

As a manuscript

**Hossain Barek**

**MEDIA LITERACY AND FAKE NEWS CONSUMPTION IN  
BANGLADESH: THE MAIN TENDENCIES AND TRENDS (2012-2022)**

**Speciality 5.9.9. Media Communications and Journalism**

**ABSTRACT**

of a Thesis for a Candidate Degree  
in Philological Sciences

Moscow 2024

The work was performed at the Department of Mass Communications, Faculty of Philology, the Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Education «Peoples' Friendship University of Russia named after P. Lumumba» (RUDN)

**Scientific supervisor:** Candidate of Philological Sciences (10.01.10), Doctor of Sociological Sciences (22.00.04), Professor **Muzykant Valerii Leonidovich**, Professor of the Department of Mass Communication of the Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Education «Peoples' Friendship University of Russia named after P. Lumumba» (RUDN).

**Official opponents:** **SHESTERINA ALLA MIKHAILOVNA**, Doctor of Philological Sciences (10.01.10), Professor, Deputy Dean for Science of the Higher School (Faculty) of Television of the Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education «Moscow State University named after M.V. Lomonosov».

**SHUYSKAYA YULIA VIKTOROVNA**, Doctor of Philological Sciences (10.02.19), Professor, Head of the Department of Journalism, Media Communication and Advertising of Faculty of Journalism of the Educational Private Institution of Higher Education «Moscow University named after A.S. Griboedov».

**SHARKOV FELIX IZOSIMOVICH**, Doctor of Sociological Sciences (22.00.08), Professor, Head of the Department of Public Relations and Media Policy, Faculty of Journalism, Institute of Public Service and Management (IGSU) of the Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education «Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of Russian Federation».

The thesis presentation takes place on October 25, 2024 г. at 15-00 at the meeting of RUDN University Dissertation Council 0500.007 (Miklukho-Maklaya str., 10/2, room 730, Moscow, 117198).

The thesis can be found at the RUDN Scientific library (Miklukho-Maklaya str., 6, Moscow, 117198).

The announcement of the defense and the abstract of the dissertation are posted on the websites: <https://www.rudn.ru/science/dissovet> и <https://vak.minobrnauki.gov.ru>

The thesis abstract was sent on \_\_\_\_\_ 2024 г.

Scientific secretary  
Of the Dissertation Council 0500.007,  
Candidate of Philological Sciences

N.Ye. Rastorgueva

## 1. GENERAL DESCRIPTION OF DISSERTATION

**The relevance of the study.** Technological developments have brought innovation and transformation in various areas of the global world. Media platforms have also been subject to innovative transformations. New rules for working with content have begun to emerge in the traditional journalistic approach. Now almost everyone has the opportunity to create and distribute information. Social media has become the most effective tool to achieve this goal. The audience can also quickly receive various news and share opinions through social networks. However, this speed only sometimes plays a positive role in a society with low levels of media literacy, where there is an equally rapid spread of manipulative and fake news. Developing countries like Bangladesh continue to have low overall literacy rates. For this reason, fake news is considered one of the biggest threats creating political and social tension in the country. Digital media literacy involves "learning," where technical knowledge, critical understanding, production and interaction skills, and civic engagement are the four hierarchically structured components of this literacy.

According to the UK Parliament's Digital, Culture, Media and Sport Committee, fake news directly threatens politics and democracy because it misleads audiences<sup>1</sup>. At the same time, Russian scientists have long come to understand that increasing media literacy<sup>2</sup> among new media users could help reduce the share of fake news on the Internet and on various digital platforms. Media literacy, as the ability to receive, analyse, evaluate and transmit messages in different forms, allows a trained person not only to freely use various types of media, but - and this is important - to critically evaluate the messages received and disseminated, to be aware of the possible consequences of their actions. The ability to evaluate the reliability of the content received is a key condition for media literacy, along with the ability to creatively use different forms of media, countering fakes and disinformation. UNESCO coined the term "functional literacy" in 1956 to describe the relationship between literacy and employment and economic growth. The Prague Declaration of 2003 emphasized the importance of information literacy as a prerequisite for successful participation in the information society and as a factor in social, cultural, and economic development. The ability to evaluate the credibility of the content received is a key condition of media literacy, along with the ability to creatively use different forms of media, countering fake news and disinformation. To further promote media literacy and provide resources for teachers, the National Association for Media Literacy Education (NAMLE) was created in 1996. Critical concepts for specific types of literacies included information literacy, media literacy,

---

<sup>1</sup> Arman Z.R. (2019), SPOT Test: A unified model to spot fake news. Gateway Journalism Review. <https://gatewayjr.org/spot-test-a-unified-model-to-spot-fake-news/>. (Accessed 11.05.2023).

<sup>2</sup> Федоров А.В. Медиаобразование и медиаграмотность: учебное пособие для вузов. Москва, Директ-Медиа, 2013. 342 с.

computer literacy, and digital literacy. Founded in 2002, the Bangladesh Center for the Development of Journalism and Communication (BCDJC) has quickly become one of the leading groups promoting media literacy across the country. Media literacy has become an important condition for overcoming the digital divide in the Russian Federation as well, and the State Duma adopted a law introducing penalties for the dissemination of knowingly false information<sup>3</sup>.

A survey of Americans conducted by Pew Research before the start of the infodemic caused by COVID-19 showed that before the era of the rise of fake news, about 65% of US citizens believed that fake news confused them about the real state of things<sup>4</sup>. The massive spread of fake news leads to unexpected social losses: financial losses, spreading fear and increasing racism, and manipulating the outcome of political events. On the other hand, true and false information have walked side by side since the very beginning of human civilization. In this process, some people have chosen the truth, while the others have deliberately spread misleading information for their own selfish purposes.

If in ancient times, when people were accustomed to living in clustered villages, information, real or fake, was limited by geographical boundaries, over time technology has removed these restrictions. The world is now replete with internet-connected mobile phones that are closely linked to social media. Although there are many sources of information, the public has found itself inspired by the incredible power of social media that has become popular with the development of the Internet. Human participation in formal and informal activities controlled by artificial intelligence has increased enormously.

Local issues are posted on social media and causes reach global awareness. During the COVID-19 communications crisis and the resulting wave of fake news, disinformation and fabricated news, they spread on social networks, where every third Bangladeshi was present, instantly<sup>5</sup>. Twitter<sup>6</sup>, as the largest social network, followed by Facebook<sup>7</sup>, YouTube, WhatsApp, Instagram<sup>8</sup> have become the most frequently used media platforms spreading misleading information. Note that some social media owners, including Google and Facebook<sup>9</sup>, have taken a number of initiatives to overcome this problem. However, the spread of misleading information through these media continues.

---

<sup>3</sup> Госдума приняла закон о фейках про действия военнослужащих.  
<https://www.e1.ru/text/politics/2022/03/04/70486820/>

<sup>4</sup> Pew research survey, 15.12.2016. <https://www.pewresearch.org/journalism/2016/12/15/many-americans-believe-fake-news-is-sowing-confusion/>. (Accessed 12.05.2023).

<sup>5</sup> Digital 2022: Bangladesh. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-bangladesh>

<sup>6</sup> Twitter is an organization whose activities are prohibited on the territory of the Russian Federation on the grounds of carrying out extremist activities.

<sup>7</sup> Facebook is an organization whose activities are prohibited on the territory of the Russian Federation on the grounds of carrying out extremist activities.

<sup>8</sup> Instagram is an organization whose activities are prohibited on the territory of the Russian Federation on the grounds of carrying out extremist activities.

<sup>9</sup> Facebook is an organization whose activities are prohibited on the territory of the Russian Federation on the grounds of carrying out extremist activities.

Taking advantage of digital platforms, some media outlets exchange rumors in order to place advertisements in exchange for user likes and generate income from Google and other platforms. Under these circumstances, the World Health Organization (WHO) has declared the spread of misinformation an "infodemic". The Infodemic COVID-19 Observatory, based on a 200 million Twitter<sup>10</sup> database from January 21 to May 7, 2020, noted that almost half of the messages were transmitted through robots during this period<sup>11</sup>. However, the issue of Social Media vs. Mass Media is still highly controversial. It is obvious that social networks have become a powerful and significant platform in many countries around the world, since, according to them, it is an alternative structure for the systematic processing of information alternative to traditional media.

The Government of Bangladesh has been implementing the "Digital Bangladesh Program" since 2009 under the slogan "Vision 2021". As part of this program, the Government of Bangladesh has taken a number of initiatives on issues such as e-governance, e-commerce, e-banking and promotion of signal delivery capabilities of mobile networks. In the country, a larger portion of the population has gained access to mobile phones and the Internet compared to the recent past. Thus, with the development of Web 2.0, social networks have become an important tool and network for creating virtual communities in the XXI century.

According to the Digital 2020 - Global Digital Overview report, Facebook<sup>12</sup> has become the most popular social network with 2.4 billion users worldwide<sup>13</sup>. Bangladesh is currently placed 128th in the world for literacy, with 72.8 % of citizens aged 15 and up being literate, as opposed to the global average of 86 %. According to the most recent statistics, 44% and 24% of Bangladesh's population aged 15 to 24 respectfully still need secondary education. In these circumstances, media literacy information must be spread throughout all social classes in a nation like Bangladesh. Facebook<sup>14</sup> maintains its leadership position in Bangladesh too, with almost 54 million active users in 2023. In addition to using social media as a means of communication, residents of the region also use it as a platform for learning news, accessing entertainment and receiving educational services.

Although this platform has made a significant contribution in making the voices of the marginalized sections of society heard, it has unfortunately led to

---

<sup>10</sup> Twitter is an organization whose activities are prohibited on the territory of the Russian Federation on the grounds of carrying out extremist activities.

<sup>11</sup> Muzykant V.L., Muqsith M.A., Pratomo R.R., Barabash V. (2021). "Fake News on COVID-19 in Indonesia". In: Berube D.M. (eds) *Pandemic Communication and Resilience. Risk, Systems and Decisions*. [Online]. Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-77344-1\\_22](https://doi.org/10.1007/978-3-030-77344-1_22).

<sup>12</sup> Facebook is an organization whose activities are prohibited on the territory of the Russian Federation on the grounds of carrying out extremist activities.

<sup>13</sup> Kamp S. (2020). *Digital 2020: Global Digital Overview - DataReportal - Global Digital Insights*. DataReportal. Web link: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview>.

<sup>14</sup> Facebook is an organization whose activities are prohibited on the territory of the Russian Federation on the grounds of carrying out extremist activities.

some serious social and communal conflicts in Bangladesh<sup>15</sup>. For example, the country has witnessed a series of violent clashes and numerous events of a destructive nature, such as the Ramu riots in 2012, the false rumors about Sayeedi in 2013 and the Nasirnagar incident in 2016 and others, which, after the spread of fake news on Facebook<sup>16</sup>, led to the deaths of residents in Bangladesh. It was for this reason that the state introduced restrictions for Internet users in order to avoid more chaos. At the same time, the volume of misinformation like about COVID-19 has rapidly worsened the situation of countries in the world, making it difficult to control the rapid spread of the coronavirus, which has caused a crisis in the universal healthcare system.

