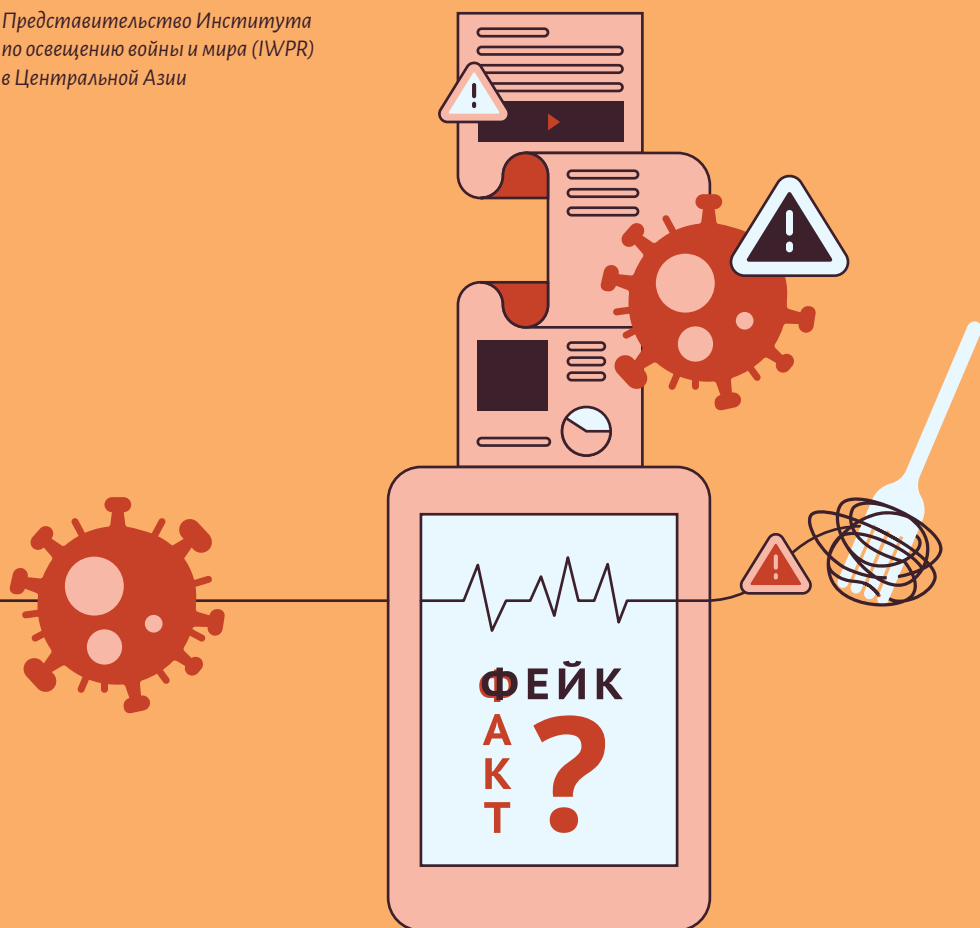


КОНТЕНТ-АНАЛИЗ ФЕЙКОВ О COVID-19

в социальных сетях в Казахстане,
Кыргызстане, Таджикистане
и Узбекистане

*Представительство Института
по освещению войны и мира (IWPR)
в Центральной Азии*



Этот контент-анализ был подготовлен Институтом по освещению войны и мира в рамках деятельности Медиашколы SABAR.asia как учебный материал для факультетов журналистики центральноазиатских университетов-партнеров и медиаорганизаций.

ИССЛЕДОВАТЕЛИ:

Карлыга Мысаева, к.ф.н., ассоциированный профессор факультета журналистики Казахского национального университета им. Аль-Фараби, Казахстан;
Салтанат Анарбаева, аналитик-исследователь, Кыргызстан;
Катоев Фаромузова, консультант по исследованиям и анализу, Таджикистан;
Нозима Давлетова, аналитик-исследователь, Узбекистан.

КОНТРИБЬЮТОРЫ:

Казахстан:

Марал Айтмагамбетова, старшая преподавательница Инновационного Евразийского университета, г. Павлодар;
Амангельды Шурентаев, заведующий кафедрой журналистики и коммуникационного менеджмента, старший преподаватель КРУ им. А.Байтурсынова.

Кыргызстан:

Аита Султаналиева, доцент КНУ им. Ж.Баласагына;
Жибек Абдикеримова, доцент КНУ им. Ж.Баласагына.

Таджикистан:

Дильбар Самадова, доцент кафедры журналистики ХГУ им. Б.Гафурова;
Шахноза Зарипова, преподавательница ХГУ им. Б.Гафурова.

Узбекистан:

Наргис Косимова, к.ф.н., доцент Узбекского государственного университета мировых языков;
Мадина Кхан Нурутдинова, доктор филологических наук, преподавательница Университета журналистики и массовых коммуникаций, журналистка и переводчица восточных языков.

СТУДЕНТЫ:

Казахстан — Аружан Жакупова, Гүлден Жүзенова, Зарина Мырзатаева, Зината Кучекпаева, Юлия Стеценко;
Кыргызстан — Жакшылык Сапарбаев, Санжар Алиаскаров, Кундуз Кадатаева, Рузалия Тыналиева;
Таджикистан — Шамшод Мирзоев, Мафтуна Исмаилова, Умед Узоков, Оминачон Айюби;
Узбекистан — Константин Башлаев, Фотима Чориева, Бекпулат Худойбергенов.

РЕДАКТОРЫ:

Жазгуль Ибраимова, Мээрим Шамудинова.

ДИЗАЙН И ВЕРСТКА:

Карина Толмачева.

Взгляды, отраженные в комментариях исследования, принадлежат авторам и IWPR CA и могут не совпадать с мнениями других вовлеченных в исследование сторон.

IWPR — это международная организация по развитию СМИ, которая поддерживает местных и гражданских журналистов, а также общественных активистов в трех десятках стран мира. В Центральной Азии IWPR работает с 1999 года, региональный головной офис расположен в столице Кыргызстана — Бишкеке.

© Все права сохраняются за IWPR CA. Материал предназначен для личного изучения или использования в образовательных целях, некоммерческих продуктах или услугах при условии, что IWPR CA указан как источник и правообладатель. (c) 2021 г.



СОДЕРЖАНИЕ

КРАТКОЕ РЕЗЮМЕ	5
КЛЮЧЕВЫЕ ВЫВОДЫ	5
ПРЕДИСЛОВИЕ	7
ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ	8
МЕТОДОЛОГИЯ	8
Формирование выборки	9
Распределение выборки	9
Фактчекинговые ресурсы	10
Классификация вердиктов	11
Ограничения исследования	12
КЛЮЧЕВЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ФЕЙКОВ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ	13
Вердикт/диагноз	13
Типы/цели фейков	14
Масштаб распространения	16
Тематика	17
Кейс Казахстана	19
Кейс Кыргызстана	20
Кейс Таджикистана	21
Кейс Узбекистана	22
Формат и жанры	23
МЕХАНИЗМЫ И КАНАЛЫ РАСПРОСТРАНЕНИЯ	25
Сайты как источники фейков	26
Социальные сети как источники фейков	27
СТРУКТУРА	28
ПОРТРЕТЫ РАСПРОСТРАНЕННЫХ ФЕЙКОВ В СЕТЯХ	30
Кейс Казахстана	30
Кейс Кыргызстана	31
Кейс Таджикистана	32
Кейс Узбекистана	33
ВЫВОДЫ	35
РЕКОМЕНДАЦИИ	37
Государственным органам	37
Средствам массовой информации	37
Факультетам журналистики	38
Международным организациям/донорам	38
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ КОМПОНЕНТ	39
ГЛОССАРИЙ	43

КРАТКОЕ РЕЗЮМЕ

Настоящее исследование — это попытка проанализировать распространенные фейки¹ в Казахстане, Кыргызстане, Таджикистане и Узбекистане, связанные с коронавирусом, и выявить их основные характеристики. Помимо этого, анализ нацелен на выявление особенностей структуры фейков — схожести и отличия от новостных материалов, определение формата, каналов и платформ распространения, их частоту, а также, на каком этапе фейки интегрировались и становились актуальными в регионе.

Актуальность изучения зарождения и распространения фейковой информации среди пользователей социальных сетей обусловлена рядом социальных факторов: неразвитостью информационной среды, необходимостью изучения влияния информационных продуктов на социальные явления и в целом отсутствия фундаментальных исследований о публичных настроениях центральноазиатского сегмента пользователей интернета.

Исследование в первую очередь подготовлено в качестве учебного материала для преподавателей и студентов факультетов журналистики, а также может быть полезным для блогеров, журналистов, государственных органов и международных организаций.

КЛЮЧЕВЫЕ ВЫВОДЫ

Основная доля недостоверной информации в период пандемии коронавируса характеризовалась как фейк — полностью выдуманный или лживый контент, и в меньшей степени — как манипуляция, полуправда или теория заговора.

Среди фейков о COVID-19 преобладала тема лечения и профилактики, что очевидно. Также фейковые материалы напрямую или косвенно затрагивали деятельность правительств, министерств или различных институтов — таких, как Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ).

Среди основных характеристик выделяется также межстрановой² или страновой масштаб фейковых публикаций. Превалирующую долю потребляемых фейков составляли международные публикации, не связанные с одной конкретной страной. Они чаще всего распространялись на русском языке. При этом было выявлено, что первоисточником фейков из нашей выборки в большинстве своем были тексты на русском языке и/или опубликованные на .RU сайтах³.

По формату в основном фейки публикуются как событийная заметка или заметка-комментарий — короткий текст/заголовок или текстовая/видео/аудио рассылка. При этом было выявлено, что визуальное составляющее не играет ключевую роль в популярности.

1 — Здесь и далее мы используем формулировку "фейки", так как мы избегаем использования термина «фейковые новости» из-за источника: источником не всегда являются средства массовой информации, но часто люди.

2 — Пришедший извне и касающийся нескольких стран одновременно.

3 — Более подробно о каналах распространения в разделе «Механизмы и каналы распространения».

Больше всего фейков на период проведения исследования содержалось в социальных сетях. При этом в Таджикистане и Узбекистане фейки, в результате поиска, были обнаружены на сайтах, позиционирующих себя как новостные СМИ.

В структуре социальных сетей по частоте распространения дезинформации лидирует Facebook в Казахстане, Кыргызстане и Таджикистане, а в Узбекистане — мессенджер Telegram. Наиболее часто фейковой информацией делились пользователи, далее в порядке убывания идут группы и страницы.

По итогам анализа в целом можно заключить, что в большинстве случаев фейковые материалы могут быть распознаны по первичным характеристикам — таким как:

- кликбейтный заголовок,
- географическое обезличивание и отсутствие временной привязки,
- высокая эмоциональность,
- большое количество риторических вопросов и восклицаний,
- апелляция к теории заговора и призывы к действию,
- ссылка на авторитетные источники и экспертов, имена которых не называются.

Таким образом, были выявлены три основных этапа интеграции фейков и их актуализации:

1. Фейковая информация вызывала схожие чувства (страх, паника, обвинение, иногда облегчение) и эмоциональную реакцию (призыв к действию).
2. Информация имела большое количество репостов в социальных сетях, что вызывало определенное доверие людей.
3. Дезинформация распространялась определенными людьми, к примеру, лидерами мнений, известными личностями, либо была опубликована в различных группах по интересам.

ПРЕДИСЛОВИЕ

В 2020 году фейковые публикации приобрели новый импульс во всем мире. Пандемия коронавируса показала, что фейковая информация имеет долгоиграющий социальный эффект: влияет на ценообразование, сеет панику или, наоборот, способствует игнорированию элементарных правил самозащиты от вируса.

Распространение ложной информации мы называем разными именами — дезинформация, ложные новости, неточные новости и слухи. Но проблема от этого не меняется. До сих пор нет единого определения того, что такое «фейк». В 2017 году британский Collins English Dictionary определил «фейк» главным словом года⁴.

