



УДК 070.41
МРНТИ 19.01.11
DOI



Сердюк Арина Витальевна

магистрант кафедры «Международные отношения, история и востоковедение» УГНТУ. г. Уфа.
e-mail: arina031299@gmail.com



Бреслер Михаил Григорьевич

к.ф.н., доцент кафедры «Международные отношения, история и востоковедение» УГНТУ. Научный руководитель Цифровой междисциплинарной научно-исследовательской лаборатории конструирования будущего «Digital Future». г. Уфа.
e-mail: bremmaster@yandex.ru



Манойло Андрей Викторович

д.п.н., ведущий научный сотрудник отдела Европы и Америки ЦНИИ глобальных и региональных проблем Института научной информации по общественным наукам РАН, профессор кафедры российской политики МГУ им. М. В. Ломоносова. г. Москва.
e-mail: cyberhurricane@yandex.ru

ФАКТЧЕКИНГ КАК ОСНОВА МЕДИАГРАМОТНОСТИ ЦЕНТИНИАЛОВ В СТРАНАХ ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ (НА ПРИМЕРЕ КАЗАХСТАНА)

Аңдатпа. Қазақстандағы центиниалдардың медиасауаттылығын арттыру құралы ретінде фактчекингтің тиімділігін анықтау.

Процедура және әдістер.

Нәтижелер. Қазақстанда жалған ақпарат таратуды нормативтік-құқықтық реттеу тәжірибесін талдау нәтижесінде қолданыстағы заңнамалық актілер жалған жаңалықтардың көптеп шығуына сәтті тосқауыл қояды деген қорытындыға келді.

Медиа сауаттылықтың орташа деңгейі өткір әлеуметтік оқиғаларға жедел әрекет етудің болмауымен және медиа-білім беру тәжірибесінің төмен таралуымен байланысты. Елдегі фактчекинг тәжірибесі мен әдістері БАҚ пен интернет пайдаланушылар арасындағы ынтымақтастықты арттыруға және ақпаратты тексеру процесіне жастарды тартуға бағытталған.

Теориялық және/немесе практикалық маңыздылығы. Материал Орталық Азия елдеріндегі фактчекингтің мәні мен ерекшеліктерін ашады. Алынған мәліметтерді мамандандырудың белгілі бір аймағында фактчекинг бойынша оқу құралдары мен нұсқаулықтарын дайындауда пайдалануға болады.

Түйін сөздер: медиасауаттылық, медиабілім, Z буыны, фактчекинг, фейк жаңалықтар.



Abstract. Identification of the effectiveness of fact-checking as a media literacy instrument between centinals in Kazakhstan.

Methodology.

Results. The authors concluded that legislative acts of the Republic of Kazakhstan can successfully prevent the spread of numerous fake news. We associate the average level of media literacy with the lack of a quick response to acute social events and with the low prevalence of media education practices. Fact-checking practices and methods in the country aim to increase cooperation between mass-media and Internet users and to involve young people in the fact-checking process.

Research implications. The material reveals the essence and features of fact-checking in Central Asian countries. The data obtained can be used for the preparation of training manuals and manuals on fact-checking in a specific region of specialization.

Key words: media literacy, media education, generation Z, fact-checking, fake news

Аннотация. Выявление эффективности фактчекинга как средства повышения медиаграмотности центиниалов в Казахстане.

Процедура и методы.

Результаты. В результате анализа опыта нормативно-правового регулирования распространения недостоверной информации в Казахстане, был сделан вывод о том, что существующие законодательные акты успешно препятствуют появлению большого количества фейковых новостей. Средний уровень медиаграмотности связан с отсутствием быстрого реагирования на остросоциальные события и с низким распространением медиаобразовательных практик. Практики и методы фактчекинга в стране нацелены на расширение сотрудничества СМИ и пользователей Интернета и на вовлечение молодёжи в процесс проверки информации.

Теоретическая и/или практическая значимость. Материал раскрывает сущность и особенности фактчекинга в странах Центральной Азии. Полученные данные могут быть применены при составлении учебных пособий и руководств по фактчекингу в конкретном регионе специализации.

Ключевые слова: медиаграмотность, медиаобразование, поколение Z, проверка фактов, фейковые новости.

