**РОЛЬ БИБЛИОТЕКИ В ЭПОХУ FAKE NEWS**

Выступая на расширенном заседании коллегии Министерства культуры Дагестана, министр культуры З.А. Бутаева отметила, что на фоне сложнейшей международной политической ситуации, информационной войны очень важно высказывать принципиальную и чёткую гражданскую позицию в поддержку курса Президента страны. Она подчеркнула, что важная задача, которая стоит перед всеми деятелями культуры, - объединять людей.

«*Культура – это про единение, про созидание, про высокие устремления человеческого духа, про ценность человеческой жизни. Наша задача поддерживать, вселять надежду и веру и вместе преодолевать трудности, строить новое мирное будущее. И эту свою миссию мы с вами будем нести достойно, не поддаваясь на провокации*», – сказала З.А. Бутаева.

О том, какую роль могут и должны играть библиотеки в эпоху fake news, разъясняет данная методичка, подготовленная по материалам вебинара кафедры библиотечно-информационной деятельности Челябинского Государственного института культуры.

****

**Что такое фейк?**

**Фейк** (*подделка*) – что-либо ложное, недостоверное, сфальсифицированное, выдаваемое за действительное, реальное, достоверное с целью ввести в заблуждение.

Информационные проявления фейка: фейковые новости (fake news); фейковые фото; фейковый аккаунт в интернете.

Таким образом, фейковая информация зачастую является средством скрытого социального влияния и воздействия (манипуляции) в условиях информационной недостаточности.

**Причины развития и распространения fake news:**

1. СМИ существенно расширяют пользовательскую аудиторию.
2. Отсутствие цензуры и механизмов редакторской проверки в ряде СМИ.
3. Высокая плотность коммуникационного потока для каждого человека, что вызывает привычку к иформационному восприятию, а не коммуникационному познанию.
4. Интенсивное развитие непрофессионального сегмента журналистики (блогерство и др.).

**Характеристики fake news:**

1. Недостоверность.
2. Умышленное искажение факта.
3. Цель: ввести реципиента в заблуждение + получение собственной выгоды.

**Мотивы формирования fake news:**

1. Увеличение пользовательской аудитории или экономические выгоды (fake как фактор экономического успеха).
2. Политические / идеологические (fake как средство влияния на сознание общества).
3. Манипуляция поведением и мироощущением отдельных социальных групп (fake как средство манипуляции).
4. Частные причины (троллинг и др.).

Информационное влияние – поведение человека, направленное на изменение или формирование когнитивной, эмоциональной и поведенческой сферы другого человека по отношению к какому-либо объекту.

Конечной целью влияния является формирование общественного мнения и последующая трансформация социальных систем (поведенческий компонент влияния) в микро- или макромасштабе.

**Последствия влияния идеологии «fake news»:**

1. Упрощение мировоззрения.
2. Дезориентация социума, утрата объединяющего начала в общественном создании (солидарности, общности, соучастия, единства действий).
3. Подмена общественных ценностей.
4. Утрата позитивного восприятия мира и отдельных чувств; их замена на чувство беспомощности, страха, недоверия.
5. Утрата системности восприятия, потеря системных причинно-следственных связей.
6. Утрата «иммунитета» к ложной информации.

**Признаки fake news:**

1. Яркие броские заголовки.
2. Содержание – сенсация;
3. Ссылки на авторитеты (СМИ, политиков, врачей и др.).
4. Эмоциональное влияние.
5. Отсутствие весомой доказательности.
6. Анонимность (идентификационная, визуальная и др.).
7. Использование различных социально-психологических механизмов (убеждение, внушение, заражение, подражание, идентификация) и манипулятивных приёмов (речевое построение сообщения, фабрикация фактов, опора на зрительные стереотипы, фрагментарность подачи, сенсационность, отвлечение внимания от важной информации, упрощение и др.).
8. Использование когнитивных искажений (ошибки мозга по неправильной интерпретации реальности).

**Меры противостояния:**

1. Юридическое регулирование.
2. ИИС (*интеллектуальная информационная система*) и искусственный интеллект.
3. Машинное экспертирование.
4. Развитие критического и аналитического мышления и информационной культуры человека.
5. Гуманитарная технология саморазвития.

****

**Библиотечное участие**

1. Библиотека как медийный актор: актуализация аналитической и экспертной деятельности библиотеки.
2. Библиотека как субъект формирования медийной культуры личности, групп и общества: развитие библиографического педагогического направления по формированию информационной культуры пользователей.

Функционирование современных общедоступных публичных библиотек в медиапространстве преимущественно связано с:

- отражением деятельности учреждения: новых событиях, проведённых мероприятих;

- раскрытием информационных ресурсов (медийная поддержка чтения).

Современная библиотека одновременно выступает как активный пользователь медиа-контента и как актор, создающий свои медийные продукты, предназначенные широкой аудитории.

**Библиотека как лидер общественного мнения**

Лидеры общественного мнения – отдельные субъекты или социальные институты, выступающие в публичном дискурсе «за позитивные эволюционные процессы во всех сферах общественной жизни».

Быть медийными лидерами – значит первыми воспринимать информацию, реагировать на интересы местного сообщества и вызовы современности, видеть информационную картину мира, быть компетентным в широком круге социальных проблем, владеть разными точками зрения на один и тот же объект, уметь отсеивать информационный шум, определять информационные манипуляции, ложь и фейк.

Основной проблемой деятельности библиотеки в медиасреде становится выбор социально значимой информации и последующее выстраивание отношений с интернет-аудиторией.

Процессы информационного лидерства:

1. Изучение и анализ информационных потребностей социума и его групп.
2. Выбор тем и форм публичной коммуникации.
3. Объективное, достоверное и беспристрастное информирование (гуманистическая миссия библиотеки).

Лидерство предполагает наличие твёрдой, аргументированной и обоснованной позиции по освещаемой проблеме, сопряжённой с интересами местного сообщества.

**Библиотека как субъект формирования медийной культуры личности**

**Медиа грамотность:**

1. Активное или пассивное восприятие и использование материалов медиа, включая их критическое восприятие и осознанную оценку, используемые ими методы и их влияние.
2. Способность читать, анализировать, оценивать и осуществлять коммуникацию с использованием разных форм медиа (например, телевидения, печати, радио, компьютеров и др.).
3. Способность расшифровать, анализировать, оценивать и осуществлять коммуникацию в разнообразных формах.

****

**Правила информационной гигиены:**

- **Первое правило** – формирование личной информационной культуры, позволяющей адекватно формулировать информационную потребность, искать и находить требуемую информацию во всей совокупности информационных ресурсов, перерабатывать её и создавать качественно новую, создавать и вести индивидуальные информационно-поисковые системы, и главное – оценивать информацию.

- **Второе правило** – стремление к максимуму информации, что обеспечивает большое разнообразие реакций и лучшую адаптацию индивида к внешней среде через информацию. Стремление к максимуму информации включает в себя: максимум полноты информации, максимум качества информации, максимум релевантности.

- **Третье правило** – соблюдение превентивных мер, защищающих от информационных манипуляций в межличностном и дистанционном общении: сокращение контактов с манипулятором, уход от захвата (уход от участия в манипулятивных мероприятиях, развивающихся по сценарию и темпу манипулятора), отсев информационного шума, отключение эмоций, создание контекста, аппеляция к истории вопроса, создание поведенческих альтернатив, опора на здравый смысл и др.

***Подготовила: Кузьмина И.А.,***

***зав. СНИКИ***

***12.04.2022 г.***