

Тезисы к выступлению на 20-й Центрально-Азиатской Конференции СМИ
«Будущее журналистики» на тему:

«Проблема распространения недостоверной информации в СМИ и социальных медиа»

*Комиссаров Михаил Александрович,
Заместитель Председателя Комитета
информации Министерства информации и
коммуникаций Республики Казахстан*

**Добрый день, уважаемые международные эксперты,
участники конференции!**

Мой доклад посвящен проблеме распространения недостоверной информации в СМИ и социальных медиа.

В последние годы СМИ только лишь из канала распространения информации превратились в способ обмена мнениями.

Растет роль блогеров, лидеров общественного мнения в социальных сетях, постепенно отбирающих аудиторию у традиционных СМИ и информационных интернет-ресурсов.

Популярные публикации в социальных сетях, блогах, форумах, фото- и видео- хостингах активно комментируются с вовлечением в обсуждение широкой пользовательской аудитории.

Подобные современные средства коммуникаций, имея, безусловно, и массу преимуществ, тем не менее, все чаще становятся источниками распространения недостоверной информации или попросту слухов.

На тему распространения слухов есть интересное высказывание, что подобные информационные атаки направлены на самый незащищенный «интерфейс» интернета - сознание его пользователей.

И это действительно очень похоже на правду.

Наверное, каждый из присутствующих получал по соцсетям или мобильным мессенджерам рассылки с предупреждениями о якобы грядущих или произошедших стихийных бедствиях, эпидемиях, потерянных детях и тому подобные сообщения.

Зачастую в качестве источника слуха указывается друг или знакомый, работающий в МВД, Минздраве или другом министерстве. При этом, в случаях, когда слухи затрагивают безопасность детей, часто сами учителя, по собственной инициативе воспроизводят слух на родительских собраниях.

Однажды появившись, такие слухи с определенной периодичностью воспроизводятся в социальных сетях и мессенджерах.

Значительную роль в этом процессе играют широко распространенные сообщества типа «Подслушано в...», «Типичный...», «По секрету в...» и так далее.

Зачастую недостоверная информация такого рода передается неосознанно, без какого-либо злого умысла.

Но нередко эта информация просачивается в СМИ и становится самостоятельным предметом освещения и источником возникновения панических настроений.

Если раньше к таким фактам не было повышенного внимания, то на сегодняшний день, учитывая негативные последствия, которые несет распространение фейков, эта проблема постепенно переходит в плоскость информационной безопасности общества.

Как правило, причины распространения фейковой информации разные: от глупых шуток и личных мотивов до целенаправленного вброса дезинформации и выполнения политического заказа.

При этом чаще всего выбираются наиболее социально чувствительные темы.

Например, недавняя рассылка в WhatsApp якобы от ЕНПФ о компенсационных выплатах вкладчикам, которая повлекла за собой массовый наплыв пенсионеров в ЦОНЫ.

Такие случаи сегодня не редкость, и они наглядно демонстрируют потенциал социальных сетей в провоцировании спонтанной массовой активности.

Стоит отметить, что содержание фейковых рассылок и высокая интенсивность их распространения позволяет говорить о том, что часто WhatsApp-рассылка может являться частью заказной

информационной кампании по дискредитации деятельности конкретного ведомства/лица или проекта.

Примеры:

1. *Дискредитация деятельности МОН РК:*

- фейковые рассылки о некачественных школьных учебниках;
- информация об исключении МОНом РК из классификатора программ вузов предметов «Казахский язык», «Литература», «История», «Востоковедение», «Лингвистика».

2. *Дискредитация МВД РК* - рассылка информации о якобы распоряжении местных акиматов не пускать участковых, пришедших проверять наличие у граждан временной регистрации.

3. *Дискредитация проекта – фейки об ЭКСПО:*

- рассылка о возможном перемещении на время проведения ЭКСПО лиц БОМЖ из столицы в регионы (Карагандинская обл., г.Петропавловск и г.Кокшетау);
- видео, со стройплощадки ЭКСПО-2017, демонстрирующее как строители якобы закатывают в бетон дорогостоящий утеплитель.

