

УДК 378

ФОРМИРОВАНИЕ НАВЫКОВ ВЕРИФИКАЦИИ ИНФОРМАЦИИ КАК ЭЛЕМЕНТ ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

А. М. Шестерина

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 26 мая 2022 г.

Аннотация: в ситуации интенсификации информационного обмена важной задачей для педагога независимо от уровня и направления обучения становится формирование у обучающихся базового уровня медиаграмотности и навыков фактчекинга. В связи с развитием технологий определение фейкового характера информации становится все более сложной задачей, недоступной без овладения эффективной методикой проверки. Статья знакомит читателей с разработкой воронежских ученых, построенной на идентификации маркеров фейка в текстах и применимой по отношению к любому источнику информации. На основе обобщения результатов собственного исследования и исследования предшественников автор предлагает этапы верификации информации.

Ключевые слова: информационная грамотность, фейк, фактчекинг, верификация информации.

Abstract: in a situation of information exchange intensification, an important task for a teacher, regardless of the level and direction of education, is the formation of a basic level of media literacy and fact-checking skills in students. In connection with the development of technology, determining the fake nature of information is becoming an increasingly difficult task, inaccessible without mastering an effective verification technique. The article introduces readers to the methodological development of Voronezh scientists, based on the identification of fake markers in texts and applicable to any source of information. Based on the generalization of the results of his own research and the research of his predecessors, the author suggests the stages of information verification.

Key words: information literacy, fake, fact-checking, information verification.

Памяти профессора И. А. Стернина

Наука всегда занималась фактчекингом, а в системе образования этот процесс, помимо теоретического интереса, приобретает и очевидное прикладное значение. Педагогу, несомненно, важно уметь верифицировать факты, полученные из разных источников. Установление фейкового характера информации – потребность информационной гигиены общества не только на уровне индивидуального медиапотребления. Верификация знания, подтверждение достоверности информации – насущная потребность всех сфер жизнедеятельности социума и, в конечном итоге, – защита общественного сознания от ложных целей, ложных установок и ложного представления о мире. Формирование навыков критичного восприятия информации – одна из ключевых задач современной педагогики, которая должна решаться как на уровне учебных заведений, так и в формате просветительской деятельности. Все это определяет

актуальность настоящего исследования, направленного на конкретизацию педагогических принципов формирования грамотности в сфере борьбы с фейковой информацией.

Важно отметить, что сегодня в науке сформировалось мощное междисциплинарное направление исследований, ориентированных на выявление особенностей процесса дезинформирования. Проблема выявления фейкового характера текстов становилась предметом исследования таких ученых, как И. Б. Архангельская, Е. Н. Богдан, С. Н. Ильченко, С. В. Масленченко, Н. Ф. Пономарева, Е. С. Распопова и других [1–5 и др.]. Однако нам не удалось обнаружить исследования, которые давали бы полное, стереоскопическое представление о дезинформации в различных сферах ее бытования и предлагали бы четкие и понятные рекомендации по ее верификации.

Сотрудники и студенты Воронежского государственного университета под руководством профессора И. А. Стернина разработали собствен-

ный подход к борьбе с фейковой информацией [6]. Необходимость в такой методике возникла в процессе обучения дополнительной специализации «Лингвокриминалистика», где был осуществлен анализ современного информационного пространства и, с опорой на уже существующие исследования, выявлены элементы текста, которые могут служить потенциальными маркерами (индикаторами, диагностическими признаками) фейка. Методика прошла многоуровневую апробацию в ходе обучения фактчекингу студентов разных направлений подготовки и сегодня может быть рекомендована преподавателям высших учебных заведений России.

Понимая фейки как информацию, не соответствующую действительности, но выдающую себя за правдивую, исследователи установили, что для успешной борьбы с такого рода сообщениями необходимо знание нескольких аспектов их бытования: формы, в которой они существуют, этапов фактчекинга и маркеров, по которым можно заподозрить существование фейковой информации. Остановимся на них подробнее.

Формы фейков. Знание формы бытования фейков позволяет идентифицировать их в различных контекстах. Поэтому важным представляется при первом приближении к формированию медиаграмотности проинформировать аудиторию о вариантах распространения фейковой информации.

По характеру распространения фейк может быть первичным, вторичным и опровергающим.

1. Первичный фейк – самый простой для идентификации. Это фейк, впервые предлагающий аудитории недостоверную, ложную информацию.

