

fake news
как феномен медиакommunikации
кривошеева в.а. 13.2-804 гр
kazan - 2020

НАИМЕНОВАНИЕ



Термин "фейковые новости" не имеет общепринятого значения. Это связано с тем, что "новостью" принято называть достоверную информацию в общественных интересах. В этом смысле "фейковые новости" – оксюморон, подрывающий доверие к верифицированной информации, т. е. реальным новостям.

FAKE NEWS — это информационная мистификация или намеренное распространение мизинформации в социальных медиа и традиционных СМИ с целью введения в заблуждение, для того чтобы получить финансовую или политическую выгоду

КАТЕГОРИИ

1

1. Созданные под влиянием человеческого фактора.

«Самые безобидные». Появляются из-за случайных ошибок в имени, дате и т.д.

2

2. Созданные в ходе информационной войны.

Самые опасные, создаются намеренно.

3

3. Созданные в коммерческих целях.

Рекламный обман для увеличения продаж.

4

4. Созданные ради привлечения аудитории и увеличения трафика.

ПРИЗНАК И



не выдержан журналистский стиль, который отличается в первую очередь нейтральной лексикой и отсутствием оценочных слов;



часто замалчиваются факты, имеющие важное значение



содержится много эмоционально окрашенных предложений



"кричащие" и провокационные заголовки



ссылки на не названные источники информации

АЛГОРИТМ СОЗДАНИЯ

1. РАЗВЕДКА

На первом этапе организатор кампании изучает целевую аудиторию. Он отвечает на три основных вопроса: «Кому врать?», «О чём врать?» и «Зачем врать?». Анализ проводится самый широкий — от образовательного уровня и информационной грамотности будущих читателей до их взглядов на жизнь.

2. ВООРУЖЕНИЕ

На втором этапе создаётся, собственно, фейковая новость. Её главная особенность в том, что почти всегда «декорации» фальсифицированной истории, то есть участники события, место и время действий, — реальные, а фейком является, собственно, само событие.

3. РАСПРОСТРАНЕНИЕ

Обычно фейковая новость сперва появляется на таком же фейковом сайте новостей или на любой другой площадке, где публикации никак не контролируются. Далее в дело вступает «гуру» — прокачанный и авторитетный у целевой аудитории блогер, который публикует новость у себя. Сообщение подхватывают боты — реальные пользователи соцсетей или роботы, созданные/привлечённые специально для фейковой новостной кампании.

4. ЭКСПЛУАТАЦИЯ

На следующем этапе новость доходит до целевой аудитории и начинает жить своей жизнью. Наиболее вдохновлённые читатели лайкают и репостят фейковое сообщение, делятся им в мессенджерах. Возникает вирусный эффект, который привлекает внимание ещё более широкой аудитории — журналистов и других профессиональных участников медиаполя. Фейковая новость попадает в мейнстрим-медиа.

5. ПРОМЫВКА

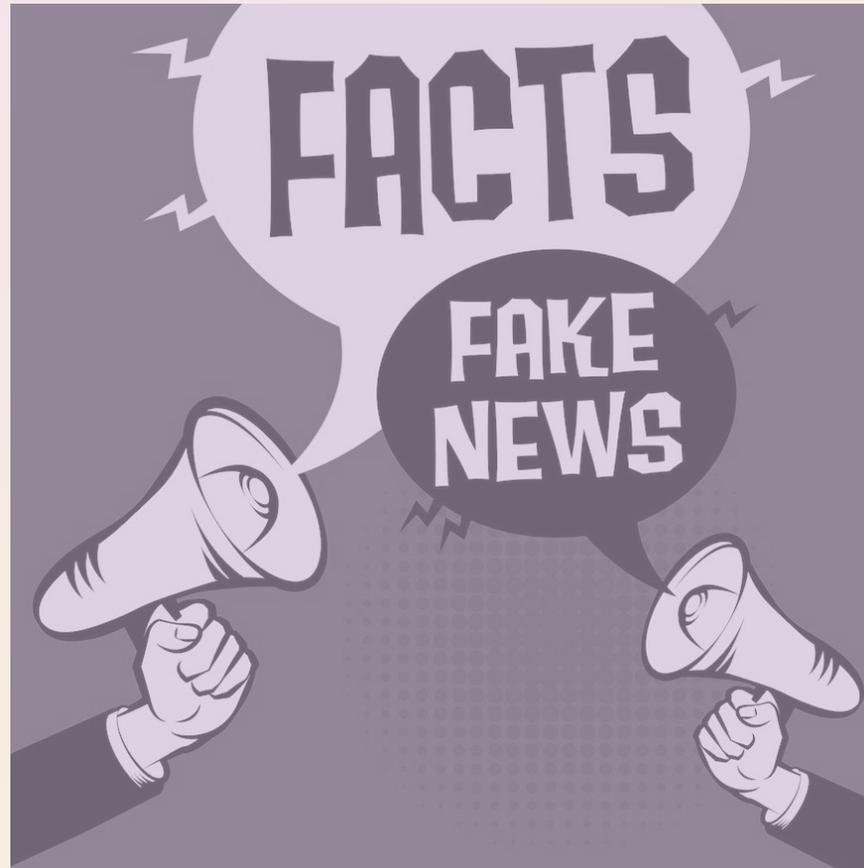
Этот этап используется в долгосрочных кампаниях, призванных коренным образом изменить отношение целевой аудитории к каким-либо явлениям, причём иногда диаметрально противоположным образом. Для этого запускается не одна, а несколько последовательных фейковых новостных кампаний. Одна и та же история раскрывается через различные аспекты, появляются все новые герои событий, а вирусный эффект генерируется многократными волнами.