Введение

Актуальность данного исследования связана с необходимостью развития практик и методов фактчекинга для их последующей интеграции в медиаобразовательные программы. Развитие и усложнение коммуникационных связей может вести к искажению смысла передаваемой информации и появлению фейковых новостей. По мнению исследователей, понятие «фейк» трактуется неоднозначно – в нём могут быть заложены такие денотаты как «розыгрыш»



и «шуточная игра» с одной стороны, и «мошенничество», «манипулирование», «введение в заблуждение» с другой. Непременным атрибутом фейковых новостей считаются кликбейтный заголовок, анонимность источника, потенциально конфликтное содержание новости, ссылка на несуществующие авторитеты и настойчивый призыв к распространению информации. Эти маркеры являются предметом изучения для фактчекеров и специалистов по фейк-ньюс.

Представители поколения Z, также называемые цифровыми аборигенами, адаптируют нормы и правила сетевого общества для более эффективного обмена информацией. На основе своего коммуникационного опыта они создают свои определения таких общепринятых понятий как «семья», «история», «этика» и т.д. В этом контексте особенно важным кажется изучить влияние фейковых новостей на формирование мировоззрения центиниалов. Исследование, проведённое авторами в 2021 г. показало, что представители поколения Z часто сталкиваются с фейковыми новостями. Публикация спорной информации может как развеселить их, так и побудить к проверке при помощи авторитетных источников. Отмечая, что неправильно интерпретированные новости могут вызвать панику в обществе, респонденты выделяли несколько разделов, в которых чаще всего появляются фейковые новости – внешняя и внутренняя политика, экономика, здравоохранение. Несмотря на достаточно высокий, по сравнению с представителями старших поколений уровень медиаграмотности, нельзя недооценивать возможности использования фейк-ньюс как инструментов информационного воздействия в естественной для молодого поколения цифровой среде. Одной из мер повышения защиты центиниалов от негативного информационного воздействия является введение практики фактчекинга – системы проверки фактов из различных источников. Центиниалы не готовы верить непроверенной информации, более того, существенная часть стремится проверять важную для них информацию по нескольким источникам. Но восприятие информации как достоверной зависит не столько от числа, сколько от качества источников. Не претендуя на полноту описания, авторы считают нужным указать на ряд методик распространения фейк-ньюс. К таковым относятся, например, публикация недостоверной информации в источнике пользующимся доверием читателей. После вирусного распространения этой информации в социальных сетях и СМИ первоначальный материал удаляется, чтобы изданию избежать обвинений в диффамации, а многочисленные упоминания ложного факта продолжают влиять на информационное пространство. Другой распространенный приём – использование материалов цифровой дипломатии – суждений влиятельных политиков. При обилии каналов коммуникации возможно подобрать суждение, соответствующее целям и ценностям оператора фейк-ньюс. Здесь при объективном изложении достоверного факта опубликованного суждения спикера возможно полностью изменить изначальный посыл суждения



путем придания иного смысла при переводе и/или интерпретации. Также часто употребляются публикации текстов экспертов из известных аналитических структур, как отражение официальной точки зрения власти, тогда как в действительности эксперт высказал личное мнение в рамках идущей, в научном сообществе, дискуссии. Как видим для повышения сопротивления деструктивному воздействию необходимы информационные центры – пользующиеся доверием специализированные структуры, в которых концентрируется проверка существенных актуальных фактов и выявляется характер создания данного факта, авторы и интересанты, а также вырабатываются меры пресечения деструктивным силам распространяющих фейк-ньюс. В дальнейшем – центры факт-чекинга.

В этом контексте важным представляется изучение практик фактчекинга, которые не только выявляют фейки в медиапространстве, но и формируют навыки критического мышления у людей, не связанных с профессиональным или научным сообществом. Значимым шагом в области развития фактчекинга в России стало создание программы проверки фактов на базе блог-платформы «Яндекс Дзен» в партнёрстве с НИУ ВШЭ, ИА «ТАСС» и «Интерфакс», изданиями «The Bell» и «Ведомости» и некоммерческими проектами «Проверено» и FakeCheck. Возможность пользователей отправить потенциально недостоверные публикации на проверку фактчекерам позволила отфильтровать более 1 млн. нарушающих правила материалов и отладить работу сервиса во время временного ограничения рекомендательной системы в марте 2022 г. Для развития фактчекинга как инструмента медиаобразования в Казахстане необходим анализ аналогичного опыта зарубежных государств.

