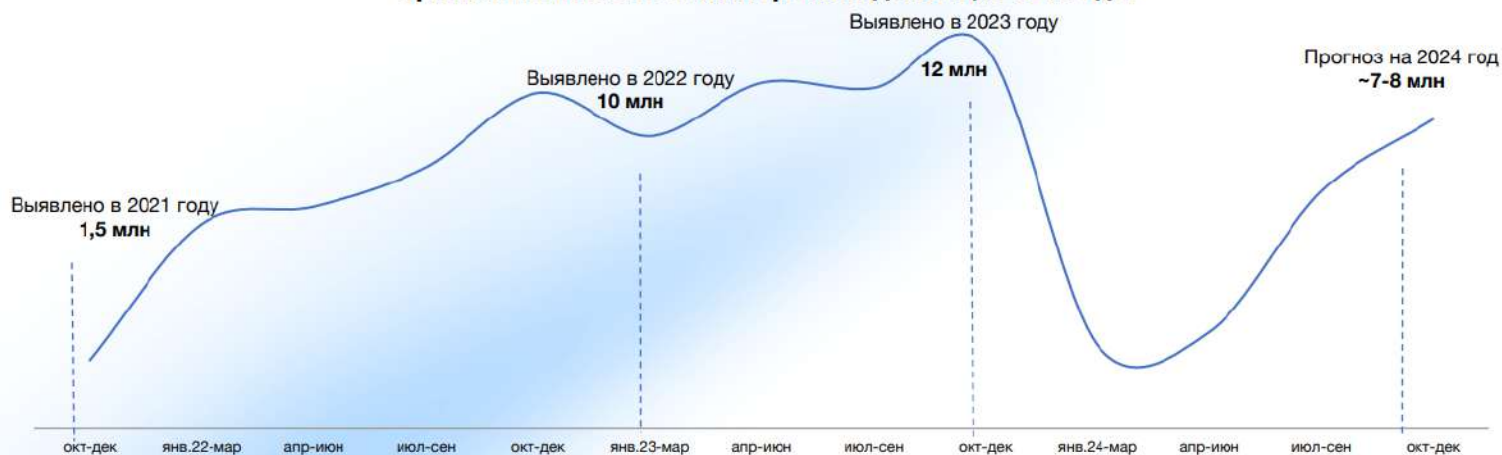


Фейков становится больше в кризисные моменты

Несмотря на прогнозы, фиксируется снижение количества фейков в 2024 г.

Прогноз количества копий фейков до конца 2024 года



ПРИЧИНЫ:

- Усталость пользователей от фейков по СВО
- Рост доли региональных кейсов
- Повышение оперативности мер противодействия
- Сокращение жизненного цикла фейка

За первое полугодие количество копий **уменьшилось на 44%** по сравнению с аналогичным периодом 2023 г., при снижении количества уникальных фейков на 3%

МЕХАНИЗМЫ ПРОВЕДЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ АТАК

Закупка таргетированной рекламы

Создание «спящих» ТГ-каналов, позиционирующихся как российские

Фейковые аккаунты российских СМИ и государственных органов

Выявление контактных данных родственников военных

Фейковые аккаунты для распространения недостоверной информации среди граждан РФ

Участие известных украинских и оппозиционных блогеров

Атаки на российские компании и органы власти:

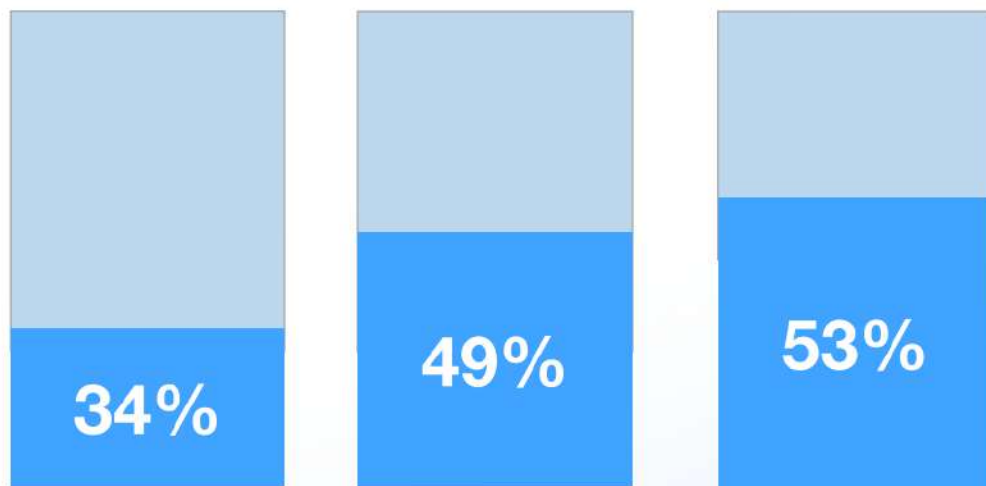
- Взлом сайтов и интернет-порталов.
- Хакерские атаки
- DDoS-атаки на сайты компаний (аптеки, интернет-площадки и тд).
- Создание фейковых сайтов (государственных ресурсов и пр.)
- Взлом баз данных.