Fake news easily disseminated when the population has a low level of media literacy, can include both harmless false information and malicious fakes spread in personal or corporate interests rather than in the public interest<sup>17</sup>.

Media literacy itself, as the ability to receive, analyze, evaluate and transmit messages in various forms, has been developing since the 1930s, but reached popularity in the 1960s and 70s. The Bangladesh Center for the Development of Journalism and Communication (BCDJC) has been sponsoring media literacy initiatives in Bangladesh since 2002, promoting the demand for media literacy. Of course, government and non-government agencies still need to take further action to increase public awareness regarding the authenticity of the news being disseminated and to develop professional skills for information specialists. Despite limitations such as inadequate infrastructure, lack of resources and politicization of the media landscape, media literacy is considered vital to the development of Bangladeshi democracy and the functioning of an independent media. The study period includes the period 2012-2022. All this determines the relevance of this work.

**The degree of scientific development of the research problem.** The degree of scientific development of a topic includes the work of scientists on various aspects of the problems being studied. Russian and foreign researchers periodically address the problem of media literacy and the phenomenon of fake news as a formation that has become a serious problem in the Internet era. The work is based on documents, books and periodicals exploring the concept of fake news (disinformation, misleading information, unreliable information). The study is based on monographs, various books and periodicals, which examine the concepts of media literacy in the context of the spread of fake news. The research is based on the works of: Gues A. M., Lockett D., Lyons B.,

---

<sup>15</sup> Rafe R. (2019). Bangladesh: Fake news on Facebook fuels communal violence. DW.com. Web link: <https://www.dw.com/en/bangladesh-fake-news-on-facebook-fuels-communal-violence/a-51083787>

<sup>16</sup> Facebook is an organization whose activities are prohibited on the territory of the Russian Federation on the grounds of carrying out extremist activities.

<sup>17</sup> Wardle C., and Derakhshan D. H. (2017). Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making," the Council of Europe, Strasbourg Cedex.

Montgomery J. M., Nyhan B., Reifler J.<sup>18</sup>, Rochlin N.<sup>19</sup>, Sundar S. S., Molina M. D., Cho E.<sup>20</sup>, Beauvais C.<sup>21</sup>, Lazer D.M.<sup>22</sup>, Jack S.<sup>23</sup>, Thandoc E.C.<sup>24</sup> and others.

The work is also based on various studies on fake news within the framework of social network theory, media literacy, modern journalism, etc. When developing the research formulation, the author analyzed English, Russian-language and Bangladeshi literature on countering fake news: McDougall J., and Rega I.<sup>25</sup>, Kachkaeva A., Kolchina A., Shomova S., and Yarovaya E.<sup>26</sup>, Atikuzzaman M., and Ahmed S. M. Z.<sup>27</sup> and others.

Finally, Islam J. & Khan M. J.<sup>28</sup>, Muniruzzaman A. N. M.<sup>29</sup>, and Muzykant V. L., Hossain B., Muqsith M. A., and Fatima M. J.<sup>30</sup> said that to combat misinformation, rumors, fake news, and tabloid journalism in developing nations like Bangladesh, where literacy rates are still low, it is imperative to increase media literacy levels. In this regard, governments and non-governmental groups should work collaboratively to fix the deficiencies in this process. The problems of media literacy as a means of countering fakes - which is important for our research - are in the focus of a number of Russian scientists as: Вартанова

---

<sup>18</sup> Guess A. M., Lockett D., Lyons B., Montgomery J. M., Nyhan B., & Reifler J. (2020). "Fake news" may have limited effects on political participation beyond increasing beliefs in false claims. *Harvard Kennedy School Misinformation Review*. <https://doi.org/10.37016/mr-2020-004>

<sup>19</sup> Rochlin N. (2017). Fake news: Belief in post-truth. *Library Hi Tech*, 35(3), 386–392. <https://doi.org/10.1108/LHT-03-2017-0062S>

<sup>20</sup> Sundar S. S., Molina M. D., & Cho E. (2021). Seeing Is Believing: Is Video Modality More Powerful in Spreading Fake News via Online Messaging Apps? *Journal of Computer-Mediated Communication*, 26(6), 301–319. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmab010>

<sup>21</sup> Beauvais C. (2022). Fake news: Why do we believe it? *Joint Bone Spine*, 89(4), 105371. <https://doi.org/10.1016/j.jbspin.2022.105371>

<sup>22</sup> Lazer D. M. J. (2018). "The Science of Fake news," in *Science*, pp. 1094-1096. <https://doi.org/10.1126/science.aao2998>

<sup>23</sup> Jack C. (2017). "Lexicon of lies: Terms for Problematic Information," *Data & Society Logo*.

<sup>24</sup> Tandoc E.C., Lim Z.W., & Ling R. (2018). Defining 'Fake news' A Typology of Scholarly Definitions. *Digital Journalism*, vol. 6, no. 2, pp. 137-153.

<sup>25</sup> McDougall J., & Rega I. (2022). Beyond Solutionism: Differently Motivating Media Literacy. *Media and Communication*, 10(4). <https://doi.org/10.17645/mac.v10i4.5715>

<sup>26</sup> Kachkaeva A., Kolchina, A., Shomova, S., & Yarovaya, E. (2020). 'Trust, but verify': Problems of formation of media literacy and critical thinking of Russian students. *Media Practice and Education*, 21(3), 200–211. <https://doi.org/10.1080/25741136.2020.1752569>

<sup>27</sup> Atikuzzaman M., & Ahmed, S. M. Z. (2023). Information Literacy Self-Efficacy Scale: Validating the translated version of the scale for use among Bangla-speaking population. *The Journal of Academic Librarianship*, 49(1), 102623. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2022.102623>

<sup>28</sup> ইসলাম জে. & খান এম. জে. (2023), নির্বাচনকে কেন্দ্র করে বাড়ছে অপতথ্য ছড়ানো. ডেইলি স্টার বাংলা. <https://bangla.thedailystar.net/news/bangladesh/politics/news-532076>

<sup>29</sup> মুনিরুজ্জামান আ. ন. ম. (2023), আগামী নির্বাচনে অপতথ্য ব্যবহারের ঝুঁকি বাড়ছে. প্রথম আলো. <https://www.prothomalo.com/opinion/column/zt0fmz4mho>

<sup>30</sup> Muzykant V. L., Hossain, B., Muqsith, M. A., & Fatima, M. J. (2022). Media Literacy and Fake News: Bangladesh Perspective. *Jurnal Cita Hukum*, 10(2), 223–238. <https://doi.org/10.15408/jch.v10i2.25921>

Е.Л.<sup>31</sup>, Ильченко С.Н.<sup>32</sup>, Крылова Е.Н.<sup>33</sup>, Манойло А.В., Петренко А.И., Фролов Д. Б.<sup>34</sup>, Рева Е.К., Межина В.А.<sup>35</sup>, Федоров А.В.<sup>36</sup>, Шестерина А. М.<sup>37</sup> and others.

**The object of the study** is the state of media literacy of the population as a knowledge system that counters the consumption of fake news in Bangladesh.

**The subject of the study** is the relationship between the level of media literacy and the consumption of false information, shaping the news ecosystem, which has a destructive impact on media users in Bangladesh.

**The purpose of the study** is, based on an analysis of existing concepts of media literacy, to identify emerging tendencies and existing trends in the spread of fakes in order to develop general recommendations for countering false information in Bangladesh.

To achieve this goal, these **main tasks** were formulated:

- To study the prerequisites for the emergence and functioning of fake news in the media system of Bangladesh.

- Analyze the features of the process of digitalization of national media after the country gained independence.

- Based on modern practices of traditional and new media, explore the digital media environment and the characteristics of the socio-demographic structure of media content consumers in Bangladesh.

- Determine the relationship between digitalization processes, the development of national journalism and the level of media literacy as a system countering fake news in Bangladesh.

- Conduct an analysis of the interaction between general literacy and media literacy in the context of the development of information and computer technologies (ICT) and the related concept of «Information disorder».

- Develop evaluation criteria and principles for mediometric measurements of the influence of media literacy on countering fakes.

---

<sup>31</sup> Варганова Е.Л., Вихрова О.Ю., Самородова Э.В. Медиаграмотность как условие преодоления цифрового неравенства в Российской Федерации. Электронный научный журнал. Медиаскоп. 2021. № 1. [Http://mediascope.ru/2679](http://mediascope.ru/2679)

<sup>32</sup> Ильченко С.Н. Фейк как антиисточник информации: риск для профессиональных стандартов журналистики. // Гуманитарный вектор. 2018. Т. 5. № 13. - С. 70-76.

<sup>33</sup> Крылова Е.Н. Фейковые новости на страницах столичных периодических изданий начала XX в. (на примере статей о полиции в газете «Новое время») // Historia provinciae - Журнал Региональной Истории. 2020. Т. 3. - №4. - С. 765-798.

<sup>34</sup> Манойло А. В., Петренко А. И., Фролов Д. Б. Государственная информационная политика в условиях информационно-психологической войны. М.: Горячая линия-Телеком, 2021. - С. 25

<sup>35</sup> Рева Е.К., Межина В.А. Особенности предоставления контента на YouTube об экстремальных ситуациях: жанры и форматы // Гуманитарный Вектор. 2020. Т. 5. № 15. - С. 110-115.

<sup>36</sup> Федоров А.В. Медиаобразование и медиаграмотность: учебное пособие для вузов. Москва, Директ-Медиа, 2013. 342 с.

<sup>37</sup> Шестерина А.М. Особенности репрезентации фейковой информации в аудиовизуальном медиаконтенте // Вестник НГУ. Серия: История, филология. - 2021. - № 6. - С. 237-246. [Http://vestnik.nsu.ru/historyphilology](http://vestnik.nsu.ru/historyphilology).

- To specify the parameters of the influence of the patriarchal culture of the country on the level of media literacy, to formulate recommendations for the implementation of a training system for verifying facts on the country's popular media platforms.

**Research hypotheses.** The research hypothesis is that a high level of media literacy can significantly counter the emergence and spread of fake news with timely diagnosis of disseminated false information as a threat to information security, while government cooperation with professional journalistic communities can contribute to the development of digital literacy programs for the population as part of achieving the sustainable development goals of Bangladesh.