Методология

В данном исследовании авторы применяют информационно – коммуникационный метод (ИКМ), положительно зарекомендовавший себя в предыдущих исследованиях поколения Z [1], [2] и др. Являясь развитием структурно – функционального метода, в условиях цифровой среды, использование ИКМ позволяет выявить структуру коммуникаций при функционировании сетевых сообществ, межличностном и межгрупповом взаимодействии. Где созданная и распространяемая информация служит укреплению либо разрыву информационных связей.

Целью данного исследования является выявление эффективности фактчекинга как средства повышения медиаграмотности центиналов в Казахстане. Для достижения этой цели были поставлены следующие задачи:

- рассмотреть опыт нормативно–правового регулирования распространения недостоверной информации в Казахстане;
- проанализировать уровень медиаграмотности в стране;
- дать характеристику имеющимся практикам и методам фактчекинга.



Обзор литературы

Формирование международной репутации Казахстана неразрывно связано с публикуемыми в СМИ нарративами и их достоверностью. Главным направлением в журналистике страны считается информирование мировой общественности об актуальной политико-экономической ситуации и своевременное реагирование на запросы граждан. Считается, что насаждение чуждой культуры в современных условиях (особенно в национальных государствах, многобытность которых – их главный фактор развития) способствует утрате уникального культурного кода и самосознания граждан страны, что позволит преуспеть и без прямых военных действий. Поэтому, по мнению некоторых авторов, СМИ Казахстана чужд нейтралитет, ведь им необходимо формировать общественное мнение по общенациональным и государственным вопросам и воспитывать сознание людей в духе патриотизма. Перед государством также стоит задача нахождения баланса между защитой национальной безопасности и соблюдением конституционных прав и свобод граждан [3]. Решение задач укрепления доверия между государством и молодежью, поколения Z, в цифровой среде служит фактором стабильности и залогом развития страны [4].

Особое значение фейк-ньюс проявилось в 2020-2021 – во время пандемии COVID 19, когда распространение ложной информации приняло столь массовый характер, что процесс был обозначен специальным термином «инфодемия» [5], [6].

Распознавание и фильтрация ложной информации приобретают всё большее значение. Под ложной информацией понимают метод психологического воздействия, заключающийся в распространении сведений, представляющих собой умышленное искажение информации об объекте, его мотивах и поступках. Чаще всего она существует в форме слухов, якобы конфиденциальных данных не для общего доступа и сочетания правдивой и ложной информации с акцентом на заведомо конфликтной стороне вопроса. Появление ложной информации тесно связано с коммуникационным режимом общества. Социальный смысл коммуникационного режима заключается в создании общественного порядка и самосохранении существующей системы, но влияние на информационные потоки со стороны политического режима, законодательства, менталитета и ценностей общества вносит в потоки информации неупорядоченность. Особенно это характерно для коммуникационного режима стран Центральной Азии и, в частности, Казахстана, которому присущи, с одной стороны, низкий уровень аутопоэзиса, невозможность быстрого бесконфликтного переключения между разными режимами коммуникации, а, с другой стороны, общественное согласие и солидарность, и запрос на горизонтальные сетевые отношения с органами власти. Именно поэтому в Казахстане после прохождения двух этапов развития медиаобразования особенно актуален вопрос о медиасотрудничестве как внутри страны, так и с зарубежными партнёрами [7]. Реформы второй половины XX



века, направленные на развитие информационных технологий в стране, а также медиаобразовательные программы ЮНЕСКО и расширение числа контактов между исследователями способствовали созданию государственной программы «Информационный Казахстан», школы социально ответственной журналистики и института медиастандартов.

Трансформация глобального информационного пространства с активным участием Казахстана запустила в стране процесс конвергенции журналистики. В качестве его признаков можно назвать частичное диверсификацию формы подачи материалов, переход на работу в режиме постоянной активности и расширение функций журналиста. Трансформация медиапотребления началась в Казахстане с появлением у населения постоянного доступа в Интернет с середины 2000-х гг. Сейчас основными потребителями медиаконтента являются представители поколения Z, формирующие собственную культуру поведения в информационном обществе и оказывающие влияние на основные тренды. Одновременно они получают большое количество информации, из которой отбирается только самая релевантная на данный момент времени. Значимую роль в этом играют процессы интерактивности и сближения СМИ с целевой аудиторией. Согласно исследованию 2015 г., основным источником новостей, в том числе, из сферы политики, для центиналов остаётся телевидение, второе место занимают неформальные сетевые сообщества. Предполагается, что сейчас ведущую роль в процессе обмена информацией играют социальные сети. Актуальные новости из социально-политической сферы предпочитают обсуждать со своими друзьями, сверстниками и коллегами, что доказывает необходимость реализации практик фактчекинга в сетевом пространстве.

