

**Муниципальная конференция учебно-исследовательских работ
«Интеллектуальный потенциал Эвенкии» среди обучающихся
общеобразовательных организаций и организаций среднего
профессионального образования Эвенкийского муниципального района
в 2022-2023 учебном году**

Направление: социально-гуманитарные науки

**«FAKE NEWS КАК ИНСТРУМЕНТ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ
В ВОСПРИЯТИИ ПОКОЛЕНИЙ X, Y, Z»**

Маковей Михаил Юрьевич,
КГБПОУ «Эвенкийский многопрофильный техникум», группа СВР-21
07.08.2005 г. р.
makovyemihail@gmail.com
89333256463

_____ /личная подпись/

Чернявский Амир Денисович
КГБПОУ «Эвенкийский многопрофильный техникум», группа СВР-21,
23.11.2004 г.р.
Agro91@tura.evenkya.ru
89130363451

_____ /личная подпись/

Паникаровская Лада Владимировна,
КГБПОУ «Эвенкийский многопрофильный техникум»,
директор
839170-30-272
Agro91@tura.evenkya.ru

_____ /личная подпись/

Громова Елена Леонидовна
ГБПОУ «Эвенкийский многопрофильный техникум»,
преподаватель информатики
89631818640
gel7@yandex.ru

_____ /личная подпись/

С условиями Конкурса ознакомлены и согласны. Организатор конкурса оставляет за собой право использовать конкурсные работы в некоммерческих целях, без денежного вознаграждения автора (авторского коллектива) при проведении просветительских кампаний, а также полное или частичное использование в методических, информационных, учебных и иных целях в соответствии с действующим законодательством РФ.

Тура , 2023

Аннотация

Авторы: Маковей Михаил Юрьевич, Чернявский Амир Денисович, 2 курс,
п. Тура, Краевое государственное бюджетное профессиональное образовательное
учреждение «Эвенкийский многопрофильный техникум

Тема: «FAKE NEWS КАК ИНСТРУМЕНТ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ В
ВОСПРИЯТИИ ПОКОЛЕНИЙ X, Y, Z»

Руководитель: Громова Елена Леонидовна, учитель информатики.

Тип работы – исследовательская

Цель работы: выявить влияния «фейковых» новостей, как оружия современных информационных войн, на поведение и сознание людей разных поколений. В настоящей работе впервые предпринята попытка разработать рекомендации по противодействию распространению ложных новостей для людей разных поколений. Авторами М.Ю. Маковеем, А.Д. Чернявским в рамках данной работы было определено, что фейковые новости в равной степени влияют на сознание и поведение людей всех поколений, и что ключевую роль в восприятии ложной информации играет не столько возраст, сколько приверженность к тому или иному источнику информации, уровень знаний и критического мышления. Методы проведенных исследований: изучение литературных источников, опрос, анализ, сравнение. Основные результаты научного исследования (научные, практические): разработаны и предложены для внедрения в работу образовательных организаций ряд рекомендаций по борьбе с фейкугрозами для представителей поколений X, Y и Z, а также рекомендации для администрации и преподавателей техникума. Самостоятельно проведены анализ литературных источников, анкетирование сотрудников и студентов, построены диаграммы, разработан буклет и оформлена работа. Совместно с руководителем обработаны результаты исследования, сделаны выводы и разработаны рекомендации.

1. Манойло А. В. “Фейковые новости” как угроза национальной безопасности и инструмент информационного управления // Вестник Московского университета. Серия 12: Политические науки. 2019. № 2. С. 45.
2. Темнова Л.В., Пучкова Е.Б., Суховершина Ю.В. О вовлеченности поколения Z в виртуальную реальность // Личность, интеллект, метакогниции: исследовательские подходы и образовательные практики : материалы I Всероссийской НПК с международным участием (20–21 мая 2016 г., Калуга, Россия). Калуга, 2016. С. 334.
3. Темнова Л.В., Медникова М.М. Влияние виртуального пространства на коммуникацию представителей поколений Y и Z//[Электронный ресурс] URL <https://doi.org/10.24158/tipor.2017.11.3> (дата обращения: 22.04.2022). .

Введение

Актуальность данной исследовательской работы состоит в том, что в настоящее время остро стоит проблема защиты общества от деструктивного воздействия вбрасываемой в информационное пространство заведомо ложной информации / «фейк-ньюс»/ «фейковых» новостей, которая оказывают огромное влияние на сознание людей.

«Кто владеет информацией, тот владеет миром», сказал в 19 веке немецкий банкир Ротшильд. Но владеть этой информацией, которая с давних времен является мощным оружием в руках людей, можно по – разному, либо укреплять мир на земле, либо разрушать его.

Как распознать ложную информацию и противостоять ей? Как воспринимают фейковую информацию люди разных поколений? Можно ли защитить сознание человека от информационного манипулирования? Эти вопросы изучались в ходе подготовки данной работы.

Целью данной работы являлось изучение влияния «фейковых» новостей, как оружия современных информационных войн, на поведение и сознание людей разных поколений.

С учетом поставленной цели в работе решались следующие задачи:

- изучить данные литературных источников о восприятии и влиянии фейковой информации на людей разных возрастных групп,
- сформулировать предложения по решению проблем, вызванных негативным влиянием фейковых новостей на людей разных поколений,
- на основе полученных данных разработать буклет-рекомендацию «Мы не дадим собой манипулировать в информационной войне!»

