



**Социологические последствия ложной информации и фальшивых
новостей в эпохе информационной безграничности**

Кукибоев Шохжахон

Студент 1-курса Университета мировой
экономики и дипломатии, выпускник
Наманганской Президентской школы

Аннотация: Наступление цифровой эпохи создало условия для информационной безграничности, имеющей бесценные преимущества, но в то же время приносящей серьезные проблемы. Распространение ложной информации является одной из главных проблем и стало чрезвычайно заметным в современном мире. В данной статье рассматриваются социологические эффекты ложной информации и фальшивых новостей в условиях информационной безграничности, такие как общественное недоверие, политическая поляризация и социальная паника в периоды кризиса. В ней перечислены типы ложной информации и представлена структура Основа-Ложная информация-Результат для понимания распространения ложной информации и ее последствий в обществе. Кроме того, в ней исследуются способы борьбы с дезинформацией, такие как инструменты проверки фактов, образование в области медиаграмотности и государственное вмешательство.

Ключевые слова: Информационная безграничность, ложная информация, дезинформация, алгоритмы социальных сетей, эхо-камеры, политическая



поляризация, общественное доверие, кризис дезинформации, медиаграмотность, инструменты проверки фактов, структура АМЮ.

Введение: Начиная с наступления цифровой эпохи, концепция информационной безграничности изменила как люди получают доступ к информации, потребляют ее и обмениваются ею. В отличие от любой предыдущей эпохи, сегодня информация течет без каких-либо барьеров, преодолевая географические, культурные и институциональные границы. Конечно, этот почти неограниченный доступ принес много неоспоримых преимуществ. Например, он способствовал глобальную связность, сделал знания открытыми для всех и позволил быстро распространять критические новости. Однако то же явление также создало значительные проблемы, в частности, распространение дезинформации, что является общественной проблемой с огромными последствиями.

Ложная информация охватывает полностью неверную, вводящую в заблуждение или частично точную информацию. Она процветает в среде информационного изобилия. Она распространяется по различным каналам, таким как платформы социальных сетей, блоги и даже основные новостные агентства. Последствия непроверенной информации выходят за рамки индивидуальных недоразумений; они подрывают общественное доверие, могут поляризовать сообщества и влиять на общественное поведение в больших масштабах. От кризисов в области здравоохранения до политических событий, влияние дезинформации подчеркивает настоятельную необходимость изучения ее роли в формировании социальных структур и отношений.

Цель этой статьи — изучить социологическое влияние ложной информации в контексте информационной безграничности. Анализируя ее влияние на общественное



доверие, эта статья изучит критические проблемы, с которыми сталкиваются общества при управлении потоком ложной информации.

Концептуальная основа

Концепция информационной безграничности относится к часто подавляющему потоку информации в цифровых пространствах, особенно на платформах социальных сетей. Этот постоянный поток информации создает пространство, в котором люди часто подвергаются бомбардировке контентом, который они не всегда могут оценить критически, что приводит к распространению ложной информации.

В одной статье подчеркивается, как такие платформы, как “Facebook”, “Twitter” и “WhatsApp”, позволяют информации (как истинной, так и ложной) распространяться с беспрецедентной скоростью, часто опережая усилия по ее исправлению или проверке. Структура «Основа-Ложная информация-Результат» (англ. Antecedents-Misinformation- Outcomes, AMIO framework) из вышеупомянутой статьи предоставляет структурированный способ понимания динамики ложной информации в этих средах.^[1]

Структура классифицирует распространение ложной информации, исследуя основы — факторы, способствующие быстрому распространению, такие как алгоритмы социальных сетей, поведение пользователей и эмоциональная вовлеченность. Эти предпосылки способствуют безграничному характеру информации в цифровых пространствах, где ложная информация часто процветает среди моря контента. Распространение ложной информации может иметь далеко идущие последствия, то есть результаты, влияя на общественное мнение, поведение людей в отношении здоровья, политические взгляды и даже на усилия по управлению кризисами.



Когда ложная информация анализируется как общественная проблема, она явно становится не просто проблемой неверных фактов, а сложным социальным явлением, которое ведет себя по-разному в зависимости от контекста и намерений, таких как, слухи (англ. “rumors”), ложная информация (англ. “misinformation”), дезинформация (англ. “disinformation”) и злонамеренная информация (англ. “malinformation”).^[2] Слухи часто не подтверждены и распространяются на основе слухов или ограниченной информации, в то время как ложная информация относится к контенту, распространенному без вредоносных намерений, но все равно неточному или вводящему в заблуждение. Дезинформация, с другой стороны, — это намеренно ложная информация, предназначенная для обмана или манипулирования, часто в политических или социальных целях. Наконец, под злонамеренной информацией понимается правдивая информация, используемая со злым умыслом, например, для раскрытия личных данных с целью причинения вреда.