2. Вторичный фейк опознать сложнее, поскольку он содержит интерпретацию первичного фейка и подкрепляет его. Например, педагог получил недостоверную информацию по своему предмету, она показалась ему убедительной, и преподаватель делится ею с учащимися и экспертным сообществом. В таком случае его авторитет будет подкреплять первичный фейк и идентифицировать дезинформацию будет сложнее.

3. Опровергающий фейк – самый сложный для идентификации. Он появляется как опровержение уже распространенного фейка, содержит информацию, противоположную фейковой. Аудитория нередко полагает, что если одна из двух альтернатив ложна, то вторая обязательно истинна. Безусловно, это может быть не так. Однако, как правило, люди реагируют на фейки именно таким образом. К примеру, фейковое видео опровергается разоблачающим видео. Но где подтверждение тому, что разоблачающее видео достоверно?

Обычно человек, находящийся на низком уровне восприятия информации, не уточняет данные и верит опровергающему контенту.

По степени искажения информации выделяются следующие виды фейков.

1. Абсолютная ложь. Полностью выдуманное, ни на чем не основанное сообщение.

2. Частичная ложь. Соприсутствует в сообщении с информацией, которая в целом правдива (например, описание события в тексте достоверно, но сопровождается иллюстрацией, не имеющей к нему отношения).

3. Искажение представляемой информации. Применяется в трансляции правдивой информации, которая смешивается с чрезмерно субъективной оценкой.

4. Соккрытие информации. Осуществляется отбор информации, подтверждающей позицию автора. Иная информация игнорируется.

При рассказе об этих видах фейков педагогу важно объяснить слушателям, что не всегда фейковый характер отдельных элементов сообщения дискредитирует всю информацию полностью. Частично информация может быть правдивой. Но в ходе фактчекинга важно, во-первых, отделять факт от мнения и, во-вторых, проверять каждую приводимую в сообщении деталь на достоверность.

Виды фейков различаются и по степени достоверности пространственно-временных характеристик.

1. Фейк по времени, когда событие реально, но произошло в другое время (например, несколько лет назад).

2. Фейк по месту. Событие также реально, но произошло в другом месте (к примеру, в другом городе или стране).

3. Пространственно-временной фейк. Искажены оба параметра.

Важно разъяснить аудитории тот факт, что искажение может наблюдаться не во всем тексте, а только в отдельных его элементах. Так, текст может быть правдив, а иллюстрация подобрана неверно. Это не является причиной для определения всего текста как фейкового, но может быть поводом для его дополнительной проверки.

Фейки могут различаться также по степени надежности источника информации.

1. Источник информации недостоверен. В этом случае в качестве источника указывается фейковое лицо, организация, медиа или приводятся результаты несуществующих исследований, цитируются несуществующие документы.

2. Источник информации ненадежен. Таким источником демонстрируется ярко выраженная

заинтересованность в определенной интерпретации информации.

3. Источник – панический свидетель. Он эмоционально вовлечен в событие и не может интерпретировать его объективно. Информация от такого источника должна оцениваться как мнение. Люди думают, что если кто-то сам побывал на месте события, он расскажет правду. Но это не всегда так. Может существовать немало причин искажения информации в данном случае (избирательность восприятия события, личные интересы, забывчивость и т. п.). Необходима перепроверка информации из другого источника.

4. Источник информации второстепенен. Он не является главным действующим лицом, ключевым информатором или экспертом (например, данные о пандемии интерпретирует врач, который не является специалистом в этой сфере).

По типу репрезентации можно выделить следующие фейки.

1. Откровенная ложь. Фейковый характер информации понятен сразу, но, несмотря на это, она вызывает интерес.

2. Профессиональная ложь. Фейк создан таким образом, что требуется провести всестороннее исследование для его раскрытия (например, технологии, позволяющие синтезировать видеозображение).

3. Сомнительная правда. Фейковая информация подается в формате сомнения.

4. Невольная ложь. В этом случае автор сообщения сам становится жертвой недостоверной информации. Такое может произойти, когда он получает ее из авторитетного источника, который, тем не менее, сообщает ему ложную информацию.

При описании этих видов фейков целесообразно приводить конкретные примеры и просить аудиторию предлагать собственные примеры каждого случая фейка. Важно постоянно возвращать внимание аудитории к тому, что термин «фейк» применим лишь к новости или к сообщению, выдающему себя за новость, содержащему эксплицитное или имплицитное утверждение. Оценочное суждение не может быть отнесено к категории «фейк», оно оценивается экспертами не как факт, а как мнение.

Важно также пояснить, что целью создателей фейков может быть не только манипуляция аудиторией для получения преимущества, но и желание привлечь внимание к автору, организации или платформе, дискредитировать человека или организацию, осуществить мошеннические действия. Наряду с этим в основе фейка может быть заложено желание развлечь (например, deepfake)

или привлечь внимание к реально существующей проблеме. Последнее иногда создает ореол допустимости фейковой информации. Однако в итоге такие «безобидные» фейки приучают нас к тому, что в недостоверной информации как таковой нет ничего плохого, что ложь приемлема. И это – довольно опасная практика.

Этапы фактчекинга. Принципиальное значение в ходе верификации информации имеют два взаимосвязанных процесса – соблюдение правил информационной гигиены и процедура фактчекинга. Первый процесс связан с тем, что в условиях интенсификации процессов информационного обмена мы должны научиться разумно ограничивать потребляемую информацию. Вторым направлен на проверку качества той информации, которую мы все же посчитали для себя необходимой.

В первом аспекте очень важно оснастить аудиторию знаниями правил контроля информационных потоков, которые кажутся простыми и, вместе с тем, для многих не очевидны. К основным **правилам информационной гигиены** большинство авторов относят следующие:

1) не потреблять информацию, в значимости которой для себя вы не уверены;

2) выбирать наилучший источник информации из доступных вам;

3) выбирать в качестве приоритетного первичное сообщение, авторство которого определимо;

4) выбирать в качестве приоритетного сообщение, автор которого – эксперт и имеет хорошую репутацию;

5) в случае, если появляется желание поделиться с кем-то информацией, подумать, действительно ли важно распространять такое сообщение, не будет ли оно информационным шумом;

6) в случае, если информацию посылают вам, подумайте, какова цель такой рассылки, почему ее отправляют именно вам. Если вы не находите ответа на этот вопрос, важно проверить информацию на достоверность.

Большинство исследователей и практиков, в сферу интересов которых входит **процедура фактчекинга**, выделяют следующие ее **этапы**:

1) проверка платформы, на которой размещена информация (известный ли это аккаунт; реальный ли это аккаунт, а не его подделка; действительно ли информация распространяется с этого ресурса; не является ли владелец аккаунта заинтересованным лицом, которое может осуществлять давление или манипуляцию);

2) проверка источника (является ли он достоверным, надежным, прозрачным; подтверждается ли информация другими независимыми источниками);

3) проверка эксперта (стремится ли он к объективности; стремится ли он к доказательности; имеет ли он опыт в сфере, по которой высказывается);

4) проверка качества материала (имеются ли ошибки; сбалансирован ли материал, предлагает ли он несколько точек зрения по проблеме);

5) сравнение (совпадают ли данные в источнике с данными других надежных источников; не противоречат ли они реальности);

6) проверка мультимедийных элементов (проверка иллюстраций, инфографики, видео- и аудиокомпонентов текста).

Как правило, соблюдение этой этапности проверки позволяет выявить фейк уже на начальной стадии. Однако если этого не произошло и остались сомнения, то далее рекомендуется проверить текст с опорой на маркеры недостоверной информации. Присутствие этих маркеров еще не является доказательством фейкового характера сообщения, но большое их количество в одном сообщении служит знаком того, что тексту не стоит доверять без всесторонней дополнительной проверки.

Маркеры фейка. Методика анализа текста на основе маркеров, разработанная учеными Воронежского государственного университета под руководством профессора И. А. Стернина [6], предлагает следующие этапы.

1. Определение типа текста (научный, общественно-политический или коммерческий).

2. Выявление наличия текстовых маркеров на основе разработанного классификатора.

3. Количественная оценка выявленных маркеров.

4. Вывод о потенциально фейковом характере текста.

Учеными выявлено и описано более восьми-десяти маркеров, которые могут служить сигналами фейка. В числе наиболее частотных – громкий (например, кликбейтный) заголовок, панический характер сообщения, скандальность, анонимность источников информации, присутствие в тексте глобальных предсказаний и псевдонаучных сведений, наличие алармистских тенденций и панических свидетельств и др. Разработанное учеными ВГУ учебно-методическое пособие [6] содержит полный перечень маркеров (который, впрочем, может и будет дополняться по мере развития технологий производства и распространения информации) и предлагает методику оценки текста на их основе.

Важно предупредить слушателей о том, что вывод по результатам анализа маркеров фейка

всегда будет иметь вероятностный характер. Однако если в тексте обнаружено много таких элементов, рядовой реципиент, знакомый с этими маркерами в рамках своей медиаграмотности, может заподозрить фейк, т. е. усомниться в факте и получить стимул проверить его самостоятельно. Это даст ему шанс противостоять фейковой информации и не стать ее жертвой.

Значимым этапом формирования навыков медиагигиены является то, что у слушателя должен быть актуализирован стимул к освоению этого комплекса действий. В качестве последнего можно привести результаты многочисленных исследований, демонстрирующих пагубные последствия бесконтрольного и некритичного потребления информации [7; 8 и др.]. Известный ученый-физиолог Н. П. Бехтерева писала когда-то: «Если бы люди были здоровы и, скажем так, оказывались бы менее часто подавлены или перевозбуждены домашними, национальными, государственными и глобальными проблемами, творческий потенциал человечества значительно увеличился бы. Особенно сейчас, в фазу растущего информационного потока» [9, с. 27]. В самом деле, не только индивидуальная, но и коллективная безопасность, способность сохранять здравый смысл в эпоху неопределенности и информационной перегруженности становятся важным фактором существования, развитию которого может способствовать формирование компетенций в сфере информационной грамотности.

Сегодня четко видятся две педагогические задачи:

а) научиться преподавателю самому ориентироваться в каждой конкретной информации и противостоять ее искажениям;

б) научить этому студентов, сформировав у них понимание и умение критически анализировать информационные потоки, правильно ориентироваться в них.

При этом важно обращать внимание не только на информацию профессионального характера, но и на ее широкий спектр, включая общественно-политическую, социальную и даже бытовую составляющие. Это уберезит молодого человека от целого ряда возможных ошибок и неправильных действий [10]. Такая направленность педагогической работы должна предусматриваться преподавателем и в ходе аудиторных занятий, и в процессе внеаудиторного общения со студентами. Именно к такому педагогическому подходу вузовскому преподавателю следует быть готовым в настоящее время.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Архангельская И. Б.* Фейк-ньюс-2022 : технологии распространения и способы их верификации / И. Б. Архангельская // Фактчекинг как инструмент развития медиа и современного медиаобразования. Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – Новосибирск : Новосибирский гос. пед. ун-т, 2021. – С. 133–137.
2. *Ильченко С. Н.* Как нас обманывают СМИ. Манипуляция информацией / С. Н. Ильченко. – Санкт-Петербург : Питер, 2019. – 320 с.
3. *Масленченко С. В.* Фейк как феномен культуры информационного общества / С. В. Масленченко // Вестник Белорусского государственного университета культуры и искусств. – 2021. – № 3. – С. 13–22.
4. *Пономарев Н. Ф.* Фейковые новости в информационной войне / Н. Ф. Пономарев // Филология в XXI веке. – 2019. – № 2(4). – С. 54–64.
5. *Распопова Е. С.* Фейковые новости : информационная мистификация / Е. С. Распопова, Е. Н. Богдан. – Москва : Аспект Пресс, 2018. – 112 с.
6. *Стернин И. А.* Маркеры фейка в медиатекстах / И. А. Стернин, А. М. Шестерина. – Воронеж : Ритм, 2021. – 60 с.
7. *Герасева А. В.* Фейк как социально-психологический феномен / А. В. Герасева, С. И. Емельянова // Наука. Образование. Культура. – Москва, 2022. – С. 49–61.
8. *Ильченко С. Н.* Фейк и реальность нашего времени / С. Н. Ильченко // Гуманитарный вектор. – 2021. – Т. 16, № 4. – С. 189–192.
9. *Бехтерева Н. П.* Магия мозга и лабиринты жизни / Н. П. Бехтерева. – Москва : Кладезь, Сова, Астрель, АСТ, 2007. – 384 с.
10. *Ендовицкий Д. А.* Воспитательный процесс в вузе : обратная связь / Д. А. Ендовицкий, А. В. Глухова // Вестник Воронежского государственного университета. Сер.: Проблемы высшего образования. – 2021. – № 4. – С. 5–10.

*Воронежский государственный университет
Шестерина А. М. – доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры электронных СМИ и речевой коммуникации
E-mail: shesterina8@gmail.com
Тел.: 8-960-115-55-68*

*Voronezh State University
Shesterina A. M. – Dr. Habil. in Philology, Professor, Professor of the Electronic Media and Speech Communication Department
E-mail: shesterina8@gmail.com
Tel.: 8-960-115-55-68*