Гипотеза исследования заключается в предположении, что различные возрастные группы могут в разной степени подвергаться воздействию фейковых новостей и возраст человека влияет на восприятие им фейковой информации.

Объект исследования – фейковые новости в информационном пространстве.

Предмет исследования – влияние фейковых новостей на поведение и сознание людей разных поколений.

Методы исследования: изучение литературных источников; опрос; анализ; сравнение.

Научная новизна исследования. В настоящей работе впервые предпринята попытка разработать рекомендации по противодействию распространению ложных новостей для людей разных поколений.

1.ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

1.1.ОПРЕДЕЛЕНИЕ «ФЕЙК-НЬЮЗ» И ЦЕЛИ ИХ РАСПРОСТРАНЕНИЯ

Fake в переводе с английского на русский язык означает «подделка», «фальшивка». В статье «Фейковые новости: природа происхождения» С. С. Распопова и Е. Н. Богдан определяют фейковые новости как «сфабрикованные новостные материалы, ложь в которых распознаваема и проверяема, хотя и способна ввести аудиторию в заблуждение» [10] Исследователь С. Ильченко утверждает, что «фейковая новость – это альтернатива фактам и точным данным». Сущность фейковых новостей заключается в том, что они тоже являются «новостями», но новостями недостоверными, обладающими признаками сенсационности и затрагивающие инстинкты и бессознательную сферу человека [6].

Основными чертами, характерными для фейковой информации являются: ссылка на анонимный первоисточник, знакомый с ситуацией и имеющий близкие родственные или дружеские отношения с автором информации; слова-триггеры, которые воздействуют на человеческую психику и его инстинкты; преподнесение ситуации через героя или антигероя; копирование или дублирование информации, что позволяет охватить большее количество аудитории; иллюстративный ряд [5].

Все исследователи отмечают, что цель создания и распространения фейков – влияние на общественное сознание, навязывание определенных идей населению [4].

1.2. МЕХАНИЗМ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ФЕЙКОВЫХ НОВОСТЕЙ

Механизм распространения фейковых новостей основан на сочетании двух принципов:

- Содержащаяся в фейковой новости заведомо ложная информация оказывает сильное эмоциональное воздействие на человека благодаря эффекту «эмоционального заражения», вызывающее максимально сильные, негативные эмоции — гнев, беспокойство, страх, тревогу, ненависть, которые возникают у человека из-за попадания в его точку боли [8].
- В момент достижения человеком высшей точки эмоционального возбуждения у него появляется потребность немедленно поделиться этой резонансной новостью со своими контактами из ближнего круга общения [8, с. 40–41]. Таким образом, оказавшись под сильнейшим эмоциональным воздействием от fake news, человек начинает уже сам выступать в роли ретранслятора фейка, вследствие чего распространение фейковой новости и сопутствующего ей эмоционального всплеска стремительно нарастает в обществе.

1.3.ВЛИЯНИЕ ФЕЙКОВЫХ НОВОСТЕЙ НА ОБЩЕСТВО

1.3.1.ТЕОРИЯ ПОКОЛЕНИЙ

Теория поколений — это идея о существовании неких поколенческих циклов, сменяющих друг друга примерно каждые 20 лет. Суть теории заключается в том, что люди, родившиеся в определенный период времени, попадая под влияние социально-культурных факторов, имеют схожие ценности, модели поведения и мышления. Знание теории поколений помогает общаться с людьми и понимать особенности их мировоззрения. [12].

В теории поколений выделяют 6 основных поколений (Рисунок 1):

- величайшее поколение, рожденное в период 1900-1923 годы,
- молчаливое поколение, рожденное в период 1923-1943 годы,
- поколение Бэби-бумеров, рожденное в период 1943-1963 годы,
- поколение X или неизвестное поколение – 1963-1984 годы,
- поколение Y или миллениалы – 1984-2004 годы,
- поколение Z или зуммеры, центениалы – 2004-2010 годы и поколение Альфа – рожденные после 2010 года.

В нашей работе мы рассматриваем влияние фейк ньюс на три экономически активных поколения, это поколения X, Y, Z. Дадим характеристику этим поколениям:

Поколение X - люди рожденные в период с 1963 по 1984 годы. Родились до появления Интернета, до бурного развития технологий. Это последнее поколение, которое книги и газетная верстка приучили к большим текстам без картинок и иллюстраций, и которое может длительное время удерживать свое внимание на получаемой информации.



Рисунок 1.

Поколение Y — люди, рожденные с 1984 – по 2004 годы (миллениалы). Их

детство пришлось на эпоху, когда интернет был практически недоступен. Жизнь в онлайн они начали в сравнительно взрослом возрасте. Их детство прошло в основном без смартфонов и соцсетей. Это поколение, глубоко вовлеченное в цифровые технологии.

Поколение Z — люди, рожденные с 2004 – по 2010 годы, "поколение гаджетов". Они привыкли к многозадачности: могут одновременно следить за несколькими экранами — смотреть фильм, работать на компьютере и переписываться в смартфоне. Погружены в виртуальную реальность. Цифровые технологии окружают их с самого детства, а интернет — неотъемлемая часть жизни их родителей. Бесконечные ресурсы интернета приучают жестко фильтровать информацию, выбирая только самую интересную и нужную. Имеют "клиповое мышление", они лучше воспринимают информацию в виде картинок.

