

УДК 316.77:004.738.5

DOI:10.17853/2587-6910-2022-05-17-20

## **ФОРМИРОВАНИЕ ОСОЗНАННОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ И ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ РАСПРОСТРАНЕНИЮ ДЕЗИНФОРМАЦИИ В ИНТЕРНЕТЕ: ОПЫТ ЗАПАДНЫХ СТРАН**

**ABOUT SOME SOLUTIONS USED IN WESTERN COUNTRIES TO  
PROMOTE INFORMED CONSUMPTION OF INFORMATION AND  
COUNTERACT THE SPREAD OF MISINFORMATION ON THE INTERNET**

**Диана Александровна Богданова Diana Aleksandrovna Bogdanova**

кандидат педагогических наук, старший  
научный сотрудник  
d.a.bogdanova@mail.ru

Federal Research Center “Computer Science and  
Control” of the Russian Academy of Sciences,  
Moscow, Russia

Федеральный исследовательский центр  
«Информатика и управление» Российской  
академии наук, Москва, Россия

***Аннотация.** Рассматривается опасность распространения дезинформации в эпоху цифровых технологий, проанализированы западные инициативы в регулировании информационного контента, формировании критической медиаграмотности.*

***Abstract.** Although disinformation has always existed, in the digital age it can spread much faster and more widely: the Internet becomes an ideal platform for the dissemination, multiplication and non-critical consumption of “facts”. When a story is widely shared and discussed online, it is considered viral. Changing technological revenue models have also changed the way journalists present their content. News outlets are increasingly evaluating the success of a story if it goes viral. This has already led to a confluence of viral and noteworthy news. Journalists have to consider whether their article will go viral or be seen as boring information, so they often decide what to report and what to ignore. The article considers examples of approaches to solving the problem of confronting disinformation spread on the Internet, used in some Western countries.*

**Ключевые слова:** дезинформация в Интернете, социальные сети, вирусный контент, медиаграмотность, критическая грамотность, дезинформация, маркировка информационного продукта, ньюстришн, критерии журналистики, библиотекарь Интернета, монитор дезинформации.

**Keywords:** Internet disinformation, social media, viral content, media literacy, critical literacy, disinformation, information product labeling, newstrition, journalism criteria, Internet librarian, disinformation monitor, disinformation fingerprints.

Социальные сети предоставляют огромные возможности для общения, поэтому являются идеальной средой для распространения новостей. Несмотря на то, что дезинформация существовала во все времена, в эпоху цифровых технологий она передается гораздо быстрее и шире: Интернет становится той платформой, где созданы все условия для расылки, умножения и некритического потребления «фактов».

Когда некая история широко обсуждается во Всемирной сети, массово распространяется, она считается вирусной. Новостные агентства все чаще оценивают успех статьи именно по данным критериям. Это уже привело к слиянию вирусной и заслуживающей внимания информации. Журналисты должны подумать, станет ли их история вирусной или будет рассматриваться как скучный контент, поэтому зачастую субъективно решают, какие данные сообщать, а какие – игнорировать. Очевидно, чем лучше пользователь понимает, что такое ложная информация, как она распространяется, тем будет ему проще ее избегать. Восемь лет назад на Всемирном экономическом форуме было заявлено, что «распространение дезинформации через социальные сети является одним из величайших глобальных рисков для нашего будущего и процветания» [1].

Обзор фактических данных Национального фонда грамотности Великобритании за 2018 г. показал, что «подготовка учителей имеет решающее значение для успеха любого плана повышения критической грамотности». Поэтому Министерство образования должно обеспечить «включение обучения критической грамотности, актуальной для цифровой эпохи, в программы начальной подготовки учителей (*initial teacher training* — ИТТ) и непрерывного профессионального развития» [2]. В частности, интересный курс по медиаграмотности разработал канадский Университет Атабаска в партнерстве с Королевством Саудовская Аравия и Швейцарской службой международного развития при поддержке Юнеско.

Реализуются и иные подходы к решению проблемы. Так, американский стартап *Our.News* поставил своей целью помочь своим пользователям стать более умными потребителями новостей: «К сожалению, есть тысячи людей по всему миру, которые намеренно мешают другим узнать правду» [3]. В то же время многие не доверяют СМИ и фактчекерам. Кроме того, факты зачастую не меняют мнение людей. Все это создает среду, в которой никто не знает, во что верить, распространяемые истории только укрепляют существующие убеждения: «Невозможно бороться с дезинформацией, рассказывая людям правду, потому что они в это не верят» [3].

В качестве решения стартап предложил пользователям самим участвовать в маркировке новостей. Для этого был разработан специальный программный продукт — *Newstrition* (по аналогии с *Nutrition* — ярлыком, размещаемым на продуктах питания, где, например, указываются производитель, дата выпуска, состав и т. д.). Пользователю предоставляются интуитивно понятные инструменты для проверки информации и ее маркировки. Интерактивный ярлык прикрепляется к новостям в Интернете [4]. Маркировка включает описание издателя, данные об источниках статьи, авторе и редакторе, наличии кликбейта [2], а также рейтинги и отзывы других пользователей. Такой ярлык не свидетельствует о качестве продукта, не говорит, доверять ему или нет, — он оставляет принятие решения потребителю.

