

**Негизбаева М.О.**

кандидат филологических наук, и.о. доцента,  
Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы,  
e-mail: marlanonneg@gmail.com

**МЕДИАГРАМОТНОСТЬ: КРИТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ИНФОРМАЦИИ**

В статье рассматривается роль медиаграмотности в формировании медиакультуры. В современных условиях медиасреды и активности социальных сетей распространение фейковых новостей стало обычным явлением. В таких условиях видится целесообразной проверка распространяемой информации.

Цель и основная идея работы – показать необходимость медиаграмотности в современном обществе. Задачи: изучение эмпирических данных, трудов зарубежных и отечественных ученых; анализ зарубежных и отечественных инструментов исследования информации; оценка современного состояния медиаграмотности в Казахстане.

Объект исследования – медиаграмотность как основа медикультуры. Предмет исследования – публикации СМИ и социальных сетей.

Научную ценность работы представляют анализ понятийного аппарата медиаграмотности, определение необходимости исследования состояния медиаграмотности как основы медиаккультуры. С практической точки зрения, данный труд может быть полезен как для работников СМИ и социальных сетей, так и для общественности.

Основу исследования составляет анализ информационных потоков, пути определения фейковых новостей, которые могут иметь серьезные негативные последствия. Методологической основой данной работы стал комплекс методологических подходов, позволивших на теоретическом и практическом уровнях проанализировать состояние медиаграмотности на современном этапе. Применены общенаучные методы исследования загрязненности медиасреды и осведомленности общественности о фейковой информации. В ходе исследования использованы научные труды отечественных и зарубежных специалистов, материалы научных конференций, обзор и мониторинг СМИ, а также результаты медиаизмерений.

Сохранение норм медиакультуры напрямую зависит от этических принципов журналистов и блогеров. Допуская к публикации непроверенный материал или домыслы, они создают благоприятную среду для распространения слухов, паники, искаженной информации. Журналистский текст – не только коммуникатор информации, это и средство социальной ориентации, которое формирует общественное мнение. Фейковые новости загрязняют информативное пространство, формируют негативное общественное мнение и стереотипы. Поэтому сегодня быть медиаграмотным становится неотъемлемой частью жизнедеятельности человека. Для чего видится необходимой дисциплина «Медиаграмотность» в школах и вузах. Также хорошим подспорьем в обучении общественности определения фейковой информации стали бы сайты и обучающие материалы по фактчекингу.

**Ключевые слова:** медиаграмотность, фейковая информация, фактчекинг.

Negizbayeva M.O.

Candidate of Philology, Acting assistant professor,  
Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty, e-mail: marlanonneg@gmail.com

**Media literacy: critical analysis of information**

The article deals with the role of media literacy in the formation of media culture. In modern conditions of media environment and activity of social networks the spread of fake news has become commonplace. In such circumstances, it seems appropriate to verify the information disseminated.

The purpose and the main idea of the work is to show the need for media literacy in modern society. Tasks: study of empirical data, works of foreign and domestic scientists; analysis of foreign and domestic

tools of information research; assessment of the current state of media literacy in Kazakhstan. The object of research is media literacy as the basis of medical culture. The subject of the research is publications of mass media and social networks.

The scientific value of the work is the analysis of the conceptual apparatus of media literacy, the definition of the need to study the state of media literacy as the basis of media culture. From a practical point of view, this work can be useful both for media and social media workers and for the public.

The basis of the study is the analysis of information flows, ways to determine fake news that can have serious negative consequences. The methodological basis of this work was a set of methodological approaches that allowed at the theoretical and practical levels to analyze the state of medical literacy at the present stage. General scientific methods were used to study media pollution and public awareness of fake information. In the course of the study, scientific works of domestic and foreign experts, materials of scientific conferences, review and monitoring of the media, as well as the results of media measurements were used.

Preserving the norms of media culture directly depends on the ethical principles of journalists and bloggers. By allowing unverified material or conjectures to be published, they create a favorable environment for spreading rumors, panic, and distorted information. A journalistic text is not only an information communicator, it is also a means of social orientation that forms public opinion. Fake news pollute the informative space, form negative public opinion and stereotypes. Therefore, today being media literate is becoming an integral part of human life. For what it seems necessary discipline "Media literacy" in schools and universities. Also a good help in educating the public in determining fake information would be sites and training materials on fact-sharing.