Изучение современных медиареалий в Казахстане показывает активное развитие сегмента медиакритики. Это принято связывать с такими факторами как соответствие мировым тенденциям развития массмедиа и СМИ, защита государственных информационных ресурсов, развитие профессионального медийного пространства и включение в учебные планы школ и университетов дисциплин, направленных на развитие критического мышления и автономизацию индивида по отношению к медиа. Стоит заметить, что информационная безопасность в Казахстане регулируется и законодательными инициативами. Так, в 2011 г. все ресурсы на домене «.kz» были переведены в собственность страны, а в 2017 г. министерство внутренних дел Казахстана рекомендовало установку сертификатов безопасности в контексте программы Cyber Shield Kazakhstan. Несмотря на то, что страна являлась одним из лидеров в сфере киберпреступности, новость о внедрении сертификатов цифровой безопасности была воспринята обществом негативно. В 2019 г. президент Казахстана Касым-Жомарт Токаев обосновал отсутствие необходимости сертификатов цифровой безопасности тем, что была «доказана безопасность информационного пространства Республики Казахстан



и возможность использования сертификата только в случаях вторжения извне». Этот факт доказывает ранее высказанную гипотезу о запросе граждан Казахстана на сетевой диалог с органами власти.

Результаты исследования

Право граждан Казахстана на доступ к достоверной информации обеспечивается республиканскими нормативно-правовыми актами. Статья 12 Конституции Республики Казахстан гарантирует соблюдение абсолютных прав и свобод человека, в том числе, свободу слова, творчества и самовыражения. Эти положения конкретизируются в статье 20, которая гласит, что каждый гражданин имеет право свободно получать и распространять информацию любыми, не запрещенными законом способами, а пропаганда деструктивных действий и подрыва национальной безопасности не допускается и преследуется по закону [8].

Более подробно государственная информационная политика и правовое регулирование деятельности СМИ раскрываются в законе Республики Казахстан № 451-І «О средствах массовой информации». Устанавливая свободу слова, получения и передачи информации, закон запрещает использовать СМИ для распространения несоответствующих действительности сведений и намеренно искажённых фактов, аргументов и мнений. Основными принципами деятельности СМИ должны быть объективность, достоверность, законность и уважение прав и свобод граждан. Седьмая глава в редакции от 28.12.17 г. устанавливает ответственность за нарушение законодательства. Она возлагается на должностные лица компетентных государственных органов, владельцев изданий, а также авторов и распространителей недостоверных сведений [9].

Виды наказания за распространение заведомо ложной информации регламентированы статьёй 274 Уголовного кодекса Республики Казахстан. Так, физические лица могут быть наказаны штрафом до одной тысячи месячных расчетных показателей, общественными работами до 400 часов либо ограничением или лишением свободы на срок до 1 года. Если преступление было совершено группой лиц или лицом, злоупотребившим своё служебное положение, а также если для распространения недостоверной информации использовались СМИ и телекоммуникации, штраф увеличивается до трёх тысяч месячных расчётных показателей, общественные работы – до 800 часов, а срок ограничения или лишения свободы – до 5 лет (до 7 лет в условиях чрезвычайного положения или боевых действий) [10]. В связи с увеличением числа фейковых публикаций в Интернете и СМИ в республике рассматривается вопрос ужесточения наказания за заведомо ложную информацию. Принимая во внимание уже имеющийся опыт урегулирования подобных ситуаций, исследователи рекомендуют разработку унифицированного руководства по проверке информации, немедленное реагирование и опровержение ложных материалов, разработку профессионального стандарта для репортёров и



внедрение практик фактчекинга за пределами профессиональной журналистской среды.

Стоит заметить, что в казахстанских СМИ отмечались такие нарушения правовых норм распространения информации как конфликтогенные высказывания, нарушение неприкосновенности частной жизни индивида, нарушение авторских прав и неправильная интерпретация фактов и мнений. Особенно ярко эти тенденции проявились в период пандемии COVID-19. Непонимание масштабов заболевания на начальном этапе вызвало информационное голодание, что, в свою очередь, привело к распространению фейков и неподтверждённой информации. По результатам опроса журналистов и руководителей печатных и электронных СМИ, наибольшее внимание уделялось новостям о позиции правительства по вопросу пандемии и сводкам о течении болезни. Источниками новостей чаще всего выступали министерство здравоохранения Казахстана и поставщики медицинских услуг [11].