РАСПРОСТРАНЕНИЕ ФЕЙКОВ



РОСТ КОЛИЧЕСТВА ФЕЙКОВ В РЕГИОНАХ

С 2022 года количество региональных фейков увеличилось на 19 пунктов.



Региональные фейки

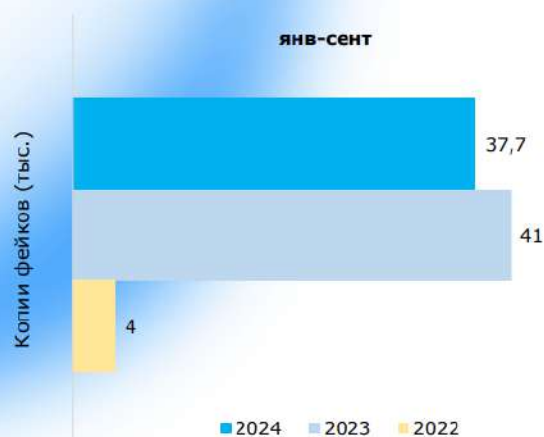
Федеральные фейки

МЕЖНАЦИОНАЛЬНАЯ РОЗНЬ

Угрозы от фейков:

- Способствуют разжиганию ненависти и вражды
- Усиливают стереотипы и предубеждения
- Способствуют созданию атмосферы страха и подозрительности
- Воздействуют на общественное мнение
- Усиливают экстремизм
- Разрушают социальную сплоченность

Фейки о межнациональных отношениях (2022-2024 гг.)



ФЕЙК – СВЕРХФАКТОР РИСКА

для ГОСУДАРСТВА И ОИВ

- Дестабилизация социально-политической ситуации (митинги, протесты, гибель людей и пр.)
- Формирование негативного имиджа лица или организации

для СМИ и МЕДИА

- Правовые последствия
- Утрата доверия пользователей
- Социальная ответственность

ЛИЧНО для ВАС

- Потеря материальных ценностей
- Смена моральных установок
- Повышение тревожности

МАРКЕРЫ ФЕЙКА

- ✓ Эмоции: фактор страха/опасности
- ✓ Лжефакты и тезисы
- ✓ Указание важности или срочности
- ✓ Ссылка на «достоверный» источник
- ✓ Утверждение достоверности
- ✓ Геопривязка
- ✓ Призыв к распространению
- ✓ Призыв к действию или бездействию
- ✓ Лингвистические конструкции «раскрытия правды» и «перекладывания ответственности»



КЛЮЧЕВЫЕ ЭТАПЫ РАБОТЫ С ФЕЙКОМ



ОЦЕНКА ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЯ

Перед началом работы по опровержению необходимо ответить на 3 пункта:

- 1** Какой у фейка охват и аудитория? Локальный канал или крупнейшее СМИ?
- 2** Хватает ли доказательств для разоблачения? Или это просто «слово против слова»?
- 3** Стоит ли трогать эту тему? Не создадите ли эффект Стрейзанд?

КОМПОНЕНТЫ ОПРОВЕРЖЕНИЯ

ЗАЯВЛЕНИЕ
ОТ АВТОРИТЕТНОГО
ИСТОЧНИКА/
СПИКЕРА

1

ИСТОЧНИКИ
И ССЫЛКИ
НА НИХ


3

ДАННЫЕ
И ФАКТЫ

2

КОМПРОМЕТИРОВАНИЕ
ПЕРВОИСТОЧНИКА

4



ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ВОПРОСАМ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ НЕДОСТОВЕРНОЙ (ФЕЙКОВОЙ) ИНФОРМАЦИИ

**ДЛЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В РАБОТЕ ПО ЗАЩИТЕ КАДРОВОГО СОСТАВА
ОТ НЕГАТИВНОГО ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ**