публикацию даются из социальных сетей — тематических групп или страниц, специально созданных для имитации «канала» данного несуществующего СМИ. Здесь используется простое соображение, что глубже одной ссылки массовый читатель всё равно не будет погружаться.

➔ Разовые страницы распознаются с помощью сервисов вида whoisinform.ru, помогающих установить время создания страницы, его владельцев (или факт сокрытия владельцев).



5. ИМИТАЦИЯ ИЗВЕСТНЫХ СМИ

➔ Довольно часто эти одноразовые страницы для вброса имитируют известные читателю СМИ, оформляются в дизайне, содержат логотипы новостных и аналитических сервисов (Ведомостей, CNN и т.п.). Зачастую такие вбросы специально делают трансграничными — первый вброс делается за рубежом, на иностранном хостинге, по-английски, в дизайне известного западного СМИ, для придания большей достоверности в глазах отечественного читателя.



КАК РАСПОЗНАТЬ ФЕЙК?



КАК РАСПОЗНАТЬ ФЕЙКОВЫЙ АККАУНТ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ?



Профиль не заполнен вовсе или заполнен частично, лишен индивидуальных черт.



Отсутствуют фотографии или присутствуют в незначительном количестве. Фотографии не отображают личность человека и не дают о нем сколь-нибудь четкого представления.



Профиль заполнен от заведомо выдуманного, несуществующего персонажа (например — героя фильмов).



На «стене» преобладают репосты, не связанные единством тем и источников, по сути — это спам.



КАК РАСПОЗНАТЬ ФЕЙКОВОЕ ИЗОБРАЖЕНИЕ?

1. Проверить уникальность изображения



➔ Для этого скопируйте ссылку на изображение, перейдите на страницы поиска изображений в популярных поисковиках (<https://yandex.ru/images/> и <https://www.google.ru/imghp>) и, выбрав опцию «Поиск по картинке», укажите адрес проверяемого изображения. В браузере Google Chrome эта возможность встроена изначально — при клике правой кнопкой мыши по изображению предлагается вариант «Найти картинку в Google»



➔ Изучите результаты поиска, в которых будут как дубликаты проверяемого изображения, так и похожие на него картинки - таким образом можно проследить, было ли изображение модифицировано (проще говоря, дорисовано ли на нем что-то)

2. Проверьте даты публикаций дубликатов

➔ Если проверяемое изображение подается как свежее и иллюстрирует какую-либо новость (особенно скандальную), а дубликаты были опубликованы значительно ранее — то изображение фейковое. А если изображение было новостным поводом, то фейком является и сама новость



КАК РАСПОЗНАТЬ ФЕЙКОВУЮ НОВОСТЬ?



Читать дальше заголовка. Нередко сама новость практически никак не связана с громким заголовком, единственная цель которого – увеличить посещаемость



Изучите историю новости. Есть ли у нее первоисточник? Ссылается ли прочитанная вами новость на какие-либо иные источники? Подтверждается ли приведенная информация из иных независимых источников?



Есть ли у информации, приведенной в новости, персонифицируемый источник, или она подается анонимно, абстрактно (например, «большинство наших читателей считает...», «как заявляют многие ученые...»)? Если у информации источник есть - то насколько он компетентен именно в той области, которой посвящена статья (например, мнение генерала спецназа о развитии экономики вряд ли может считаться экспертным)?



Если один и тот же новостной повод «обрушился» на вас из множества источников сразу, тем более в однообразной подаче, то скорее всего речь идет о вбросе фейка



В случае сомнений подвергайте информацию критическому анализу: какой может быть цель ее опубликования? Какой реакции на нее ждут от вас лично? Кому и зачем может быть нужно вызывание именно такой массовой реакции?

❌ ЦЕЛИ ФЕЙКОВОГО КОНТЕНТА

Есть несколько целей, которые преследуют создатели фейкового контента. Следует рассмотреть самые распространенные из них:

- ➔ намеренная дезинформация пользователей о каких-либо фактах событиях для так называемого хайпа — привлечения внимания в целях зарабатывания денег;
- ➔ формирование у потребителя информации определенного взгляда на вещи;
- ➔ проведение мошеннических и жульнических операций;
- ➔ открытое оскорбление определенных лиц;
- ➔ агитация;
- ➔ троллинг (чаще всего в таких случаях фейк создается для развлечения и самоутверждения путем участия в спорах, дискуссиях);
- ➔ реклама определенного продукта или обход лимитов для спама (ведь в большинстве социальных сетей действуют ограничения на добавление друзей и рассылку писем);
- ➔ желание сохранить анонимность и конфиденциальность, не «светить» личной информацией;
- ➔ личные мотивы (например, желание закомплексованного пользователя иметь двойника, который отличается другим имиджем).

Большую опасность в последнее время представляет появление в Интернете фейковой информации, направленной на вовлечение несовершеннолетних в совершение противозаконных, противоправных проявлений, к участию в различного рода несанкционированных действиях. Схема действия деструктивных групп проста: выброс недостоверной, часто «шокирующей» информации, далее нагнетание негатива путем добавления новостей, подтверждающих фейковую информацию, поиск «виновных» в случившемся и, как итог, призыв к активным действиям (участие в митингах, демонстрациях, акциях протеста).

◆ ДЕЙСТВИЯ ПЕДАГОГОВ И РОДИТЕЛЕЙ

В сложившейся ситуации специалистам образовательных организаций и родителям обучающихся важно проводить профилактическую работу в двух направлениях:

- ➔ Обучать несовершеннолетних навыкам и компетенциям в сфере формирования цифровой гигиены, безопасного использования интернет-пространства, распознавания опасного контента, фейковой информации.
- ➔ Проводить беседы / мероприятия, в целях правового просвещения и воспитания несовершеннолетних, направленное на осознание не только прав, но и обязанностей по отношению к себе и окружающим, своему здоровью и безопасности в онлайн-пространстве.