1.3.2. ПОЛУЧЕНИЕ И ВОСПРИЯТИЕ ИНФОРМАЦИИ ПОКОЛЕНИЯМИ X, Y, Z

Значительным фактором различия в современном мире среди поколений людей X, Y, Z является развитие в науке, технике и способах передачи информации. Постепенно стирается разница между материальным и виртуальным миром. Следовательно, неизбежны постоянные изменения в жизнедеятельности социума [13].

По опросам поколение X проводят в сети около 2 часов, миллениалы проводят в сети около 3,5 часов в день. Зумеры проводят в сети около 8 часов. У поколения Z концентрация внимания на 25% ниже, чем у их предшественников. Люди X способны удерживать внимание почти 5 минут, Y – более 12 секунд, зуммеры — всего 8 секунд.

Ученые в ходе экспериментов доказали, что в достоверность видеофейков верят 58% участников исследования. При этом текстовым и аудиосообщениям — только 48%.

По мнению ученых, люди в принципе считают более реальным то, что видят, а не то, что слышат или читают, поскольку при просмотре видео не надо задействовать воображение и выполнять дополнительную когнитивную работу. С этим связано и то, что в соцсетях и мессенджерах люди чаще рассылают друг другу фейки именно в формате видео [15].

1.3.3. ВЛИЯНИЕ ФЕЙК-НЬЮС НА ЛЮДЕЙ РАЗНЫХ ПОКОЛЕНИЙ

Мощь информационного потока превышает возможности его восприятия человеком. Информация превращается в агрессию. Тотальное давление информационного террора вместе с фейками, которые не отличить от правды, дают высокую вероятность того, что у людей могут начаться расстройства психики.

Близость ценностей, идей, идеалов, жизненный опыт людей разных поколений формирует у каждой возрастной группы свой коммуникационный код, который позволяет

повысить связь внутри группы и создать свою «картину мира». Любая информация внутри группы осознаётся, трансформируется и распространяется в свете ценностей данного сообщества [1]. Поэтому важной составляющей фейковой новости как оружия поражения является акцент на различные возрастные группы.

Поколение X – оптимистично и прагматично смотрят в будущее, и сравнивая сегодняшние катаклизмы с произошедшими, мало чему удивляются. Миллениалов пугает жизнь без привычного благополучия, они чаще переживают и деперессуют из-за нестабильной картины мира.

Поколение Z негативно относятся к самому факту введения в заблуждение в цифровой среде. Из-за этого они менее оптимистично относятся как к современному миру, так и к будущему, чаще предполагая, что дальше кризис будет развиваться еще большими темпами, и понимают, что с этим придется разбираться им [2].

Необходимо отметить, что согласно исследованию ученых университета Гента Джонас Де Керсмайкер и Арне Ротес, люди с высоким уровнем познавательных способностей, прочитав опровержение к фейковой новости, способны изменить свое мнение о событии. Людям же с низкими познавательными способностями сложнее изменить первое впечатление.

Повышение уровня тревожности у граждан от воздействия на них фейковых новостей, влияет и на здоровье людей, но главная цель такого воздействия другая: при постоянном получении негативной информации падает доверие граждан к государству, снижается рейтинг действующей власти.

1.4.ФЕЙКБЕЗОПАСНОСТЬ

В связи с широким распространением фейковой информации, способной дезориентировать общество, влиять на психику людей, появился новый вид профессиональной деятельности — *фактчекинг*, задача которого — борьба с вольными или невольными фейкмейкерами, верификация фактов, проверка достоверности сведений, распространяемых в СМИ и в сети Интернет [3,с. 16].

В России в 2022 году для противодействия распространению недостоверной информации запустили проект «Война с фейками». Но не только программы должны помогать человеку защищаться от манипуляций новостных хакеров. Сам человек должен критически относиться ко всему, что он читает в новостных лентах или социальных сетях: проверять источник информации, читать мнение экспертов, использовать поисковые системы для отбора подтверждающей или опровергающей информации.

2. ПРАКТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

2.1. АНКЕТИРОВАНИЕ

Для подтверждения или опровержения гипотезы нашей работы, которая заключается в предположении, что различные возрастные группы могут в разной степени подвергаться воздействию фейковых новостей и возраст человека влияет на восприятие им фейковой информации, была составлена анкета (Приложение 1), по которой был проведен опрос.

В исследовании приняли участие студенты и сотрудники КГБПОУ «Эвенкийский многопрофильный техникум», Тунгусско - Чунского и Байкитского филиалов техникума, всего 103 человека, из них, студентов – 65 человек, сотрудников - 38 человек. Количество респондентов, входящих в группу «Поколение X» составило 20 человек, в группу «Поколение Y» - 18 человек, в группу «Поколение Z» - 65 человек. Анализ результатов анкетирования показал следующее.

На вопрос «Знаете ли Вы значение слова «фейк»? 100% представителей поколений X и Y (38 человек) и 85% представителей поколения Z знают значения этого слова (Диаграмма 1).