**Key words:** media literacy, fake information, fact-checking.

Негізбаева М.О.

филология ғылымдарының кандидаты, доцент м.а.,  
әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ., e-mail: marlanonneg@gmail.com

### Медиасауаттылық: ақпаратты сыни талдау

Мақалада медиамәдениетті дамытудағы медиасауаттылықтың рөлі жөнінде айтылады. Медиортаның қазіргі жағдайында және әлеуметтік желінің белсенді кезінде жалған ақпараттың таралуы үйреншікті жайтқа айналды. Мұндай жағдайда таратылған ақпаратты тексеру қажет.

Жұмыстың мақсаты және негізгі идеясы медиамәдениетті қалыптастырудағы медиасауаттылықтың қажеттілігін көрсету болып табылады.

Міндеттері: шетелдік және отандық ғалымдардың эмпирикалық деректерін, еңбектерін зерттеу, ақпаратты зерттеудің шетелдік және отандық құралдарын талдау; Қазақстандағы медиасауаттылықтың қазіргі ахуалын бағалау.

Зерттеу нысаны – БАҚ және әлеуметтік желілер жарияланымдары. Медиасауаттылықтың ұғымдық аппаратын талдау, медиамәдениет негізі ретіндегі медиасауаттылық ахуалын зерттеудің қажеттігін айқындау жұмыстың ғылыми құндылығын көрсетеді.

Практикалық көзқарас тұрғысынан алғанда аталған еңбек БАҚ қызметкерлері мен әлеуметтік желілер, сондай-ақ жұртшылық үшін пайдалы болуы мүмкін.

Зерттеу негізін ақпараттық ағындарды талдау, елеулі жағымсыз салдары болуы мүмкін фейк жаңалықтарды айқындау жолдарын іздестіруді құрайды. Қазіргі кезеңдегі медиасауаттылық жағдайын теориялық және практикалық деңгейлерде талдауға мүмкіндік беретін әдістемелік тәсілдер кешені зерттеу негізі болып отыр. Медиортаның ластануын және жалған ақпарат туралы қоғамның хабардар болуын зерттеудің жалпы ғылыми әдістері қолданылды. Зерттеу барысында отандық және шетелдік мамандардың ғылыми еңбектері, ғылыми конференциялар материалдары, БАҚ шолулары мен мониторингі, сондай-ақ медиа-өлшеулер нәтижелері пайдаланылды.

Медиамәдениет нормаларын сақтау журналистер мен блогерлердің этикалық қағидаттарымен тікелей байланысты. Тексерілмеген немесе болжауға құрылған жарияланымдар өсек-аяң, дүрбелең, бұрмаланған ақпаратқа жағымды жағдай туғызады. Журналистік мәтін ақпараттың коммуникаторы ғана емес, қоғамдық пікір қалыптастыратын әлеуметтік бағдар құралы. Жалған жаңалықтар ақпараттық кеңістікті ластайды, жағымсыз қоғамдық пікір мен стереотиптер қалыптастырады. Сондықтан бүгін медиасауатты болу адам тіршілігінің бөлінбес бөлшегі. «Медиасауаттылық» пәнінің мектептер мен жоғары оқу орындарына қажеттілігі осыдан көрінеді. Сондай-ақ, қоғамды фейк ақпаратты анықтауға үйретуде фактчекинг бойынша сайттар мен оқу материалдары жақсы көмек болады.

**Түйін сөздер:** медиасауаттылық, фейк ақпарат, фактчекинг.

## Введение

Второе десятилетие XXI века отмечено глобализацией коммуникативистики, новыми технологическими вызовами и цифровой трансформацией медиасферы. Появляются новые жанры – «гражданская журналистика», «стриминговое» телевидение, журналистика дронов. Все это – результат технологической модернизации, которая активно приходит в СМИ. Сегодняшнее общество предпочитает получать информацию через интернет, социальные сети и группы в контакте. Приходится признать, что новые медиа, социальные сети и интернет формируют сознание общественности. Количество подписчиков у блогеров превышает тиражи популярных изданий. Наступает эра всеобщей подключенности к интернету, стремительно распространяются сенсорные устройства. Каждая минута в новом интернет-мире – это миллионы электронных писем, сообщений WhatsApp, просмотров видео и поисковых запросов. Человек, получая информацию, оценивает, интерпретирует, выдает ее в Сети, выполняя таким образом функцию медиа.