Пандемия COVID-19 стала катализатором многих процессов в мире как отрицательного, так и положительного характера. Со второй половины февраля 2020 года пандемия новой коронавирусной инфекции COVID-19 начала стремительно распространяться по всему миру, заражая сотни тысяч людей. Отсутствие лечения и страх перед ранее неизвестной инфекцией привели к росту ложной информации о происхождении, свойствах и методах профилактики вируса. Дезинформация о коронавирусе COVID-19 наводнила интернет и социальные сети, куда, из-за повсеместного введения тех или иных ограничений передвижения населения во всех странах, хлынули потоки испуганного населения.

В условиях отсутствия достоверной и правдивой информации, малоизвестности нового вируса и методов борьбы с ним, фейки о коронавирусе влияли как на поведение каждого индивидуума, так и общества в целом, сея страх и панику, вызывая неадекватные действия.

По данным исследования, проведенного в ряде стран, около 800 человек погибли из-за веры в мифы о пользе алкогольной дезинфекции организма и прочих медицинских фейков. Около 6 тысяч человек были госпитализированы и 60 человек ослепли из-за употребления метанола в борьбе с коронавирусом⁵. Аналогичных данных по Центральной Азии нет.

По мнению испанских ученых⁶, изучение динамики и типов фейковых новостей о коронавирусе в социальных сетях помогает смягчить негативные последствия кризиса в области здравоохранения, так как в текущем контексте научные исследования фейковых медицинских новостей кажутся более необходимыми, чем когда-либо.

4 — 'Fake news', 'Insta' & 'Unicorn' – Lucy Mangan's take on #CollinsWOTY 2017:

<https://blog.collinsdictionary.com/language-lovers/fake-news-insta-unicorn-lucy-mangans-take-on-collinswoty-2017/>
5 — COVID-19—Related Infodemic and Its Impact on Public Health: A Global Social Media Analysis, Am. J. Trop. Med. Hyg., 103(4), 2020, pp. 1621–1629.

6 — Spanish scientists are researching the fake news phenomenon in the COVID-19 health crisis:

<https://www.bbva.com/en/spanish-scientists-are-researching-the-fake-news-phenomenon-in-the-covid-19-health-crisis>

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ

Цель исследования — анализ самых распространенных фейков о COVID-19 в странах Центральной Азии. Исследование предполагало выявить:

- **ключевые характеристики фейков в период пандемии;**
- **каналы и механизмы их распространения;**
- **особенности структуры и портрет самых распространенных фейков.**

МЕТОДОЛОГИЯ

Для достижения задач группа исследователей из четырех стран Центральной Азии⁷ — Казахстана, Кыргызстана, Таджикистана и Узбекистана — провела комбинированный качественный и количественный контент-анализ фейков.

Исследователи ознакомились и изучили фактчекинговые ресурсы, а затем выработали основные характеристики и критерии выборки фейковых публикаций для последующего их кодирования и анализа.

Дополнительно, Медиашкола CABAR.asia организовала серию образовательных вебинаров по фактчекингу и борьбе с дезинформацией для исследовательской группы.

Далее представленные критерии были обобщены и перенесены в кодировочную таблицу, которая послужила основным инструментом для последующего подтверждения выявленных характеристик и контент-анализа фейковых материалов.

Количественный контент-анализ позволил получить представление о том, какие характеристики наиболее часто встречаются в фейковых публикациях.

Качественный контент-анализ предполагал интерпретацию количественных результатов, а также выявление особенностей структуры и содержания фейков в сопоставлении с реальными новостями.

Процесс исследования был построен в виде образовательного процесса: в каждой стране была сформирована команда кодировщиков в составе двух преподавателей и от трех до пяти студентов старших курсов бакалавриата и магистратуры по журналистике⁸.

Кодировочную таблицу заполняли студенты, контрольную проверку и анализ структуры фейков проводили преподаватели, затем исследователи обработали весь материал и составили финальный отчет.

Период кодировки составил 20 дней (20 ноября — 10 декабря 2020 года).

7 — По объективным причинам, Туркменистан в исследовании участие не принимал.

8 — Подробнее в разделе «Образовательный компонент»

ФОРМИРОВАНИЕ ВЫБОРКИ

Объектом исследования послужили материалы по теме «коронавирус» с тегом COVID-19 на фактчекинговых ресурсах Factcheck.kz (Казахстан), Factcheck.kg (Кыргызстан), Factcheck.tj (Таджикистан), опубликованные с 1 февраля по 31 октября 2020 года.

При сборе материала для анализа по Узбекистану использовались платформы: Poynter.org, Factcheck.kz, Factcheck.kg, Factcheck.tj. Данные платформы были выбраны ввиду относительной общности информационного пространства.

Для анализа мы выбрали материалы с вердиктами «фейк», «манипуляция», «ложная информация», «неправда», «полуправда».

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВЫБОРКИ

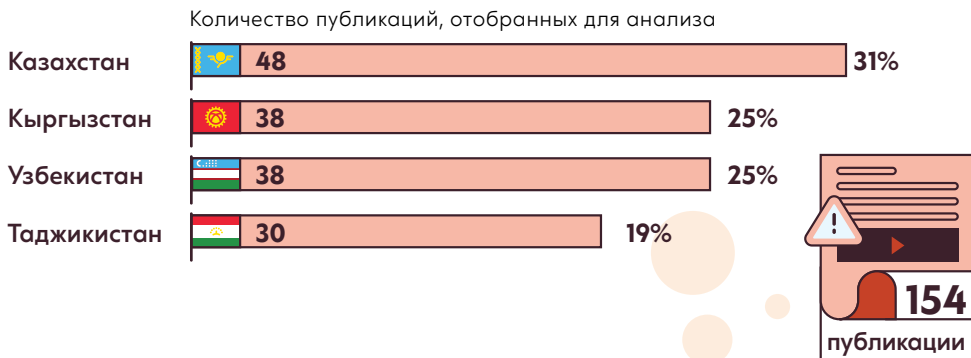
Всего на платформе Factcheck.kz было найдено 149 фактчек-материалов, из которых для контент-анализа был выбран каждый третий. Итого в общую выборку по Казахстану вошли 48 публикаций.

В общую выборку по Кыргызстану вошли все материалы ресурса Factcheck.kg, найденные по ключевым словам и подходящие по вердиктам. Всего выявлено 38 публикаций.

Общую выборку по Таджикистану составили 30 материалов, выявленных по ключевым словам. Из них 26 — на платформе Factcheck.tj и четыре материала — с Factcheck.kz, актуальные для таджикского сегмента (в качестве исключения).

В общую выборку по Узбекистану вошли 38 публикаций, которые, по наблюдениям команды исследователей из Узбекистана, встречались наиболее часто в узбекском сегменте социальных сетей.

Рисунок № 1. Распределение выборки по странам



ФАКТЧЕКИНГОВЫЕ РЕСУРСЫ

FACTCHECK.KZ

Factcheck.kz — фактчекингový ресурс в Казахстане, который проводит регулярный мониторинг и проверку общественно значимых и резонансных новостей, фактов, цифр, а также заявлений публичных персон на предмет достоверности. В соответствии с собранными доказательствами, а также критериями «правдомера» (см. ниже), редакция выносит вердикт и размещает его на сайте вместе с собранными доказательствами⁹.



Factcheck.kg — фактчекингový ресурс в Кыргызстане, позиционирует себя общественным средством массовой информации, которое действует независимо от государственных, частных, коммерческих, религиозных и других интересов. Основной целью данной инициативы является продвижение культуры фактчекинга и медиакритики, развитие критического мышления участников медиаиндустрии¹⁰.

factcheck.tj

Factcheck.tj — фактчекингový ресурс в Таджикистане, деятельность которого направлена на противодействие распространению фейков в информационном пространстве Таджикистана через становление и развитие института фактчекинга¹¹.



Все три платформы придерживаются принципов Международной сети фактчекинга (International Fact-Checking Network). Это подразделение Института Пойнтера, занимающееся объединением специалистов по проверке фактов со всего мира. Сеть IFCN была запущена в сентябре 2015 года для поддержки растущего числа инициатив по проверке фактов путем продвижения передового опыта и обмена в этой области¹².



Coronavirus Facts Alliance — база данных, в которой собраны фейки, обнаруженные альянсом Coronavirus Facts. Она объединяет специалистов по проверке фактов из более чем 70 стран, в том числе Казахстан, и включает статьи, опубликованные как минимум на 40 языках. База данных Coronavirus Facts обновляется ежедневно¹³.

9 — Подробнее: <https://factcheck.kz/o-nas/>

10 — Подробнее: <https://factcheck.kg/>

11 — Подробнее: <https://factcheck.tj/ru/>

12 — International Fact-Checking Network (IFCN): <https://www.poynter.org/ifcn/>

13 — The CoronaVirusFacts: <https://www.poynter.org/ifcn-covid-19-misinformation/>

КЛАССИФИКАЦИЯ ВЕРДИКТОВ

Каждый фактчекинг-ресурс использует четко определенные категории оценки – измеритель правды или «правдомер» – индекс достоверности общественно значимых и резонансных новостей, фактов, цифр, а также заявлений публичных персон. «Правдомер» на фактчекинг-ресурсах региона условно содержит следующие категории:



«Фейк/ложь» — неверное представление информации (место, время, цифры, участники, обстоятельства событий) либо заявление, сделанное на основе несуществующих данных.



«Манипуляция» — представление заведомо искаженных данных либо части данных, «вырванных из контекста», преувеличенных/приуменьшенных с целью влияния на общественное мнение, повышение или понижение статуса тех или иных публичных персон/событий, ограничение в предоставлении доступа к информации, сокрытие истинного положения.



«Полуправда» — объект фактчекинга либо подтверждается частично, либо содержит неточности, несущественные ошибки, неправильные трактовки, неактуальные данные, либо используются общие понятия.



«Неправда» — приведенные автором факты и события искажены и не соответствуют действительности.



«Фактическая ошибка» — событие имело место, но ошибка в представлении фактов, даты и времени, места, цифровых данных.

Данная классификация условна и определяется редакционной политикой каждого ресурса. К примеру, существуют такие вердикты как «обманчивое утверждение», «невозможно проверить» (чешская модель), «без вердикта» (казахстанская модель) и другие. В таких случаях редакции формируют рабочую группу экспертов, которая и выносит соответствующий вердикт.

ОГРАНИЧЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Данное исследование не претендует на предоставление объективной картины и всего масштаба распространения фейков в период пандемии в силу нижеследующих ограничений:

- особенности социальных сетей, таких как Viber или Instagram, отчасти «ВКонтакте», «Одноклассники» и Twitter, не в полной мере позволяют отслеживать маршрут информации, осуществлять поиск или отслеживать обратную связь;
- закрытые группы или аккаунты не позволяют проследить в полной мере маршрут распространения и реакции;
- невозможно отследить первоисточник и показатели распространения публикаций в dark social (через мессенджеры);
- невозможно полноценно проанализировать реакции на удаленные фейки в Узбекистане, поскольку из-за уголовной ответственности за ложные сведения, некоторые каналы и паблики позже удалили компрометирующий контент;
- ряд материалов, предположительно фейков, имеющих узбекское происхождение, но не имеющие подтверждения на фактчекинговых платформах, были исключены из-за методологических ограничений;
- языковая фрагментированность пользователей соцсетей. Невозможно по имеющимся данным, а также в силу алгоритмов работы социальных сетей более или менее ясно определить степень влияния тех или иных фейков по языку потребления. Соответственно, в список характеристик язык потребления не был включен.



КЛЮЧЕВЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ФЕЙКОВ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ

Структура анализа основана на периодах времени, которые обозначили карантинные промежутки. В Казахстане, Кыргызстане и Узбекистане карантин начался с небольшой разницей во времени — в марте 2020 года — и так или иначе сохранялся с разной степенью ограничений до июня. Несмотря на то, что в Таджикистане не вводились строгие ограничительные меры, тематика фейков в этот период была такой же, как и в других странах региона.

Данный период характеризуется максимальным количеством фейков о всемирном заговоре с целью перестройки мирового порядка, о несуществующем вирусе, а также о COVID-19 как о простом гриппе наряду с публикациями о пользе отдельных продуктов (чеснок, имбирь, лимон) в борьбе с коронавирусом. В этот период коронаскеписис достиг максимальной популярности среди населения.