Для формирования единого общественного мнения по вопросу медиаграмотности в первые месяцы пандемии был проведён открытый опрос на тему «О вопросах внедрения «медиаграмотности» в школах и ВУЗах». Согласно его результатам, 78% пользователей считают, что количество и скорость распространения фейковых новостей увеличились с развитием социальных сетей. Именно поэтому различать фейковые новости в информационном потоке необходимо всем пользователям социальных сетей. За введение уроков медиаграмотности в школах и университетах проголосовали 68% и 67% опрошенных соответственно. По мнению большинства пользователей, эффективность полученного образования будет определяться в первую очередь качественными учебными материалами, а внедрение такой дисциплины будет способствовать увеличению уровня медиаграмотности молодёжи [12].

Современное состояние медиасферы можно описать как эпоху постправды и информационного шума. Медиаграмотность в таких условиях не только помогает правильно интерпретировать новостные сообщения, но и определять достоверные источники информации. Для определения уровня медиаграмотности в Казахстане в 2019 г. было проведено исследование с участием 245 человек в возрасте 18-68 лет. Большинство из них сталкивались с недостоверной информацией, а её источником в половине случаев был сайт Nur.kz. При этом значительная часть респондентов затрудняется с определением фейковых новостей и перепроверяет информацию только в том случае, если новостное сообщение вызывает у них интерес. Это может свидетельствовать о непопулярности фактчекинговых методик за пределами профессионального сообщества и о необходимости создания доступных программ в области медиаобразования.

В Казахстане в настоящее время наблюдается средний уровень развития медиаграмотности. Это связано с тем, что с 2010-х гг. специалистов в этой



сфере готовил лишь Казахский национальный университет им. аль-Фараби. Адаптированный российский опыт и начало издания медиаобразовательной литературы способствуют улучшению ситуации в профессиональной сфере. В массовом же медиаобразовании выделяются три основных направления: обучение преподавателей университетов и педагогов школ, обучение гражданского сообщества в целом и обучение детей и молодёжи в школах и высших учебных заведениях.

Интернет-пользователи из Казахстана в большей степени по сравнению с респондентами из других стран Центральной Азии склонны к общению в мессенджерах и сервисах мгновенного обмена сообщениями. На этом фоне высок уровень медиаграмотности участников обмена информацией: в среднем от 45% до 70% опрошенных в Казахстане знакомы с такими понятиями как фейк-ньюс, информационная война, сетевая зависимость, компьютерные вирусы, плагиат и компромат. Средний индекс медиаграмотности в Казахстане равен 6,52 баллам из 12 возможных, наиболее высокие показатели при этом наблюдаются по критерию эффективности и уместности использования информации, а наиболее низкие – по критерию способности обезопасить себя от вредоносного контента. Проведённое в 2021 г. исследование показывает, что большинство представителей поколения Z, проживающих в Казахстане, проводят в сети от 2 до 5 часов в сутки. В четверти случаев время медиапотребления составляет более 5 часов. Наиболее релевантными для них новостными темами являются внешняя и внутренняя политика, образование и наука.

Эксперты из Казахстана отмечают, что медиаграмотность, расширяя права и свободы людей в сфере информации, не может существовать в отрыве от свободы слова. По словам регионального консультанта по медиаграмотности Internews Г. Асанбаевой, развитые навыки критического мышления и анализа новостных сообщений – залог доверия общества к прессе и, соответственно, к транслируемой государством повестке. Для этого практики медийно-информационной грамотности должны реализовываться на всех уровнях образования [13]. Одной из таких инициатив является центральноазиатская медиапрограмма MediaCAMP. Её основные задачи – улучшение правовой среды для СМИ и увеличение числа грамотных потребителей контента, в том числе, среди школьников и молодёжи. Данная программа реализуется с 2019 г., а в 2021 г. в её рамках было выпущено первое учебное пособие для преподавателей вузов Казахстана по медиаграмотности на казахском языке [14].