Цель данной работы – показать необходимость медиаграмотности в современном обществе. Задачи: изучение эмпирических данных, трудов зарубежных и отечественных ученых; анализ зарубежных и отечественных инструментов исследования информации; оценка современного состояния медиаграмотности в Казахстане.

Объект исследования – медиаграмотность как основа медикультуры. Предмет исследования – публикации СМИ и социальных сетей.

Основу исследования составляет анализ информационных потоков, пути определения фейковой новости, которая может иметь серьезные негативные последствия. Методологической основой данной работы стал комплекс методологических подходов, позволивших на теоретическом и практическом уровнях проанализировать состояние медиаграмотности на современном этапе. Применены общенаучные методы исследования загрязненности медиасреды и осведомленности общественности о фейковой информации. В ходе исследования использованы научные труды отечественных и зарубежных специалистов, материалы научных конференций, обзор и мониторинг СМИ, а также результаты медиаизмерений.

Теоретической базой при изучении медиаграмотности сыграли труды отечественных и зарубежных ученых Ахметовой Л., Шоро-

хова Д., ниязгуловой А., Вартановой Е., Шарикова А., Почепцова Г., Григорьева В., Кузьмина Е., Дзялошинского И., Гороховского А., Дивина Фрау-Майгс, Филиппо Менчер, Лен Мастерман, Аркайц Зубиага, Мария Лиаката, Роб Проктер, Джеральдин Вонг Сак Хой, Питер Толми, Олпорт Г., Ворсноп К. и др.

«Каждый имеет право свободно получать и распространять информацию любым, не запрещенным законом, способом», – говорится в Конституции Республики Казахстан (ст.12). «Каждый человек имеет право на свободу убеждений и свободное выражение их; это право включает свободу беспрепятственно придерживаться своих убеждений и свободу искать, получать и распространять информацию и идеи любыми средствами и независимо от государственных границ», – гласит Всеобщая декларация прав человека ([http://www.un.org/ru/documents/decl\\_conv/declarations/declhr.shtml](http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/declhr.shtml)).

«Первые пользователи Интернета, создавшие кодекс поведения в Сети «Нетикет», руководствовались в своем онлайн-поведении только двумя принципами: отрицанием коммерции и поддержкой свободы, предполагая при этом высокий уровень ответственности за высказывания. Сегодня же блогосфера не имеет даже этих базовых принципов в качестве единых для всех стандартов. В результате параллельные/альтернативные повестки дня, созданные непрофессионалами, не гарантируют ни точности, ни беспристрастности в освещении событий действительности. Миссия журналистики – служить обществу. Блогер не берет на себя таких обязательств. Отсутствие понимания миссии журналистики как общественной службы – очень важный момент, который отражается на формировании повестки дня и, как следствие, на качестве социальной репрезентации в СМИ», – пишет российский ученый Е. Вартанова (Вартанова 2015:45).

Сегодняшнее информационное пространство представляет собой «глобальную информационную деревню». Доступна абсолютно любая информация с любой точки земли, доступны ресурсы мировых библиотек, новостных сайтов, форумов, блогов и т.п. «С одной стороны – это просто великолепно, с другой – несет в себе потенциальную угрозу. Лавина непроверенной, противоречивой информации, порой содержащей эмоциональные призывы, способна деструктивно влиять на основы социальной стабильности. Система ограничений и тотального контроля в данном случае – не выход. Безусловно, определенные границы дозволенного

должны быть – свобода выражения должна под- держиваться государством, но также и может быть ограничена. Вместе с тем, если государство начнет тотально следить за тем, что граждане читают, а потом вводить цензуру и решать, что желательно, а что нежелательно, то это неизбежно приведет к тоталитаризму» (Ахметова, Шорохов, ниязгулова 2015:36).