Второй период наступил во второй половине июля 2020 года и характеризуется популярностью фейков относительно происхождения вируса, методах лечения с помощью спиртовых ингаляций. Анализ комментариев в соцсетях также выявил возрастающую усталость населения от карантинных мер, повышение недовольства социальным и экономическим кризисом, вызванным ограничениями, а также активизацию дебатов о пользе/опасности ношения масок.

Согласно базе данных сайта Factcheck.kz по классификации «вердиктов», объем и количество самых распространённых фейков неоднократно колеблются в течение периода с февраля по октябрь 2020 года, но с августа отмечается медленное уменьшение числа публикаций.

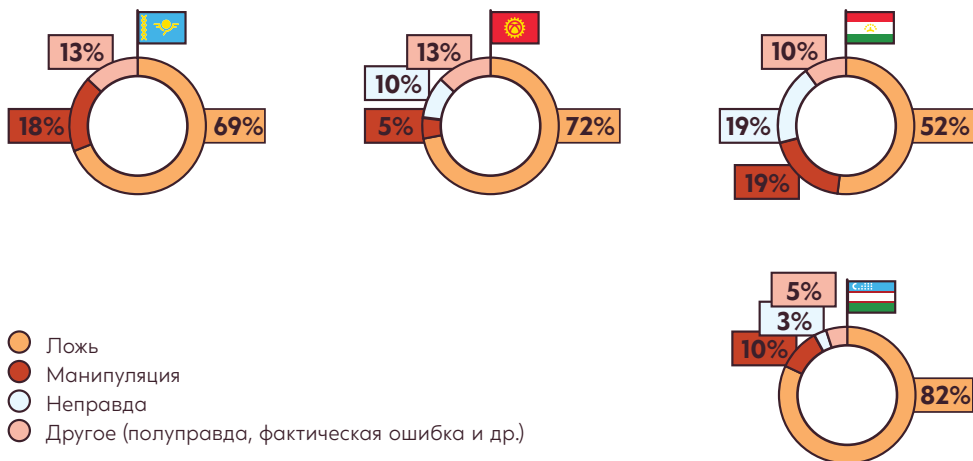
ВЕРДИКТ/ДИАГНОЗ

По результатам анализа, преобладающее большинство фейковых материалов о COVID-19 во всех странах были диагностированы как «ложь», то есть как полностью сфальсифицированные. Затем, в порядке уменьшения, следуют манипуляции, неправда и другие вердикты (см. рисунок 2).

Предположительно, такие тенденции связаны с тем, что большинство фейков из серии конспирологии и теории заговора, в том числе и зомби-фейки¹⁵, вновь и вновь возвращаются с новым контекстом — на этот раз уже в привязке с инфодемией и коронавирусом.

14 — Зомби-фейки — это фейки, всплывающие время от времени в интернете и других медиа, даже после выполненного фактчека. Воскрешения зомби-фейков через несколько лет естественны во время кризисов (на этот раз — из-за пандемии коронавируса). Судя по активному репостингу, пользователи в них по-прежнему верят, что и поддерживает этих «зомби» на ногах. Подробнее: <https://factcheck.kz/sluxi/zombi-fejki-inogda-oni-vozvrashchayutsya/>

Рисунок №2. Распределение фейков по диагнозу (вердикту)



ТИПЫ/ЦЕЛИ ФЕЙКОВ

На сегодняшний день фейки эволюционируют и обретают более сложный характер. Анализ фейков о COVID-19 выявил ряд зомби-фейков, которые актуализируются время от времени. Большинство фейков не просто вбрасываются, но и продвигаются с определенной целью. Нам было интересно посмотреть распределение фейков по задачам, которые они выполняют.

Основываясь на опыте фактчекинговой платформы «БезБрежни» из Украины¹⁶, исследователи из стран-участниц распределили типы фейков по следующим категориям:

- дискредитирующий (фейки, направленные на подрыв доверия к организациям, личностям, научным открытиям и/или государству, содержащие обвинения и нападки);
- поляризирующий (фейки, содержащие любое разделение по признаку пола, вероисповедания, этноса, нации и т.д.);
- панический/дестабилизирующий (фейки, нацеленные на сеяние страха, паники; такие фейки могут повлечь за собой необдуманные, эмоциональные действия);
- развлекательный (сообщения сатирического характера. Обычно такие сообщения распространяются на специальных платформах с соответствующими пометками. Но в нашем случае в группу этих фейков вошли материалы, которые были распространены с целью развлечься);
- «чудотворный рецепт» (эту группов фейков характеризует большинство публикаций категории «самолечение/профилактика»¹⁷).

Анализ фейков по целям выявил, что в Казахстане и Узбекистане преобладают материалы, представляющие чудотворный рецепт (см. рисунок 3). Они напрямую связаны с фейками на тему самолечения и профилактики коронавируса.

16 — Фактчек-проект «БезБрежни» (<https://www.without-lie.info/>) основан общественной организацией «Центр аналитики и расследований», является открытой медиаплатформой, которая работает на общественных началах и при поддержке международных донорских организаций, международных грантовых программ посольств стран-доноров.

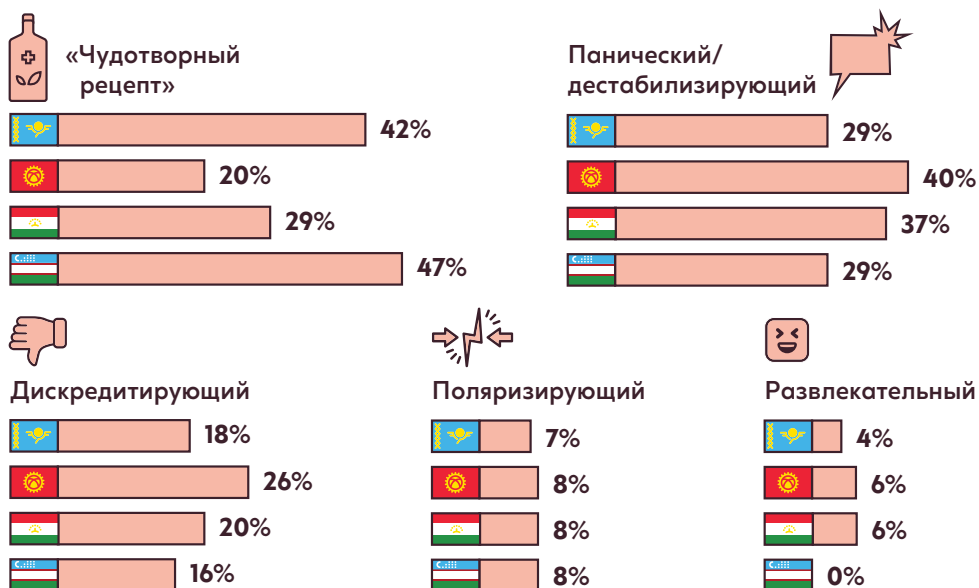
17 — Мы не стали маркировать этот тип как «мошеннический», хотя две публикации из выборки Таджикистана имели явные признаки мошеннического фейка.

В Кыргызстане и Таджикистане лидируют фейки, содержащие сообщения панического и дестабилизирующего характера. Это фейки из серий конспирологии и медицины, в частности о смертях. [Подробный анализ конспирологических фейков в мире](#) проводила редакция Factcheck.kz¹⁸. Согласно анализу, в период пандемии был всплеск таких фейков. Создатели таких фейков используют коронавирус и инфодемию не только как возможность заработка и трафика, но и в политических целях, вводя общество в состояние крайней поляризации.

При этом было выявлено, что часто материалы носят в себе сочетание признаков разного типа. Например, фейки о «распылении неизвестных веществ с вертолетов», «новых видах коронавируса» или о смерти тех или иных людей, которые имели место в нескольких странах, могли способствовать как панике и дестабилизации среди населения, так и поляризации. Фейки о новых лекарственных средствах и/или способах лечения и профилактики разными методами относились как к мошенническому типу, преследуя повышение спроса на те или иные средства/продукты, но также дискредитировали официальное лечение.

Необходимо отметить, что в центральноазиатских странах появлялось множество фейковых материалов о заявлениях ВОЗ (Всемирная организация здравоохранения), которые были направлены на дискредитацию деятельности организации. По причине популярности этих новостей в центральноазиатском (предположительно, во всем СНГ) сегменте соцсетей ВОЗ вызывает крайнее недоверие среди пользователей, а достоверные новости с заявлениями о коронавирусе чаще всего сопровождаются насмешками и сарказмом в комментариях.

Рисунок №3. Распределение фейков по целям

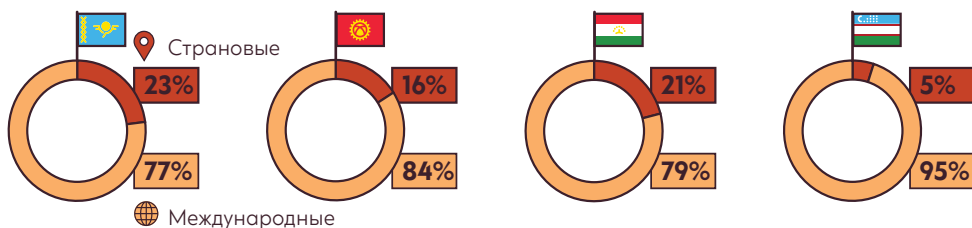


МАСШТАБ РАСПРОСТРАНЕНИЯ

Типы фейков мы распределили также по масштабу распространения в рамках территорий и обозначили их как «международные фейки» — имеющие актуальность в ряде стран, и «страновые» — касающиеся только одной из стран-участниц исследования.

Большинство фейков, актуальных в Центрально-Азиатском регионе, являются международными фейками, не связанными с одной конкретной страной (см. рисунок 4).

Рисунок №4. Распределение фейков по масштабу



Наибольшее количество национальных фейков с разными диагнозами выявлены в Казахстане и Таджикистане (по 21%), а также Кыргызстане (16%). В Узбекистане группа работала с фактчекинговыми ресурсами других стран, поэтому им удалось найти только два фейка, касающихся только Узбекистана и проверенных Factcheck.kz.

Большинство национальных фейков в Казахстане были о самолечении (советы и рецепты для профилактики), а также ряд фейков, относящихся к медицине и политике, — «Скрывают ли в Казахстане протокол лечения COVID-19», фейк о заявлении бывшего министра здравоохранения (полностью опровергнут) или «вакцина из крови Назарбаева» из серии конспирологии.

В Таджикистане национальные фейки касались слухов о появлении коронавируса в Таджикистане и статистики об обнаружении инфицированных и смертности, в том числе и фейка о смерти главы прокуратуры. Другие два материала из серии национальных фейков, касающихся только Таджикистана, — это ошибки (неточности) в заявлениях о страховании и о стоимости ИВЛ. Как нам известно из материалов Factcheck.tj, в этих публикациях фейки появились из-за неточностей в заявлениях официальных сторон. Стоит также отметить, что один из национальных фейков, родившихся и касающихся Таджикистана, — это фейк об открытии таджикским врачом напитка для профилактики и лечения коронавируса.

В Кыргызстане национальные фейки касались темы медицины. В частности, фейк о том, что будет подомовой обход и вакцинирование, ложное заявление Минздрава об экспресс-тестах от фонда Матраимова, ряд фейков о заражении животных, госпитализации иностранца и т.д.

Страновые фейки в Узбекистане касались первых смертей в стране и саможжения девушки из-за коронавируса. Оба фейка были впервые опубликованы на сайте [Asia-times.org](https://asia-times.org)¹⁹. Замечено, что фейки, публикуемые на этом сайте, активно распространяются во всех странах.

Фейки из категории «международные» касались чудодейственных рецептов (имбирь, лук, чеснок и др.), конспирологии, вопросов политики других стран и/или ошибочных расшифровок препринтов²⁰ различных исследований. При этом замечено, что первоисточником²¹ большинства фейков из нашей выборки являются тексты на русском языке и/или опубликованные на .RU сайтах²².