Исследователи из Казахстана выделяют 7 целей распространения заведомо ложной информации, характерных для СМИ стране: экономические манипуляции, мошенничество, распространение вирусов и вредоносных программ, накрутка интернет-трафика, провокация беспорядков, дискредитация публичной фигуры и ведение информационной войны на почве дискриминации. С целью развития



медиаобразования и повышения профессиональной компетентности журналистов в Казахстане в 2004 г. был создан международный центр журналистики MediaNet. На его базе действуют медиашкола, фактчекинговое агентство, академия обучения фактчекингу, бюро экспресс-мониторинга общественного мнения и ряд других проектов [15]. Наиболее приоритетным курсом развития является мониторинг и фильтрация фейковых новостей.

В этом направлении активно работают фактчекинговые агентства Factcheck.kz и Stopfake.kz. От создания методики проверки фактов для профессионалов из сферы СМИ данные агентства перешли к работе с более широкой аудиторией и, в частности, молодёжью центральноазиатского региона [16]. Среди главных принципов, соблюдаемых агентствами: справедливость и непредвзятость, своевременное реагирование на остросоциальную конфликтогенную повестку, стандартизированность проверки и объективность [17], [18]. Помочь сайтам в проверке достоверности публикаций может любой пользователь, при этом среди постоянных авторов и редакторов проекта Factcheck.kz есть несколько студентов и выпускников казахстанских вузов, прошедших курсы в академии обучения фактчекингу. Помимо этого, для взаимодействия с активными представителями молодёжи Центральной Азии и облегчения доступа к актуальным методикам фактчекинга было разработано игровой антифейковый проект, доступный в веб-версии и в версии приложения [19]. В перспективе все эти меры должны способствовать вовлечению представителей в процесс фактчекинга и разработке новых методических рекомендаций с учётом особенностей медиапотребления младших возрастных групп.

Заключение

Актуализация методов фактчекинга с учётом региональной специфики позволит этому инструменту стать основой для повышения уровня медиаграмотности, в том числе, среди представителей поколения Z. Существующие в стране нормативно-правовые ограничения, с одной стороны, способствуют нераспространению ложной информации, а с другой – могут ограничивать в действиях журналистов-фактчекеров. Несмотря на то, что в Казахстане отмечается средний уровень медиаграмотности населения, разработка и совершенствование методов фактчекинга позволят уменьшить уровень информационного шума в медиаполе. В этом контексте стоит выделить отдельным направлением работу с молодёжью – представителями поколения Z. Развитие медиашкол и медиаакадемий, актуализация учебных пособий и регулярный сетевой мониторинг будут способствовать вовлечению молодёжи в процесс создания благоприятной цифровой среды, что в перспективе приведёт к увеличению общего уровня информационной грамотности.



Признание подлинности данного факта, истинности данного суждения в большей степени зависит от доверия получателей информации к её отправителям. В этом отношении в настоящее время в Республике Казахстан, после проведения референдума сложилась благоприятная ситуация относительного общественного согласия. Период динамической стабильности, в который вступает Казахстан необходимо широко использовать для повышения медиаграмотности среди молодежи – поколения Z, что в свою очередь усилит критическое восприятие и стойкость по отношению к воздействию фейк-ньюс

Список источников и литературы:

1. Bresler M. Transformation of the values of Generation Z - residents of the digital society of sustainable development / M. Bresler, S. Galiullina, D. Gerasimova // E3S Web of Conferences : 1, – DOI 10.1051/e3sconf/202020809043. – EDN AIXWSF. – Yekaterinburg, 2020. – P. 09043.
2. Бреслер М. Г. Креатив центиналов как фактор коллаборации поколений в трудовом коллективе медиаиндустрии / М.Г. Бреслер, А.И. Кадырова // MEDIA Образование: медиавключенность vs медиаизоляция: Материалы VI Международной научной конференции, Челябинск, 23–25 ноября 2021 года / Под редакцией А.А. Морозовой. – EDN FWSPCM. – Челябинск: Челябинский государственный университет, 2021. – С. 435-439.
3. Hakimi L., Eynon R., Murphy V.A. The Ethics of Using Digital Trace Data in Education: A Thematic Review of the Research Landscape. <https://doi.org/10.3102/00346543211020116>. Review of Educational Research, 2021. 91(5): 671–717.
4. Stancioiu F.A., Pop N.A., Anysz R.N., Baba C.A. Patterns of Communication between Gen Z and Public Institutions in Times of Crisis: A Study Based on Relationship Marketing Principles. IBIMA Business Review. Article ID 258599, <https://doi.org/10.5171/2021.258599>. Journal of Marketing Research and Case Studies. 2021, 12 p.
5. Vasil'kova V.V., Trekin P.A. Fakes about Coronavirus: Communicational Technologies for Constructing False Messages // Дискурс. – 2021. – Т. 7. – №. 4. – С. 80.
6. W Yu., F Shen Does fact-checking habit promote COVID-19 knowledge during the pandemic? ISSN 0033-3506, <https://doi.org/10.1016/j.puhe.2021.05.005>. Evidence from China, Public Health, 2021, vol. 196, pp. 85-90.
7. Шайкенова А.Ж., Морозова Т.А. Фактчекинг – важное средство для улучшения медиаграмотности. Вестник Северо-Казахстанского Университета им. М. Козыбаева. 2019; (3 (44)):137-143.
8. Конституция Республики Казахстан // Информационно-правовая система нормативных правовых актов Республики Казахстан: [Электрон. ресурс]. - URL: <https://clck.ru/XXCF8> (дата обращения: 12.06.2022).