Эксперты называют современное состояние медиасферы эпохой тотального информационного шума, а также эпохой постправды. Мы все наблюдаем в информационной среде засилье фейков, фальсификации данных, манипуляции статистическими данными и т.д. Необходимо научиться выставлять заслоны столь опасному воздействию. Российский исследователь И.М. Дзялошинский в книге «Манипулятивные технологии в СМИ» пишет: «В настоящее время под манипулированием обычно понимают систему способов идеологического и социально-психологического воздействия с целью изменения мышления и поведения людей вопреки их интересам» (Дзялошинский 2006:48). К тем же выводам приходит исследователь Г. Почепцов в книге «Информационные войны. Новый инструмент политики» (Почепцов 2015). Особое доверие к написанному слову, низкий уровень критического мышления делают человека легкой целью для манипуляторов. Поэтому медиаграмотность (медийная и информационная грамотность) на сегодняшний день весьма актуальна и востребована.

Медиаграмотность (*media literacy*) – это способности экспериментирования, интерпретации/анализа и создания медиатекстов» (Ворсноп 1999).

Более подробное объяснение дают ученые В.В. Григорьев, Е.И. Кузьмин: «Под медиа и информационной грамотностью сегодня всё больше понимается совокупность установок, знаний, умений и навыков, которые позволяют человеку определять, когда и какая информация требуется, где и как ее можно получить, как следует ее оценивать, систематизировать и использовать в соответствии с правовыми и этическими нормами» (Григорьев, Кузьмин 2015:5).

Появление термина «медиаграмотность» профессор А.В. Шариков датирует 1974 годом: «...появление первых книг, в названиях которых фигурируют термины «медиакультура» на немецком (1975) и английском (1978) языках, первых книг, в названиях которых фигурируют термины «медиаграмотность» (1974) и «медиаобразование» (1984) со ссылкой на докумен-

ты ЮНЕСКО 1973 года, – логично заключить, что начало бытования терминов «медиакультура», «медиаграмотность», «медиаобразование» относится к одному периоду времени, а именно: рубеж 1960-х – 1970-х годов (Шариков 2015:50).

### Результаты и обсуждение

Дивина Фрау-Майгс, профессор информационно-коммуникационных наук в Сорбонне, заведующая кафедрой ЮНЕСКО, считает, что «кризис, разгоревшийся вокруг *fake news*, которые представляют собой смесь из сплетен, пропаганды и конспирационных теорий, – явление более опасное, чем издавна существующая ложная информация, которую легче изобличить. Фэйки произрастают из дезинформации, однако новизна данного феномена заключается в его беспрецедентном стремлении навредить, поскольку возможности информатики делают его безграничным и трансмедийным. Растущее влияние цифровых технологий переступает грань дозволенного. После довольно безобидных явлений, таких как серфинг и общение в чатах, сегодня наблюдается процесс добычи конфиденциальной информации с целью манипуляции и массивной дестабилизации. К тому же эти действия происходят на платформах, контролируемых главными мировыми Интернет гигантами GAFAM (Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft). Главная сложность декодирования онлайн-пропаганды заключается в том, что речь идет о борьбе с определенной формой разрушительной идеологии, основанной на инновационных технологиях. Парадоксальным образом эта идеология имеет консервативную основу; она в большей степени нацелена на создание хаоса в существующих политических системах, нежели на распространение открытого и прогрессивного взгляда» (Фрау-Мейгс 2017).

Ученый-информатик Массачусетского технологического института Соруш Восауи пишет, что описание деталей в социальных сетях о теракте во время Бостонского марафона в 2013 году было ложным. Например, то, что подозреваемый в преступлении студент пропал без вести. Тогда как он не имел к этому отношение и покончил жизнь самоубийством по причинам, не связанным с терактом. Это послужило поводом собрать данные из Twitter за последние 12 лет, начиная с создания платформы в 2006 году. Твиты, связанные с новостными материалами, были проанализированы независимыми организациями по проверке фактов PolitiFact, Snopes и FactCheck.org. Исследование показало, что



правда редко достигала более 1000 пользователей Twitter, тогда как ложные новости достигали более 10 000 человек. Ложные новости распространяются быстрее и чаще, особенно политические (Ланджин <http://www.sciencemag.org/author/katie-langin> 2018).

Профессор, практикующий журналист Стефан Ворд отличает культуру онлайн-журналистики от традиционной в потере этических ценностей. Традиции точности, предварительной проверки публикации, отбора материала редактором, беспристрастности прежней журналистики перешли в непосредственность, пристрастность, непрофессионализм и корректировку текста после публикации онлайн-журналистики (Ворд 2018).