Эти различия важны, поскольку они подчеркивают различные степени вреда и намерений, связанных с ложной информацией, что позволяет нам реагировать на каждую форму соответствующим образом. Обзор ложной информации в сфере управления чрезвычайными ситуациями, здравоохранения и политики демонстрирует, насколько различается влияние ложной информации в разных областях.

Социологические последствия ложной информации

Ложная информация, особенно в форме фейковых новостей, распространяемых через социальные сети, внесла значительный вклад в подрыв общественного доверия к ключевым институтам. Новости все чаще потребляются через цифровые платформы, что усиливает как истинные, так и ложные повествования, затрудняя для общественности различение надежной и вводящей в заблуждение информации. Эта



неопределенность относительно надежности новостей привела к снижению доверия не только к СМИ, но и к научным учреждениям и правительствам. Например, ложная информация о проблемах здравоохранения и окружающей среды, таких как во время пандемии COVID-19, привела к скептицизму в отношении научного консенсуса, подрывая готовность общественности доверять даже экспертам.^[3]

В этой связи следует упомянуть одну важную деталь — алгоритмы социальных сетей. Их роль в формировании того, что люди видят в интернете, имеет решающее значение в формировании «информационных пузырей» (“information bubbles”) или, как их еще называют, «пузырей фильтров» (“filter bubbles”). В настоящее время платформы социальных сетей используют технологию, называемую машинным обучением, где алгоритмы отдают приоритет контенту, который соответствует уже существующим убеждениям пользователей, эффективно создавая эхо-камеры (“echo chambers”).^[4] Эхо-камеры ограничивают воздействие различных точек зрения. Поскольку пользователи взаимодействуют с контентом, который резонирует с их ценностями или идеологиями из-за алгоритмов, им становится трудно противостоять или даже сталкиваться с альтернативными нарративами. Иногда эти фильтры отображают фейковые новости, которые, вероятно, будут оценены, потреблены и поверены пользователем, поскольку они запрограммированы давать то, что пользователь хочет видеть/слышать. Пользователи с меньшей вероятностью подвергают сомнению информацию, которая соответствует их взглядам. Впоследствии — по мере того, как фейковые новости становятся все более распространенными — эти фильтры способствуют поляризации политических и социальных взглядов, созданию и развитию предвзятости. Результатом является фрагментированное общество, в котором граждане действуют с конкурирующими и несовместимыми пониманиями ключевых вопросов.



Исследования уже показали, что те, кто часто потребляет партийный контент, очень часто подвергаются воздействию только одной точки зрения в политическом спектре, и в результате почти все люди оказываются в эхо-камерах, которые приводят к «идеологической сегрегации».^[5]

Другое социальное последствие ложной информации — общественная паника — ярко проявляется во время кризисов, когда распространение ложной или вводящей в заблуждение информации может усугубить массовую панику и изменить социальное поведение. Одним из наиболее ярких примеров этого является пандемия COVID-19, во время которой ложная информация о происхождении вируса, способах его передачи и лечении способствовала распространению путаницы, страха и небезопасного поведения.^[6] Ложная информация на платформах социальных сетей, такая как ложные утверждения о том, что вирус является обманом, или слухи об эффективности вакцины, подпитывали недоверие к мерам общественного здравоохранения и приводили к целому ряду вредных форм поведения.

Кроме того, фейковые новости и ложная информация, способные влиять на общественное мнение, также наносят вред бизнесу и различным отраслям. Например, фармацевтическая компания “Eli Lilly” столкнулась с существенным падением стоимости акций более чем на 4% после того, как поддельный аккаунт в “Twitter” ложно заявил, что компания будет раздавать инсулин бесплатно. Ложное заявление привело к реальным последствиям: люди начали сомневаться в действиях и репутации компании. Более того, компания “Kay Jewelers” понесла 11%-ную потерю стоимости своих акций после распространения фейковой новости о том, что компания использовала некачественные драгоценные камни вместо настоящих бриллиантов.^[7]

IV. Стратегии борьбы с ложной информацией



В борьбе с влиянием ложной информации были предложены различные стратегии. Эти стратегии включают разработку инструментов проверки фактов, правительственных инициатив и образовательных подходов, каждая из которых направлена на смягчение разрушительного воздействия фейковых новостей.

Прежде всего, технологические компании играют центральную роль в модерации контента. Исследования утверждают, что эти компании могут создавать различные системы, которые могут помочь пользователю обнаружить ложный контент.^[8] Инструменты проверки фактов могут ограничить распространение вводящей в заблуждение информации, уменьшая видимость непроверенных или ненадежных источников.