9. Закон Республики Казахстан от 23 июля 1999 года № 451-І «О средствах массовой информации» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 03.05.2022 г.) // Информационная система Параграф «Юрист»: [Электрон. ресурс]. - URL: <https://clck.ru/reqPm> (дата обращения: 10.06.2022).

10. Статья 274 Уголовного Кодекса РК 3 июля 2014 года № 226-V с изменениями, внесенными Законом РК от 12.07.2018 № 180-VI // Законодательство Республики Казахстан: [Электрон. ресурс]. - URL: <https://clck.ru/reqRP> (дата обращения: 10.06.2022).

11. Nurumov B., Berkenova G., Freedman E., Ibrayeva G. Informing the Public about the Dangers of a Pandemic. Early COVID-19 Coverage by News Organizations in Kazakhstan // The Central Asia Program: [website]. - URL: <https://clck.ru/reqSJ> (accessed: 09.06.2022).

12. «Мектептер мен жоғары оқу орындарында «медиа сауаттылықты» енгізу мәселелері туралы» // Ашық диалог: [Электрон. ресурс]. - URL: <https://clck.ru/reqTH> (дата обращения: 10.06.2022).

13. Как медиаграмотность способствует свободе слова? Мы спросили у шести экспертов из Казахстана, Таджикистана и Узбекистана // New Reporter: [Электрон. ресурс]. - URL: <https://clck.ru/reqUE> (дата обращения: 07.06.2022).

14. Первое учебное пособие по медиаграмотности на казахском языке презентовали в Нур-Султане // New Reporter: [Электрон. ресурс]. - URL: <https://clck.ru/rervw> (дата обращения: 07.06.2022).

15. О нас // MediaNet: [Электрон. ресурс]. - URL: <https://clck.ru/rerxM> (дата обращения: 09.06.2022).

16. Фактчек в ЦА: интервью с основателем и главным редактором factcheck.kz // MediaNet: [Электрон. ресурс]. URL <https://clck.ru/rerzL> (дата обращения: 09.06.2022).

17. О нас // Factcheck.kz: [Электрон. ресурс]. - URL: <https://clck.ru/res2a> (дата обращения: 09.06.2022).

18. О проекте // Stopfake.kz: [Электрон. ресурс]. - URL: <https://clck.ru/res3U> (дата обращения: 09.06.2022).

19. Антифейковый игровой проект разработан специально для стран Центральной Азии // Factcheck.kz: [Электрон. ресурс]. - URL: <https://clck.ru/res4g> (дата обращения: 09.06.2022).

20. Ахмадеев К.Н., Бреслер М.Г., Манойло А.В. Эффективность fake news как инструмента информационной войны в восприятии поколения Z // Вестник Московского государственного областного университета. 2021. № 3. С. 8-32.

21. Байкенжеев М.Д. Ақпараттық соғыстың психологиялық әсері // Еуразия гуманитарлық институтының хабаршысы. 2018. № 2. С. 42-48.

22. Бегалинова К.К., Грибин Н.П., Комлева В.В., Котюкова Т.В., Назаров Р.Р., Оспанова А.Н., Панов В.С., Смолик Н.Г., Тургунбаева А.С., Череменина Е.Г.