На основе этих данных можно предположить, что русскоязычные пользователи перерабатывают и потребляют контент в большинстве из российских источников, что подтверждается рядом фейков, имеющих российское происхождение. Можно также предположить, что местный контент формируется на основе русскоязычного (в том числе и переведенного с других языков на русский), ввиду ограниченности источников информирования и слабой аналитической составляющей. Соответственно, центральноазиатский сегмент фейков в социальных сетях формируется в основном из русскоязычных источников — вне зависимости от того, откуда они появляются изначально.

ТЕМАТИКА

По тематике больше всего фейков выявлено о самолечении и профилактике — от 26 до 40%. Больше всего конспирологических фейков выявлено в Казахстане (26%) и Узбекистане (19%). В Кыргызстане и Таджикистане лидируют фейки, касающиеся политики стран и правительств. (см. рисунок 5). Чаще всего это международные фейки о мерах, предпринимаемых за границей (выплаты медикам или бесплатный интернет), а также о карантинных мерах и лечении (Швеция, Сингапур и т.д.).

Стоит отметить, что фейки, касающиеся религии, были актуальны во всем регионе и являются в большинстве своем зомби-фейками. Все они — схожие друг с другом публикации про массовое принятие ислама в Италии, во Франции, в Китае и Америке. Стоит отметить, что все фейки, выявленные по теме религии, полностью сфальсифицированы: фото/видео, приводимые в качестве иллюстрации к таким материалам, не соответствуют ни месту события, ни времени, а также не имеют отношения к коронавирусу. При этом, согласно экспертизе [Factcheck.kz](https://factcheck.kz), такие зомби-фейки «живучие» благодаря активному репостингу среди пользователей, которые до сих пор верят в их правдивость.

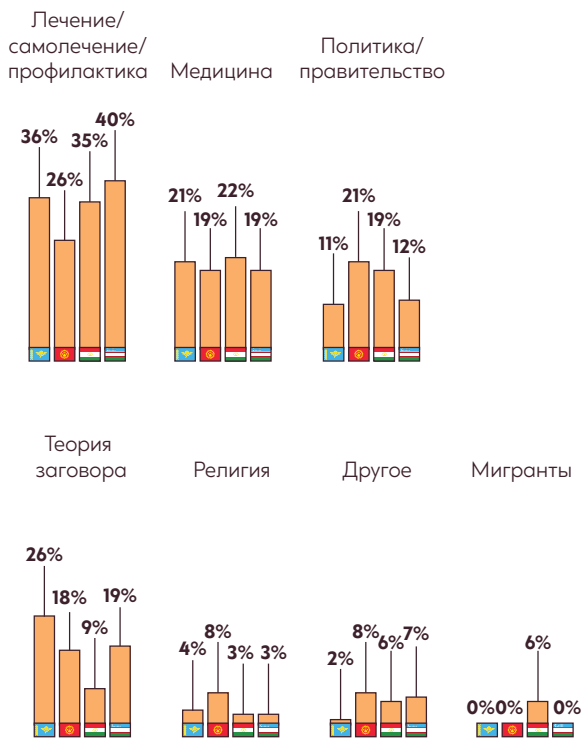
19 — Русскоязычный сайт сомнительного происхождения, освещающий темы политики, общества, экономики, религии, миграции и безопасности стран Центральной Азии, Ирана и Ирака. На сайте отсутствует информация о создателях, местоположение редакции обозначается как «Астана, Казахстан».

20 — «Препринт» — научная статья, которая не опубликована в академическом журнале и не прошла экспертную оценку. Подробнее: «Что надо знать о препринтах научных статей»: <https://factcheck.kz/nauka/chto-nado-znat-o-preprintax-nauchnyx-statej/>

21 — Первоисточник — это источник, на который ссылается фактчекинговый ресурс с оговоркой о том, откуда они взяли материал для проверки.

22 — Более подробно о каналах распространения в разделе «Механизмы и каналы распространения».

Рисунок №5. Распределение фейков по темам



КЕЙС КАЗАХСТАНА



Из общей базы фейковых материалов о COVID-19 одной из самых многочисленных тем является тема самолечения и профилактики вируса — 36%. В нее входят фейки с простыми решениями, безосновательными советами, рецептами, которые распространяются в сообщении. Это публикации о народной медицине, такие как «*Лечение*» коронавируса «*чесночной водой*», «*Собачий и барсучий жиры, адыраспан, Кыст аль Хинди и хрен помогают от коронавируса*», «*Водка убивает коронавирус за полминуты*», «*Лечит ли бараний курдючный жир от коронавируса?*» («*Құйрық май коронавирустан емдей ме?*»).

Лечение собачьим и барсучьим жирами от коронавируса — это один из популярных фейков на казахском языке²³. Также не менее популярной была и тема употребления имбиря и чеснока для профилактики заражения коронавирусной инфекцией. Так, например, в видео (после опровергающей публикации Factcheck.kz видео было скрыто) на канале с аудиторией в 302 тысячи подписчиков утверждается, что имбирь — чуть ли не панацея от всех болезней.

Стоит отметить, что информация о лечебных свойствах чеснока, имбиря и того подобного распространяется не только в русскоязычном инфополе, но и на всех языках мира, что говорит об огромном масштабе распространения дезинформации. ВОЗ пришлось даже официально опровергать миф о чесноке. Всё вышесказанное не делает лук, чеснок и имбирь менее замечательными продуктами, но и не делает их панацеями.

Кроме того, казахстанцы, несмотря на многочисленные опровержения, продолжают верить в целительную силу адыраспана²⁴ и даже жгут костры из этой травы. Об абсолютной ее бесполезности против коронавируса и даже вреде для людей, страдающих от аллергии, рассказал врач аллерголог-иммунолог на канале 24.kz²⁵ еще в марте 2020 года, когда суеверие охватило жителей Атырау.

26% составили конспирологические фейки, касающиеся слухов о дезинфекции с вертолётов, подключении 5G, лабораториях в США, в которых коронавирус якобы был выведен и запатентован, и о том, что 80% человечества умрёт от коронавируса.

23 — «Курдючный жир стал популярным продуктом»: <https://www.youtube.com/watch?v=MPy3teZHIWo>

24 — Адыраспан (гармала обыкновенная, лат. *réganum hármala*) — многолетнее травянистое растение, произрастает на сорных местах, холмах, степях в Центральной Азии.

25 — «Адыраспан не спасёт от коронавируса — иммунолог» //24.kz:

<https://24.kz/ru/news/social/item/382378-adrspan-ne-spasot-ot-koronavirusa-immunolog>

КЕЙС КЫРГЫЗСТАНА



По Кыргызстану больше всего фейков из выборки были на тему лечения (26%) и медицины (19%). В эту группу фейков вошли чудотворные рецепты от коронавируса якобы в советских газетах, публикации о якобы легко переносимых штаммах вируса в Кыргызстане и дезинформация о смертности от COVID-19 в Китае, Узбекистане и даже смерти главы ВОЗ.

Одна пятая часть фейков (21%) была на тему политики стран/правительств, дискредитирующего или дестабилизирующего характера. Такие фейки касались политики других стран относительно карантина (Швеция) и/или волнений и митингов — в основном в России.

При этом наиболее популярные публикации в Кыргызстане, вызвавшие широкое распространение и обсуждение, были связаны с темой медицины и политики стран; они были охарактеризованы по масштабу как международные фейки — **дезинфекция с вертолета, заявление ВОЗ о российской вакцине и др.**

Также замечено, что в Кыргызстане широкое распространение имел ряд страновых фейков о тестах от фонда Матраимова²⁶ и о связи болезни лошадей на Иссык-Куле с коронавирусом²⁷.

В первом случае Министерство здравоохранения КР якобы сообщило, что тесты, переданные в качестве гуппомощи фондом имени Исмаила Матраимова, были рекомендованы к использованию ВОЗ. Сомнительное письмо от Минздрава опубликовал на своей странице в Facebook и Instagram депутат парламента КР Искендер Матраимов, сооснователь фонда имени своего отца. Однако эта информация оказалась ложной — **ВОЗ призвал воздержаться от любых экспресс-тестов из-за их низкой эффективности.** Об этом сообщила начальник отдела лицензирования медицинских и фармацевтических услуг Минздрава через официальные СМИ. Позже представитель ВОЗ в КР пояснила, что письмо министерства от 07.04.2020, подписанное статс-секретарем, было сфальсифицировано и является недействительным.

Во втором случае в мессенджерах распространялось видео о том, что на Иссык-Куле болеют лошади, предположительно, коронавирусом. Информация была опровергнута директором Иссык-Кульской ветеринарной инспекции, заявившим, что связь болезни лошадей с коронавирусом отсутствовала.

26 — Более 100 репостов, около 100 комментариев и 500 лайков по доступным данным на официальных страницах фонда Матраимовых в Facebook и Instagram, где до сих пор существуют публикации и доступны данные по реакциям.

27 — Публикация имела широкое распространение в WhatsApp.

КЕЙС ТАДЖИКИСТАНА



В Таджикистане многочисленные фейки были связаны с темой самолечения/профилактики (34%) и медицины (22%). Среди них выявлены как манипуляции, касающиеся традиционной медицины (о дексаметазоне, ингаляциях, диагностики со 100 метров, протоколах лечения и вакцинах), так и нетрадиционные методики лечения (медицина Пророка, имбирь, чеснок, сода, черный тмин, горячее питье, полоскание, использование водки). Распространение получили в том числе и фейки, направленные на дискредитацию рекомендаций ВОЗ о карантинных мерах.

19% из общей выборки составили фейки, касающиеся политики. Среди них, кроме статистики смертности, фигурируют известные лица (заражение коронавирусом жены президента Узбекистана, смерть Саидислома Абдулджабборзода — прокурора Генпрокуратуры РТ), меры правительства (выплаты медикам в Узбекистане или вопросы страхования в Таджикистане), а также фейки, касающиеся миграции и мигрантов (манипуляции с заявлением Собянина про таджикистанцев или ложная информация про рейсы между Россией и Узбекистаном).

В результате поисков с целью отследить реакции мы выявили ряд фейков, набравших наибольшее количество реакций. Так, публикация о том, что дексаметазон лечит от коронавируса, обнаружилась на более чем восьми платформах, четыре из которых — сайты (Oila.tj, Sputnik-tj.com, Dialog.tj, Pressa.tj), и набрала более 10 тысяч просмотров. Данный материал выявлен как манипуляция и полуправда за счет искажения сути и использования «громких» заголовков — «...ВОЗ утверждает», или «Наши врачи впереди всей планеты». Тогда как ВОЗ официально объявил о предварительных положительных результатах, но не подтверждал информацию окончательно.

Другой пример касается панацеи от коронавируса — это фейк о том, что найдено лечение в медицине Пророка. Эта информация была опубликована в пяти закрытых таджикских группах на Facebook и распространена в более чем пяти личных аккаунтах пользователей. Первоисточником этой публикации является сайт islam.ru²⁸, что также подтверждает происхождение большинства фейков из русскоязычных сайтов. В оригинале публикации приводится ряд средств якобы эффективных не только от COVID-19, но и от всех видов гриппа, включая свинной, птичий и т.д. Среди этих же средств перечислены имбирь, тмин и хиджама²⁹. Фейк о хиджаме был актуальным и в Кыргызстане, но среди материалов фактчекингových ресурсов проверки данной информации не было. Отсюда напрашивается вывод, что частично «чудотворные рецепты» могли разойтись из вышеупомянутого фейка, имеющего религиозные корни и, возможно, мошеннические цели (в частности, для повышения продаж тмина).

28 — Сетевое издание islam.ru — российский информационный интернет-портал, посвящённый освещению положений ислама и его общественной, культурной роли. Один из крупнейших исламских сайтов в Рунете.

29 — Кровопускание активно распространялось как метод лечения от коронавируса, особенно, среди верующих. Но при расследовании этой темы участники воркшопа Медиашколы CABAR.asia по документальным фильмам о COVID-19 (сопутствующая деятельность IWPR в ЦА) не смогли получить официальное опровержение неэффективности хиджамы при коронавирусе, как со стороны органов здравоохранения, так и духовенства страны. См. <https://school.cabar.asia/ru/iwpr-provel-dvuhnedelnyj-trening-dlja-uchastnikov-vorkshopa-po-sozdaniyu-dokumentalnyh-filmov/>

КЕЙС УЗБЕКИСТАНА



Самые многочисленные фейки были о лечении и профилактике коронавируса — 38% и на медицинскую тему — 19%. При этом, наиболее популярными фейками о лечении и профилактике были о пользе лимона, имбиря и спирта. Отдельно стоит отметить фейк, который имел значительные социальные последствия, — это публикация о пользе опрыскивания дорог хлорированной водой. Дороги, входы в офисы и базары опрыскивались водным раствором с добавлением хлорки. Это происходило вплоть до осени, несмотря на опровержение эффективности такого метода со стороны практикующих врачей³⁰.

12% из всей выборки составили темы о правительстве и политике стран. Популярность этих фейков была прямо пропорциональна непопулярности правительственных мер по борьбе с коронавирусом. Эти новости касались слухов о болезни членов семей лидеров, о разработчиках коронавирусной инфекции, о попытках навязать ношение масок. Материал о том, что ношение масок приводит к гипоксии, имел широкое распространение и до сих пор является популярным среди многих пользователей соцсетей, судя по комментариям к различным постам. Уголовная ответственность за отсутствие масок была введена 26 марта 2020 года³¹.

30 — «Интервью с иммунологом-инфекционистом Азизой Ходжаевой о природе иммунитета, цитокиновом шторме, карантине и хлорке», 20.07.2020: <https://kun.uz/ru/news/2020/07/20/intervyu-s-immunologom-infekcionistom-azizoy-hodjayevoy-o-prirode-immuniteta-tsitokinovom-shtorme-karantine-i-xlorke>

31 — «Передвижение без масок запрещается с 23 марта»: <https://www.gazeta.uz/ru/2020/03/22/mask/>

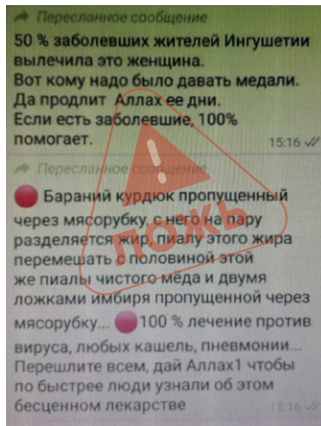
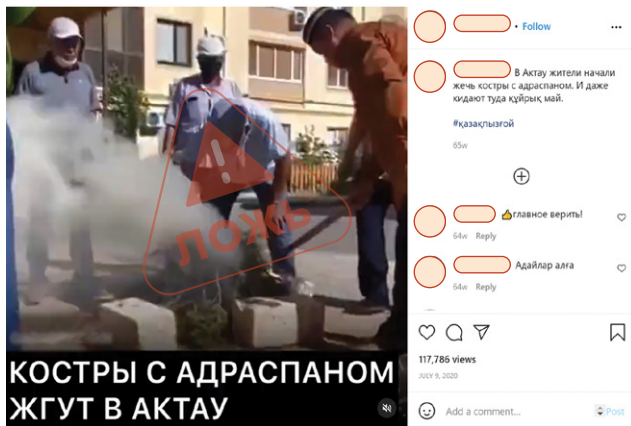
ФОРМАТ И ЖАНРЫ

По результатам контент-анализа, большинство фейковых публикаций во всех странах Центральной Азии оформлялись как событийная заметка с фотографией. В социальных сетях и мессенджерах чаще всего распространялись фейки в формате «громких», коротких заголовков/постов или текстовых рассылок в одно-два предложения либо бытовых видеороликов/аудиорассылок.

По визуальному контенту в фейковых публикациях в период пандемии превалирует смешанное содержание фото и/или видео в сопровождении текста. Анализ использованных фото и видео показал, что визуальное сопровождение редко соответствовало самому тексту, однако эти фото и видеоряд почти всегда провоцировали у читателя те эмоции, которые косвенно закладывались в тексте.

К примеру, видео с разбрызгиванием какого-то раствора якобы для заражения населения в Бишкеке было снято в Алматы во время ночной обработки деревьев от паразитов. Зачастую иллюстрацией к любым новостям о коронавирусе служили страдающие лица пациентов и врачи в специальной защитной экипировке.

Не все фейковые материалы можно отнести к какому-то типичному жанру. Например, в Таджикистане широкое распространение получил фейк под названием «Протокол терапии у пациентов с подозрением на COVID-19 на амбулаторном этапе». Он представлял собой распечатанный в виде таблицы документ с описанием основных признаков заболевания и схему лечения коронавируса по дням, с категорическими требованиями не назначать одни препараты, а назначать другие.

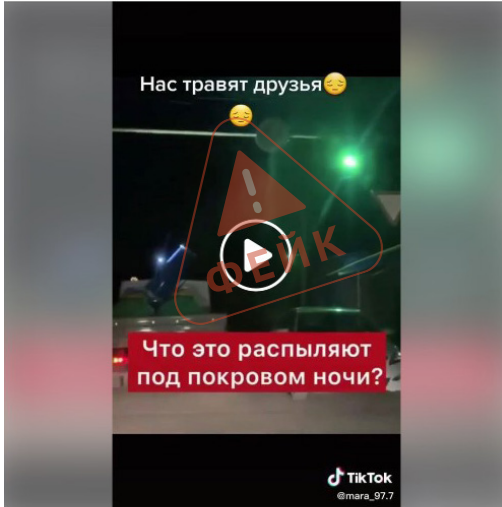


<https://factcheck.kz/claim-checking/verdict/lozh-sobachij-i-barsuchij-zhiry-adraspan-kyst-al-xindi-i-xren-pomogayut-ot-koronavirusa/>

<https://factcheck.kz/claim-checking/verdict/false/lozh-baranij-kurdyuk-propushennyj-chez-myasorubku-100-pomogает-ot-koronavirusa/>

6 июля в 01:37

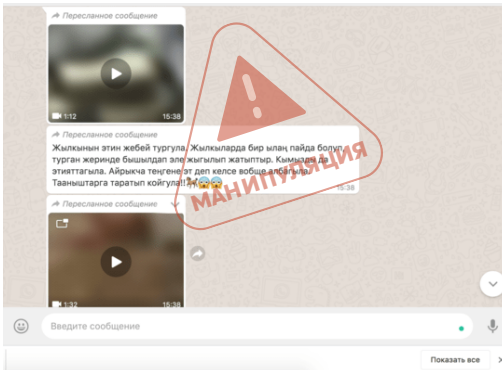
ТАИНСТВЕННАЯ ОБРАБОТКА ГОРОДА НОЧЬЮ НЕИЗВЕСТНЫМ ВЕЩЕСТВОМ.
ЛЮДИ ПОДОЗРЕВАЮТ, ЧТО ИДЕТ ИСКУССТВЕННОЕ РАСПЫЛЕНИЕ
КОРОНАВИРУСА



180

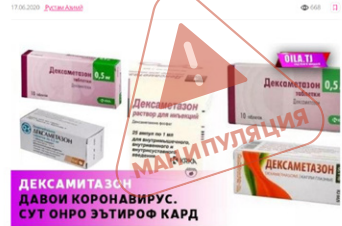
Комментарии: 158 Поделились: 1,3 тыс.

<https://factcheck.kg/raspylenie-neizvestnogo-veshhestva-pocham-eto-ne-v-kyrgyzstane/>



<https://factcheck.kg/ky/kyrgyz-ysyk-k-%d3%a9ld%d3%a9-zhykylardyn-oorugany-chny-birok-alardan-koronavirus-nyktalgan-zhok/>

Дексамитазон давои коронавирус. СУТ ОНРО ЭЪТИРОФ КАРД!



Олимон Бритоний доуру, ки сатти маргу мар аз бемарии коронавирусо пайд мекунд, пайдо карданд. Басти ин доура хамга 5 фунт стерлинг (65 сомони) марг дорад.

Созмони умумиҷамъияти табибонии аҳолии Ҷамоҳири Тоҷикистон ин доуруро дар Британияи Куввайнӯдааст. "Самандро нишон додаанд, ки доури "Дексамитазон" сатти маргиро кинори нафарони гузарониди COVID-19 пайд мекунд", - набаи медиқад қотибаи Созмони маънур.

<https://factcheck.tj/2020/07/06/dastkor-va-a-i-at-deksametazon-davoi-koronavirus-sut-onro-etirof-kard/>

Авиган: табитони Чин доруи муассир алайҳи коронавирусо пайдо карданд

11:23 18.03.2020

12780



Гуфтаван ба хазинаи ахс

Тадқиқот аз қониби Маркази миллии рушди биотехнология гузаронда шудааст. Дар озмоиш 320 нафар сироятшуда штирок карданд

ДУШАНБЕ, 19 мар Пизишкони Чин доруи муассир алайҳи маризии коронавирусо пайдо намуанд, ки ин дору Авиган мебошад, ҳабаи медиқад шабакаи

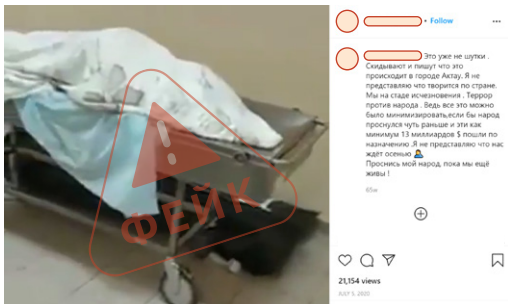
<https://factcheck.tj/2020/03/20/ishtibo-dar-dalel-avigan-tabitboni-chn-dorui-muassir-alaj-i-koronavirusro-pajdo-kardand/>

Коронавирус в Кыргызстане: трупы в коридорах переполненных больниц и падающие люди на улицах ВИДЕО

06-июл, 08:07 Главная / АЗИЯ И МИР 2 855



В Кыргызстане медики показали, как больницы переполнены трупами во время пандемии. Сотрудники больницы Бишкек, на условиях анонимности рассказали, что творится в медучреждении. В какой-то момент налпые пациентов стал настолько сильным, а погибших было так много, что морт оказался переполнен. Тела пришлось складывать в любые свободные места. Например, в палаты, предназначенные для изучения сна, сообщает Life.



<https://factcheck.kz/v-mire/fejk-o-trupax-v-kyrgyzstanskom-morge-privyol-v-kazakhstan/>

В Узбекистане первая смерть от коронавируса умер мужчина

07-мар, 07:42 Главная / УЗБЕКИСТАН 124 341



Пожилой мужчина из Узбекистана, у которого 14 марта обнаружили коронавирус, сегодня скончался от болезни.

Об этом сообщили пресс-служба Министерства здравоохранения и главный санитарный врач Юсулпиев Баходир Кахраманович.

У мужчины была диагностирована двухсторонняя пневмония. 14 марта он был госпитализирован с лабораторно подтвержденным случаем COVID-19.

Его близкие родственники, с которыми он проживал, и люди, с которыми он контактировал, находятся под наблюдением врачей.

В Минздраве подчеркивали, что умерший находился в группе риска. По данным СПИД, в зоне наибольшего риска заражения коронавирусом находятся люди от 10 до 30 лет, для которых вероятность заболеть составляет 0,2%. Для 40-49-летних риск заболеть 0,3%; для 50-59-летних - 1,3%; для 60-69-летних - 3,4%; для 70-79-летних - 7,8%. В зоне наибольшего риска находятся люди старше 80 лет, для них вероятность заболевания составляет 13,5%.

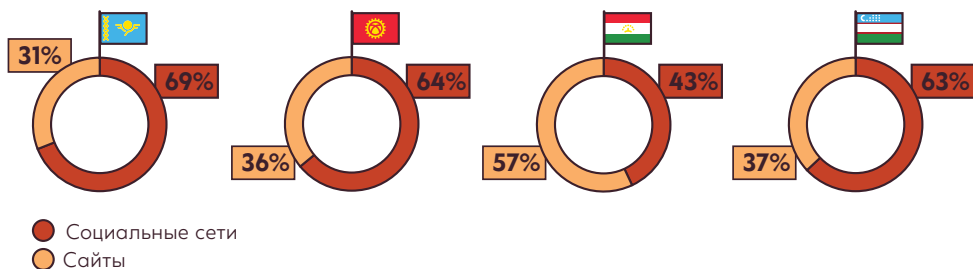
<https://factcheck.tj/2020/03/18/fejk-nahustin-favt-dar-zbekiston-az-koronavirus/>

МЕХАНИЗМЫ И КАНАЛЫ РАСПРОСТРАНЕНИЯ

Для того, чтобы проанализировать каналы распространения фейков, мы собрали данные о том, на какие первоисточники ссылаются фактчекинговые платформы.

Более половины материалов, поступающих на проверку в Казахстане (69%) и Кыргызстане (64%), — из социальных сетей и мессенджеров (см. рисунок 6), а в Таджикистане — с сайтов (57%). В Узбекистане картина аналогична с Казахстаном и Кыргызстаном. Это связано с тем, что большинство материалов в выборке были сформированы из фактчекинговых платформ этих стран.

Рисунок 6. Распределение источников по платформам



САЙТЫ КАК ИСТОЧНИКИ ФЕЙКОВ

При анализе сайтов-источников фейков в регионе мы выявили, что абсолютное большинство — это русскоязычные сайты, в том числе позиционирующие себя как новостные порталы.

Кроме этого, учитывая полученные результаты, мы предполагаем, что возможным органическим каналом распространения фейковых/непроверенных материалов с .RU сайтов могут быть подборки поисковиков, таких как Yandex, Mail.ru или Google. Как правило, пользователи не отключают рекомендации подборки новостей от поисковиков.

Стоит отдельно отметить сайт [Asia-times.org](http://asia-times.org), который чаще всего встречается в списке источников фейковых материалов. Это русскоязычный сайт сомнительного происхождения, освещающий темы политики, общества, экономики, религии, миграции и безопасности стран Центральной Азии, Ирана и Ирака. Частоту наличия фейков на этом портале подтверждают заголовки материалов на фактчекинговых платформах: «Очередной фейк от Азия Таймс. В этот раз о смерти от коронавируса в Кыргызстане».

В каждой стране также выявлен ряд национальных сайтов, которые или перепечатали фейковый материал, ссылаясь на .RU источник, или же поставили ошибочный заголовок, а в некоторых случаях текст всей новостной заметки сформирован только из кликбейтного заголовка в .RU источнике.

В Таджикистане и Узбекистане в результате произвольного поиска был выявлен ряд сайтов, на которых перепечатывались фейковые публикации. Это в основном блог <http://usmonov.uz/?p=323> (в данное время не работает) или так называемые «мусорные» сайты (Xs.uz, Yuz.uz, Repost.uz, Oila.tj, Pressa.tj).

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИСТОЧНИКИ ФЕЙКОВ

В контент-анализе публикаций мы выяснили, что социальные сети являются надежными предикторами распространения непроверенной информации о COVID-19. Их результаты показывают, что отсутствие проверенного лечения от COVID-19 и страх перед неизведанной инфекцией привели к росту ложной информации о происхождении, свойствах и методах профилактики вируса.

Ряд правил, принятых компаниями Facebook, Twitter, WhatsApp и др., направленных на удаление фейков о COVID-19, а также ужесточение местного законодательства в Узбекистане и Таджикистане за распространение ложной информации, способствовал удалению фейков, что значительно осложнило работу исследовательских групп по выявлению маршрутов распространения и объемов аудитории.

Анализ распространения фейков в социальных сетях четырех стран проводился в Facebook, Instagram, Telegram, YouTube и WhatsApp. Но, как отмечалось ранее, данные об аудитории мессенджеров остались недоступны

Изучение каналов распространения фейков в Таджикистане показало, что наиболее популярным по числу распространенных фейков оказался Facebook. Из 30 изученных материалов 17 встречались в Facebook, что составило более 50%. Эти публикации были как на персональных аккаунтах, так и на страницах открытых и закрытых групп. Распространение фейков через Telegram составило 5%.

Facebook был более восприимчив к распространению фейков и в Казахстане. Исследование связывает это с тем, что данная платформа является одной из наиболее популярных в стране. Фейковые новости более заметны среди пользователей Facebook (репосты — 76%), чем среди обычных пользователей других сетей.

32 — Закон «О внесении изменений и дополнений в Уголовный, Уголовно-процессуальный кодексы Республики Узбекистан и Кодекс Республики Узбекистан об административной ответственности»:

<https://uza.uz/ru/posts/o-vnesenii-izmeneniy-i-dopolneniy-v-ugolovnyy-ugolovno-prots-26-03-2020>

33 — Закон «О внесении изменений и дополнений в Кодекс об административных правонарушениях Республики Таджикистан» от 4 июля 2020 года, № 1698 «Джумхурият», 07.07.2020 №: 124 — 125: <https://khovar.tj/rus/2020/07/zakon-respubliki-tadzhikistan-o-vnesenii-izmeneniy-i-dopolnenij-v-kodeks-ob-administrativnyh-pravonarusheniyah-respubliki-tadzhikistan/>


СТРУКТУРА


По итогам анализа в целом можно заключить, что в большинстве случаев фейковые материалы могут быть распознаны по первичным характеристикам, например, отсутствию временной привязки и географическому обезличиванию.


Анализ также показывает, что фейковые материалы могут как полностью соответствовать структуре новостных заметок и иметь все его составляющие части, так и содержать только отдельные элементы.


Одновременно анализ показывает, что в Сети набирают большую популярность фейки, чаще всего не обладающие определенной структурой, схожей с новостными заметками или нарративами. Это больше посты с «громким», коротким текстом в сопровождении фото или видео в социальных сетях либо короткие текстовые/аудио-/видеорассылки в мессенджерах.


Ниже мы приводим ряд характерных маркеров, присущих для большинства материалов из выборки:


 Отсутствие временной привязки и географическое обезличивание. Очень часто события давно минувших дней выдавались за свежий факт. Этот маркер характерен для большинства зомби-фейков в том числе.


 Ссылка на авторитетный источник, эксперта, который не называется: *«Мы вчера были у одного профессора, он нам показал, рассказал...», «вчера...», «лично...», «специалист, медик, профессор...», «Я не буду называть его имени и фамилию».*


 Использование принципа 40/60, где 60 процентов правды, научных данных, например, характеристика функций отделов головного мозга, его теменной, лобной, затылочной доли, гипоталамуса и др.


 Создание особой доверительной атмосферы, обращение к пользователям: *«Это видео для моих друзей и близких».*


 Наличие «громких» кликбейтных заголовков — упоминание всеобщей проблемы в виде коронавируса, актуальной темы лечения и профилактики, игра на страхе людей.


 Используемые фотографии/видео чаще не соответствуют тексту и взяты из других источников.


 История вопроса или предыстория в этих материалах отчасти могла быть достоверной информацией, хотя и были использованы некорректные ссылки и неправда, элементы манипулирования фактами, данными.


 Нестандартность, яркость сообщения, эмотивная лексика, указывающая на важность информации: *«невозможно», «важно», «глобальная ложь», «выжить».*


 Высокая эмоциональность, использование капслока, много риторических вопросов и восклицаний, указывающих на эмоциональное состояние авторов постов и важность информации: «СОЗДАТЬ ВАКЦИНУ ПРОТИВ ВИРУСА!!!!НЕВОЗМОЖНО!!!!ЭТО ОЧЕНЬ ВАЖНО!!», «Откуда вы берете кислород? И куда деваете углекислый газ?», «Почему медики молчат, что через это дышать невозможно! Потому что они убивают вас! Это геноцид!».

 Использование чрезмерно обнадеживающих или пугающих цитат и выражений: «через четыре дня... отрицательный диагноз и полностью выздоровели», «врач считает..... полезно для лечения коронавируса...», «первое лекарство... снижает смертность...» или «смерти двух высокопоставленных сотрудниковвзяли..... под строгий контроль... всех школьников.....заражение коронавирусом...поместили.....всех..... карантин...».

 Формально строго аргументированное построение материала, приводящее аудиторию к нужному выводу.

 В некоторых публикациях содержался дискредитирующий подтекст и язык вражды.

 Язык новостей чаще на уровне бытового, с использованием разговорных оборотов и наличием некоторых грамматических ошибок или ошибок в пунктуации.

 Призывы, побуждение к действиям: «Прошу помочь распространить этот ролик, ставьте лайки, комментируйте, сохраняйте и отправляйте всем знакомым масочникам».

ПОРТРЕТЫ РАСПРОСТРАНЕННЫХ ФЕЙКОВ В СЕТЯХ

КЕЙС КАЗАХСТАНА



В Казахстане портрет распространенных фейков можно описать на примере материалов, связанных с адыраспаном, исходя из того, что фейки о самолечении были самыми популярными.

Адыраспан (гармала обыкновенная, лат. *réganum hármala*) — многолетнее травянистое растение, произрастает на сорных местах, холмах, степях в Центральной Азии. В древности многие народы Востока относили адыраспан к священным растениям и верили, что он способен не только лечить десятки заболеваний, но и отпугивать злых духов, открывать экстрасенсорные способности и принести удачу. В наши дни казахи и другие народы относят его к сакральным растениям. Кто-то подвешивает веник из его сухих стеблей у входной двери для защиты дома от порчи и глаза, кто-то окуривает им жилище, считая, что его дым убивает различные микробы и вирусы, а также делает отвар для лечения различных заболеваний.

В период пандемии публикации о целебных свойствах адыраспана набрали более 150 тыс. просмотров и более 700 комментариев. В комментариях подписчики делятся тем, что многие из них используют адыраспан в качестве дезинфекции и профилактики против вируса и бактерий, а также указывают на рост цен на данное растение. 99% комментариев на казахском языке.

Вот пример одного из комментариев, в котором пользователь связывает ситуацию с конспирологией:

«Осы вирус жайдан жай ауада пайда боомады ғой қолдан жасады енді ауыздықтамай ойыр себебі бұл үлкен ақша айналымы вирусолог биолог мамандар әсіресе Айти саласының мамандары жұмылып әрекетке көшуі керек орнаиылған ЗС бастап бүкіл техниканың көзін құртып өртеу керек сонда ғана тоқтайды бұл сұмдық» («Этот вирус неспроста появился с воздуха, это большой оборот денег, вирусологи, биологи и IT-специалисты должны вместе предпринять какие-то меры, нужно уничтожить всю технику начиная с ЗС, только тогда прекратится этот кошмар»).

Большинство таких фейков распространены как в виде текстов, так и в видеоформате, в основном на казахском языке.

По итогам анализа, популярность подобных фейков связана в том числе с эффектом постправды³⁴, когда люди в панике не обращаются к критическому мышлению, а доверяют существованию панацеи. Также и со всеми средствами самолечения — любые подобные материалы, будь то про имбирь, чеснок или бараний/собачий жир, пользователи интерпретируют в той системе ценностей, которая уже хорошо знакома и понятна (со ссылкой на то, что делали в старину).

При этом не стоит забывать факты искусственного продвижения средств профилактики, среди которых не только имбирь и чеснок, а даже плавание.

КЕЙС КЫРГЫЗСТАНА



В кыргызском сегменте портрет распространенных фейков можно рассмотреть на примере видеорассылки в сопровождении коротких эмоциональных текстов, вызывающих панику и страх. Это публикации, привлекающие внимание к происходящему ночью распылению неизвестного вещества и болезни лошадей на Иссык-Куле коронавирусом.

Публикация о распылении неизвестного вещества по ночам на странице кыргызского журналиста в Facebook набрала 1,5 тыс. репостов, 221 комментарий и 270 различных реакций. Этот фейк широко распространился во многих странах и на разных языках. Он относится к категории международных фейков.

Самые главные маркеры данного фейка — это отсутствие обозначения местности и времени. Фейк распространялся в мессенджерах с текстом как в прошлом времени — «распыляли», так и в неопределенном будущем — «сегодня/завтра будут распылять...». Также это яркий пример группы фейков, где ни фото, ни видео не имеют никакого отношения к содержанию. Кроме этого, стоит отметить конспирологическую составляющую таких фейков и дискредитацию властей. Это видно на примере сопровождающих текстов: «люди подозревают, что это искусственное распыление вируса...» и т.д.

