

ФЕЙК

СМЕРТЬ ЭКСПЕРТИЗЫ ИЛИ КАК БЫТЬ В
МИРЕ ОБИЛИЯ ИНФОРМАЦИИ

Александр Малышенко,
главный редактор газеты «Действие»

ПОНЯТИЕ



Механизм психологического заражения от человека к человеку через доверительные каналы, благодаря чему они быстро распространяются и обрастают деталями, которые не соответствуют действительности (игра «Глухой телефон»).

- Мы живём в мире информационного насилия.
- Когда я говорю об информационном насилии я понимаю, что это такая информация (информационный шум), которая волей-неволей, но влияет на поведение людей, меняет их внутренние установки, «сбивает» моральные принципы и устои.
- В современном мире такую информацию называют фейком.
- *В переводе с английского – «что-то ложное, недостоверное, сфальсифицированное, выдаваемое за действительное».*



- Когда фейковая информация подаётся из уст «эксперта» охват людей, которые поверили в неё возрастает, нежели, когда её же доносит на своей личной страничке в соцсети безликий пользователь.
- Как итог в России долгое время процент вакцинированных от коронавируса был очень низким, а всё потому, что, якобы эксперты со всех сторон твердили, что вакцинация зло, что вакцина не проверенная.

ЧТО ЕСТЬ НОВОСТЬ И ФЕЙК

- **За новостью** стоят реальные факты, которые произошли (это можно легко проверить по другим источникам).
- **В основе фейка** – ложь, слух, небылица, какое-то броское высказывание, верить или воспринимать всерьёз информацию фейка нельзя.
- Отмечу, что **за фейком также может стоять какая-то истинная информация**, но интерпретированная таким образом, чтобы воспринималась она только негативно. Кстати, именно негативная лексика и подача информации является главным признаком фейка.

ЧТО ЕСТЬ НОВОСТЬ И ФЕЙК

- **В новости** указан источник информации («По сообщению...», «По словам...», «В ходе международного форума президент сказал...» и т.д.).
- **Фейк** не указывает источник информации, он оперирует к эмоциям людей. **В новости** есть завершение мысли, **фейк** – предполагает диалог («возмущённый», в негативном ключе), серию однотипных постов, но в одном «ключе». После прочтения фейка человек сравнивает то, что прочитал со своими представлениями, принципами. А кто-то – воспринимает на веру.
- Чем неправдоподобнее фейковая информация, тем более действенно она влияет на массовое сознание. **Новость** – это свершившийся факт, **фейк** – формируется стихийно, «по заказу».
- *Фейк создаёт фиктивный, не существующий в реальности инфоповод.*

ЧТО ЕСТЬ НОВОСТЬ И ФЕЙК

- **Позитивных фейков вы не найдёте**, за исключением ряда случаев.
- Пример: фейки об отставке С. Жвачкина задолго до того, как это случилось на самом деле. Повод создания фейка: недовольство в обществе, продажа леса китайцам по дешёвке, закрытие ТВ-2, «закрытие» И.Г. Кляйна и др. Реальная новость в основе: низкий рейтинг Жвачкина в рейтинге губернаторов.



ПРОФСОЮЗНЫЕ ФЕЙКИ

- Профсоюзы только и умеют, что собирать членские взносы;
- Власть не принимает во внимание мнение профсоюзов;
- Профсоюз всегда встаёт на сторону работодателя;
- Профсоюз не поможет в трудную минуту;
- Профсоюз не защищает работников;
- Профсоюзы ничего не делают и т.д.;

*Как с ними
бороться?*



ПОЧЕМУ ФЕЙКИ ПОПУЛЯРНЫ?



Их сложно отследить (где, кто и когда сказал).

Они обращаются к эмоциям людей, а не к фактам.

Фейки пишут психологи, мастера слова, словом, те, кто хорошо разбирается в средствах языка и том, как использовать язык, чтобы добиться своего (примеры: отказ от вакцинации или снизить поддержку действующей власти, президента).

СМЕРТЬ ЭКСПЕРТНОГО МНЕНИЯ?

- Мы живём в удивительное время, когда у нас есть доступ к обширным знаниям, но мы не желаем знать что-то. Потому, что сегодня каждый и во всём эксперт.
- Мы больше спорим, чем обсуждаем и оскорбляем чаще, чем слушаем.
- Людей не интересует диалог с экспертами.

«Это нарциссизм в сочетании с презрением к чужой компетентности, попытка самоутверждения»

(Том Николс «Смерть экспертизы: как интернет убивает научные знания»).

СМЕРТЬ ЭКСПЕРТНОГО МНЕНИЯ?