**Scientific novelty.** The scientific novelty of the dissertation lies in the fact that for the first time in the work:

the causes of occurrence, features of functioning, the distribution channels used, as well as the results of the impact of fakes on media users in Bangladesh were comprehensively reviewed and assessed;

based on a wide range of sources and taking into account expert assessments, key parameters of the relationship between the state of media literacy and the public's trust in false information published on social networks have been identified;

the linguistic and stylistic characteristics of sites and media platforms disseminating fake news in the political, economic and social spheres of Bangladesh are analysed;

a cause-and-effect relationship has been identified between a low level of media literacy and the relatively free spread of fakes, leading to destructive consequences for Bangladeshi society;

developed criteria to evaluate the effectiveness of fact verification programs using an analytical process method to predict the cognitive, emotional and behavioural reactions of Bangladeshi media users;

the basics of mediometric modelling of media literacy training programs implemented jointly with the government and the professional journalistic community are proposed as a new way of managing public trust in the era of digitalization;

presented a unique perspective on identifying fake news as a serious threat to the information security of the poorest countries in the world, which are solving the problems of sustainable development of statehood.

The research uses materials and original sources in Russian, English and Bengali, many of which are being introduced into scientific circulation for the first time.

**Theoretical and methodological basis.** The dissertation is based on general scientific empirical and theoretical research methods. Quantitative methods of sociological research allow us to obtain basic empirical information about the penetration of fake news into various strata of society, identify the

attitude of respondents to the problem under study, qualitative methods explore the deep motives of experts from 8 leading universities and the largest media organizations in the country to obtain a professional opinion about the level of media literacy in the country and the problem of countering fakes. To define the concepts of media literacy and fake news, to find the close connection between them in a broad perspective, deductive and inductive methods and statistical analysis are used. Linguistic stylistic analysis is used to study the content of fake materials. Typological analysis is used to classify different fake news stories and study their functional characteristics. The theoretical and methodological framework allows us to systematize existing theoretical developments in the field of digital media literacy to solve the problem of whether a high level of media literacy can reduce the rate of spread of false news among consumers of media content. Statistical analysis methods are used to study the socio-demographic characteristics of the target audience, channels and areas of dissemination of fake information, to study emerging trends and established trends that most influence the effectiveness of the media literacy system that counters fakes.

**The empirical object** was 2000 materials from the largest media platforms and international social networks Twitter<sup>38</sup>, Facebook<sup>39</sup>, Instagram<sup>40</sup>, YouTube, WhatsApp. Quantitative and qualitative research methods were used by the researcher to identify emerging trends and ongoing trends in the media consumption of Bangladeshis. A total of 1248 daily newspapers, almost 100 news websites, broadcasts from 28 FM radio stations, 45 commercial television networks and 32 local radio stations were analyzed, of which the Bangladeshi online portals MTNews24, BD24 Report, Daily Ekattor, Daily Sambad were the focus. TV Channels: Time TV 2022 (spreading seven fake news reports in 2022), Daily Jugantor with 5 false reports; Jago News, Channel 24 TV, Hamar Samay, and Bangla News 24 (with 4 fakes each), Aaj Tak, Channel I, RTV, and Ekushey TV in 2022 (3 fakes), Kaler Kantho, Prothom Alo, Samakal, Ittefaq, Daily Campus, Bangladesh Today, Samay Alo, Samay Kanswar, Sarabangla, Business Standard, Dhaka Post, Banglavisision, NTV, Jamuna TV and DBC News (2 fakes), Bangla Tribune, Daily Star, Bangladesh Journal, News Bangla 24, Desh Rupantar, Ekattor TV, Dhaka Tribune, Bangladesh Pratidin, Bhorer Kagaj, Dhaka Times, Manabkantha, Janakantha, Purba Paschim Bidi, Jumbangla and Bangla Insider each published fake news. 300 materials from leading national centers fighting fake content were studied - BD Fact Check ([www.bdfactcheck.com](http://www.bdfactcheck.com)), Boom Bangladesh ([www.boombd.com](http://www.boombd.com)) Factkhuji ([www.factkhuji.org](http://www.factkhuji.org)), Rumor Scanner ([www.rumorscanner.com](http://www.rumorscanner.com)), Jachai -

---

<sup>38</sup> Twitter is an organization whose activities are prohibited on the territory of the Russian Federation on the grounds of carrying out extremist activities.

<sup>39</sup> Facebook is an organization whose activities are prohibited on the territory of the Russian Federation on the grounds of carrying out extremist activities.

<sup>40</sup> Instagram is an organization whose activities are prohibited on the territory of the Russian Federation on the grounds of carrying out extremist activities.

Verification ([www.jachai.org](http://www.jachai.org)), and Fact Watch ([www.fact-watch.org](http://www.fact-watch.org)). The 100 most typical fake news stories for the period 2012-2022 were selected and analyzed, including 11 that led to the largest communal clashes and human casualties. In addition, a questionnaire was developed and distributed among 500 respondents to identify the level of media literacy, frequency of occurrence, form and content of fakes, and channels of their distribution. 441 respondents responded to the questionnaire (211 men or 47.8% of the total number of respondents and 230 women (52.2%), of which 311 were aged 17-22 years (70.5%), 124 were aged 23-28 years (28.1%), 6 aged 28-33 years (1.4%) from 8 leading Bangladeshi universities, representing all regions of the country. University of Dhaka 92 respondents (20.8%), University of Chittagong - 80 (18.1%), University of Rajshahi - 75 (17%), University of Barisal - 61 (13.8%), University of Khulna - 41 (9.3%), Shahjalal University of Science and Technology - 28 (9.3%), Jatiya Kabi Kazi Nazrul Islamic University - 28 (6.3%), Rangpur University - 36 (8.2%). 258 people received education at the college level (58.5% of the total number of respondents), completed a bachelor's degree (175 people or 39.7%), and eight people (1.8%) had a master's degree. The data obtained helped to identify the frequency and degree of penetration of fakes into the segments we studied and made it possible to determine the attitude of respondents towards fake news. Also, in April - May 2022, a series of in-depth interviews were conducted as an important part of qualitative sociological research, which made it possible to identify the motives for media consumption of fakes with the Director General of the Press Institute of Bangladesh - Press Institute Bangladesh-PIB, the Director of the Bangladesh News Agency - Bangladesh Sangbad Sangstha (BSS); editors-in-chief and managers of the Independent Television company, TheReport.live portal, the national publication Daily Anandabazar, news verification specialist of the Daily Ajker Patrika newspaper.

#### **Provisions for the Defense**

- The modern media landscape of Bangladesh is implicit in the practice of creating and disseminating fake news, as a legacy of the recent colonial past.
- Current scientific research in the field of media literacy of media consumption confirms that the transition of national media to the digital plane requires new training programs that take into account national traditions and mentality to verify published information in the context of Bangladesh's search for its digital identity and minimizing possible reputational risks.
- But against the backdrop of extremely low overall literacy, fake news channels, which have reached half of the country's population, are having a destructive impact on a modern Bangladeshi society, especially the younger generation.
- Users with a high level of media literacy have a level of trust that allows them to refute existing rumours about the low correlation between the level of

media literacy and trust in fake news. It is education that concentrates the value guidelines that form educational media platforms for highly intellectual communication as a criterion for intercommunity communication in Bangladesh

- The high annual growth rate of the spread of fake news on media platforms in Bangladesh can, in the absence of proper control from the professional community, turn in the near decade into an uncontested source of information for users in virtual echo chambers.

- In the context of new media, the impact on users of social networks has already led to changes not only in media consumption habits, but also in lifestyles in rural areas of the country with 60% of population, destroying a traditional way of life, as well as establishing new ideas about social justice.

- The manipulative use of linguistic and stylistic techniques can create new semantic meanings with negative connotations and reputational risks for the majority of Internet and social media users in a country with a low level of general literacy.

- Mediametric measurements in the format of quantitative and qualitative sociological research allow us to identify key parameters and formulate common principles of media literacy that allow us to verify the authenticity of modern news, minimizing the possible damage from fakes.

- Considering that users with low levels of media literacy are more likely to accept and share false information, focus on the student community that is most open to implementing new educational programs to test the level of media education in Bangladesh to determine the conversion rate of media literacy into the ability to recognize and prevent the spread of fake news allows get relevant data.

- Media literacy, as an essential skill in the social, cultural and economic development of civilization, is a prerequisite for the citizens of Bangladesh to successfully participate in the formation of an information society based on making informed decisions in the conduct of public discourse and the ability to navigate the complex media landscape of the country.

**The theoretical significance** of the work lies in the fact that, together with the clarification of the theory of “Information disorder”, the relationship between the processes of digitalization and the development of national journalism is projected onto the level of modern media literacy, which opposes fake news, an analytical review of scientific research into the media environment and the socio-demographic structure of consumers of media content in Bangladesh, and then, based on an analysis of the existing theoretical framework of general literacy programs, the characteristics and evaluation criteria of its interaction with media education in the context of the development of information and computer technologies (ICT) are summarized, which makes it possible to clarify the theory

of media literacy. The features of the process of digitalization of national media after the country gained independence are analyzed in the context of the development of modern media platforms using evaluation criteria and mediometric measurements of the influence of media literacy on countering fakes. The approach used ensures the theoretical and methodological reliability of the dissertation research and its significant contribution to solving an important scientific problem related to countering the emergence and spread of fake news based on timely diagnosis of false information on social networks. Research in this area makes it possible, by specifying the parameters of the influence of the country's culture on the level of media literacy, to reach the formation of a unified fact-checking system, formulating recommendations for the introduction of a training system for verifying facts on popular media platforms to preserve the national authenticity of Bangladesh and minimize the image losses of the state in the era of digitalization, which can form the basis for the development of new research directions on media literacy in online journalism, digital communications and new media technologies.

**The practical significance** is determined by the complexity of the study, which revealed the need to improve the quality of media literacy programs to effectively counter fake news. The developed methodology for mediometric modelling of media literacy training programs implemented jointly with the government and the professional journalistic community, as a new way of managing public trust in the era of digitalization, allows us to formulate a list of problems associated with the influence of the country's patriarchal culture on the level of media literacy, as well as present appropriate substantiated proposals for eliminating them. The findings of this research work are of interest to experts in the field of media education, communicology, media linguistics, communication strategies, as well as for employees of government agencies and government organizations interested in countering the spread of fake news, for experts studying the impact of fake news on digital media in times of crisis, their influence on journalistic practice, the process of digital communication and the behavior of new media users. The research materials can be used in the educational process to train student journalists, develop educational programs on news and digital literacy to protect countries from the spread of fake news and destructive propaganda. The developed practical recommendations can also be useful to journalists, philologists, political scientists, sociologists and representatives of other relevant humanities disciplines.

