

Вакцина против фейка

Всемирная организация здравоохранения обратилась за помощью в борьбе с фейками о коронавирусе 2019-nCoV к блогерам.



В ВОЗ надеются, что те помогут с распространением в соцсетях только достоверных фактов. Пока же не соответствующая действительности информация о вирусе мгновенно расходится не столько через СМИ, сколько через «Фейсбук», «Твиттер», «Инстаграм». Это только увеличивает панику. По мнению ВОЗ, обладающие большим числом подписчиков блогеры могут помочь в продвижении проверенных сведений. «Ложная информация мешает работе специалистов. Она отвлекает тех, кто принимает решения, от важных вещей. Это порождает страх и неуверенность в обществе», – заявил генеральный директор ВОЗ Тедрос Адханом Гебрейесус.

В международной организации создали специальную группу по борьбе с фейками о коронавирусе. «Из-за высокого спроса на достоверную информацию о 2019-nCoV» эксперты ВОЗ стараются оперативно выявить и развенчать мифы и слухи, которые могут навредить людям, например о неэффективных мерах профилактики и лечения. «Эти «поддельные новости» опровергаются информацией, основанной на научных данных, в том числе через социальные сети и веб-сайт организации», – пояснили представители Всемирной организации здравоохранения.

Так, в «Фейсбуке» с начала февраля гуляет «новость» о якобы 10 тысячах умерших людях от осложнений, вызванных 2019-nCoV. При этом никто не ссылается на проверенный источник. Хотя в действительности жертв коронавируса на порядок меньше. Согласно последним данным заболели свыше 42 тысяч человек, умерли более тысячи. На момент появления фейка скончавшихся от

осложнений, вызванных вирусом, было в два раза меньше. Другой случай касается сообщений об успешном излечении пациентки при помощи лекарств от ВИЧ и средства против гриппа. Ни ВОЗ, ни какая-либо другая медорганизация не подтвердили эту информацию. «Источник возникновения вспышки коронавируса 2019-nCoV до сих пор неизвестен», – заявил Гебрейесус, добавив, что средств для борьбы с вирусом пока нет.

Обсуждаем тему с деканом журфака РАНХиГС Владимиром Силкиным



Владимир Силкин – декан факультета журналистики Института государственной службы и управления РАНХиГС при президенте Российской Федерации, доктор политических наук, профессор. Родился в 1963 году. Окончил исторический факультет Саратовского государственного университета им. Н.Г. Чернышевского. В 1994-2003

годах работал в Поволжской академии государственной службы (ныне Институт управления им. П.А. Столыпина), пройдя путь от старшего преподавателя до профессора. Занимал должности заместителя декана, декана, проректора. С 2003 года работает в РАНХиГС. Является автором более 60 работ, в том числе монографий, статей в энциклопедических изданиях, словарях, научных журналах и учебных пособиях, в числе которых «Информационная аналитика в управлении коммуникациями» (2016), «Коммуникология: теория и практика массовой информации» (2017), «Теория и практика массовой информации как фундаментальное направление коммуникологии» (2018).

Текст: Валерий Выжурович

Мир информации по сравнению с прошлым веком фантастически изменился и продолжает стремительно меняться. «Словно мухи, тут и там ходят слухи по домам, а беззубые старухи их разносят по умам» – это примерно середина семидесятых. Ныне же в роли «беззубых старух» цифровые носители. В этих условиях распространение фейковых новостей может принимать характер эпидемии, нести угрозу мировой стабильности. Можно ли защититься от этого?

– Принципиальная особенность цифровой информации в ее всеохватности и одномоментности. Именно поэтому иногда вспыхивают эпидемии фейка. Чем их можно предотвратить? Не знаю. Какую-то защиту дает закон, но он не панацея.

Закон дает защиту как бы с внешней стороны. Но, вероятно, нужны и внутренние защитные механизмы. Я имею в виду медиаграмотность потребителей информации. У нас многие люди не умеют отличать фейковую новость от настоящей. Их нужно этому учить. Вы согласны?

– Да. Я бы это назвал информационной культурой. На ее формирование должно быть направлено основное усилие при подготовке специалистов с высшим образованием. Это касается и сферы государственного управления, и медиасферы, и рекламы, и связей с общественностью.