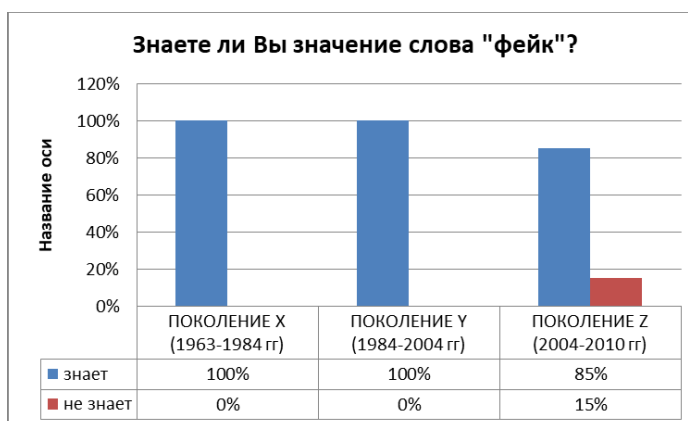


Диаграмма 1.

Вывод: Практически все опрошенные знают значение слова фейк, значит, при просмотре информации могут задуматься, правдивая она или ложная.

Не могут определить или затрудняются в определении *фейков при анализе той или иной медиаинформации в социальных сетях, новостных лентах сети Интернет* более 70% представителей всех поколений, а значит, фейкугрозы для них актуальны. (Диаграмма 2).

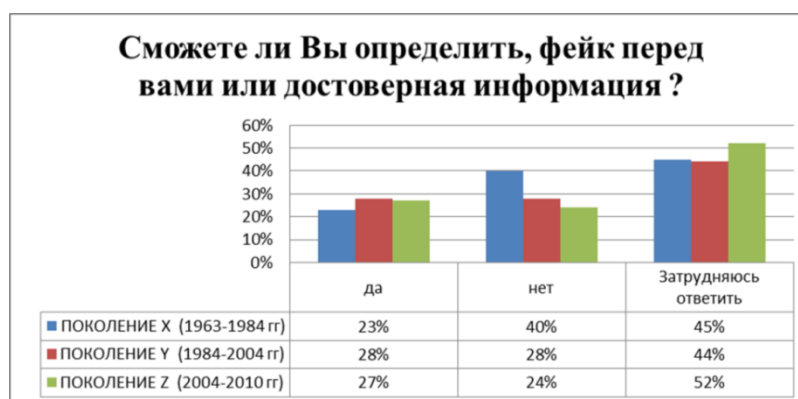


Диаграмма 2.

Вывод: Способность отличить фальшивку примерно одинакова у представителей всех поколений (около 30%). Следовательно, это качество зависит от личных навыков каждого испытуемого, а не от возраста.

Большинство респондентов поколения Z считают, что *фейковые новости больше всего влияют на людей* пожилого и среднего возраста. Большинство респондентов поколений X (52,6% - 18 человек) и Y (53,4% - 20 человек) считают, фейковые новости больше всего влияют на детей и подростков (диаграмма 3).



Диаграмма 3.

Вывод: Фейковые новости влияют на всех. Но взрослое население в этом вопросе правы, т.к. фейки, как инструмент информационной войны, направлены преимущественно на молодое поколение, поэтому сейчас в мире развивается опаснейшая ситуация, при которой целые страны могут лишиться своего информационно независимого будущего.

На вопрос *«Почему люди верят фейкам и распространяют их?»* почти половина представителей поколения X ответили, что верят фейкам из-за того, что не могут определить фейк перед ними или нет, 34% ответили, что фейковая информация вызывает у них «бурю» эмоций и вынуждает переслать информацию родным и знакомым; около 30% представителей поколения Y верят в фейки потому, что их озвучивают или

комментируют авторитетные для них люди. Почти половина представителей поколения Z ответили, что верят в фейки, т.к. фейки интересны, в них есть критика, обращенная в адрес кого-либо или относительно чего-либо (диаграмма 4).

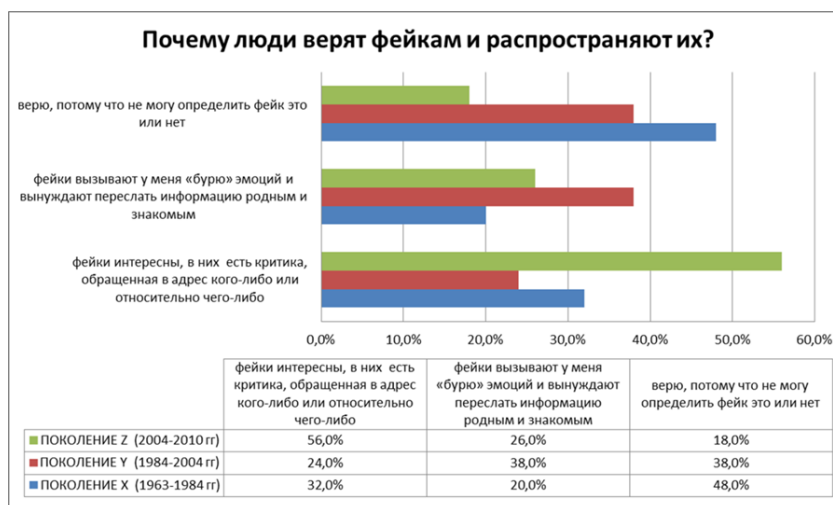


Диаграмма 4.

