Осторожно: фейк! Почему поддельными новостями хочется делиться?

За последние несколько лет так называемые «фейковые новости» - целенаправленно и заведомо ложная информация, распространяемая в интернете, - становятся все более и более серьезной проблемой. От широкого освещения вопроса в средствах массовой информации до правительственных комитетов, созданных для его расследования, везде поддельные новости находятся на повестке дня. И, к сожалению, чаще, чем мы хотели бы, на первых полосах новостных лент.

Но как мы реагируем на дезинформацию? Новое исследование, опубликованное в журнале *Psychological Science*, предполагает, что чем чаще мы видим фейки, тем с большей вероятностью сами же и будем их распространять. Более того, поддельные новости с большей вероятностью станут вирусными, чем реальные новости. Вот это может иметь действительно тревожные последствия.

Результаты исследования показали, что информация, которую мы уже раньше встречали, воспринимается нами намного «легче». Другими словами, мы находим ее более легкой для обработки. Это, в свою очередь, наделяет эту информацию так называемым «кольцом правдивости», - пишут Даниэль Эффрон (Daniel Effron) из Лондонской бизнес-школы и Медха Радж (Medha Raj) из Университета Южной Калифорнии. Повторная информация воспринимается нами, как правда, даже если мы одновременно признаем, что это не так. А поскольку наши интуитивные предчувствия часто управляют нашими моральными суждениями, то мы можем со спокойной душой делиться часто встречающейся дезинформацией, даже если знаем, что она ложна, просто потому, что у нее есть это “чувство” истины.

Чтобы проверить свою гипотезу, команда провела исследование со 138 мужчинами и женщинами из США. Участники, у которых были свои политические пристрастия, сначала ознакомились с шестью реальными фальшивыми новостными заголовками. Половина из этих заголовков обращалась к республиканцам (например, “Ночь выборов: Хиллари была пьяна и вступила в физическую связь с Муком и Подестой”), а вторая половина к демократам (например, “Федеральный суд Пенсильвании предоставляет законные полномочия убрать Трампа после вмешательства России”).

Участникам показывали заголовки четыре раза, каждый раз оценивая, насколько они интересны, забавны или хорошо написаны. После выполнения отвлекающей задачи участникам показывали сообщение, в котором четко указывалось, что то, что они собираются увидеть, было фальшивым, и снова показывали знакомые заголовки, а также шесть, которые они еще не видели.

Затем им было предложено оценить заголовки по ряду показателей — насколько неэтично или приемлемо было бы опубликовать такой заголовок, насколько вероятно, что они понравятся или поделятся им, опубликуют отрицательный комментарий или заблокируют человека, который его опубликовал, и насколько точным, по их мнению, был заголовок.

Результаты показали, что знакомство действительно оказало влияние. Заголовки, ранее замеченные участниками, были оценены как менее неэтичные для публикации, а вероятность, что они понравятся и поделятся ими, была намного выше, чем для новых

заголовков. Участники также были менее склонны блокировать или не подписываться на людей, которые ранее размещали поддельные новости.

Вероятно, это не было связано с неуместной верой в новости: участники не оценивали ранее замеченные заголовки как более точные, чем новые. Второй эксперимент, проведенный на 800 участниках, показал, что даже одного взгляда на один и тот же заголовок было достаточно, чтобы получить сходные результаты, а третий обнаружил, что просьба участников “не торопиться” и “обдумать” свой выбор не имела большого эффекта. В заключительном эксперименте участникам сказали, что они могут поделиться заголовками с другими участниками, которые собираются принять участие в подобном исследовании, и опять же, они были более склонны активно делиться уже знакомыми заголовками.

Так как фейковые новости распространяются на каналах миллиардов людей по всему миру, то результаты исследований имеют очень важное значение. Они также могут повлиять на то, как мы сами поступаем с ложными новостями. Многие попытки остановить фейковые новости основываются на проверке фактов — попытке сообщить читателям, что то, что они видели, не соответствует действительности, и дать больше фактажа о том, что на самом деле происходит. Однако, результаты исследования говорят нам о том, что даже, если мы знаем, что новость ложная, мы все равно будем ею обмениваться. Поэтому, эту проблему придется рассмотреть с новых сторон.

На данный момент кажется очень маловероятным, что мы сможем остановить распространение ложных новостей в ближайшее время. Особенно в периоды политических потрясений. Но понимание того, как и почему мы реагируем на них именно так, а не иначе, поможет справиться с их распространением.

Оригинальная статья: Emily Reynolds - The More We See Fake News, The More Likely We Are To Share It, December 2019

Перевод: Остренко Анна Александровна
Редактор: Симонов Вячеслав Михайлович, Шипилина Елена Ивановна
Источник изображения: pixabay.com
Ключевые слова: фейк, ложные новости, фейковые новости, социальная психология, обмани меня, психология лжи