**The dissertation author's independent contribution** is to enrich the limited methodological horizon of research into the problem of fake news as a phenomenon that received new impetus in the post-COVID period, which accelerated the pace of the creation of virtual communities. The author's approach deserves the status of novelty, considering Bangladeshi users as a subject capable of interpreting their choice in favor of fake news in the presence

of a low level of media literacy, which indicates the relationship of the level of media literacy in Bangladesh as a significant factor influencing people's views and actions related to consumption news. Media literate people are more likely to critically analyze information, spot fake news, and make informed decisions about news sources. Users with low literacy levels are both recipients and distributors of false information. Besides it:

- The concept of "Information disorder" on the emergence and spread of false news has been analysed and significantly expanded, and the features of their functioning in the context of the concept of media literacy have been identified.

- A significant level of media literacy allows to verify information received by double-checking material before cross-referencing and considering alternative points of view, while users with low levels of literacy are more likely to be recipients and spreaders of false information.

- The position put forward by the author of the study that virtual communities actively integrate media into their daily lives made it possible to successfully test and confirm the relevance of the concept of "Information disorder" for Bangladeshi users of social networks.

- Research carried out by the author showed that the Bangladeshi audience consumes fake news daily through major digital distribution channels significantly more than through traditional media.

- Considering the direct relationship between media consumption and the volume of false information received, increasing the level of media literacy, the researcher concludes, should be based on the creation of programs that can not only verify received messages, but develop the practical skills necessary for critical analysis of media content.

- Consumption of media in modern conditions, as a way of filling one's free time, should be closely linked with the promotion of media literacy in society to create a kind of psychological stability in the minds of the younger generation of Bangladeshis.

**Research references** include 240 titles: directories and legal documents, dissertations and abstracts, books and articles in Russian, English, and Bangladeshi, as well as online and printed sources.

**Approbation of research results.** The main results of the study were presented at seminars and lectures at the Department of Mass Communications - "Mass Media Sociology" and "Media Economics" of the Faculty of Philology of the Peoples' Friendship University of Russia (RUDN), as well as at international scientific conferences held by Moscow State University named after M.V. Lomonosov, Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba and other international scientific conferences in Russia,

Bangladesh, Great Britain, Turkey. Significant findings and conclusions of the study are presented in 17 scientific publications, including 3 - in Russian peer-reviewed journals included in the list of the Higher Attestation Commission of the Russian Federation, RUDN, world citation databases; 3 articles cited in world citation databases.

**Dissertation structure.** The dissertation consists of Introduction, three chapters (nine paragraphs) with intermediate conclusions, Conclusions, a List of references and Appendixes. The study is presented on 196 pages, including 26 figures, 4 tables, appendixes. The list of references contains 240 titles.

## **2. MAIN CONTENT OF WORK**

The **Introduction** substantiates the relevance of the selected topic; the basic terms and concepts used in the work are explained; the characteristic of the degree of knowledge of the topic is given; the object and subject of research are identified; the hypothesis, purpose and objectives of the work are stated; the scientific novelty of the research, the practical and theoretical significance of the work, the provisions to be defended are identified and characterized; the structure of the work as a whole is outlined.

**Chapter 1 «Media System of Bangladesh: Prerequisites for the Emergence and Functioning of Fake News»** consists of four perspectives devoted to the role of social structure in Bangladesh forming the contemporary media system, political and economic structure, and the digitalization process of Bangladesh media. In the chapter discusses Bangladesh's media history as a prerequisite for fake news appearance, the role of social structure in forming a modern media system, political structures and media fakes, economic structure and media, the press's role in Bangladesh's economic scenario, and the digitization process of Bangladesh media. It also discusses the impact of digital inclusion in Bangladesh. The text concludes by discussing the role of media in transforming social order, social classes, and stability.

**The first paragraph of Chapter 1 «The Role of Social Structure in the Formation of a Modern Media System»** discusses the role of social structure in forming the contemporary media system in Bangladesh. It argued that the social construction of Bangladesh has a significant impact on the current media landscape, having an impact on the ownership and control of media outlets, political and ideological influence, professional practices and standards, media regulations and censorship, dominant ideologies and bias, online media and social media, audience and consumption patterns, self-censorship and press freedom, attacks and safety concerns, legal framework, alternative and independent media, advertising, and more. These elements influence the media environment in Bangladesh, affecting media independence, plurality, and the capacity to present a range of viewpoints and critical reporting. The intricate interactions influenced by social structure highlight the difficulties facing press

freedom and freedom of expression and the importance of a thriving civil society for fostering media responsibility and ethical journalism. Besides, in subparagraph «**The role of Media in Transition to a New Social Order, Social Classes and Stratification**» the role of media in process of transitioning to a new social order, social classes, and stratification in Bangladesh has been noticed.

**The second paragraph of Chapter 1 «Political Structure and Media Fakes»** draws attention to two significant aspects in Bangladesh: the structure of government and governance and deceptive practices within political parties. Understanding the organization of government is crucial for comprehending political power dynamics while addressing deceptive practices is essential for fostering transparency and accountability in the political landscape. These findings emphasize the importance of transparent governance and the need to combat deceitful actions for Bangladesh's more robust and trustworthy political system. They emphasize the importance of a solid political structure that promotes honesty, ethical conduct, and public trust. Additionally, addressing the issue of deceptive practices within political parties is crucial for strengthening democratic values and fostering a more genuine representation of the people's interests. It stressed that pro-government websites disseminated misleading material without repercussion, and the Bangladeshi government shut down news websites and blocked dissenting reporting sites. Besides, it shed light on the issue of journalist Zulkarnain Saer Khan, against whom a coordinated smear campaign was launched by using staged images and baseless claims. The government criticized an Al Jazeera broadcast about Khan, and pro-government media outlets and online advocacy groups joined in the assault. Over 150 Facebook<sup>41</sup> groups and 20 websites have been identified as sources of fake information supporting the government, according to UN reports of abuses committed against journalists and activists in Bangladesh. In subparagraphs «**Structure of Government and Department of Governance**» and «**Fakes in Political Parties Everyday Activities in Bangladesh**» the links between the government involved in corruption and fake news roots are analysed.

**The third paragraph of Chapter 1 «National Media Economy as the Foundation for Media Independence in Bangladesh»** focuses Bangladesh's economic system significantly influences how the media operates. The state of the economy impacts various factors, including the flow of advertising money, the financial constraints media companies must deal with, access to technology, the impact on media content, and entrepreneurship. These issues can affect the independence of the media, the diversity of viewpoints, and the long-term viability of alternative and independent media sources. It is crucial to comprehend the interaction between the economic system and the media environment to assess the difficulties and opportunities the Bangladeshi media

---

<sup>41</sup> Facebook is an organization whose activities are prohibited on the territory of the Russian Federation on the grounds of carrying out extremist activities.

business faces. It is possible to build a more vibrant and diverse media landscape that meets the requirements of society by addressing financial restrictions and supporting media organizations.

In addition, in subparagraph «**The Role of Press in Bangladesh Economic Scenario: Before and After Independence**» the press's function in Bangladesh's economic environment is described. Before 1971, the media was crucial in raising awareness of economic imbalances throughout the independence movement, supporting economic rights, and educating people about financial issues. After independence, the press remained a crucial source of information, examining governmental policies, business reporting, and economic trends. The media has been essential in influencing the corporate environment, raising public awareness, drawing attention to injustices, assessing policies, and promoting public debate on economic matters. Investigative media reveals financial irregularities and wrongdoing, whereas publications like "The Financial Express" and "Business Standard Bangladesh" support corporate decision-makers. Bangladeshi media has improved financial literacy, enabling people to make more informed decisions. In the first years of independence of Bangladesh, the press has generally really aided in developing financial literacy, educating people to make wise financial decisions, and promoting public discussion of economic issues.

**The fourth paragraph of Chapter 1 «Features of the Process of Media Digitalization in Bangladesh»** draws attention to the digital Bangladesh project that gives the media industry a different face. The Digital Bangladesh project gives the media industry a lot of attention. The government has implemented policies to improve digital media platforms and guarantee media accessibility for all residents because it recognizes the significance of the media in forming public opinion and sharing information. This includes the creation of a solid digital media infrastructure, digital transmission, and the promotion of online news portals.

By funding independent media outlets, fostering citizen journalism, and advocating for freedom of expression, efforts have been made to create a more vibrant and diverse media landscape. The government has also created policies and regulations to oversee digital media content to ensure that ethical standards and responsible journalism are upheld online.

Increased access to news and information due to media digitalization has made it easier for people to stay informed and participate in public discourse. The subparagraph «**Impact of Digital Inclusion in Bangladesh**» deals with the problems of allowing media organizations to reach larger audiences, communicate with viewers and readers through interactive platforms, and research cutting-edge storytelling strategies. The digital transformation of the media industry has significantly impacted Bangladesh's journalism methods, consumer habits, and media ecosystem as a whole. The government remains committed to creating an enabling environment that purportedly encourages

innovation in the media sphere, promoting media literacy to protect media freedom.

**Chapter 2 «Development of Fake News and its Impact on Social Media in Bangladesh»** discusses the development of fake news in Bangladesh and its impact on social media. It discusses the evolution of press in Bangladesh before and after the 1971 Liberation War, radio and television broadcasting in modern Bangladesh, and the freedom of press and power relations in the country as part of the fake's ecosystem. The text concludes by discussing the impact of social media on new journalism in Bangladesh.

**The first paragraph of Chapter 2 «The Evolution of Bangladesh's media system prior the 1971 Liberation War»** states that the press in Bangladesh has undergone significant changes since the early XIX century, with the first authorized newspaper, the Bengal Gazette, published in 1780 by James Augustus Hickey in Calcutta, India. The region has faced significant political changes in the previous century, including the division of India and the establishment of East Pakistan, which eventually became Bangladesh.

The evolution of the press in Bangladesh can be traced from two vantage points: prior to the 1971 Liberation War and following the war up to the most recent developments in the media industry. The Serampore mission initiated the publication of the first Bengali magazine, *Digdarshan*, in 1818 and the Bengali weekly newspaper *Samachar Darpan* in the same year. Notable newspapers during this period included *Sambad Kaumadi*, *Sambad Prabhakar*, and *Tattobodhini* in 1843. During the XIX century, British government-imposed laws and regulations restricted the press, but newspapers like *Grambarta Prakashika* emerged to champion public interests. The Indian Revolt of 1857 significantly impacted the national consciousness of Indians and other nations. *Kangal Harinath's Grambarta Prakashika* newspaper was the first newspaper published for the public instead of the British government or elite. Throughout the XX century, political parties formed, leading to the establishment of newspapers aligned with specific ideologies.