Несмотря на то, что и власти каждой из стран, и многие фактчекинговые организации опровергли этот фейк, он продолжал распространяться, по нашим данным, до середины июля 2020 года.

34 — Слово описывает обстоятельства, в которых объективные факты менее важны для формирования общественного мнения, чем обращение к эмоциям и личным убеждениям. // «Постправда» стало словом года по версии Оксфордского словаря: <https://www.bbc.com/russian/news-37995176>

В своем комментарии изданию «Новая газета» антрополог Александра Архипова отмечает, что одной из основных причин возникновения и популярности таких фейков является «недоверие к властным институтам и сила слабых связей»³⁵. То есть, пересылаемые сообщения от знакомых имеют больший вес, чем официальные сообщения. Это подтверждает и редактор портала Factcheck.kz Павел Банников³⁶, отмечая, что из-за недоверия люди «склонны верить практически всему, что пришло к ним через личные каналы, а это в первую очередь мессенджеры».

Другой фейк, возникший на страновом уровне, — это публикация о связи болезни лошадей в одном из регионов Кыргызстана с коронавирусом. Этот фейк построен на основе реального видео, набрал более 4 тыс. просмотров в Facebook и Instagram, более 100 репостов и 90 комментариев³⁷. На самом деле болезнь лошадей в Иссык-Кульской области оказалась правдой. Однако коронавируса у них не было обнаружено.

Такой портрет фейка и механизм его распространения характерен многим фейковым материалам, направленным на сеяние паники и дестабилизации, в том числе и дискредитацию деятельности властей в борьбе с коронавирусом. Главным маркером подобных фейков является основа, частично сформированная из правды (в данном случае видео), и искаженных интерпретаций. Ярким примером также могут служить публикации о ВОЗ, когда практически все заявления подвергались неточной передаче или искажению.

35 — «Вирус, летящий на крыльях ночи. Почему слухи о дезинфекции городов с помощью вертолетов стали так популярны?»: <https://novayagazeta.ru/articles/2020/03/18/84382-virus-letyaschij-na-krylyah-nochi>

36 — «Фейки на фоне пандемии коронавируса: во что верят жители Центральной Азии?»: <https://cabar.asia/ru/fejki-na-fone-pandemii-koronavirusa-vo-chto-veryat-zhiteli-tsentralnoj-azii>

37 — Это данные только открытых социальных сетей, масштабы распространения в мессенджерах неизвестны.

КЕЙС ТАДЖИКИСТАНА



Портрет фейков, распространенных в Таджикистане, мы рассмотрели на примере публикаций, связанных с интерпретацией и перепубликацией международных исследований.

В качестве примеров таких публикаций мы взяли материалы о том, что китайские врачи нашли эффективное средство от коронавируса, который набрал в социальных сетях более 12 тыс. просмотров и около 100 комментариев, и про дексаметазон, который перепечатали несколько новостных изданий в Таджикистане ([Sputnik.tj](#), [Dialog.tj](#), [Pressa.tj](#)).

В первой публикации про находку китайских врачей, опубликованном на [Sputnik.tj](#), допущены фактические ошибки, ошибки в интерпретации и искаженный заголовок. Лекарство, что обнаружили китайские врачи, было разработано в Японии еще в 2014 году. Министерство здравоохранения КНР действительно сообщало, что использование некоторых лекарств и методов лечения дало результаты, но эти препараты не были признаны и приняты в качестве окончательных для лечения вируса COVID-19.

Во втором случае, в публикации про дексаметазон все издания, которые перепечатали информацию, используют кликбейтные заголовки и лиды, которые могут привлекать пользователей к чтению, но при этом не являться правдой. При этом уже в лиде материала издания приводят конкретные цифры — стоимость препарата — и искажают суть материала ВОЗ, тогда как организация никак не подтверждала препарат в качестве основного лекарства против коронавируса.

На примере этих и других подобных фейков мы выяснили основные маркеры, характерные для фейков, в которых приводятся те или иные данные исследований. Это, в первую очередь, кликбейтные/провокационные заголовки, которые становятся причиной популярности материала. Кроме этого, одним из важных маркеров является искажение сути или неполная информация, в том числе и из-за неточных переводов с других языков.

Factcheck.kz приводит краткую выжимку из материала Глобальной сети журналистов-расследователей (GIJN)³⁸ о том, **что надо знать журналистам о препринтах исследований и научных экспериментов**³⁹, который мы рекомендуем для изучения всем новостным изданиям и блогерам.

38 — What We're Reading: Tools for Investigating Coronavirus Fakes and Disinformation // April 3, 2020: <https://gijn.org/2020/04/03/what-were-reading-tools-for-investigating-coronavirus-fakes-and-disinformation/>

39 — «Что надо знать о препринтах научных статей?» // 06.04.2020: <https://factcheck.kz/nauka/cto-nado-znat-o-preprintax-nauchnyx-statej/>

КЕЙС УЗБЕКИСТАНА



Одни из самых популярных фейков в узбекском сегменте социальных сетей были связаны со смертностью от коронавируса. Был фейк о первой смерти от вируса в марте 2020 года — этот материал был опубликован на сайте Asia-times.org и обрел популярность в соседних странах — в Кыргызстане и Таджикистане. Только на самом сайте материал набрал более 120 тыс. просмотров, без учета распространения в социальных сетях и мессенджерах.

Другой фейк о том, что обнаружены трупы в черных пакетах, также вызвал сильный резонанс в Узбекистане, спровоцировав панику у населения. Как оказалось, аналогичный фейк о Кыргызстане был опубликован на том же сайте Asia-times.org. Позже фактчекеры Кыргызстана и Казахстана **выявили**⁴⁰, что этот фейк был распространен пользователем из Казахстана и, возможно, также имеет давнее происхождение и ранее публиковался в других источниках стран СНГ.

В обоих случаях Министерство здравоохранения приводило опровержения через новостные издания и каналы Telegram. Узбекский вариант обоих фейков найти в социальных сетях в ходе исследования не удалось, предположительно из-за того, что они были удалены из групп и каналов в соцсетях после введения уголовной ответственности за распространение ложной информации о COVID-19.

40— «Фейк о трупах в кыргызстанском морге привёл в Казахстан»:
<https://factcheck.kz/v-mire/fejk-o-trupax-v-kyrgyzstanskom-morge-privyol-v-kazaxstan/>

ВЫВОДЫ



ПО КЛЮЧЕВЫМ ХАРАКТЕРИСТИКАМ:

По результатам анализа выявилось, что преобладающее большинство фейковых материалов о COVID-19 во всех странах были диагностированы как «ложь», то есть полностью сфальсифицированы.

По тематике больше всего фейков выявлены о самолечении и профилактике — от 26 до 40%. Больше всего конспирологических фейков выявлено в Казахстане (26%) и Узбекистане (19%). В Кыргызстане и Таджикистане лидируют фейки, касающиеся политики стран и правительств. Чаще всего это международные фейки о мерах, предпринимаемых за границей (выплаты медикам или бесплатный интернет), а также о карантинных мерах и лечении (Швеция, Сингапур и т.д.).

Анализ фейков по целям выявил, что в Казахстане и Узбекистане преобладают материалы, направленные на предоставление чудотворного рецепта. Они напрямую связаны с фейками на тему самолечения и профилактики коронавируса. В Кыргызстане и Таджикистане лидируют фейки, содержащие сообщения панического и дестабилизирующего характера. Это фейки из серий конспирологии и медицины, в частности о смертности. По типологии большинство популярных фейков были направлены на сеяние паники и дестабилизацию ситуации или дискредитацию кого-либо.

Международные фейки имеют наибольшее число репостов по сравнению со национальными фейками. Это связано в том числе и с тем, что многие фейки, видоизменяясь, «путешествуют» по многим странам. Также, вероятно, это связано с тем, что национальные фейки легче проверить, чем международные. При этом причиной появления национальных фейков могут быть, в большинстве своем, неточности в заявлениях официальных лиц/организаций.

Выявлено, что первоисточником большинства фейков из нашей выборки были тексты на русском языке и/или опубликованные на .RU сайтах.

Согласно проанализированным фейкам о COVID-19, был сделан вывод, что центральноазиатский сегмент социальных сетей формируется, в основном, из русскоязычных источников — вне зависимости от того, откуда они появляются изначально.

По формату в основном фейки публикуются как событийная заметка или заметка комментарий — короткий текст/заголовок или текстовая/видео/аудиорассылка. Реже всего использовались форматы репортажей, сюжетов. По визуальному контенту большинство материалов содержало фото и/или видео в сопровождении текста, реже они были составлены только из текста. При этом было выявлено, что визуальная составляющая не играет ключевую роль в популярности, так как фейки «переупаковываются» для разных каналов по-разному. Один и тот же фейк можно было встретить в виде текста, текста и фото или же видео на разных платформах. Чаще всего в большинстве фейковых материалов ни фото, ни видео не соответствуют материалу, то есть полностью сфальсифицированы.

ПО КАНАЛАМ И МЕХАНИЗМАМ И РАСПРОСТРАНЕНИЯ:

Несмотря на то, что фейковые публикации и манипулятивные утверждения регулярно опровергаются фактчекинговыми платформами, а также проводится мониторинг, маркировка и удаление со стороны социальных сетей, наше исследование выявило 465 платформ, где до сих пор опубликованы фейки.

Больше всего фейков на период проведения исследования содержалось в социальных сетях. При этом, в Таджикистане и Узбекистане фейки, в результате поиска, были обнаружены на сайтах, позиционирующих себя как новостные СМИ.

В структуре социальных сетей по частоте распространения дезинформации в Казахстане, Кыргызстане и Таджикистане лидирует Facebook, а в Узбекистане — Telegram. Наиболее часто фейковой информацией делились пользователи, далее в порядке убывания идут группы и страницы.

ПО СТРУКТУРЕ:

По итогам анализа, в целом можно заключить, что в большинстве случаев фейковые материалы могут быть распознаны по первичным характеристикам, таким как:

- кликебейтный заголовок,
- географическое обезличивание и отсутствие временной привязки,
- высокая эмоциональность,
- большое количество риторических вопросов и восклицаний,
- апелляция к теории заговора и призыв к действию,
- ссылка на авторитетные источники и экспертов, имена которых не называются.

Кроме того, анализ показывает, что в Сети набирают большую популярность фейки, чаще всего не обладающие определенной структурой, схожей с новостными заметками или нарративами, а больше посты с «громким», коротким текстом в сопровождении фото или видео в социальных сетях либо короткие текстовые/аудио/видеорассылки в мессенджерах.

Таким образом, были определены характеристики наиболее распространяемой фейковой информации. Фейки больше всего распространялись, когда:

- недостоверная информация происходила из зарубежных стран или затрагивала в содержании другие страны;
- Информация по содержанию была полностью выдуманной — фейком или манипуляцией;
- информация была связана с деятельностью правительств, министерств и международных институтов, как ВОЗ, или темой лечения коронавируса;
- публикация по типу или цели была направлена на искажение информации или дезинформацию, а также дискредитацию по профессиональному признаку или статусу.

Также были выявлены следующие три этапа интеграции фейков и их актуализация:

1. Фейковая информация вызывала схожие чувства (страх, паника, обвинение, иногда облегчение) и эмоциональную реакцию (призыв к действию).
2. Информация имела большое количество репостов в социальных сетях, что вызывало определенное доверие людей, исходя из различных социальных взаимодействий между ними и ситуации полного отсутствия предыдущего опыта в подобных обстоятельствах.
3. Дезинформация распространялась определенными людьми, к примеру, лидерами мнений, известными личностями либо была опубликована в различных группах по интересам.

РЕКОМЕНДАЦИИ

ГОСУДАРСТВЕННЫМ ОРГАНАМ:

- недостаточность официальной, достоверной и правдивой информации является основной причиной возникновения инфодемии;
- достоверные новости из надежных источников играют важную роль в развитии демократии, науки, здравоохранения, а также повышают доверие общества к политике и программам правительства, включая вакцинацию;
- одним из эффективных инструментов для борьбы с массовым распространением ложной информации является работа по повышению медиаграмотности и критического мышления населения.