- Но страшнее ситуация, когда власть считает, что людям ничего не нужно объяснять и привлекать экспертов по серьёзным поводам.
- **Пример:** Вначале ковидных лет, когда вакцина уже была одобрена и протестирована, дали разнарядку каждой организации привить своих сотрудников. Но власти не сказали, что это за вакцина, кем протестирована, не предоставили документы СМИ, чтобы они это опубликовали. На ТВ не пришли эксперты – светила медицинской науки, которые бы по полочкам разложили все плюсы вакцинации, что бояться нечего. На людей стали давить, мол, ставьте, а то уволим, лишим премий, студентов грозили отчислить, не пускали отдыхать за границу.
- *Этим быстро воспользовались создатели фейковых новостей, которые вывалили на умы россиян тонны новостей о вреде вакцинации, о том, что российская вакцина не признана на западе, что нас чипируют и вообще от прививки умирают.*

КТО ОНИ ПРОФСОЮЗНЫЕ ЭКСПЕРТЫ?



- 1) Председатели всех уровней, которые могут быть опытными специалистами в разных сферах;
- 2) Профсоюзные юристы;
- 3) Профсоюзные депутаты (вышедшие из профсоюзной среды, либо те, кто поддерживает идеи профсоюзов).
- 4) Сотрудники информационных подразделений профсоюзов.

ЧТО ДЕЛАТЬ?

- Государства принимают **законы о запрете иноагентов**, которые подрывают деятельность на территории страны, финансируются из-за рубежа и публикуют недостоверную информацию.
- Кстати, в США такой закон принят аж в 1938 году! Россия и другие страны задумались об этом только недавно.
- Это говорит о том, что масштаб проблемы понимают все.

Законы о фейковых новостях, госрегулирование интернета, возникают судебные дела (принудительные работы, штрафы) по статьям о распространении недостоверной информации, направленной против государства.





- Эксперты должны быть во главе принятия и продвижения государственных решений. Иначе государства не станет: его растащит по кусочкам собственное население, которое «зомбируют» каждый день.

- Что касается экспертного сообщества, то оно существует.
- Настоящих экспертов достаточно. Другое дело, что о них мало, кто знает.
- Популяризация мнения экспертов в обществе должна стать основополагающей практикой в СМИ. Эксперты должны общаться с населением, отвечая на его вопросы.

- *Один человек спросил у Сократа:*
- *— Знаешь, что мне сказал о тебе твой друг?*
- *Подожди, — остановил его Сократ, — просей сначала то, что собираешься сказать, через три сита. Сначала через сито правды. Ты уверен, что это правда?*
- *— Нет, я просто слышал это.*
- *Значит, ты не знаешь, это правда или нет. Тогда просеем через сито доброты. Ты хочешь сказать о моем друге что-то хорошее?*
- *— Нет, напротив.*
- *Значит, — продолжал Сократ, — ты собираешься сказать о нём что-то плохое, но даже не уверен в том, что это правда. Попробуем сито пользы. Так ли уж необходимо мне услышать то, что ты хочешь рассказать?*
- *— Нет, в этом нет необходимости.*
- *Итак, — заключил Сократ, — в том, что ты хочешь сказать, нет ни правды, ни доброты, ни пользы. Зачем тогда говорить?*

ТРИ «СИТА» СОКРАТА

- О чём нам говорит эта притча? О том, каждую информацию, которая доходит до вас, необходимо фильтровать.
- В тоже время, необходимо в своих информационных сообщениях не «бросаться» словами, говорить чётко и «по делу».
- Профсоюзам, чтобы не прослыть тенденциозными, важно уметь отвечать за каждое своё слово, оперируя фактами, дабы не прослыть теми, кому нельзя верить и чьи слова можно легко подвергнуть сомнению.
- А это – большая аналитическая, организационная и информационная работа на всех уровнях. На это нельзя жалеть средств.
- Мы должны быть готовы к «отражению» любых информационных атак, на пропаганду (и фейки) отвечать контрпропагандой.

РЕКОМЕНДАЦИИ:



- Фильтровать получаемую информацию.
- Смотреть на источник информации.
- Перепроверять информацию (в 2-3 источниках, не связанных друг с другом).
- Не вестись на «броские» заголовки (отправлять их в спам, игнорить).

Главное – мыслить критически! Смотреть на то, кто подаёт информацию. Думать: кому она выгодна, на что направлена, есть ли в ней зерно истины. Это сложно поначалу, но потом мозг привыкает трезво оценивать всё, что слышит и делает правильные выводы.



**СПАСИБО
ЗА ВНИМАНИЕ!**