Key publications before the partition of India included *Mussalman* (1906), *Naboyug* (1922), *Shikha* (1927), *Dainik Azad* (1936), and *Dainik Ittehad* (1946). The language movement in East Pakistan in 1952 marked a pivotal moment, with newspapers playing a crucial role in supporting the freedom movement. The development of three journals, one of which was published in Bangladesh before 1947, is one of the most significant facts. In 1947, the country's first medium-wave 5 kW radio station went into service, and the first television station in Dhaka began transmitting in 1964. A 110 MW thermal power plant, built in Gorasal by USSR engineers, increased the country's electrical production by 20%. The events leading up to East Bengal's war for independence are crucial aspects of this essay. The Pakistani ruling elite rejected these conclusions and employed force to appease the Bengali population in East Pakistan. Newspapers have played an important role in the socio-cultural and political development of

the region, but they have faced pressure and intimidation since the first publication. Since 1991, the capabilities of the media industry have expanded, and the foundations of online journalism were laid in the early 2000s, prompting media companies to introduce multimedia platforms. Governments have sought to control the media in Bangladesh, with a complex relationship between the two. After the assassination of Bangabandhu Sheikh Mujibur Rahman on August 15, 1975, previously outlawed journals were permitted to begin publication. Newspapers were subjected to rigorous regulation between 1982 and 1989, leading to almost fifty important periodicals shutting down.

**The subparagraph «The media landscape of modern Bangladesh as a part of an Artificially Created Ecosystem»** deals with Bangladesh long history of radio broadcasting, dating back to the beginning of the twentieth century. After India's partition in 1947, All India Radio (AIR) launched a radio station in Dhaka, which eventually came under the administration of Radio Pakistan. The Dhaka radio station changed its name to Bangladesh Betar in 1971 and was designated the country's official radio broadcaster. In subparagraph **«Radio and Television Broadcasting in Modern Bangladesh»** private FM radio stations analysed after their first appearance after government passed the Private Radio Station Policy in 1996. There are 28 approved private FM radios, while Bangladesh Betar runs 35 FM stations and 14 regional radio stations. Internet radio stations also influence the varied radio landscape in the nation. Bangladesh's television sector has experienced substantial expansion and change since the 1990s. With four government-run television networks and 45 approved private television channels, Bangladesh Television (BTV) was created following Bangladesh's independence in 1971, growing its coverage and becoming an essential news and entertainment source. In the 1990s, private satellite television channels were introduced, bringing variety and competition. The digital era's emergence of internet-based platforms and digital broadcasting technology were two effects. Bangladeshis still rely heavily on television, which has adapted to new technology, and the significant change in consumer preferences that has occurred can no longer be ignored.

In the subparagraph **«Freedom of the Press and Power Relations in Bangladesh as a Part of Fakes Ecosystem»** the COVID-19 pandemic considered as significantly important factor which impacted the media sector, with only 86 newspapers remaining operational as of 2 July 2020, while 254 publications had shut down. The current national budget needs to address their requests adequately, and the lives and livelihoods of journalists and other newspaper staff are even more uncertain. Nearly 1,000 journalists have lost their jobs or are not being paid in the months after the country's breakout of the pandemic, according to the Dhaka Journalists Union (DJU). The media in Bangladesh has seen several changes in terms of organization, content, use, and ownership since the 1990s when the democratic period started. The emergence of new communication technology and the indisputable effects of globalization

have also impacted Bangladeshi media. Due to neo-liberal policies, Bangladesh depends heavily on foreign assistance.

Over the last 20 years, Bangladesh's media has seen substantial expansion. However, the two major political parties in power have pledged to grant the state-owned media autonomy or complete control of the press. The freedom of the press in Bangladesh has been a topic of concern for years, with restrictive laws such as the Information and Communication Technology (ICT) Act and the Official Secrets Act being criticized for stifling press freedom and free speech. Radical Islamists have been attacking journalists since 1992, have seen a surge in power since 2013, and in 2016 new restrictions were introduced under the country's laws in a situation where the third part of the population, actively used Facebook<sup>42</sup> and Twitter<sup>43</sup>. The concentration of media ownership in Bangladesh among a few people or organizations with political allegiances has led to little diversity of opinions and skewed reporting. The concentration of Bangladeshi media in the hands of a few political clans has led to little diversity of opinion and distortion of facts in promoted materials. The prevalence of false information and disinformation in the Bangladeshi media environment has recently increased, leading to the emergence of a so-called “Fake Ecosystem” that has made 40 % of the population dependent on fake news in metropolitan areas where a third of the population of 172 million as of January 2023 were citizens aged 13 to 44 years old. The media's lack of variety and pluralism contributed to this phoney ecosystem, with few influential media outlets dominating the landscape.

**The second paragraph of Chapter 2 «The Impact of Social Networks on a New Journalism»** depicts the impact of social media on digitization and changing the vector of development of Bangladeshi journalism. Social media platforms have become potent instruments that have changed journalism practices by opening new channels for disseminating information and citizen participation and engagement. The emergence of social media has decentralized Bangladesh's news ecosystem and allowed people to actively participate in setting the news agenda. It has given citizens a forum to exchange news, voice their ideas, and participate in public conversation. This has pressured traditional media outlets and forced them to change how people consume news.

Social media platforms have made it easier for news to spread quickly and across vast distances. Information is disseminated at a never-before-seen rate, allowing the public to receive real-time news. Because of the increased need for immediate and current reporting, journalists are forced to adopt digital tools and approaches to remain relevant. Social media has also helped highlight societal problems and encourage transparency. It has allowed citizen journalists to cover

---

<sup>42</sup> Facebook is an organization whose activities are prohibited on the territory of the Russian Federation on the grounds of carrying out extremist activities.

<sup>43</sup> Twitter is an organization whose activities are prohibited on the territory of the Russian Federation on the grounds of carrying out extremist activities.

previously unreported local events, human rights violations, and other crucial problems. Social media's accessibility has given underrepresented groups a more prominent voice, highlighting their experiences and bringing attention to various social, political, and environmental issues. Blogging and online activism first emerged in Bangladesh in the mid-2000s, changing media consumption trends with internet penetration at 38.9% in 2023. Overall, four types of online journalism have emerged: in social networks themselves, independent online newspapers, online newspapers with significant investments from oligarchs and online versions of printed newspapers. There has been a sharp rise in digital journalism due to the widespread use of smartphones and the Internet. Vlogs and live streaming are becoming more popular. Important contributors include Prothom Alo, The Daily Star, Dhaka Tribune and Somoy TV and their real-time reporting has decentralized the news ecosystem of Bangladesh. Citizens were provided with a new platform for exchanging news of varying degrees, expressing their ideas and participating in public discussions. However, it has also created problems with fake news, inaccurate information, and long-term financial viability. Finding a balance between utilizing social media's advantages and shortcomings while keeping the fundamental values of journalism accuracy, accountability, and ethical reporting became the crucial for the future of journalism in Bangladesh.

**Chapter 3 «The Impact of Media Literacy on Countering Fake News in Bangladesh»** is divided into three sections. Media literacy enables people to make educated choices, engage fully in society, and contribute to a more selective and robust public dialogue by giving them the skills to navigate the media world. This chapter, based on the quantitative and qualitative analysis performed, examines the actual content of fake news, the dependence of the speed of spread of fake news on the level of media literacy, analyses the relationship between media literacy and the belief of media users in fakes, pays special attention to recommendations for preventing fakes. **The first paragraph of Chapter 3 «The Linguistic and Stylistic Characteristics of Sites and Media Platforms Disseminating Fakes»** discusses that fake news has gained global attention, and Bangladesh has been grappling with the issue of media literacy. Evaluating media literacy and instances of fake news is crucial for policymakers, media experts, and educators to understand the country's current situation better and formulate solutions. UNESCO coined the term "functional literacy" in 1956 to describe the relationship between literacy and employment/economic growth. In the history of technology's impact on literacy, digital technology is the most recent notable advancement. "Literacy" has always had a certain status; despite the fact that it is abused as a synonym for competence and skill. Because literacy obscures cultures and textual knowledge, a "social shift" in literacy practices during the 1990s concentrated on it. Media literacy education expanded in popularity in schools, colleges, and community-based organizations in the 1990s. In order to further media literacy education

and offer teacher resources, the National Association for Media Literacy Education (NAMLE) was established in 1996. Critical concepts on distinct types of literacies included Information Literacy, Media Literacy, Computer Literacy, Digital Literacy as well. The Bangladesh Centre for Development Journalism and Communication (BCDJC) was founded in 2002 and quickly became one of the leading groups promoting media literacy nationwide. The BCDJC conducts research, arranges training programs and workshops, and creates instructional materials to encourage media literacy among journalists, media professionals, and the general public. Over time, literacy has evolved from focusing mainly on technical skills to a more holistic perspective that considers language proficiency, numeracy, and social behaviours. The value of social media as a source of knowledge is constantly growing: 74% and 68% of people use Twitter<sup>44</sup> and Facebook<sup>45</sup> for information. It was found that over half of respondents rely on Facebook<sup>46</sup> as their main source of political information (25.9%), health news (12.4%), entertainment (11.7%), crime (6.7%) and communalism (7.8%), where the ratio of fakes with negative connotations is 10 times higher than fakes with positive connotations. An analysis of 282 fake news shows that 135 or (47.9%) is from Facebook<sup>47</sup>, 31 (10.9%) - YouTube, 41 (14.1%) - Twitter<sup>48</sup>, 19 (6,7%) came from local network, as well as Internet media spread 33 (11%), and 23 (8.6%) distributed from other sources and rumours relayed in the mosque. Thus, the trends in the spread of fakes during the COVID-19 era have been preserved and strengthened. We examined in detail fake materials about 11 cases of violence and deaths due to widespread fakes in the period 2012-2022 distributed under the headings: «Rioting mob torches temples in Bangladesh» *ABC News*, «Sayeedi rumour riot hearing drags on» *The Business Standard*, «The attack is planned; the style is also the same» *bdnews24.com*, «Capital market: Thousands of people are spreading rumors on Facebook»<sup>49</sup> *BBC Bangla*, «Nasirnagar attacks driving away Hindus» *Dhaka Tribune*, «Five major incidents in Bangladesh surrounding fake news» *BBC Bangla*, «Fake news: Rumors spread by political party activists on Facebook»<sup>50</sup> *BBC Bangla*, «Why spread the rumor of people's heads on the Padma Bridge?»

---

<sup>44</sup> Twitter is an organization whose activities are prohibited on the territory of the Russian Federation on the grounds of carrying out extremist activities.

<sup>45</sup> Facebook is an organization whose activities are prohibited on the territory of the Russian Federation on the grounds of carrying out extremist activities.

<sup>46</sup> Facebook is an organization whose activities are prohibited on the territory of the Russian Federation on the grounds of carrying out extremist activities.

<sup>47</sup> Facebook is an organization whose activities are prohibited on the territory of the Russian Federation on the grounds of carrying out extremist activities.

<sup>48</sup> Twitter is an organization whose activities are prohibited on the territory of the Russian Federation on the grounds of carrying out extremist activities.