Кроме того, продвижение медиаграмотности посредством структурированного образования может помочь людям, особенно молодежи, развить устойчивость, необходимую для эффективного взаимодействия и критической оценки информации в современном медиaprостранстве. Исследования показывают, что критическая медиаграмотность, интегрированная в качестве обязательного предмета в школах, предлагает более устойчивое решение дезинформации, чем реактивные меры, такие как инструменты проверки фактов. Исследование, включавшее интервью с экспертами из разных областей, такими как журналисты, учителя и библиотекари, предполагает, что обучение медиаграмотности как непрерывный, динамичный процесс вооружает студентов навыками понимания и противодействия «информационному беспорядку». В отличие от небольших проектов или инструментов, ориентированных на конкретные компетенции, этот подход способствует более глубокому, долгосрочному пониманию медиасистем, позволяя молодым гражданам лучше ориентироваться в сложностях дезинформации, искажения информации и манипуляции в их повседневной жизни.^[9]



Кроме того, правительства могут помочь обуздать дезинформацию, реализуя стратегии, которые учитывают как технологические, так и институциональные факторы, способствующие ее распространению. Одним из ключевых подходов является регулирование подключения к мобильному интернету, поскольку исследования показывают, что мобильный доступ может способствовать распространению фейковых новостей, особенно во времена кризиса.^[10]

Заключение

Цифровая эпоха произвела революцию в способах доступа к информации и ее распространения, предлагая множество преимуществ, но также и существенные проблемы, особенно в распространении ложной информации. Поскольку ложная информация быстро распространяется через цифровые платформы, которые используют различные алгоритмы фильтрации и создают информационные пузыри, она подрывает доверие к институтам, создает постоянно растущую политическую поляризацию, приводит к панике среди населения во время масштабных кризисов и наносит ущерб репутации и доходам предприятий.

Поэтому необходим многогранный подход к решению этих проблем. Правительствам необходимо регулировать распространение ложной информации, в то же время защищая свободу слова; технологические компании могут усилить модерацию контента, а образовательные учреждения могут содействовать цифровой грамотности, чтобы помочь людям критически оценивать информацию. Совместные усилия всех секторов необходимы для борьбы с ложной информацией и восстановления доверия в цифровом обществе.



СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

- [1] Muhammed, S. T., & Mathew, S. K. (2022, February). The disaster of misinformation: A review of research in social media.
- [2], *International Journal of Data Science and Analytics*. Georgetown Institute for Women, Peace and Security. <https://giwps.georgetown.edu/dei-resources/the-disaster-of-misinformation-a-review-of-research-in-social-media/>
- [3] Olan, F., Jayawickrama, U., Arakpogun, E. O., Suklan, J., & Liu, S. (2022). Fake news on social media: The impact on society. *Journal of Computer Information Systems*, 10.1007/s10796-022-10242-z. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/35068999/>
- [4] Levine, A. (2024, November). Information bubbles and your well-being: The impact of information bubbles on political climate, society, and mental health. *Psychology Today*. <https://www.psychologytoday.com/intl/blog/things-to-consider/202411/information-bubbles-and-your-well-being>
- [5] Flaxman, S., Goel, S., & Rao, J. M. (2016). Filter bubbles, echo chambers, and online news consumption. *Public Opinion Quarterly*, 80(S1), 298-320. <https://academic.oup.com/poq/article/80/S1/298/2223402>
- [6] Wang, K. Z. X., Mohd Pahme, N. F., et al. (2023). The impact of misinformation in social media that caused panic behavior on COVID-19 pandemic among university students in Ipoh, Perak. *Ideology Journal*, 8(2), 221-232. <https://doi.org/10.24191/idealogy.v8i2.471>
- [7] Morantz, A. (2024, June). Fake news gives brands a real headache. *Smith Business Insight*. <https://smith.queensu.ca/insight/content/Fake-News-Gives-Brands-article.php>



- [8] Dhiman, B. (2023, April). The rise and impact of misinformation and fake news on digital youth: A critical review. *Social Science Research Network*.
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4438362
- [9] McDougall, J. (2019, October). Media literacy versus fake news: Critical thinking, resilience, and civic engagement. *Media Studies*, 10(19).
<https://hrcak.srce.hr/ojs/index.php/medijske-studije/article/view/8786>
- [10] Shirish, A., Srivastava, S. C., & Chandra, S. (2021, February). Impact of mobile connectivity and freedom on fake news propensity during the COVID-19 pandemic: A cross-country empirical examination. *European Journal of Information Systems*, 30(3), 322-341. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/0960085X.2021.1886614>