Коммуникационные режимы в странах Центральной Азии: научная дискуссия // Россия и мир: научный диалог. Декабрь 2021. № 1(2). С. 96-137.

23. Венедиктов С.В. Развитие гражданского медиаобразования в Евразийском экономическом союзе // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2017. № 1(23). С. 40-48.

24. Галкина Т.В. Нарушения правовых норм распространения информации казахстанскими СМИ // Международная научно-практическая конференция исследователей и преподавателей массовой коммуникации. Воронеж. 2021. Т. 1. С. 10-11.

25. Задорин И.В., Сапонова А.В. Сравнительный анализ индексов медиаграмотности в странах Центральной Азии // Коммуникации. Медиа. Дизайн. 2020. Т. 5. № 3. С. 63-89.

26. Кабышева З.Б. Фактчекинг и верификация информации как методы борьбы против «фейковых новостей» в отечественных СМИ // XIV Международная научная конференция студентов и молодых ученых «ҰҒЫМ ЖӘНЕ БІЛІМ - 2019». Нур-Султан. 2019. С. 5654-5659.

27. Кумар Е.А., Бактыбаев Б.С., Вайгорова Л.Р. Введение сертификата национальной безопасности в Казахстане для защиты от киберугроз и новые дискуссии в социальных сетях по этому поводу // Вестник КазНУ. Серия журналистика. 2021. Т. 61. № 3. С. 5-13.

28. Мурюкина Е.В. Опыт синтеза медиакритики и медиаобразования в Казахстане // Научные ведомости. Серия Гуманитарные науки. 2015. № 18(215). С. 210-215.

29. Негизбаева М.О. Медиаграмотность: критический анализ информации // Вестник КазНУ. Серия журналистика. 2019. № 1(51). С. 83-90.

30. Нурумов Б.А., Браун М., Ибраева Г.Ж., Мысаева К.Н. Онлайн-аудитории Центральной Азии и Казахстана: выбор и предпочтения в эпоху мультимедийных новостей // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2021. № 3. С. 54-73.

31. Рожков А.В. Медиапотребление контента мультиплатформ // Цифровая журналистика и информационная безопасность: мировой опыт и национальные стратегии (к 30-летию независимости Республики Казахстан). Алматы. 18 мая 2021. С. 52-57.

32. Сердюк А.В. Противоречия развития сетевых сообществ в условиях рекомендательной системы (на примере блог-платформы «Яндекс.Дзен») // Актуальные проблемы социального развития. Философские и социологические исследования: материалы V Всероссийской (с международным участием) научной конференции молодых ученых (15-16 апреля 2022 г.). Архангельск. 2022. С. 401-408.

33. Текенова Ә.М. Расталмаған ақпаратты құқықтық реттеу: әлемдік және отандық тәжірибе // Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің



хабаршысы. Журналистика сериясы. 2019. № 4(129). С. 14-21.

34. Федоров А.В., Левицкая А.А., Челышева И.В., Мурюкина Е.В., Сальный Р.В., Селиверстова Л.Н. Массовое медиаобразование в странах СНГ. М.: ОД «Информация для всех», 2020. 273 с.

35. Федоров А.В., Левицкая А.А. Медиаобразовательные ориентиры в странах СНГ: прогноз на будущее // Crede Experto: транспорт, общество, образование, язык. 2020. № 1. С. 118-128.

36. Әшірбаев Б.Т. Журналистиканың идеологиялық функциясы және мемлекеттік мүдде // Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің хабаршысы. Журналистика сериясы. 2020. № 2(131). С. 16-23.

37. Alefirenko N., Nurtazina M., Sarbayeva M. Multi-layered meaning formation and linguistic-cultural peculiarity of fake messages in the mass-media // Homeros. 2021. vol. 4. No. 4. pp. 191-210.

38. Bresler M.G., Galiullina S.D., Gerasimova D.I., Safina E.A. Generation Z ethical standards as a prototype of the future network being // European Proceedings of Social and Behavioural Sciences EpSBS. Krasnoyarsk. 2021. pp. 2806-2815.

39. Nikolayenko O. // Demokratizatsiya: The Journal of Post-Soviet Democratization. 2015. No. 23(3). pp. 257-276.

40. Стригуов К.С., Манойло А.В., Безвербный В.А. Фейки, вбросы, государственные перевороты и демографические войны. ISBN 978-5-9912-0902-1. – М.: Горячая линия – Телеком, 2021. – 480 с.