<sup>49</sup> Facebook is an organization whose activities are prohibited on the territory of the Russian Federation on the grounds of carrying out extremist activities.

<sup>50</sup> Facebook is an organization whose activities are prohibited on the territory of the Russian Federation on the grounds of carrying out extremist activities.

*SomoyNews TV*, «Youth beaten to death spreading rumors» *Bangla News24.com*, «Attack on Hindus: Situation in three villages in Rangpur tense» *DW*, «Mashrafe's 510 crore wealth controversy» *Bangla Rumor Scanne*.

In subparagraph «**Fake News and Fact-checking Organizations Bangladesh in the Post-truth Era**» the Bangladesh Centre for Development Journalism and Communication (BCDJC) considered as a leading group promoting media literacy nationwide. However, there are still challenges to promoting media literacy in Bangladesh, such as a need for more resources and infrastructure for media literacy education, a lack of public awareness about the importance of media literacy, and Bangladesh's frequently politicized media environment. The country currently ranks 128th in the world in terms of literacy rate, with 44% and 24% of Bangladesh's population aged 15 to 24 still required to have a secondary level of education. In these circumstances, information about media literacy must spread across all social classes. To grasp media literacy, one must be familiar with various forms of literacy, such as literacy, information, media, computer, digital, and digital media literacy. Information literacy has evolved significantly since its inception in 1974, and it has become a crucial skill in various aspects of life.

The Prague Declaration of 2003 emphasized the importance of information literacy as a prerequisite for successful participation in the information society and as a factor in social, cultural, and economic development. Digital media literacy often refers to "studying" and "composing" in a digital environment, with technical knowledge, critical comprehension, production and connection skills, and civic involvement being the four hierarchically structured components of this literacy. Social media literacy involves using social media platforms wisely and efficiently, knowing how to utilize and navigate social media tools, and recognizing potential threats. Bangladesh has three organizations that deal with this: BD Fact Check, Jaachai, and Fact Watch. A project named "The Fact Watch" was started in 2017 and is managed by the University of Liberal Arts. The other two have been working on their own. While BD Fact Check reaches people through its Facebook<sup>51</sup> page, Jaachai, Fact Watch, and Jaachai have websites. Bangladesh has no legal framework for signing up with unbiased fact-checking organizations. These organizations are therefore categorized as online media outlets. These businesses primarily validate statements made on social media.

Study on "Bengali Fake News Detection" developed a data mining method to distinguish between fake and accurate news categorizing Bengali false news in the context of South Asia. Additionally, a web interface based on the classifier was built to determine whether a news story was written in Bengali and whether

---

<sup>51</sup> Facebook is an organization whose activities are prohibited on the territory of the Russian Federation on the grounds of carrying out extremist activities.

it was authentic. With a random classifier, the findings demonstrate that the classification model has an accuracy of 85%. A study on the topic conducted in three villages in Bangladesh also found that villagers completely rely on their cultural myths, religious beliefs and are very sensitive to social justice topics. In addition, they often complained about being deceived by materials reflecting these ideals, and shared this knowledge by talking to their friends and relatives. They suggested that researchers must study misinformation and contextual fact-checking to develop appropriate well-being technologies and social media for specific groups. The subparagraph «**Some Tips to Prevent the Spread of Fake Information or News**» focuses on Bangladesh significant increase in the use of the Internet and other information technology, leading to the dissemination of false information and deception. One should think carefully before sharing anything on Facebook<sup>52</sup>: who broke the news, what happened, who is in the picture, and how do you feel after reading the news? Propaganda, as we see, is aimed at influencing an opponent by promoting a certain political or ideological point of view. Bangladesh, a developing country with low literacy rates, has experienced many incidents related to misinformation, fake news. The rise of social networking sites and digital news platforms has had a profound impact on the country.

**The second paragraph of Chapter 3 «Media Literacy and Features of the Bangladeshi Mentality in the Perception and Consumption of Information»** states that the proliferation of fake news has become a significant challenge to societal discourse and public understanding in the digital age. In the context of new media, the impact on users of social networks has led to both changes in media consumption habits and lifestyles in rural areas of the country, where 60% of the population lives, which destroys not only the traditional way of life, but also established ideas about social justice, which have resulted in numerous cases of mass deaths on religious grounds and in intercommunal clashes during the study period 2012-2022, demonstrating in practice the mechanism for converting fake news into violence. The country's modern media landscape, rooted in its recent colonial past, implicitly believes in the dissemination of local news, including false information that leads to destructive consequences. Therefore, modern criteria for verifying facts are needed to predict the cognitive, emotional and behavioural reactions of Bangladeshi media users. These recommendations are also based on expert opinions expressed by 6 in-depth interviews with experts from the Press Institute of Bangladesh-PIB, Independent Television, Bangladesh Sangbad Sangstha (BSS), TheReport.live and Daily Ajker Patrika, confirming the scientific hypothesis of a direct relationship between the level of media literacy and belief in fake news: users with a low level of media literacy are more tend to share false information, and

---

<sup>52</sup> Facebook is an organization whose activities are prohibited on the territory of the Russian Federation on the grounds of carrying out extremist activities.

they also get lost in the digital environment. Educational programs aimed at increasing media literacy and reducing the prevalence of misinformation should focus on the student community, which is most open to introducing fact-checking and measuring media literacy as a result of their studies. Experts understand that media literacy plays a vital role in developing critical thinking skills when making informed decisions in the conduct of public discourse and gaining the ability to navigate the media environment. Incorporating media literacy education into formal and informal contexts is important so that people can learn to critically evaluate media content, verify information, and acquire healthy news consumption habits through schools, educational institutions, and community organizations. Early media literacy training can help people develop lifelong abilities that will help them successfully navigate the country's complex media landscape. This enables educated Bangladeshis to make informed decisions, participate effectively in society and navigate the vast flow of media messages. Emphasis is placed on responsible digital citizenship that promotes recognition and understanding of multiple cultures, perspectives and identities.

**The third paragraph of Chapter 3 «Analysis of the Interrelationship Between Media Literacy and Believing in Fake News in Bangladesh»** examined the relationship between media literacy and believing in fake news. Quantitative and qualitative research methods collected data from 441 respondents in April-May 2022 and included demographic information, questions about media literacy, belief in fake news, media consumption habits, and formal education or training in media literacy. Of the total sample, 249 respondents (56.5%) stated that they lack knowledge in identifying fake news, 113 (25.6%) respondents noted that they were "rather confident" in detecting fake news, 65 (14.7%) respondents said they were "confident" in detecting fake news, and only 14 people, approximately 6.3% of respondents, expressed "high confidence" in detecting false information. 3% of master's degree holders actively demonstrated their knowledge in this area, while 97% of respondents were not in any way involved in even formal education or training in media literacy program.

If every second respondent (50.3%) encountered fake news, then a quarter of respondents (24.3%) did not even notice them, and every fifth (19.9%) willingly spread it. 45.1% of respondents named "social networks" as their main source of news, with 29.3% spending "1 to 3 hours" per day viewing news content, and 2.9% spending "3 to 5 hours". Five important conclusions can be drawn from the survey data on respondents' perceptions of the veracity of fake news articles: 48.3% of respondents said they never considered fake news to be true, demonstrating high suspicion and critical thinking; 21.5% of respondents sometimes see truthfulness in fakes, 10.2% accept fake news as the real state of affairs, and, finally, 19.9% deny accepting unverified information, and 90% said that media literacy training had a significant impact on their ability to recognize fake news (60% were completely convinced of this and 30% were partially

convinced, with 10% denying a cause-and-effect relationship between training and practice). The study's findings support the importance of media literacy and critical thinking skills in combating misinformation and justify the need for education and media awareness initiatives. A significant portion of respondents (68.3%) believe that increased media literacy leads to decreased trust in fake news, while 8.2% of respondents do not believe that higher media literacy skills will lead to decreased trust in fake news. In practice, the training significantly helped 8 out of 14 who completed the media literacy training. This result partly explains the position of one in four respondents (23.6%), who stated a low correlation between the level of media literacy and trust in fake news in a country with low overall literacy. The results showed that training significantly affects the ability of every second person who has completed courses or relevant programs to recognize deceptive content. Media literacy is needed to understand the content of digital platforms. Fact-checking practices must be continually improved to increase sensitivity to fake news.

**General conclusion** sets out the main conclusions of the chapters, characterizing the specifics of media literacy in the framework of emergence and functioning of fake news in Bangladesh as a tool to manipulate publics with false information.

**The list of references** includes 240 titles: directories and regulatory documents, dissertations and abstracts, books and articles in Russian, English and Bangladeshi, online and offline resources.

**List of works published by the author on the topic of the dissertation:**

1. *Muzykant V. L., Hossain B., Muqsith M. A., & Fatima M. J. (2022). Media Literacy and Fake News: Bangladesh Perspective. Jurnal Cita Hukum, 10(2), 223–238. <https://doi.org/10.15408/jch.v10i2.259211> (Web of Science).*
2. *Hoesin C. F. I. S., Poplavskaya N. V., & Hossain B. (2022). Цифровая грамотность как средство от инфодемии COVID-19 в Индонезии (Digital Literacy as an Antidote to COVID-19 Infodemic in Indonesia). Jurnal Cita Hukum, 10(3), 631-648. <https://doi.org/10.15408/jch.v10i3.30010> (Web of Science).*
3. *Hossain, B., Fatima, M.J., Muzykant, V. L., Hoesin, C. F. I. S., & Nahiduzzaman, M. (2023). An Overview of Digital Media Literacy in Digital Bangladesh. Jurnal Cita Hukum, 11(2), 267–288. <https://doi.org/10.15408/jch.v11i2.34755> (Web of Science).*
4. *Музыкант В.Л., Бурдовская Е.Ю., Музыкант Е.В., Кайзер Б. (2023). Инвективные трансформации в современной масс-медийной коммуникации. Филологические науки. Москва. № 3. Стр. 31-39. <https://doi.org/10.20339/PhS.3-23.031> (BAK).*
5. *Hossain B., Muzykant V.L., & Nahiduzzaman M. (2022). Roles of Fact-checking Organizations in Bangladesh to Tackle Fake News. Журнал "Закон и Власть", No. 5. Pp. 3-8. <https://elibrary.ru/item.asp?id=50096734> (BAK).*
6. *Hossain B., Muzykant V.L., & Nahiduzzaman, M. (2022). Spreading Rumors in Bangladesh: An Analysis of Sources and Causes. Научный журнал "Социология". No. 6. Pp. 189-197. <https://elibrary.ru/item.asp?id=50111359> (BAK).*
7. *Muzykant V.L. Hossain B. (2021). Information and Misleading Information During COVID-19 on social media in Bangladesh // RUDN University. Means of Mass*