Директор Обсерватории по социальным медиа при Центре комплексных сетевых и системных исследований университета Индианы Филиппо Менчер создал фальшивую веб-страницу с новостями, сгенерированными компьютером, разместил предупреждение о том, что сайт содержит фейковые факты, также разместил на странице рекламные объявления. Сайт стал не только читаемым, но и приносил финансовую прибыль. Разместить ложную информацию в Интернете и повлиять на общественное мнение не составляет труда. Любой пользователь Интернета может создать бот или фальшивый аккаунт в социальных сетях, который управляется программой, и быть весьма влиятельным.

Обсерватория разработала платформу Ноаху <https://hoaxy.iuni.iu.edu/>, способную проследить и визуализировать пути распространения непроверенных сообщений в социальных сетях. Ноаху также способна наглядно показать пользователям, как легко с помощью информации из сети манипулировать их мнением, и то, как люди готовы делиться фальшивыми новостями (Менчер, <https://theconversation.com/profiles/filippomencher-317794> 2016).

В Казахстане команда профессиональных журналистов запустили фактчекинговый ресурс – Factcheck.kz, миссия которого – «противодействие политике пост-правды и повышение уровня медийной культуры в Казахстане» (<https://factcheck.kz/o-nas>). Сайт содержит рубрики:

«Правдомер» – журналисты анализируют объект (новость, событие, изображение и т.п.) и определяют, где правда, а где ложь.

«Контроль обещаний» демонстрирует какие обещания министры выполнили, а какие – нет.

«Методика ФЧ» рассказывает, как вычислить фейковую информацию, как работать со спутниковыми снимками, как не дать собой манипулировать и т.п.

### Результаты

С целью определения состояния медиаграмотности и информационного загрязнения был проведен опрос 245 человек возрастной категории 18-68 лет (рис. 1).



Рисунок 1 – Результаты опроса по медиаграмотности

## Выводы

Результаты исследования показали, что большинство опрошенных сталкивались с фейковыми новостями. На сайте Nur.kz, чаще чем на других сайтах, встречается фейковая информация.

Сегодня очень важен анализ процессов становления грамотного информационного общества в Казахстане, а также выявление особенностей и перспектив формирования медиаграмотности в Казахстане. В этой связи необходимы:

- анализ функций медиаобразования и дидактических возможностей использования медиасредств для формирования интеллектуального потенциала страны;
- раскрытие содержания основных понятий, характеризующих процесс становления глобального информационного общества, и описание структуры современного информационно-коммуникативного пространства Казахстана;
- популяризация методик фактчекинга;
- введение медиаграмотности в школьное, университетское, общественное образования;
- определить обучение медиаграмотности как общественно-значимый проект.

## Заключение

Традиционные СМИ и социальные медиа сегодня не только выполняют посредническую

функцию между государством и общественностью, но и формируют новые отношения в информационном пространстве.

Роль журналиста в структуре социологического сознания особенна, поскольку он этически ответственен за свою деятельность и содержание публикации. Когда журналистский текст коррелирует с жизненными ценностями в обществе, создает панораму действительности, он становится средством социальной ориентации и формирует общественное мнение.

Фейковые новости загрязняют информативное пространство, сеют панику, порождают слухи, которые очень сложно остановить. Фейковая информация формирует негативное общественное мнение и стереотипы. Вследствие чего нередко создаются активные общественные движения и организации.

Таким образом, фейковые новости носят разрушительный характер в современном медийном пространстве. Поэтому сегодня быть медиаграмотным становится неотъемлемой частью жизнедеятельности человека. Для чего видится необходимой дисциплина «Медиаграмотность» в школах и вузах. Также хорошим подспорьем определения фейковой информации для общественности могут быть официальные сайты и обучающие материалы по фактчекингу.