СРЕДСТВАМ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ:

- придерживаться профессиональных стандартов и норм этики;
- избегать публикации непроверенной информации;
- дистанцироваться от информации, которая может заинтересовать некоторую часть общественности, не отвечая интересам общества в целом;
- постоянно анализировать материалы фактчекинговых платформ;
- установить сотрудничество с местными и международными фактчекинговыми платформами;
- периодически сверять и удалять или блокировать публикации у себя на сайте в случае, если выявится недостоверность;
- составлять список сайтов, с которых НЕ рекомендуется перепечатывать новости;

- бороться за точность формулировок, особенно заголовков;
- при перепечатке обращать пристальное внимание на любые материалы, заявляющие о каких-либо результатах экспериментов и исследований,
- внедрить в редакционную политику изданий консультации с экспертами, которые могут объяснить журналистам специфику тех или иных исследований и данных;
- фактчекинговым ресурсам: работать над наращиванием потенциала будущих фактчекеров, привлекать для своих платформ активных студентов и блогеров.

ФАКУЛЬТЕТАМ ЖУРНАЛИСТИКИ:

- выявление характерных маркеров фейков и их повсеместное распространение может послужить хорошим инструментом распознавания фейков журналистами, блогерами, преподавателями и студентами факультетов журналистики;
- внедрить фактчекинг в учебные программы будущих журналистов;
- в рамках остальных учебных курсов для журналистов необходимо обучать верификации фото- и видеоматериалов, популяризировать платформы для проверки фото и видео;
- ввести практические занятия для студентов по анализу и разоблачению фейков.

МЕЖДУНАРОДНЫМ ОРГАНИЗАЦИЯМ/ДОНОРАМ:

- оказать содействие в создании фактчекингового ресурса в Узбекистане для отслеживания совокупности фейков, характерных для узбекистанского сегмента,
- поддерживать фактчекинговые ресурсы — обучение фактчекеров, повышение квалификации.

ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ ИССЛЕДОВАНИЯ О ПРОЦЕССЕ РАБОТЫ

Образовательный компонент данного исследования явился очень важным для повышения практических навыков студентов и преподавателей.

Методика «обучение через действия», использованная в этом исследовании, показала свою эффективность и полезность как для подготовки будущих журналистов, так и для «погружения» преподавателей в тематику.

Приводим некоторые отзывы участников исследования:

«Я достаточно давно являюсь тренером по медиаграмотности. Мы с ребятами рассматриваем вопросы развития критического мышления и основы фактчекинга на занятиях. Поэтому мне было очень интересно участвовать в проекте по контент-анализу фейков в нашей стране. Сегодня пандемия стала фактором взрыва фейковой информации. Основная причина — страх людей перед болезнью, неизвестностью завтрашнего дня в условиях экономического кризиса и потерь, обусловленных распространением вируса.

Работа в команде профессионалов дала мне опыт проведения таких исследований, полученные результаты дали понимание процессов распространения и трансформации фейковых материалов. Жаль, что нет возможности провести анализ мессенджеров, например, WhatsApp, так как, на мой взгляд, именно в мессенджерах люди активнее распространяют информацию.

В целом, анализ дал понимание важности и перспектив дальнейшего исследования. Думаю, результаты работы, помимо подготовки отчетов, нужно обязательно публиковать в научных журналах, так как они имеют несомненное значение для развития целого ряда гуманитарных наук».

Марал Айтмагамбетова,

старшая преподавательница Инновационного
Евразийского университета, г. Павлодар,
Казахстан

«Участие в данном исследовании помогло мне лучше разобраться в фейковых новостях. Благодаря сессиям, которые проводились хорошими спикерами, я узнала, как искать информацию в интернете, как искать фейки в социальных сетях и проводить анализ по ним. Также было интересно поучаствовать в проекте, где участвуют и другие страны Центральной Азии. Для меня лично была полезна работа в команде, потому что, благодаря ей, я быстрее понимала весь процесс, при возникновении вопросов они мне помогли и направляли меня.

Главная мысль, которую я вынесла из этого исследования, — это то, что люди могут поверить во что угодно. Сколько людей, столько и мнений. Какая бы фейковая новость не появилась, всегда найдется человек, который поверит в нее, а это иногда чревато плохими последствиями. Поэтому очень важно разоблачать фейковые новости и писать правду, чтобы не вводить людей в заблуждение, не пугать и не пугать их.

Но я знаю, что три вещи не спрячешь: солнце, луну и правду, поэтому каждая фейковая новость все равно будет раскрыта».

Аружан Жакупова,
студентка 3 курса
КРУ им. А. Байтурсынова,
Казахстан

«Командой из КНУ им Ж. Баласагына было проведено исследование фейковой информации о COVID-19 в Центральной Азии. В процессе выборки магистранты проанализировали фейки, распространяемые в социальных сетях с февраля по октябрь 2020 года. Данное исследование было для них плодотворным, так как они увидели, как распространяются фейки, что они становятся вирусными и охватывают широкую аудиторию пользователей. Данное исследование показало, насколько трудно неопытному пользователю определить, что информация фейковая и содержит дезинформацию.

Исследование фейковой информации для магистрантов и преподавателей факультета журналистики послужило примером того, как распространяется фейковая информация и дезинформация, что нужно делать фактчекинг и проявлять критическое мышление в анализе сообщений на их достоверность и правдивость. Нужно развивать медиаграмотность среди молодежи».

Аита Султаналиева,
доцент КНУ им. Ж.Баласагына,
Кыргызстан

«Где я только не побывал, пока искал «зацепки»... Информагентства, группы, форумы разные и даже на видеотрансляции астролога и любителей теории «Запад все придумывает эти ваши болезни и Госдеп вместе с масонами делают это». Стал значительно лучше понимать психологию человека, который публикует фейковые новости и распространяет их. Я сейчас с легкостью могу найти что-то нужное в Сети или хотя бы альтернативу после ваших уроков по поиску информации в интернете. Спасибо вам большое».

Жакшылык Сапарбаев,
магистрант 1 курса КНУ,
Кыргызстан

«Узнал, как анализировать и узнавать фейки. Где распространялись фейки, в каких социальных сетях, сколько лайков и комментариев они собрали. И мнение пользователей интернета. Я хочу поделиться полученными данными со своими однокурсниками, научить их анализировать фейки. Буду изучать дальше, читать больше о фейках и исследованиях. А также сохранять все фейки, с которыми встречаюсь, и делать фактчек».

Умед Узоков,
студент 2 курса,
ХГУ имени Б.Гафурова,
Таджикистан

«Я работаю журналистом четыре года и в ходе своей деятельности часто приходится исследовать разные темы и проблемы общества. Но необходимо отметить, что данная работа обогатила мои знания и навыки. Раньше я тоже работала с поисковиками текстов, но в пределах определённого сайта. Благодаря этому проекту у меня появился опыт работы с разными способами поиска текстов, особенно в соцсетях. Конечно, я и раньше имела опыт фактчека, но именно в данном проекте я научилась относиться серьезно к фактчеку и ещё лучше узнала, как проводить фактчекинг. Сейчас у меня улучшились навыки работы с поисковиками текстов и фото».

В данном проекте я научилась распознавать фейки, узнала какие свойства имеют фейки, научилась работать с несколькими источниками. Хочу поделиться со своими коллегами, им тоже необходимо узнать и изучить эту информацию».

Мафтуна Исмаилова,
магистрантка 2 курса ХГУ имени Б.Гафурова,
Таджикистан

«Я поняла, что мне нужно быть более осторожной в поисках фальшивой информации, проводить больше исследований в качестве журналиста. Я использую этот опыт и в своих статьях. Раньше я игнорировала это, но теперь я вглядываюсь в каждую деталь. После этого опыта я планирую написать ряд книг и статей о фейковых данных. Причина в том, что я поняла, что идентификация фальшивых сообщений очень важна для журналиста в работе с ними. Именно эта дезинформация вызывает ряд недоразумений среди общественности».

Мадина Кхан Нурутдинова,

доктор филологических наук, преподавательница
Университета журналистики и массовых коммуникаций,
журналистка и переводчица восточных языков,
Узбекистан

«Этот проект дал мне понятия и знания в области фактчекинга. До этого проекта я, как и все, верила в некоторые фейки. Знаете, мне безумно понравилась эта сфера. Сильно хотела фактчекать».

И благодаря этому проекту я узнала про полезный сайт rounter.org. Так как я работала с этим сайтом, теперь я буду тщательно проверять новости в Rounter. И я очень хотела бы, чтобы и у нас в Узбекистане был бы сайт, где можно было бы распознавать фейки».

Фатима Чойриева,

студентка 4 курса, УзГУМЯ,
Узбекистан

«Я раньше не участвовал в таких проектах и, честно говоря, мне очень понравилось. Я с помощью этого проекта узнал очень многое, например, как работать с информацией. Мы в практике много работаем с политической информацией, но не знали, как ее проверять. Теперь будем более осторожны. Спасибо вам за этот проект!»

Бекпулат Худойбергенов,

студент 4 курса, УзГУМЯ,
Узбекистан

ГЛОССАРИЙ

- COVID-19** (аббревиатура от англ. Corona Virus Disease 2019) — коронавирусная инфекция 2019-nCoV — потенциально тяжёлая острая респираторная инфекция, вызываемая коронавирусом SARS-CoV-2 (2019-nCoV).
- 5G** (от англ. fifth generation — «пятое поколение») — пятое поколение мобильной связи, действующее на основе стандартов телекоммуникаций (5G/IMT-2020), следующих за существующими стандартами 4G/IMT-Advanced. Телекоммуникационный стандарт связи нового поколения.
- «Фейк»** (англ. fake) — «подделка», «обман», «фальшивка», «имитация». Это слово постоянно употребляется как синоним непроверенной и лживой информации.
- Бот** — сокращенное название программы-робота (робот — бот). Многие процессы в интернете выполняются ботами, а не реальными людьми. Бот помогает в короткий срок рассылать сотни электронных сообщений, играет с нами в сетевые игры и даже помогает зарабатывать.
- Дефиниция** — логическая процедура придания строго фиксированного смысла терминам языка.
- Инфодемия** — совершенно новое понятие, которое впервые появилось в отчете Всемирной Организации Здравоохранения 2 февраля 2020 года, образованное путем соединения слов «информация» и «эпидемия». Оно фактически означает массовое распространение ложной информации в период COVID-19.
- Кликбейт** (англ. clickbait от click — «щелчок» + bait — «приманка») — веб-контент с использованием сенсационных заголовков, лжи или привлекательных картинок для увеличения числа кликов и поощрения распространения материала через интернет, в частности, социальные сети.
- Контент-анализ** (от англ. contents — «содержание, содержимое») качественный и количественный метод исследования больших текстовых массивов и медийных продуктов по ряду формализованных категорий и признаков социального значения.

- Коронаскепис** (греч. skepsis – «рассматривание, сомнение») — критически-недоверчивое отношение к факту существования коронавирусной инфекции; отрицание существования коронавируса.
- Критическое мышление** — способность человека ставить под сомнение поступающую информацию, включая собственные убеждения.
- Медиакритика** — критический анализ и оценка СМИ и медиапродуктов на предмет их влияния на общество и общественные процессы.
- Постправда** — обстоятельства, при которых объективные факты являются менее значимыми при формировании общественного мнения, чем обращения к эмоциям и личным убеждениям.
- Социальные сети** — это онлайн-платформы в интернете, которые обеспечивают поддержание связи между людьми и группами, даже когда они находятся далеко друг от друга.
- Фактчекинг** от англ. «проверка фактов») — это процесс проверки фактических данных в медийных и научно-популярных текстах для определения их достоверности и правильности.
- Эмотивная лексика** — совокупность лексических единиц и языковых средств, направленных на провоцирование определенного эмоционального отзыва у адресата с целью заставить что-то сделать, удовлетворить просьбу или создать субъективное впечатление.
- Язык вражды** (англ. hate speech) — любые формы негативно-оценочных выражений и визуального контента в медиа, считающиеся неприятными и унижительными для представителей какой-либо расы, этнической, религиозной, гендерной или социальной группы.