А в массовом населении эту культуру не надо воспитывать?

– Надо, конечно. Здесь должна быть еще и подготовка в области истории. Современные школьники не знают исторического контекста. А чтобы распознавать фейк, знание исторического контекста как раз необходимо. Недавно бурно обсуждалось, что Сталин будто бы встречался с Гитлером во Львове. Но давайте представим себе исторический контекст. Вот они встретятся – и о чем будут говорить друг с другом? Им не о чем говорить. Поэтому такая встреча, скорее всего, невозможна. Она выпадает из исторического контекста.

Вы уверены, что медийным всеобучем у широких слоев обывателей можно выработать иммунитет к фейковым новостям?

– Я надеюсь на это. Посмотрите, в определенной степени у населения сформировалась экономическая культура после того, как развалились МММ, «Нефть-Алмаз-Инвест» и тому подобные пирамиды. Сейчас уже трудно запустить фейковый проект в экономической сфере, чтобы масса людей в него поверила. Потому что появилась минимальная экономическая грамотность. Люди начали понимать что не бывает депозитных вкладов под двести

процентов годовых. Точно так же когда-нибудь поймут, что не стоит доверять сообщениям о запрете курения на балконах или о том, что яйца будут фасовать не десятками, а девятками. Появится информационная культура. Она – часть общей культуры человека.

Задача фейка – заместить реальность

У вас на факультете есть какой-нибудь спецкурс, на котором бы изучалась природа фейка?

– Отдельного предмета нет, но так или иначе эта тема затрагивается на занятиях. Например, при изучении информационных войн или журналистского расследования. Кроме того, есть дисциплина «информационно-аналитическая деятельность». Она тоже вырабатывает умение отделять зерна от плевел.

Как вы объясняете студентам, что такое фейковые новости?

– Мы говорим, что к этой категории не относятся ошибки, неточности, разного рода журналистские «ляпы». Фейк – это информационная мистификация или преднамеренная дезинформация в социальных медиа и традиционных СМИ, имеющая целью ввести в заблуждение и кому-то выгодная. Кто-то из студентов тут обычно спрашивает: «Значит, фейк – это ложь?» Не совсем, объясняем мы. Задача лжи – скрыть истину, задача фейка – заместить реальность. То есть речь в данном случае идет не о сокрытии или искажении отдельных фактов, а о намеренном и систематическом замещении реальности фейками. Хотя, разумеется, фейк замешен на лжи. Причем чаще всего не на полной и абсолютной, а на сознательно приправленной толикой правды. Пример тому, говорю я студентам, мы находим в «Грозе» Островского. Там странница Феклуша делится с девкой Глашей своими географическими познаниями: «Говорят, такие страны есть, милая девушка, где и царей-то нет православных, а салтаны землей правят» – и это правда. Но заканчивает Феклуша так: «А то есть еще земля, где все люди с песьими головами».

Ладно, с Феклуши спрос невелик. Но ее последователи – они не столь простодушны и привирают отнюдь не для красного словца, а с четкой целью. Вспомните «Белые каски». Эта работающая в Сирии якобы миротворческая организация постоянно устраивала мистификации. Был громкий скандал, когда «Белые каски» раструбили всему миру о «химической атаке», совершенной против мирного населения войсками Башара Асада, и в качестве доказательства предъявили постановочные кадры с хлорным баллоном. На нем не было даже вмятин, хотя при падении с высоты он должен был разорваться на куски.

По каким признакам можно распознавать фейковые новости?

– Таких признаков немало. Это отсутствие ссылки на источник или ссылка на анонимный, игнорирование данной «новости» авторитетными СМИ, апокалиптические предсказания («К 2050 году в Москве останется 2 процента русских», «Вулкан уничтожит Исландию в ближайшую зиму»), анонсирование чудодейственных панацей и прорывов в медицине («Средство от рака найдено в поджелудочной железе инфузории тувельки!», «Автомеханик из Челябинска изобрел искусственную кровь»), вольное интерпретирование соцопросов («78 процентов россиян никогда не ходят в туалет», «56 процентов студентов консерватории предпочитают Моцарта Шопену»), кричащие заголовки и фото, обилие в тексте таких слов и выражений, как «говорят», «очевидцы были в шоке», «отец моей подруги лично слышал», «власти скрывают»... Самые скандальные и быстро распространяемые фейки носят панический характер и обещают невообразимые потрясения в нашей жизни («В России запретят зарплаты», «В армию будут призывать детей с 10 лет», «Вводится штраф за мат в телефонном разговоре»).