Вывод: в силу некоторых особенностей психики человека, его поведение в Интернете зачастую становится слепым перед ложной информацией. Кроме того, определенную роль играет традиционное поведение пользователей социальных сетей, молодежь больше делится своими новостями, музыкой и фотографиями, а не публикациями СМИ, будь они правдивые или нет.

Более взрослые люди делятся новостями из-за страха за детей, родных и близких.

На вопрос «Вы знаете о законе, по которому предусматривается наказание за распространение недостоверной информации, так называемом законе «О фейковых новостях»? большинство представителей поколения X (92% - 18 человек) и Y (78,6% - 14 человек) и только 52% представителя поколения Z (33 человека) ответили, что знают о законе о фейках (Диаграмма 5).

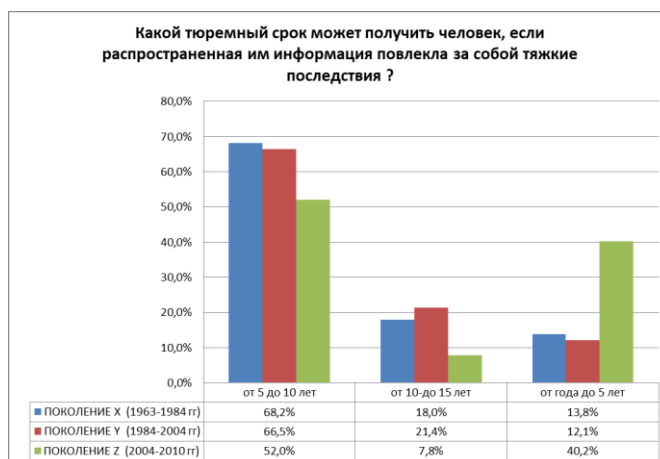


Диаграмма 5.

На вопрос «*Какое наказание может получить человек, если распространенная им дезинформация повлекла за собой тяжкие последствия?*» правильно ответили около 20% представителей поколений X и Y, и только около 8% представителей поколения Z знают, что это тюремный срок до 15 лет. (Диаграмма 6).



Диаграмма 6..

Вывод: из этого следует, что уровень правовой грамотности студентов и сотрудников техникума находится на не высоком уровне. Повышение уровня правовой грамотности является гарантией снижения числа правонарушений. Необходимо вести просветительскую работу по данному направлению среди общества.

На вопрос «*Что позволяет вам трезво оценивать увиденное или прочитанное?*», почти половина представителей поколения X (48%) ответили жизненный опыт и знания, более 60 % представителей поколения Y ответили, что жизненный опыт, знания и быстрая обучаемость компьютерной и медиаграмоте. 75% представителей поколения Z ответили, что быстрая обучаемость компьютерной и медиаграмоте.

Критическое мышление, опыт обработки информации и всесторонние знания у поколения Z имеют самые низкие показатели среди всех поколений (Диаграмма 7).

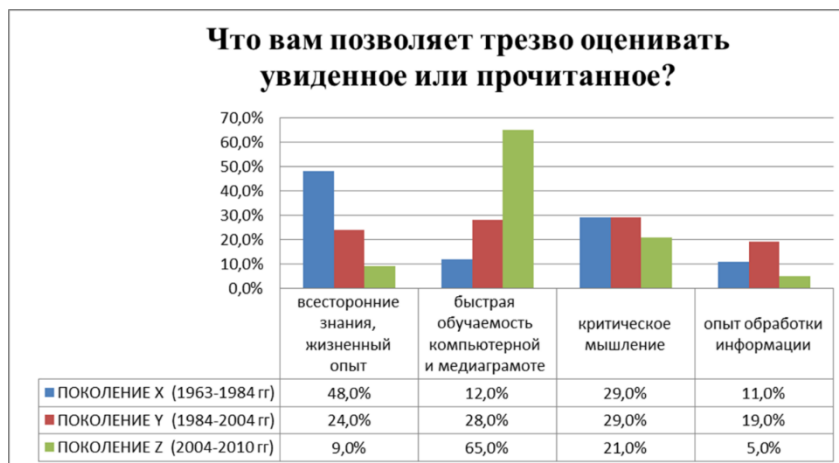


Диаграмма 7.

Вывод: знания и жизненный опыт помогают взрослому населению трезво оценивать получаемую информацию. Острота ума и быстрая обучаемость компьютерной грамоте молодежи примерно уравнивали ее шансы со взрослыми не верить фейкам.

2.2. ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО УМЕНЬШЕНИЮ УГРОЗ, ИСХОДЯЩИХ ОТ ФЕЙКОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Фейк ньюс как инструмент информационной войны остается одним из важнейших и наиболее качественных инструментов манипулирования общественным сознанием по всему миру. И сегодня, на фоне активного развития информационных технологий, мы видим развязывание таких войн, а также ужесточение противостояния людей, обманутых, и попросту используемых ради достижения политических целей.

На основании данных литературных источников о фейковой информации и результатов анкетирования, в данной работе сформулированы предложения по уменьшению угроз, вызванных негативным влиянием фейков на поведение и сознание людей разных поколений.

Людям необходимо рассказывать о вреде, который приносят фейкугрозы, а также научить их противостоять им.