На сегодняшний день *Our.News* создал около 600 000 ярлыков, и каждый день появляется около 5 000 новых. Конечно, вероятность того, что какая-либо статья не будет иметь ярлыка, довольно высока, но в этом случае стартап может предоставить информацию об издателе. Создатели намеренно объединяют объективные факты с субъективными мнениями читателей: «Если говорить чисто субъективно, то это просто соревнование в популярности. Если это просто объективно, то кто определяет истину? Мы смешиваем их вместе, объединяя все на ярлыке, чтобы потребители новостей могли принять собственное решение» [5].

*Our.News* признают, что пользователи будут по-разному относиться к ярлыкам. Например, они могут по-прежнему не доверять фактчекерам, однако и в этом случае полезно предоставить им возможность оставить свой отзыв в более структурированном виде, а не в формате комментария в соответствующем разделе. При этом рейтинг пользователя будет зависеть от его взаимодействия с ярлыком: если он пропустит информацию об издателе, источниках и проверку фактов, то его рейтинг будет отличаться от рейтинга того, кто тщательно изучил всю информацию. Ярлык *Our.News* доступен через расширения для браузеров *Firefox* и *Chrome*, а также через приложение для *iOS*.

В некотором смысле рассмотренный проект функционирует в той же области, что и американская компания *NewsGuard* [6], которая оценивает онлайн-источники новостей и позиционирует себя в качестве библиотеки Интернета. По информации компании, обученные журналисты изучили и проанализировали материалы, на долю которых приходится 95 % онлайн-взаимодействий. Каждый сайт оценивается по девяти основным аполитичным критериям журналистской практики, получает общий рейтинг «зеленый» (в целом заслуживающий доверия) или «красный» (в целом не заслуживающий доверия), оценку доверия от 0 до 100 баллов, в подробном обзоре объясняется, кто стоит за сайтом, какой контент он публикует и почему его рейтинг именно такой. *NewsGuard* помогает правительствам, компаниям и организациям бороться с дезинформацией и обучать медиаграмотности посредством интеграции данных и партнерских отношений. Команда аналитиков круглосуточно и без выходных отслеживает цифровые новости и анализирует информационный ландшафт в поисках новых ложных заявлений и источников их распространения. Весьма интересна информация, размещенная в новостном разделе за январь 2022 г.: «Спустя год после беспорядков 6 января 81 процент издателей дезинформации о выборах 2020 года в США, выявленных *NewsGuard*, все еще продолжают распространять ложные заявления о выборах» [7].

Созданная специально для использования как аналитиками-людьми, так и инструментами искусственного интеллекта система *Misinformation Fingerprints*<sup>TM</sup> от *NewsGuard* обеспечивает постоянно обновляемое представление о цифровой информационной среде и является мощным способом отслеживания нарративов, которые появляются и распространяются в Интернете. Данная система и технологии социального прослушивания применяются киберкомандованием США для выявления основных источников, публикующих фиктивные сообщения, для мониторинга контента, содержащего спонсируемую ложную информацию и дезинформацию. В английском языке данные понятия дифференцируются [2]:

- *misinformation* (на русский язык переводится как дезинформация) — распространяемая ложная информация вне зависимости от того, есть ли умысел ввести в заблуждение;
- *disinformation* — преднамеренно вводящая в заблуждение или предвзятая информация, манипулирующая содержанием или фактами; пропаганда.

Поскольку индустрия кибербезопасности в основном состоит из инструментов искусственного интеллекта и машинного обучения, подход *NewsGuard* к человеческому интеллекту оказался уникальной и ценной разработкой.

Рассмотренные примеры с той или иной степенью подробности дают представление о шагах, предпринимаемых в западных странах с целью противодействия распространению дезинформации в Интернете. Перед российским образованием также стоит очень важная задача формирования и у детей, и у старшего поколения устойчивых навыков медиаграмотности.

### ***Список литературы***

1. *Digital Wildfires in a Hyperconnected World*. Text: electronic // World Economic Forum. Global Risks. 2013. URL: [http://reports.weforum.org/global-risks-2013/risk-case-1/digital-wildfires-in-a-hyperconnected-world/?doing\\_wp\\_cron=1517234516.7952280044555664062500](http://reports.weforum.org/global-risks-2013/risk-case-1/digital-wildfires-in-a-hyperconnected-world/?doing_wp_cron=1517234516.7952280044555664062500).
2. Богданова, Д. А. О некоторых аспектах цифровой экологии / Д. А. Богданова. Текст: электронный // Информатика в школе. 2021. № 7 (170). С. 15–19. <https://doi.org/10.32517/2221-1993-2021-20-7-15-19>.
3. *We're pushing back on disinformation*. URL: <https://our.news/>. Text: electronic.
4. *Pushing back on misinformation*. URL: <https://our.news/how-it-works/?main>. Text: electronic.
5. *Our goal*. URL: <https://our.news/for-people/?main>. Text: electronic.
6. *Online Safety for Readers, Brands, and Democracies*. URL: <https://www.newsguardtech.com/>. Text: electronic.
7. *Misinformation Monitor*. URL: <https://www.newsguardtech.com/misinformation-monitor/>. Text: electronic.