6. «ДОМАШНЯЯ РАБОТА»

После достижения заданной цели могут потребоваться дополнительные, закрепляющие действия. К примеру, если речь идёт о кампании, подрывающей репутацию какого-либо политика, в информационное поле могут быть запущены позитивные новости о нём, которые не имеют прямого отношения к фейковой истории, но несколько корректируют образ жертвы в глазах общественности. Такие действия призваны устранить у общественности ощущение травли или спланированной акции в отношении политика.

7. ЗАМЕТАНИЕ СЛЕДОВ

Последний этап — сокрытие следов активности. Наиболее распространённая технология позволяющая это сделать, — отвлекающая новость. Используя уже созданную инфраструктуру из ботов можно вбросить новое «информационное» сообщение. По своей тематике оно должно совершенно отличаться от прежней фейковой истории, быть ещё более громким и резонансным. Такая фейковая новость переключает внимание общественности на новую проблему и «глушит» голоса тех, кто, возможно, к этому моменту сумел идентифицировать прежний фейк.



*Нобелевский лауреат Алексиевич**«умерла»*

В мае в фальшивом twitter-аккаунте министра культуры Франции Франсуаз Ниссен появилось сообщение о смерти белорусской писательницы и лауреата Нобелевской премии Светланы Алексиевич. Ниссен ранее возглавляла издательский дом Actes Sud, в котором выходили французские переводы Алексиевич, поэтому изначально сообщение о ее смерти было принято за чистую монету.

Различные российские медиа — в том числе государственные «Российская газета» и агентство РИА «Новости» — оперативно распространили эту новость. Появилась она и на сайте телеканала «Настоящее Время», являющегося совместным проектом Радио Свобода и «Голоса Америки». Европейские медиа также цитировали это сообщение — например, газета «Фигаро» и португальское издание «Диариу ди нотисиаш».

Новость оказалась фальшивой. «Кому-то не терпится», — отметила находившаяся в тот момент в Сеуле 69-летняя Алексиевич в беседе с корреспондентом Белорусской редакции Азаттыка.

Вскоре после появления сообщения в Twitter'е ответственность за него взял итальянский журналист Томмазо Дебендетти, который ранее публиковал поддельные интервью с известными писателями.

Взрыв в Бейруте: какие фейки и теории заговора появлялись в соцсетях

Первые сообщения о взрыве в бейрутском порту появились в социальных сетях спустя считанные минуты.

Наряду с подлинными видео, снятыми жителями, в "Твиттере", WhatsApp и на других платформах стали быстро распространяться разнообразные слухи о причинах взрыва.

Слухам о диверсии отчасти способствовало то, что Дональд Трамп на пресс-конференции в Белом доме спустя несколько часов назвал его "ужасным нападением".

Анализ, проведенный Институтом стратегического диалога, показал, что крайне правые группы воспользовались словами президента США, при этом подправляя их в выгодном для себя духе.

Так, автор записи в Telegram приписал ему высказывание: "Это похоже на ужасное террористическое нападение", хотя слово "террористическое" Трамп не произносил.

"За последние 24 часа мы зафиксировали многочисленные ссылки на заявление президента Трампа о "нападении" со стороны интернет-сообществ, занимающихся конспирологией и дезинформацией. Это показывает, как опасно недостаточно тщательно выбирать слова в моменты кризисов", - говорит Колливер.

Некоторые записи в соцсетях содержат вовсе ни на чем не основанные утверждения, будто бы Дональд Трамп сказал, что США заранее получили предупреждение о взрыве.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Tandoc E., Wei Lim Z., Ling R. Определение «фейковых новостей»: типология научных определений // Цифровая журналистика. – 2018. – Т. 6, №2. – С. 63-85.
2. Основы творческой деятельности журналиста : учебник для студентов вузов по спец. «Журналистика» / ред.-сост. С. Г. Корконосенко. – СПб. : Знание, 2000. – 272 с.
3. Иссерс О. С. Медиафейки: между правдой и мистификацией / О. С. Иссерс // Коммуникативные исследования. – 2014. – № 2. – С. 112–123.
4. Суходолов А. П. «Фейковые новости» как феномен современного медиапространства: понятие, виды, назначение, меры противодействия / А. П. Суходолов, А. М. Бычкова // Вопросы теории и практики журналистики. – 2017. – Т. 6, № 2. – С. 143–169.
5. Васильев А. Автором новости о "смерти" Алексиевич стал итальянский журналист / А. Васильев // Российская газета. – 2017. – 18 мая.