- Communications in a Multipolar World: Problems and Prospects. Moscow. Vol. 01. Pp. 552-558. <https://repository.rudn.ru/ru/records/article/record/92561/>
8. *Muzykant V.L., Hossain B.* (2022). Fact-checking and Fake News: Perspective Bangladesh // RUDN University. Language and Speech in the Internet: Individual, Society, Communication, Culture. Moscow. – 2022. – Vol. 02. – Pp. 330-344. <https://elibrary.ru/ugbwxmf>
9. *Hossain M.N., Hossain B., & Alam R.M.K.* (2022). Absolute globalization: The way to confront the global challenges // The Business and Management Review. UK. Vol. 13. Pp. 126-133. [https://cberuk.com/cdn/conference\\_proceedings/2022-09-16-09-17-30-AM.pdf](https://cberuk.com/cdn/conference_proceedings/2022-09-16-09-17-30-AM.pdf)
10. *Hossain B.* (2019). Examination of the Image of Women Empowerment in Contemporary Bangladesh Advertisements // Communication Space of Modernity how the Scope of PR and Advertising. Lugansk. Vol. 05. Pp. 3-4. [http://library.lgaki.info:404/2017/%D0%A1%D0%B1%D0%BE%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA\\_%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%BC%D0%B0.pdf](http://library.lgaki.info:404/2017/%D0%A1%D0%B1%D0%BE%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA_%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%BC%D0%B0.pdf)
11. *Gora R., Muqsith M.A., & Hossain B.* (2022). Media Construction of Erick Thohir in Determining the Commissioners of State-owned Enterprises (BUMN) // *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 5. No. 2. Pp. 214-223. <https://ejournal.upnvj.ac.id/jep/article/view/3850/pdf>
12. *Muzykant V.L., Muqsith M.A., & Kaiser, B.* (2022). Фейковые новости как основа дезинформации на современных медиаплатформах // Культура в фокусе научных парадигм. Донецкий национальный университет. Научное издание. Донецк. Pp. 258-264. <https://elibrary.ru/item.asp?id=49341943>
13. *Hossain B., Alam R.M.K., Hossain M.N., & Fatima, M. J.* (2022). Influence of social media in the Practice of Journalism in Bangladesh //The Business and Management Review. UK. Vol. 13. Pp. 116-122. [https://cberuk.com/cdn/conference\\_proceedings/2023-01-18-08-34-34-AM.pdf](https://cberuk.com/cdn/conference_proceedings/2023-01-18-08-34-34-AM.pdf)
14. *Muzykant V.L., Hossain B.* (2023). On the Origins of Bengali National Journalism //Journalism and Media in the Age of Global Challenge// Conference proceedings. RUDN. Moscow. Vol. 1. Pp. 404-420.
15. *Muzykant V. L., Kaiser B., Muqsith M. A., & Surqani, P.* (2023). Misinformation, Disinformation as a Content of Fake News//Культура в фокусе научных парадигм//XI International Scientific and Practical Conference «Culture in the Focus of Scientific Paradigm». Донецк. С. 336-342.
16. *Hossain B., Fatima M. J. & Muzykant, V. L.* (2023). Fake News and Fact-Checking Organizations in the Post-Truth Era: Perspective Bangladesh // The 8th International Student Symposium Proceedings Book-6 «Media and Communication». İstanbul, Pp. 6-28. ISBN: 978-625-7480-22-2. [Http://www.internationalstudentsymposium.com/dosya/8-uos/6-Medya%20ve%20C4%B0leti%C5%9Fim.pdf](http://www.internationalstudentsymposium.com/dosya/8-uos/6-Medya%20ve%20C4%B0leti%C5%9Fim.pdf)
17. *Muzykant V.L., Hossain, B., Masudur R.H.M.* (2022). Digital Journalism and Communal Violence in Bangladesh: A Case Study// The 14<sup>th</sup> International Media Readings in Moscow «Mass Media and Communications-2022». Moscow. Pp. 44-45. <https://elibrary.ru/item.asp?id=49874655>

**Hossain Berek (People's Republic of Bangladesh)****MEDIA LITERACY AND FAKE NEWS CONSUMPTION IN BANGLADESH: THE MAIN TENDENCIES AND TRENDS (2012-2022)**

The dissertation presents an analysis of the state of media literacy in the country, examines the main features of disseminated fake news, as well as the characteristics of their consumption. The object of the study is the state of media literacy of the population as a knowledge system that counters the consumption of fake news in Bangladesh. The subject of the study is the relationship between low levels of media literacy and high consumption of false information, forming a news ecosystem that has a destructive impact on media users in Bangladesh. The purpose of the study is to, based on an analysis of existing concepts of media literacy, identify emerging tendencies and analyze existing trends in the spread of fakes in order to develop general recommendations for countering false information. The dissertation author identified and analyzed both "Fake News" itself and related concepts with their unique features of functioning in the media space of the poorest country in the world, and proposed general recommendations for combating the harmful consequences of the spread of false information. Using a combination of quantitative and qualitative approaches, the researcher identified the interdependence between the level of media literacy and the consumption of fake news in Bangladesh, where counteracting fake news can only be done through cooperation between the journalistic community, the public, the media and various political parties.

**Хоссаин Барек (Народная Республика Бангладеш)****МЕДИАГРАМОТНОСТЬ И ПОТРЕБЛЕНИЕ ФЕЙКОВЫХ НОВОСТЕЙ В БАНГЛАДЕШ: ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ТРЕНДЫ (2012-2022)**

В диссертации представлен анализ состояния медиаграмотности в стране, исследованы основные признаки распространяемых фейковых новостей, а также особенности их потребления. Объектом исследования является состояние медиаграмотности населения как системы знаний, противодействующей потреблению фейков в Бангладеш. Предмет исследования - взаимосвязь между низким уровнем медиаграмотности и высоким потреблением ложной информации, формирующей новостную экосистему, оказывающую деструктивное влияние на медиапользователей Бангладеш. Цель исследования – на основе анализа существующих концепций медиаграмотности, выявить формирующиеся тенденции и проанализировать существующие тренды в распространении фейков. Диссертантом идентифицированы и проанализированы как собственно "фейковые новости", так и родственные понятия с их уникальными особенностями функционирования в медиaprостранстве беднейшей страны мира, предложены общие рекомендации по борьбе с пагубными последствиями распространения ложной информации. На основе сочетания количественного и качественного подходов исследователь выявил взаимозависимость между уровнем медиаграмотности и потреблением фейковых новостей в Бангладеш, где противодействовать фейкам можно только через сотрудничество между журналистским сообществом, общественностью, СМИ и различными политическими партиями.

*На правах рукописи*

**Хоссаин Барек**

**МЕДИАГРАМОТНОСТЬ И ПОТРЕБЛЕНИЕ ФЕЙКОВЫХ  
НОВОСТЕЙ В БАНГЛАДЕШ: ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ТРЕНДЫ  
(2012-2022 гг.)**

Специальность 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

Автореферат  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Москва – 2024

Работа выполнена на кафедре массовых коммуникаций филологического факультета Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Российский университет дружбы народов» имени Патриса Лумумбы (РУДН)

**Научный руководитель:** Кандидат филологических наук (10.01.10), доктор социологических наук (22.00.04), профессор **Музыкант Валерий Леонидович**, профессор кафедры массовых коммуникаций ФГАОУ ВО «Российского университета дружбы народов имени Патриса Лумумбы».

**Официальные оппоненты:** **ШЕСТЕРИНА АЛЛА МИХАЙЛОВНА**, доктор филологических наук (10.01.10), профессор, заместитель декана по науке Высшей школы (факультета) телевидения ФГБОУ ВО «Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова».

**ШУЙСКАЯ ЮЛИЯ ВИКТОРОВНА** доктор филологических наук (10.02.19), профессор, заведующая кафедрой журналистики, медиакоммуникаций и рекламы факультета журналистики Образовательного частного учреждения высшего образования «Московский университет им. А.С. Грибоедова».

**ШАРКОВ ФЕЛИКС ИЗОСИМОВИЧ**, доктор социологических наук (22.00.08), профессор, заведующий кафедрой общественных связей и медиаполитики факультета журналистики Института государственной службы и управления (ИГСУ) ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», Заслуженный деятель науки Российской Федерации.

Защита состоится 25 октября 2024 г. в 15-00 на заседании диссертационного совета ПДС 0500.007 при ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы» по адресу: 117198, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 10/2, ауд.730.

С диссертацией можно ознакомиться в Учебно-научном информационном библиотечном центре (Научной библиотеке) ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы» по адресу: 117198, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д.6.

Объявление о защите и автореферат диссертации размещены на сайтах: <https://www.rudn.ru/science/dissovet> и <https://vak.minobrnauki.gov.ru>.

Автореферат разослан \_\_\_\_\_ 2024 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета ПДС 0500.007,  
кандидат филологических наук

Н.Е. Расторгуева

## I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность исследования** Технологические разработки принесли инновации и преобразования в различные области глобального мира. Медиаплатформы также оказались подвержены инновационным преобразованиям. В традиционном журналистском подходе начали возникать новые правила работы с контентом. В настоящее время практически каждый имеет возможность создавать и распространять информацию. Социальные сети стали наиболее эффективным инструментом для достижения этой цели. Аудитория теперь может быстро получать различные новости и делиться мнениями через социальные сети. Однако эта скорость лишь иногда играет положительную роль в обществе с низким уровнем медиаграмотности, где происходит такое же быстрое распространение манипулятивных и фейковых новостей. В развивающихся странах, таких как Бангладеш, по-прежнему низкий уровень общей грамотности и, как следствие, медиаграмотности, противостоящей политической и социальной напряженности в стране. Цифровая медиаграмотность подразумевает «обучение», где технические знания, критическое понимание, навыки производства и взаимодействия, а также гражданская активность являются четырьмя иерархически структурированными компонентами этой грамотности.

Фейковые новости напрямую угрожают государственной политике и демократии, поскольку вводят аудиторию в заблуждение<sup>1</sup>. При этом российские ученые давно пришли к пониманию, что повышение медиаграмотности<sup>2</sup> среди пользователей новых медиа могло бы помочь снизить долю фейковых новостей в интернете и на различных цифровых платформах. Медиаграмотность, как способность получать, анализировать, оценивать и передавать сообщения в разных формах, позволяет обученному человеку не просто свободно использовать различные типы медианосителей, но – и это важно – критически оценивает получаемые и распространяемые сообщения, осознавать возможные последствия своих действий. ЮНЕСКО ввела термин «функциональная грамотность» в 1956 году для описания взаимосвязи между грамотностью и занятостью, экономическим ростом. Пражская декларация 2003 года подчеркнула важность информационной грамотности как предпосылки успешного участия в информационном обществе и как фактора социального, культурного и экономического развития. Способность оценить достоверность получаемого контента – ключевое условие медиаграмотности, наряду со способностями креативно использовать разных формы медиа, противостоять фейкам и дезинформации. В целях дальнейшего развития медиаграмотности и предоставления ресурсов учителям в 1996 году была создана Национальная ассоциация образования медиаграмотности (NAMLE). Критические концепции отдельных типов грамотности включили

---

<sup>1</sup> Arman Z.R. (2019), SPOT Test: A unified model to spot fake news. Gateway Journalism Review. <https://gatewayjr.org/spot-test-a-unified-model-to-spot-fake-news/>. (Accessed 11.05.2023).