## Литература

- Allcott Hunt, Gentzkow Matthew (2017) Social Media and Fake News in the 2016 Election. Cambridge, National Bureau of Economic Research
- Ахметова Л.С., Шорохов Д.А., Ниязгулова А.А. (2015) Медийная и информационная грамотность. Бюро ЮНЕСКО в Алматы.
- Brown Pete (2015) It's Genuine, as Opposed to Manufactured: A Study of UK News Audiences' Attitudes towards Eyewitness Media. University of Oxford
- Brown Pete (2015) A global study of eyewitness media in online newspaper sites. College of Journalism and Communications at the University of Florida
- Вартанова Е. Л. (2015) Цифровое общество: новые приоритеты СМИ и активные аудитории // Медиа- и информационная грамотность в информационном обществе: сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции. – М.: МЦБС
- Vorsnop C. (1999) Screening Images: Ideas for Media Education
- Wardle Claire, Derakhshan Hossein (2017) Information breac. Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe report
- Гороховский А. (2017) Фактчекинг как тренд журналистских расследований: возможности и перспективы: Практическое пособие. MediaNet
- Григорьев В.В., Кузьмин Е.И. (2015) Медиа- и информационная грамотность: новое понятие, контекст, всероссийская конференция // Медиа- и информационная грамотность в информационном обществе: сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции. – М.: МЦБС
- Дзялошинский И.М. (2006) Манипулятивные технологии в СМИ. – М.: Гуманитарный институт
- Олпорт Г., Постман Л. (1947) Психология слухов. – Оксфорд, Англия: Генри Холт
- Pesonen Tomi (2018) The effects of fake news on consumer trust in social media marketing A quantitative study on consumer mindset. Metropolia University of Applied Sciences

- Почепцов Г. (2015) Информационные войны. Новый инструмент политики. – М.: ТД Алгоритм
- Роспопова С.С., Богдан Е.Н. (2017) Фейковые новости: природа происхождения // Вестник. Филологические науки. Челябинский госуниверситет. – 109. – С. 48-53
- Федоров А.В. (2004) Медиаобразование и медиаграмотность: Учебное пособие. – Таганрог
- Шариков А.В. (2015) О взаимосвязи медиакультуры и медиаобразования // Медиа- и информационная грамотность в информационном обществе: сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции. – М.: МЦБС
- Штурхецкий С. (2017) Медиаграмотность: Практическое учебное пособие. IREX
- Щербаков А. Д. (2018) Fake news как объект уголовно-правовой регуляции: опыт Малайзии // Международное уголовное право и международная юстиция. – 4. – С. 18-21.

### Электронные ресурсы:

- Un.org. Веб-сайт ООН. Всеобщая декларация прав человека (2019, февраль 18). Режим доступа: [http://www.un.org/ru/documents/decl\\_conv/declarations/declhr.shtml](http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/declhr.shtml)
- Divina Frau-Meigs. Developing a critical mind against fake news/ The UNESCO Courier July – September 2017 (2019, февраль 17). <https://en.unesco.org/courier/2017-july-september/developing-critical-mind-against-fake-news>
- Langin K. Fake news spreads faster than true news on Twitter – thanks to people, not bots / science (2019, февраль 10). Режим доступа: <http://www.sciencemag.org/news/2018/03/fake-news-spreads-faster-true-news-twitter-thanks-people-not-bots/>
- Ward SJA. Digital Media Ethics. Center for journalism (2019, февраль 11). Режим доступа: <https://ethics.journalism.wisc.edu/resources/digital-media-ethics/>
- Filippo Menczer. Misinformation on social media: Can technology save us? The Conversation. (2019, январь 31) Режим доступа: <http://theconversation.com/misinformation-on-social-media-can-technology-save-us-69264>
- Zubiaga Arkaitz, Liakata Maria, Procter Rob, Geraldine Wong Sak Hoi, Tolmie Peter. Analysing How People Orient to and Spread Rumours in Social Media by Looking at Conversational Threads (2018, декабрь 18). Режим доступа: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0150989>
- Zubiaga Arkaitz, Ji Heng. Tweet, but Verify: Epistemic Study of Information Verification on Twitter (2018, декабрь 23). Режим доступа: <https://arxiv.org/pdf/1312.5297.pdf>
- BBC News: AP Twitter account hacked in fake. White House blasts post (2019, февраль 9). Режим доступа: <http://www.bbc.co.uk/news/world-us-canada-21508660>
- Chengcheng Shao, Giovanni Luca Ciampaglia, Onur Varol, Kaicheng Yang, Alessandro Flammini, Filippo Menczer. The Spread of Low-credibility Content by Social Bots (2018, декабрь 18). Режим доступа: <https://glciampaglia.com/publication/the-spread-of-low-credibility/>
- Smyrniaios Nikos, Chauvet Sophie, Marty Emmanuel (2017) The Impact of CrossCheck on Journalists & the Audience. Learning the lessons from a collaborative journalism project fighting disinformation online during the French Presidential Election. Journalist's Resource. Harvard Kennedy School's Shorenstein Center on Media, Politics and Public Policy (2019, февраль 7). Режим доступа: [https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2017/11/Crosscheck\\_rapport\\_EN\\_1129.pdf](https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2017/11/Crosscheck_rapport_EN_1129.pdf)
- SINTEF. Exposing fake news on social media (2019, февраль 9). Режим доступа: <https://www.sintef.no/en/latest-news/exposing-fake-news-on-social-media/>
- Fake news and the spread of misinformation (2019, февраль 15). Режим доступа: <https://journalistsresource.org/studies/society/internet/fake-news-conspiracy-theories-journalism-research/>
- Trilling David (2017) Seen a fake news story recently? You're more likely to believe it next time. Journalist's Resource. Harvard Kennedy School's Shorenstein Center on Media, Politics and Public Policy (2019, февраль 7). Режим доступа: <https://journalistsresource.org/studies/society/social-media/fake-news-psychology-facebook-research/>

