

ФАКТЫ О ФЕЙКАХ



Эти 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, существует опасность столкновения с различными 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.

ЧТО ТАКОЕ ФЕЙК?

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, наполняемый автоматически новостями по определенной 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 ФЕЙКОВЫЙ АККАУНТ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ?



Существуют критерии, которые могут в этом помочь:

- 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, от имени героя фильмов).
- На «стене» преобладают репосты, не **связанные единством** тем и источников, по сути — это спам.

КАК РАСПОЗНАТЬ ФЕЙКОВОЕ ИЗОБРАЖЕНИЕ?



1. Проверьте 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).

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, **персонафицируемый 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 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 фейк в таких случаях 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, 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).

ЧТО ДЕЛАТЬ РОДИТЕЛЯМ?



В сложившейся ситуации родителям важно проводить профилактическую работу в **двух** направлениях:

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