Другой пример искусственно созданного ажиотажа это дискредитация репутации АО «Цесна банк», связанного с распространением информации о якобы скором банкротстве фининститута.

Как вы знаете, наблюдался определенный ажиотаж, когда вкладчики банка в массовом порядке стали закрывать свои депозиты. Несмотря на официальное опровержение руководства АО «Цесна банк» ситуация не стабилизировалась. Тем самым, в результате целенаправленного информационного вброса банку был нанесен репутационный ущерб.

И это только одни из наиболее безобидных примеров последствий распространения фейков. Несложно представить себе реакцию общества при информационном вбросе более серьезного и угрожающего характера. Допустим, информации террористического характера.

Конечно, распространение ложной информации, особенно целенаправленное, не проходит для самих распространителей бесследно.

В Казахстане законодательством предусмотрены как административные, так и уголовные меры ответственности.

В частности, по статье 274 Уголовного кодекса – «Распространение заведомо ложной информации». По этой статье предусмотрены наказания от штрафа в размере до 1 000 МРП и до лишения свободы сроком до 10 лет.

Другим аспектом государственного регулирования является защита чести, достоинства и деловой репутации, так как зачастую в результате распространения непроверенной информации могут быть нарушены права и законные интересы граждан и юридических лиц. И здесь на защиту этих прав и интересов встают Конституция, Гражданский кодекс, Закона о СМИ и другие правовые инструменты.

Здесь я более подробно хотел бы остановиться на роли и месте современных СМИ, как все-таки пока еще основных источников распространения информации.

Зачастую СМИ оперативно публикуют новости о тех или иных событиях, не проверяя достоверность информации. Даже при последующей публикации опровержения или удаления материала интернет-СМИ, недостоверная информация достаточно быстро достигает целевой аудитории, распространяясь в медиа-поле через социальные сети.

В последнее время, вообще набирает силу тенденция, когда информационные интернет-ресурсы используют в качестве источника информации социальные сети.

В этой ситуации журналисты могут оказаться заложниками ситуации, разместив у себя на ресурсе пост с заведомо недостоверной информацией, став тем самым ее распространителем.

Соответственно в этом случае журналист может «подставить» и себя, и редакцию, и собственника, которые также могут быть привлечены к ответственности.

Также в последнее время набирает силу тенденция, когда популярные новостные площадки публикуют материалы о чрезвычайных ситуациях или громких преступлениях с броскими, вызывающими заголовками, сеющими панику в обществе и провоцирующими бурное обсуждение в комментариях и соцсетях.

При этом материалы зачастую сопровождаются «будоражащими» и, прямо скажем, кровавыми сценами на фото и видео, что также подпадает под нарушение законодательства Республики Казахстан в части распространения СМИ информации, наносящей вред здоровью, нравственному и духовному развитию ребенка (*статья 39 Закона «О правах ребенка»*).

С позиции государства, приоритетом при решении данной проблемы являются меры по формированию ответственной журналистики, через повышение ее качества, формирование гражданской ответственности за публикуемые в СМИ и социальных сетях данные, оказывая тем самым на основную часть населения профилактическое воздействие.

В завершении, хотел бы еще раз акцентировать внимание на возрастающей серьезности проблемы, однако актуальной она является не только для Казахстана, но, наверное, для большинства государств мира.

При этом, какие-либо универсальные меры борьбы с фейк-ньюс, на сегодня, пожалуй, отсутствуют.

Каждое государство старается выработать свою собственную тактику борьбы.

Вместе с тем, хотелось бы подчеркнуть, что решение данной проблемы не зависит целиком только от государственных органов. Как вы понимаете, здесь необходимо взаимодействие со стороны СМИ и медиа-отрасли.

Благодарю за внимание!