### References

- Allcott Hunt, Gentzkow Matthew (2017) Social Media and Fake News in the 2016 Election. Cambridge, National Bureau of Economic Research
- Ahmetova L.S., SHorohov D.A., Niyazgulova A.A. (2015) Medijnaya i informacionnaya gramotnost'. [Media and Information Literacy] Byuro YUNESKO v Almaty
- Brown Pete (2015) It's Genuine, as Opposed to Manufactured: A Study of UK News Audiences' Attitudes towards Eyewitness Media. University of Oxford
- Brown Pete (2015) A global study of eyewitness media in online newspaper sites. College of Journalism and Communications at the University of Florida
- Vartanova E. L. (2015) Cifrovoe obshchestvo: novye priority SMI i aktivnye auditorii [Digital Society: New Media Priorities and Active Audiences] /Media- i informacionnaya gramotnost' v informacionnom obshchestve: sbornik materialov Vserossijskoj nauchno-prakticheskoj konferencii. M.: MCBS
- Vorsnop C. (1999) Screening Images: Ideas for Media Education
- Wardle Claire, Derakhshan Hossein (2017) Information breac. Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe report
- Gorohovskij A. (2017) Faktcheking kak trend zhurnalistskih rassledovanij: vozmozhnosti i perspektivy [FactChecking as a Trend of Investigative Journalism: Opportunities and Prospects]. Prakticheskoe posobie. MediaNet

Grigor'ev V.V., Kuz'min E.I. (2015) Media-i informacionnaya gramotnost': novoe ponyatie, kontekst, vsrossijskaya konferenciya [Media and Information Literacy: New Concept, Context, All-Russian Conference] /Media- i informacionnaya gramotnost' v informacionnom obshchestve: sbornik materialov Vserossijskoj nauchno-prakticheskoy konferencii. M.: MCBS

Dzhaloshinskij I.M. (2006) Manipulyativnye tekhnologii v SMI. [Manipulative technologies in the media]. M.: Gumanitarnyj institut

Olport G., Postman L. (1947) Psihologiya sluhov. Oksford, Angliya: Genri Holt

Pesonen Tomi (2018) The effects of fake news on consumer trust in social media marketing A quantitative study on consumer mindset. Metropolia University of Applied Sciences

Pochepcov G. (2015) Informacionnye vojny. Novyj instrument politiki. [Manipulative technologies in the media]. M.: TD Algoritm

Rospopova S.S. Bogdan E.N. (2017) Fejkovye novosti: priroda proiskhozhdeniya [Fake News: Nature of Origin] Vestnik. Filologicheskie nauki. CHelyabinskij gosuniversitet. 109. S. 48-53

Fedorov A.V. (2004) Mediobrazovanie i mediagramotnost' [Media Education and Media Literacy]. Uchebnoe posobie. Taganrog