Предложения по уменьшению угроз, исходящих от фейковой информации:

ОБЩИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЛЯ ВСЕХ ПОКОЛЕНИЙ

1. Развивать критическое и логическое мышления.
2. Повышать правовую грамотность.
3. Понимать меру ответственности за распространение ложной информации, которая может привести к серьезным последствиям в стране и в мире.

ДЛЯ ПОКОЛЕНИЯ Z

1. Интересоваться историческими, научными фактами.
2. Повышать свой интеллектуальный уровень, серьезно изучать такие дисциплины как История, Обществознание, Право, Физика, Математика, Информатика, Химия, Биология, География и другие, потому как оказалось, что только всесторонне и интеллектуально развитый человек может противостоять угрозам информационной войны.

ДЛЯ ПОКОЛЕНИЯ Y

1. Повышать информационную и медиаграмотность.
2. Формировать правила общения в закрытых чатах своих детей.

ДЛЯ ПОКОЛЕНИЯ X

1. Повышать информационную и медиаграмотность,

2. Учиться подвергать сомнению и анализу любую информацию как способ защитить себя от обмана и манипуляций.

3. Не делать репост информации, которая не проверена.

Мы взяли на себя смелость предложить администрации и преподавателям техникума некоторые рекомендации на основании данных, полученных в ходе нашего исследования.

ДЛЯ АДМИНИСТРАЦИИ ТЕХНИКУМА

1. На уровне образовательного учреждения в программу предмета «Обществознание» предлагаем ввести раздел «Информационная безопасность», в рамках которого будет объясняться феномен фейк ньюс как инструмент информационных войн, а также методы и способы защиты от их негативного влияния.

2. На уровне образовательного учреждения в программу предмета «Информатика» предлагаем ввести раздел «Основы медиаграмотности», который сможет подготовить молодое поколение к осознанному участию в медиасреде и медиакультуре через формирование у молодежи критического отношения к медиа, выработке иммунитета от фейкугрозы, а также развивать художественное и эстетическое воспитание.

3. Организовать курсы «Информационная и медиаграмотность» для взрослого населения, тренинги по медиаграмотности.

ДЛЯ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ, обучающих поколение Z

1. Чтобы поддерживать внимание студентов и донести до них необходимую информацию, текстовый контент, который студенты должны прочитать, проанализировать, запомнить, должен быть визуально легким, разделенным на небольшие абзацы, с использованием изображений и инфографикой.

2. Лекции по предмету предлагаем готовить краткими, емкими, а все самые важные тезисы нужно стараться излагать за 8 секунд.

Устный рассказ учителя предлагаем сопровождать презентацией, насыщенной визуальным контентом, подкреплять видеороликами.

На основе полученных данных нами разработан буклет-рекомендации «Мы не дадим собой манипулировать в информационной войне!».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной работе мы рассмотрели, как происходит распространение фейковых новостей в обществе, их влиянии на людей разных поколений; выявили отношение к фейковой информации, уровень знаний по фейкбезопасности и законодательства, регулирующего фейки, у студентов и сотрудников КГБПОУ «Эвенкийский многопрофильный техникум».

В рамках данной работы мы определили, что фейковые новости влияют на сознание и поведение людей всех поколений и что ключевую роль в восприятии ложной информации играет не столько возраст, а приверженность к тому или иному источнику информации, уровень знаний и критического мышления, и предложили ряд рекомендаций по борьбе с фейкугрозам для представителей поколений X, Y и Z, а также для администрации и преподавателей техникума.

На основе полученных данных разработали буклет-рекомендацию «Мы не дадим собой манипулировать в информационной войне!», который размещен на информационном стенде техникума, в газете техникума «Дюлэски!», разослан в филиалы техникума.

В качестве вывода можно указать на то, что в силу некоторых особенностей психики человека, его поведение в Интернете зачастую становится слепым перед ложной информацией. В настоящее время будет серьезной ошибкой считать, что фейковая информация является безобидным и безопасным явлением. Фейки уже давно превратились в эффективное оружие информационной войны. И для того, чтобы вашим сознанием и поведением не могли манипулировать в любом возрасте, необходимо, чтобы каждый гражданин нашего общества владел навыками распознавания фейковой информации, а для этого надо повышать свой познавательный и интеллектуальный уровень, развивать критическое мышление, владеть медиаграмотностью, знакомиться с законодательной базой и понимать меру ответственности за распространение ложной информации, которая может привести к серьезным последствиям в стране и в мире.

С каждым годом тема фейкбезопасности становится все более актуальной и необходимой в современном мире. Нам, пользователям сети Интернет, требуется сформировать эффективную политику безопасности информационных технологий, следить за новостями в сфере защиты информации, а так же не забывать о том, что виртуальный мир, как и реальный - требует внимание к мелочам, даже к тем, которые порой кажутся совсем незначительными.

Ложная информация нарушает этические нормы общества и потому всегда уступает объективному описанию реальности. Но мир пока не наступил во всем мире, и

информационные войны как составляющая часть гибридных войн не утихают. Поэтому нужно совершенствовать противодействие инструментам информационных войн, выявлять и разоблачать ложные новости, несущие деструктивный характер.

И как никогда сегодня актуально звучат слова песни «Бухенвальдский набат», написанной в 1958 году поэтом А. Соловьевым и композитором В. Мурадели

«Звон плывет, плывает
Над всей землею,
И гудит взволнованно эфир,
Люди мира, будьте зорче вдвое,
Берегите МИР!»

