

## Проблема качества информации в социальных медиа

Научный руководитель – Максимова Анастасия Сергеевна

*Покочалова Алина Витальевна*

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа современных социальных наук (факультет), Кафедра социологии знания, Москва, Россия  
*E-mail: 89192568000@mail.ru*

Социальные сети стали важной частью повседневности, сейчас люди используют их для коммуникации, развлечений, распространения и получения информации, а также решения различных проблем.

Несмотря на то, что социальные платформы стали существенным источником информационных ресурсов, их использование может иметь довольно непредсказуемые последствия. Это связано с проблемой качества контента, поскольку не всегда возможно оперативно проверить достоверность контента из-за скорости его распространения и объема. Каждую минуту пользователи Facebook размещают около 300 тыс. публикации и делают 510 тыс. комментариев; лента Twitter увеличивается на 450 тыс. сообщений; на YouTube загружается не менее 500 часов видео; в Instagram появятся порядка 46 тыс. новых фотографий. [1]

Дезинформация сегодня - это отличный инструмент для воздействия на различные целевые аудитории, которые под влиянием фейков, созданных в социальных сетях для политических, коммерческих, развлекательных целей, меняют свою точку зрения в угоду их создателю.

В таких условиях все актуальнее становится вопрос о верификации контента социальных медиа. Однако, развитие современных технологий, то есть появление новых возможностей генерирования наиболее реалистичных фото- и видеоресурсов, позволяет лишь адаптировать существующие методы проверки, постепенно совершенствуя их алгоритмы. Достоверность текстовой информации простым пользователям зачастую проверить вовсе не представляется возможным. Некоторые СМИ готовы на издержки содержания штата квалифицированных сотрудников, которые должны заниматься исключительно проверкой информации. Альтернативой специалистам по проверке достоверности информации являются общественные проекты, например, The Check, главной целью которых стала борьба с фейками. Также довольно популярен метод «открытой верификации», позволяющий аудитории самостоятельно проанализировать достоверность публикаций.

В настоящее время в реестре Роскомнадзора содержатся данные о 150 717 СМИ. [2] Соответственно, чтобы быть конкурентоспособными, СМИ необходимо за короткий период времени получить как можно больше информации. Для этого был выработан ряд моделей и технологий сбора. К традиционным моделям можно отнести «мониторинг», который можно выполнять вручную, но это не так продуктивно из-за ограниченности человеческих ресурсов, и автоматизировано, то есть с использованием специальных сервисов. Данные сервисы формируют выборку источников или используют упрощенные механизмы по поиску ключевых слов или фраз, что значительно удобнее. Однако подобный метод требует регулярных обновлений. Модель «горячая линия», при которой информацию отправляет активная аудитория, довольно проста в применении, не требует оплаты труда, но нельзя забывать, что не все СМИ обладают большим объемом активной аудитории,

готовой делиться инфоповодами. Существует еще и модель «сообщество», предполагающая внештатных экспертов-читателей или авторов, стремящихся работать на фрилансе, которые публикуют информацию после оплаты специальной подписки. Однако, это не всегда гарантирует, что публикации будут написаны человеком, обладающим достаточным уровнем знаний в данной области. Кроме того, довольно популярна технология сбора информации через пресс-службы государственных органов и коммерческих организаций, а также через прямых источников и очевидцев событий: в случае официальных пресс-служб вероятность достоверности информации значительно велика, однако к ней имеет доступ каждый, за счет чего теряется уникальность контента, если не успеть быстро опубликовать новость.

Проблема регулирования качества информации в социальных медиа требует научного осмысления в рамках современного этапа развития социологии и исследований информационного пространства, поскольку отсутствие актуальных способов обнаружения фейкового контента и методов пресечения его распространения является источником угрозы социальной стабильности общества.

### Источники и литература

- 1) Степанов В. А. Социальные медиа : учеб.-метод. пособие / В. А. Степанов. – Минск : БГУ, 2020. – 115 с. : ил. ISBN 978-985-566-840-5.
- 2) Перечень наименований зарегистрированных СМИ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://rkn.gov.ru/mass-communications/reestr/media/?utm\\_source=google.com&utm\\_medium=organic&utm\\_campaign=google.com&utm\\_referrer=google.com](https://rkn.gov.ru/mass-communications/reestr/media/?utm_source=google.com&utm_medium=organic&utm_campaign=google.com&utm_referrer=google.com) (Дата обращения: 09.03.2022)