Sharikov A.V. (2015) O vzaimosvyazi mediakul'tury i mediaobrazovaniya [On the relationship of media culture and media education]. /Media- i informacionnaya gramotnost' v informacionnom obshchestve: sbornik materialov Vserossijskoj nauchno-prakticheskoy konferencii. M.: MCBS

Shturheckij S. (2017) Mediagramotnost' [Media Literacy]. Prakticheskoe uchebnoe posobie. IREX

Shcherbakov A. D. (2018) Fake news kak objekt ugovolno-pravovoj regulyacii: opyt Malajzii. [Fake news as an object of criminal law regulation: the experience of Malaysia]. Mezhdunarodnoe ugovolnoe pravo i mezhdunarodnaya yusticiya. 4. S. 18-21.

#### Electronic resources:

Un.org. Veb-sajt OON. Vseobshchaya deklaraciya prav cheloveka [Universal Declaration of Human Rights] (2019, fevral' 18). Rezhim dostupa: [http://www.un.org/ru/documents/decl\\_conv/declarations/declhr.shtml](http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/declhr.shtml)

Divina Frau-Meigs. Developing a critical mind against fake news/ The UNESCO Courier July – September 2017 (2019, fevral' 17). <https://en.unesco.org/courier/2017-july-september/developing-critical-mind-against-fake-news>

Langin K. Fake news spreads faster than true news on Twitter – thanks to people, not bots / science (2019, fevral' 10). Rezhim dostupa: <http://www.sciencemag.org/news/2018/03/fake-news-spreads-faster-true-news-twitter-thanks-people-not-bots/>

Ward SJA. Digital Media Ethics. Center for journalism (2019, fevral' 11). Rezhim dostupa: <https://ethics.journalism.wisc.edu/resources/digital-media-ethics/>

Filippo Menczer. Misinformation on social media: Can technology save us? The Conversation. (2019, yanvar' 31) Rezhim dostupa: <https://theconversation.com/misinformation-on-social-media-can-technology-save-us-69264>

Zubiaga Arkaitz, Liakata Maria, Procter Rob, Geraldine Wong Sak Hoi, Tolmie Peter. Analysing How People Orient to and Spread Rumours in Social Media by Looking at Conversational Threads (2018, dekabr' 18). Rezhim dostupa: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0150989>

Arkaitz Zubiaga, Heng Ji. Tweet, but Verify: Epistemic Study of Information Verification on Twitter (2018, dekabr' 23). Rezhim dostupa: <https://arxiv.org/pdf/1312.5297.pdf>

BBC News: AP Twitter account hacked in fake. White House blasts post (2019, fevral' 9). Rezhim dostupa: <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-21508660>

Chengcheng Shao, Giovanni Luca Ciampaglia, Onur Varol, Kaicheng Yang, Alessandro Flammini, Filippo Menczer. The Spread of Low-credibility Content by Social Bots (2018, dekabr' 18). Rezhim dostupa: <https://glciampaglia.com/publication/the-spread-of-low-credibility/>

Smyrniaios Nikos, Chauvet Sophie, Marty Emmanuel (2017) The Impact of CrossCheck on Journalists & the Audience. Learning the lessons from a collaborative journalism project fighting disinformation online during the French Presidential Election. Journalist's Resource. Harvard Kennedy School's Shorenstein Center on Media, Politics and Public Policy (2019, fevral' 7). Rezhim dostupa: [https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2017/11/Crosscheck\\_rapport\\_EN\\_1129.pdf/](https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2017/11/Crosscheck_rapport_EN_1129.pdf/)

SINTEF. Exposing fake news on social media (2019, fevral' 9). Rezhim dostupa: <https://www.sintef.no/en/latest-news/exposing-fake-news-on-social-media/>

Fake news and the spread of misinformation (2019, fevral' 15). Rezhim dostupa: <https://journalistsresource.org/studies/society/internet/fake-news-conspiracy-theories-journalism-research/>

Trilling David (2017) Seen a fake news story recently? You're more likely to believe it next time. Journalist's Resource. Harvard Kennedy School's Shorenstein Center on Media, Politics and Public Policy (2019, fevral' 7). Rezhim dostupa: <https://journalistsresource.org/studies/society/social-media/fake-news-psychology-facebook-research/>