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Федеральный закон «О внесении изменения в статью 13.15 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях». Источник: <http://sozd.duma.gov.ru/bill/606595-7> (дата обращения: 20.02.2022).

4. Ахмадеев К. Н., Бреслер М. Г. Анализ fake news в дискурсе сетевого бытия // Пользовательский контент в современной коммуникации: Сборник материалов I Международной научно-практической конференции, Челябинск, 22–23 апреля 2021 года. Челябинск: Челябинский государственный университет, 2021. С. 273–276.
5. Ахмадеев К. Н., Бреслер М. Г., Манойло А.В. Эффективности fake news (FN) как инструмента информационной войны для поколения Z// Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). 2021. № 3 [Электронный ресурс] <https://www.evestnik-mgou.ru/> (дата обращения: 22.02.2022).
6. Ахренова Н. А. К вопросу о языке Интернета // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. 2016. Т. 5. Вып. 4. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=26499764>.
7. Богданов С. «Мерцающие» события: особенности фейковых новостей и их место в стратегических коммуникациях // Век информации / Т. 2. / Вып. 2. URL: http://jf.spbu.ru/upload/files/file_1491298191_5825.pdf.
8. Горковенко Д. К. Обзор моделей распространения информации в социальных сетях // Молодой ученый. — 2017. — №8. — С. 23-28. — URL <https://moluch.ru/archive/142/39946/> (дата обращения: 24.02.2022).
9. Ильченко С.Н. (2016). Фейк в практике электронных СМИ: критерии достоверности // Медиаскоп. № 4. <http://www.mediascope.ru/2237> (дата обращения 23.02.2022)
10. Корецкая О. В. Фейковые новости как объект изучения медиалингвистики (на материале англоязычных СМИ) Филологические науки. Вопросы теории и практики (входит в перечень ВАК). Тамбов: Грамота, 2017. № 9. Ч. 1. С. 118-120. ISSN 1997-2911. URL <http://www.gramota.net/materials/2/2017/9-1/32.html> (дата обращения: 21.02.2022).
11. Манойло А. В. “Фейковые новости” как угроза национальной безопасности и инструмент информационного управления // Вестник Московского университета. Серия 12: Политические науки. 2019. № 2. С. 37–45.
12. Назайкин А.Н. «Современное медиапланирование. Учебное пособие». Солон-пресс, 2016 г. ISBN: 978-5-91359-210-1. с. 447.

13. Распопова С. С., Богдан Е. Н. Фейковые новости: Информационная мистификация учебное пособие для вузов, ISBN: 978-5-7567-0940-7 М.: Аспект Пресс. 2018. – 112с URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/feykovye-novosti-priroda-proishozhdeniya> (дата обращения: 22.02.2022).
14. Суходолов Александр Петрович Феномен «Фейковых новостей» в современном медиaprостранстве // Евроазиатское сотрудничество: гуманитарные аспекты. 2017. №1. URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-feykovyh-novostey-v-sovremennom-mediaprostranstve> (дата обращения: 12.02.2022).
15. Темнова Л.В., Медникова М.М. Влияние виртуального пространства на коммуникацию представителей поколений Y и Z//[Электронный ресурс] URL <https://doi.org/10.24158/tipor.2017.11.3> (дата обращения: 22.04.2022). .
16. Темнова Л.В., Пучкова Е.Б., Суховершина Ю.В. О вовлеченности поколения Z в виртуальную реальность // Личность, интеллект, метакогниции: исследовательские подходы и образовательные практики : материалы I Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (20–21 мая 2016 г., Калуга, Россия). Калуга, 2016. С. 327–334.
17. Фальшивые новости и эпоха постправды: всё только начинается [Электронный ресурс] URL <https://habr.com/post/399431/> (дата обращения: 12.02.2022).
18. Фейковые новости как технология скрытого управления молодежным сознанием [Электронный ресурс] URL <https://habr.com/post/399431/> (дата обращения: 22.02.2022).
19. Фейковые новости: чем опасны, как появляются и как их отличать от настоящих. [Электронный ресурс] URL <https://habr.com/post/399431/> (дата обращения: 22.02.2022).

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1.

АНКЕТА FAKE NEWS КАК ИНСТРУМЕНТ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ В ВОСПРИЯТИИ ЛЮДЕЙ РАЗНЫХ ПОКОЛЕНИЙ

Ваш возраст: от 15-19 лет, от 20 до 40 лет от 40 до 60 лет

1. Знаете ли Вы значение слова «фейк»?
1. Новость 2. Фальшивка 3. Правда 4. Социальная сеть
2. Сможете ли Вы определить, просматривая медиаинформацию в социальных сетях, новостных лентах сети Интернет, фейк перед Вами или достоверная информация?
1. Да 2. Нет 3. Затрудняюсь ответить
3. Как Вы считаете, на какую категорию населения больше всего влияют фейки?
1. на детей и подростков 2. на среднее поколение 3. на пожилое поколение.
4. Почему люди верят фейкам и распространяют их?
1. фейки интересны, в них есть критика, обращенная в адрес кого-либо или относительно чего-либо.
2. фейки вызывают у меня «бурю» эмоций и вынуждают переслать информацию родным и знакомы
3. верю, потому что не могу определить фейк это или нет.
5. Вы знаете о законе, по которому предусматривается наказание за распространение недостоверной информации, так называемом законе «О фейковых новостях»? 1. Да 2. Нет
6. Какое наказание может получить человек, если распространенная им дезинформация повлекла за собой тяжкие последствия?
1. тюремный срок от года по 5 лет
2. тюремный срок от десяти до 15 лет. \
3. тюремный срок от пяти до 10 лет.
7. Что позволяет вам трезво оценивать увиденное или прочитанное?
1. всесторонние знания, жизненный опыт
2. быстрая обучаемость компьютерной и медиаграмоте
3. критическое мышление
4. опыт обработки информации.