Авторитетные традиционные СМИ, на ваш взгляд, брезгуют фейком?

– Как правило, да. Но иногда и они дают слабинку, что, как мне кажется, объясняется погоней за «хайпом».

Что должен сделать человек, чтобы поверить или не поверить

какому-то сообщению?

– Он должен задать себе несколько вопросов: кому принадлежит данное СМИ, какова его целевая аудитория, какие лица или группа лиц могут быть заинтересованы в этой публикации – и тогда все станет ясно.

Бывают, мне кажется, случаи, когда сразу понятно, кем и для чего заказан фейк. Летом 2018 года в социальных сетях стали появляться фотографии «из Нигерии» с изувеченными людскими телами. Якобы там мусульмане убивали христиан. Все фото оказались фейковыми: они были сняты в других концах мира и при иных обстоятельствах. Кончилось тем, что взбешенные христиане вышли на дороги и стали убивать ни в чем не повинных мужчин-мусульман. Погибло более двадцати человек. На какую этническую аудиторию был рассчитан этой фейк? И какую цель он преследовал? Риторические вопросы.

– А у меня есть личное воспоминание. 2009 год. В N-ской области РФ распространяется фейк о якобы начавшейся там эпидемии легочной чумы. Публикуются сообщения, что вот-вот начнется тотальная дезинфекция города с самолетов. Возникает паника, люди начинают уезжать из областного центра. А дело происходит зимой, дороги плохо расчищены, образуются пробки, на вокзалах столпотворение. Приезжает ко мне, а я сам из тех мест, один аспирант. И начинает рассказывать какие-то совершенно жуткие вещи. У меня нет оснований ему не доверять, он местный депутат. И он говорит, что свою семью на всякий случай вывез из областного центра в другой. Я потом собрал всю информацию об этом «чрезвычайном происшествии», получилась огромная кипа бумаг, и этот материал мы изучали на занятиях. Нам было важно понять, как могло случиться, что люди поверили фейку – на какой «крючок» их ловили, какие приемы использовали.

Фейки создают напряжение в обществе

Создатели фейковых новостей, как правило, хорошие социальные

психологи. Они досконально знают характерные особенности своей аудитории, ее болевые точки. В этом смысле российские дезинформаторы, наверное, мало чем отличаются от зарубежных?

– Да, в этом нет отличий между ними. А вот аудитории разнятся, и, бывает, существенно. Так же, как и реалии. Приученный к абсурду российский обыватель скорее, чем, скажем, немецкий, поверит в существование «людей с песьими головами». А вообще фейковые новости сегодня – одна из глобальных угроз. Они могут провоцировать опасные настроения, создавать напряжение в обществе, вызывать дестабилизацию обстановки в какой-то стране и даже целом регионе. Поэтому в странах Евросоюза пришли к пониманию, что интернет не только увеличил объем и разнообразие доступных новостей, но и позволил распространять фейковые сообщения с беспрецедентной скоростью и в беспрецедентных масштабах. В том числе и с целью повлиять на любые ситуации.

Доказуемо неправдивая

В документах Евросоюза дается определение дезинформации. Это «**доказуемо неправдивая или вводящая в заблуждение информация, которую создают, представляют и распространяют с целью получения экономической выгоды или умышленного обмана общественности и которая может принести общественный вред**». Обратите внимание: «**ДОКАЗУЕМО неправдивая**». Формулировка не позволяет бездоказательно опровергнуть сообщение, назвав его фейком. Иначе говоря, заведомо пресекает попытку цензуры.

– Наш Закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» трактует фейки примерно так же. И предусматривает штрафы за их публикацию: максимальный для граждан – 400 тысяч рублей, для должностных лиц – 900 тысяч, для юрлиц – полтора миллиона. Сама фейковая информация, согласно закону, блокируется во внесудебном порядке по инициативе генпрокурора или его заместителей.

