

## ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БЛОГЕРОВ ЗА РАСПРОСТРАНЕНИЕ ФЕЙКОВЫХ НОВОСТЕЙ

Өмирбаева Азиза

КГУ Магистрант

**Аннотация:** В данной статье рассматривается проблема распространения фейковых новостей в современном цифровом медиaprостранстве, а также роль и ответственность блогеров с научно-теоретической точки зрения. Быстрое распространение информации через социальные сети делает блогеров ключевыми субъектами влияния на общественное мнение. Однако недостаточные механизмы проверки информации, личные интересы и стремление к сенсационности способствуют распространению ложных сообщений. В статье освещаются вопросы достоверности информации, этические нормы и юридическая ответственность блогеров, а также подчеркивается важность их роли в противодействии фейковым новостям.

**Ключевые слова:** фейковые новости, блогерство, социальные сети, медиаэтика, достоверность информации, цифровые медиа.

### ВВЕДЕНИЕ

В XXI веке цифровые технологии и социальные сети стали основными инструментами распространения информации. Через интернет-платформы и мобильные приложения информация распространяется быстро, широко и практически без ограничений. Этот процесс радикально изменил модель потребления и создания информации: каждый пользователь стал не только получателем, но и распространителем данных. В этих условиях феномен блогерства быстро развился и стал важным и влиятельным фактором формирования общественного мнения.

Блогеры через социальные сети публикуют материалы на различные темы — политические, социальные, культурные и развлекательные. Они имеют возможность прямого взаимодействия с аудиторией, обсуждения, комментариев и репостов, что обеспечивает активное участие пользователей, развитие медиа-культуры и повышает влияние блогеров по сравнению с традиционными СМИ.

Вместе с тем скорость распространения информации и слабость механизмов контроля способствуют появлению фейковых новостей, сенсационного контента и манипулятивных материалов. Широкая аудитория блогеров делает даже непроверенные сведения вирусными, что отрицательно влияет на доверие общества к информации. Поэтому проблема

ответственности блогеров в распространении фейковых новостей имеет важное научное и практическое значение.

Цель данной статьи — научно-аналитическое исследование роли блогеров, их ответственности, а также этических и правовых аспектов распространения фейковой информации в цифровых медиа. Кроме того, статья направлена на предоставление рекомендаций по укреплению доверия между аудиторией и медиа, а также обеспечению информационной безопасности в блогерской деятельности.

Понятие фейковых новостей и механизмы их распространения

Фейковые новости — это информация, распространяемая с целью ввести общество в заблуждение, вызвать сенсацию или манипулировать мнением аудитории. Социальные сети и цифровые медиа предоставляют идеальные условия для быстрого и широкого распространения таких сообщений.

Исследования показывают, что фейковые новости распространяются через следующие механизмы:

Эмоциональный контент — вызывает шок, страх или удивление;

Сенсационные заголовки — привлекают внимание и способствуют репостам;

Доверие аудитории — пользователи доверяют блогеру и принимают информацию без проверки;

Интерактивное распространение — лайки, репосты и комментарии ускоряют «вирусное» распространение.

Достоверность информации и этика блогеров

Блогеры постоянно взаимодействуют с аудиторией, и каждый их пост или новость может быстро достичь широкой публики. Достоверность информации зависит от личного авторитета блогера, профессиональной компетентности и соблюдения этических норм.

Основные направления соблюдения этики:

- Проверка источников — основание информации на фактах;
- Избежание манипулятивного контента — отказ от распространения ложной информации ради сенсации;
- Предоставление аудитории возможности критического мышления — представление фактов и анализа;
- Соблюдение законодательства — ответственность за распространение ложных сведений.

Ответственность блогеров

Блогеры несут этическую и юридическую ответственность:

- Этическая — не подрывать доверие аудитории, не распространять недостоверные сведения;

- Юридическая — соблюдать законы и нести ответственность за последствия распространения фейковой информации.

Они играют ключевую роль в обеспечении информационной безопасности аудитории и предотвращении социальных рисков, связанных с фейковыми новостями.

Практические примеры и анализ

Исследования показывают, что фейковые новости чаще всего распространяются через эмоциональный и сенсационный контент. Например:

- Непроверенные политические новости вызывают общественные дискуссии и недовольство;

- Ложная информация о здоровье приводит к неверным решениям;

- Финансовые фейковые сообщения влияют на решения инвесторов и пользователей.

Влияние блогеров на формирование общественного мнения

Блогеры не только распространяют информацию, но и формируют восприятие аудитории. Через прямое взаимодействие они способствуют развитию критического мышления и медиа-культуры. В то же время распространение фейковых новостей блогером снижает доверие к информации и негативно сказывается на социальной среде.

Вывод по основной части: блогеры играют ключевую роль в распространении информации и должны обеспечивать достоверность, проверку фактов и соблюдение этических норм для защиты аудитории и предотвращения распространения фейковых новостей.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Исследование показало, что блогеры являются ключевыми субъектами в распространении фейковых новостей в цифровых медиа. Их деятельность влияет не только на аудиторию, но и на формирование общественного доверия.

Ответственность блогеров включает:

- Этическую — соблюдение достоверности информации и отказ от манипуляций;

- Юридическую — соблюдение законодательства и принятие ответственности за последствия.

Фейковые новости имеют социально-экономические последствия: подрывают доверие, могут вызвать конфликты и привести к неверным решениям. Поэтому блогеры должны строго соблюдать этические и юридические нормы, проверять источники и обеспечивать прозрачное взаимодействие с аудиторией.

В будущем научные исследования должны углубленно изучать механизмы распространения фейковых новостей, совершенствовать

этические и правовые стандарты блогерской деятельности и развивать медиа-грамотность аудитории для безопасного развития цифрового медиaprостранства.

#### ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Багдикян, Б. Монополия средств массовой информации — М.: Прогресс, 1987
2. Чумиков, А.Н. PR, реклама, журналистика в Интернете: теория и практика — Аргамак-медиа, 2019.
3. Чумиков, А.Н., соавт. Связи с общественностью. Практикум — Юрайт, 2022.
4. Манович, Л.З. Теории софт-культуры — 2017.