Буклет-рекомендации

«Мы не дадим собой манипулировать в информационной войне!».

МЫСЛИ КРИТИЧЕСКИ

«Чтобы преуспевать в условиях, когда на нас постоянно обрушиваются потоки информации, нужно уметь максимально критически подходить к мышлению как таковому и владеть стратегиями, позволяющими полностью задействовать потенциал беспрецедентной взаимосвязанности человечества».

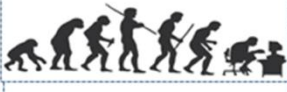
Критическое мышление — одна из ключевых компетенций человека будущего. Умение подвергать сомнению и анализу любую информацию это отличный способ защитить себя от обмана и манипуляций.



К сожалению, фейковые новости продолжают создавать иллюзию доминирования определенных настроений, вводят читателей в заблуждение, дискредитируют политиков и идеи, провоцируют или, наоборот, вызывают чувство безадаптивности, что с тем, что есть «ничего нельзя сделать».

Исходя из всего вышесказанного следует сказать о необходимости повышать грамотность и ответственность населения, чтобы каждый читатель относился критически к любым текстам, появляющимся на полях медиапространства, повышал медиаграмотность, знал законы, понимал меру ответственности за распространение фейка.

Теория познаний. Закономерности развития.
Прошлое и будущее.



**КГБПОУ «Эвенийский
многопрофильный техникум»**

Россия, Красноярский край,
г. Тюр, микр. Тереховый, д.7

Телефон: 31-072

Эл. почта: ego91@evnietek.ru

**Мы не дадим собой
манипулировать в
информационной
войне!**



Телефон: 31-072

Страница 1.

**Фейк—инструмент
информационной войны**

В настоящее время остро стоит проблема защиты общества от деструктивного воздействия вводимой в информационное пространство заведомо ложной информации (фейк-новости, фейковые новости), которая оказывают огромное влияние на сознание людей.

Фейковая новость всегда интереснее, чем настоящая. Люди вообще любят мифы и необычную реальность — мозгу интересно то, в чем есть wow-эффект. Даже если новость выглядит неправдоподобно, мы хотим, чтобы она была правдоподобной.

Люди хотят выглядеть в своей ленте интереснее, чем они есть на самом деле, собирать лайки и комментарии, и при этом не генерировать контент самим, потому что это сложнее всего. Поэтому они просто жмут на кнопку «репост». Чем больше лайков и репостов, тем быстрее новость попадает в раздел «в тренде», чаще появляется в поисковой выдаче. И чем больше репостов, тем выше доверие к этой новости.

Вирусное распространение фейков — следствие того, что люди не хотят и не могут анализировать поток информации, который постоянно растет. Утрачиваются навыки критически осмысливать новости, события, их интерпретации, люди всё больше привыкают принимать на веру то, что они видят по телевизору или, как в случае с вирусными фейками, читают в сообщениях от родных и друзей. Поэтому борьба с фейками — на плечах всех людей, и способствовать ей должно развитие критического мышления.

Как защититься от фейков?

Самый базовый уровень: стоит несколько раз подумать, прежде чем делать репост каких-либо материалов. Помните, что если вы перепубликовали что-то в своей ленте, то вы тоже берете ответственность за распространение этой информации. У каждого человека есть «френдз», чьи профили представляют из себя ленты чужих новостей. Не уподобляйтесь им, выкладывая собственный контент. Если вы столкнулись с какой-либо сомнительной новостью, помните про информационную грамотность.

Как распознать фейковую новость?

Для того чтобы распознать фейковую новость, необходимо провести ее критический анализ. Алгоритм критического анализа новости или фейковой новости:

- 1) Внимательно прочитать текст, рассмотреть иллюстрации.
- 2) Выявить признаки фейковой новости:

- 1) Вопросы по содержанию текста: размытые ответы.
- 2) Обращение к эмоциям.
- 3) Отсутствие указания на источник информации.
- 4) Отсутствие достоверности информации о месте и времени.
- 5) Отсутствие развития событий.
- 6) Наличие оценки со стороны репортера.

Как распознать фейковое изображение?

Для этого скопируйте ссылку на изображение, перейдите на страницы поиска изображений в популярных поисковиках (<https://yandex.ru/images/> и <https://www.google.ru/imglr/>) 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».

Не поддавайся!

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

ЗНАЙ И ПОМНИ!

У государства есть мощный инструмент борьбы с фейками: за распространение фейков существует административная и уголовная ответственность. С 2020 года законодательство было ужесточено, а у Роскомнадзора появились механизмы отслеживания вбросов: теперь жалоба на фейк могут подавать и обычные граждане.

НЕОБХОДИМО:

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

Страница 2.