Вы можете припомнить случаи, когда бы этот закон применялся?

– Закон был подписан в марте 2019 года. А уже в апреле за распространение фейковых новостей хотели привлечь Елену Калинину. На ее странице в соцсети появился пост о месте и времени проведения акции против строительства мусорного полигона. Полицейские сочли, что Калинина опубликовала сообщение, зная, что мероприятие не согласовано и не может быть проведено. То есть, по их мнению, она распространяла фейковую информацию. Ранее Елену Калинину уже судили за пост в соцсетях с информацией о времени и месте проведения митинга и шествия, а также за участие в них. В сумме ей назначили 47 тысяч рублей штрафа. А в ноябре Роскомнадзор опубликовал первый список ресурсов, включая группы СМИ в социальных сетях, которые распространяют недостоверную, но общественно значимую информацию. В списке фигурировали 27 ресурсов, включая блоги, группы в соцсетях, в том числе созданные СМИ, и каналы на YouTube.

Ответственность за распространение фейковой информации существует во многих странах. Но где заканчивается забота об информационной безопасности общества и начинается цензура? Как провести эту грань?

– В принципе ее проводит закон. Но чиновники нередко трактуют его по своему усмотрению, защищая в рамках своей корпоративной культуры интересы бюрократического класса. Это во-первых. Во-вторых, чтобы закон безупречно выполнялся, должна быть создана прецедентная база. По тому, как толковались те или иные случаи, можно судить о правоприменительной практике в отношении, например, тех же фейков. Никто же не оспаривает запрет на разглашение государственной тайны или запрет на информацию, призывающую к насилию. Точно так же не должен вызывать возражений и запрет на преднамеренное распространение дезинформации. Но и в первом, и во втором, и в третьем случае важно видеть, не трактуются ли нормы этих законов слишком вольно, не получает ли общество под видом борьбы с дезинформацией или экстремизмом банальную цензуру. Здесь нужно быть очень аккуратным. Грань действительно тонкая, и ее легко

перейти.

За распространение дезинформации могут еще ведь и заблокировать сайт. Вам известны прецеденты?

– Наверняка они есть. Кстати, блокировка сайта лишь обостряет к нему интерес, а попытки ретивых чиновников дезавуировать некую новость путем ее старательной «фейкизации» достигают только обратного результата – число потребителей этой новости начинает нарастать как снежный ком и в конце концов становится огромным, к чему вряд ли стремились инициаторы разоблачительной кампании. При том что бывают фейки, реально заслуживающие скорейшего публичного разоблачения. Сколько было ложных вбросов о пожаре в «Зимней вишне»!

Фейк бывает не обязательно вопиющим. Он может быть и вкрадчивым, может маскировать себя недомолвками, полунамеками, утайкой части информации. Так ведь?

– Так. Вот вам подлинный случай. Сюжет в теленовостях. Один из кандидатов в большие политики едет на открытие объездной дороги вокруг областного центра. Там 76 километров. Текст за кадром: «Строительство этой дороги началось еще в середине девяностых...» Потом еще какой-то текст. И окончание: «...приложили все силы и на год раньше срока завершили строительство». Как говорил Штирлиц, запоминается последняя фраза.

Фальшивые аккаунты – это теневой бизнес

А фейковые аккаунты?

– Как только появились соцсети, их тотчас наводнили сотни фейковых аккаунтов «Бритни Спирс», «Биллов Гейтсов», «Филиппов Киркоровых»... Практически сразу это переросло в масштабный теневой бизнес, поскольку аккаунты знаменитостей быстро набирали подписчиков и их можно было выгодно продавать. Сейчас существуют фальшивые аккаунты госуслуг, штрафов ГИБДД... Есть также боты – профили, которые обычно создаются для продвижения

сайта или сервиса. Есть «умные» боты – в отличие от обычных ботов, они комментируют посты, публикуют полезный контент, принимают участие в опросах и проявляют другие виды активности. Но все это делается не просто так, а с конкретной целью – продвижения ресурса, продукта или идеи. Администрации соцсетей пытаются бороться с фейками, но эффективной защиты от них пока, похоже, не найдено.