<sup>2</sup> Федоров А.В. Медиаобразование и медиаграмотность: учебное пособие для вузов. Москва, Директ-Медиа, 2013. 342 с.

информационную грамотность, медиаграмотность, компьютерную грамотность и цифровую грамотность. Бангладешский центр развития журналистики и коммуникации (BCDJC), основанный в 2002 году, быстро стал одной из ведущих групп, продвигающих медиаграмотность по всей стране.

Медиаграмотность стала важным условием преодоления цифрового неравенства и в Российской Федерации, а Госдумой принят закон, вводящий наказание за распространение заведомо ложной информации<sup>3</sup>. Опрос американцев, проведенный Pew Research еще до начала инфодемии, вызванной COVID-19, показал, что накануне эры расцвета фейковых новостей около 65% граждан США считали, что фейки сбивают их с толку относительно реального положения вещей<sup>4</sup>.

Массовое распространение фейковых новостей приводит к неожиданным социальным потерям: финансовым убыткам, распространению страха и усилению расизма, манипулированию исходом политических событий. С другой стороны, правдивая и ложная информация сосуществуют с самого начала человеческой цивилизации. В этом процессе кто-то выбрал правду, а кто-то намеренно распространяет вводящую в заблуждение информацию в своих корыстных целях.

Если в древние времена, когда люди привыкли жить кластерных деревнях, информация, подлинная или фальшивая, ограничивалась географическими границами, то со временем технологии сняли эти ограничения. Сейчас мир изобилует мобильными телефонами, подключенными к интернету, которые тесно связаны с социальными сетями. Хотя существует множество источников информации, население оказалось воодушевленным, благодаря невероятным возможностям социальных сетей, которые стали популярными с развитием интернета. Участие граждан в формальной и неформальной деятельности, контролируемой искусственным интеллектом, невероятно возросло.

Местные проблемы публикуются в социальных сетях, затем получают глобальную известность. Во время коммуникационного кризиса COVID-19 и возникшего вала фейков, дезинформация и сфабрикованные новости распространялись в социальных сетях, где присутствовал каждый третий бангладешец, мгновенно<sup>5</sup>. Twitter<sup>6</sup>, как крупнейшая социальная сеть Бангладеш, следующая за ним Facebook<sup>7</sup>, YouTube, WhatsApp, Instagram<sup>8</sup> стали наиболее часто используемыми медиа платформами, распространяющими вводящую в заблуждение информацию. Отметим, некоторые владельцы социальных сетей, в

<sup>3</sup> Госдума приняла закон о фейках про действия военнослужащих.

<https://www.e1.ru/text/politics/2022/03/04/70486820/>

<sup>4</sup> Pew research survey. 15.12.2016. <https://www.pewresearch.org/journalism/2016/12/15/many-americans-believe-fake-news-is-sowing-confusion/>. (Accessed 12.05.2023).

<sup>5</sup> Digital 2022: Bangladesh. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-bangladesh>

<sup>6</sup> Twitter - организация, деятельность которой запрещена на территории Российской Федерации по основаниям осуществления экстремистской деятельности.

<sup>7</sup> Facebook - организация, деятельность которой запрещена на территории Российской Федерации по основаниям осуществления экстремистской деятельности.

<sup>8</sup> Instagram - организация, деятельность которой запрещена на территории Российской Федерации по основаниям осуществления экстремистской деятельности.

том числе Google и Facebook<sup>9</sup>, предпринимали ряд инициатив, чтобы преодолеть эту проблему. Тем не менее, распространение вводящей в заблуждение информации через эти носители продолжается.

Пользуясь преимуществами цифровых платформ, некоторые медиа обмениваются слухами, чтобы за лайки пользователей размещать рекламу и получать доход от Google и других платформ. В этих обстоятельствах Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) даже объявила распространение дезинформации «инфодемией». Обсерватория Infodemic COVID-19 на основе 200-миллионной базы данных Twitter<sup>10</sup> 21 января - 7 мая 2020 г., отмечала, что в этот период почти половина сообщений передавалась через роботов<sup>11</sup>. Однако тема «Социальные сети против средств массовой информации» по-прежнему вызывает серьезные споры. Очевидно, что социальные сети стали мощной и значимой платформой во многих странах мира, поскольку, по сути, это альтернативная структура для системной обработки информации альтернативной традиционным СМИ.

Правительство страны реализовывало «Программу цифрового Бангладеш» с 2009 году под лозунгом «Видение 2021». В рамках этой программы правительство Бангладеш выступило с рядом инициатив по таким вопросам, как электронное управление, электронная коммерция, электронный банкинг и расширение возможностей доставки сигнала сетями мобильной связи. В стране большая часть населения получила возможность доступа к мобильным телефонам и интернету по сравнению с недавним прошлым. Таким образом, с развитием Web 2.0 социальные сети стали важным инструментом и сетью, создающей виртуальные сообщества в XXI веке.

Согласно отчету «Цифровые технологии 2020 – Глобальный цифровой обзор», Facebook<sup>12</sup> стал самой популярной социальной сетью с 2,4 миллиарда пользователей по всему миру<sup>13</sup>. Бангладеш занимает 128-е место в мире по уровню грамотности: только 72,8 % жителей от 15 лет и старше обладают навыками грамотности при среднем мировом показателе в 86 %, а молодежь от 15 (44%) до 24 лет (24%) нуждается в полном среднем образовании. В этих обстоятельствах информация о медиаграмотности должна распространяться среди всех социальных классов в такой стране, как Бангладеш. Facebook<sup>14</sup> сохраняет свои лидерские позиции и в Бангладеш с почти 54 миллионами активных пользователей в 2023 г.

<sup>9</sup> Facebook - организация, деятельность которой запрещена на территории Российской Федерации по основаниям осуществления экстремистской деятельности.

<sup>10</sup> Twitter - организация, деятельность которой запрещена на территории Российской Федерации по основаниям осуществления экстремистской деятельности.

<sup>11</sup> Muzykant V.L., Muqsith M.A., Pratomo R.R., Barabash V. (2021). "Fake News on COVID-19 in Indonesia". In: Berube D.M. (eds) *Pandemic Communication and Resilience. Risk, Systems and Decisions*. [Online]. Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-77344-1\\_22](https://doi.org/10.1007/978-3-030-77344-1_22).

<sup>12</sup> Facebook - организация, деятельность которой запрещена на территории Российской Федерации по основаниям осуществления экстремистской деятельности.

<sup>13</sup> Kamp S. (2020). *Digital 2020: Global Digital Overview - DataReportal - Global Digital Insights*. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview>.

<sup>14</sup> Facebook - организация, деятельность которой запрещена на территории Российской Федерации по основаниям осуществления экстремистской деятельности.

Помимо использования социальных сетей в качестве средства общения, жители региона также используют их как платформу для знакомства с новостями, доступа к развлечениям и получению образовательных услуг.

Хотя эта платформа внесла значительный вклад в то, чтобы услышать голоса маргинальных слоев общества, она же привела к некоторым серьезным социальным и межобщинным конфликтам в Бангладеш<sup>15</sup>. Например, в стране произошла серия ожесточенных столкновений, спровоцированы многочисленные события деструктивного характера, как беспорядки в общине Раму в 2012 г., ложные слухи о Сайиди в 2013 г. и случай Насирнагара в 2016 г. и др., которые, после распространения фейковых новостей в Facebook<sup>16</sup>, привели к гибели жителей в Бангладеш. Именно по этой причине государство вводило ограничения для интернет-пользователей, чтобы избежать большего хаоса. При этом объем ложной информации, как в случае с COVID-19, быстро усугублял положение стран в мире, затрудняя контроль над быстрым распространением коронавируса, что даже вызвало кризис во всеобщей системе здравоохранения.

Как видим, фейковые новости, легко распространяемые при низком уровне медиаграмотности населения, способны включать в себя как безобидную ложную информацию, так и вредоносные фейки, распространяемые в личных или корпоративных, а не общественных интересах<sup>17</sup>.

Собственно медиаграмотность, как способность получать, анализировать, оценивать и передавать сообщения в разных формах развивалась с 1930-х годов, но достигла популярности в 1960-70-х гг. Бангладешский центр развития журналистики и коммуникации (Bangladesh Center for the Development of Journalism and Communication - BCDJC) спонсирует инициативы по повышению медиаграмотности в Бангладеш с 2002 года, пропагандируя спрос на медиаграмотность. Разумеется, правительственным и неправительственным учреждениям по-прежнему необходимо предпринимать дальнейшие действия для повышения осведомленности населения относительно подлинности распространяемых новостей и приобретения профессиональных навыков для специалистов, работающих с информацией. Несмотря на такие ограничения, как ненадлежащая инфраструктура, нехватка ресурсов и политизация медиaprостранства, медиаграмотность считается крайне важным средством для развития бангладешской демократии и функционирования независимых СМИ. Период исследования включает период 2012-2022 гг. Все это определяет актуальность данной работы.

**Степень научной разработанности проблемы исследования.** К степени научной разработанности темы относятся работы ученых по различным аспектам изучаемой проблемы. Российские и зарубежные исследователи периодически

<sup>15</sup> Rafe R. (2019). Bangladesh: Fake news on Facebook fuels communal violence. DW.com. <https://www.dw.com/en/bangladesh-fake-news-on-facebook-fuels-communal-violence/a-51083787>

<sup>16</sup> Facebook - организация, деятельность которой запрещена на территории Российской Федерации по основаниям осуществления экстремистской деятельности.

<sup>17</sup> Wardle C., Derakhshan D. H. (2017). Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. The Council of Europe, Strasbourg Cedex.

обращаются к проблеме медиаграмотности и феномену фейковых новостей как формации, ставшей серьезной проблемой в эпоху интернета. Работа основывается на документах, книгах и периодических изданиях, исследующих концепцию фейковых новостей (дезинформация, вводящая в заблуждение информация, недостоверная информация). Исследование основано на монографиях, различных книгах и периодике, в которых концепции медиаграмотности рассматриваются в контексте распространения фейковых новостей. Исследование базируется на трудах: Гесс А.М., Локетт Д., Лайонс Б., Монтгомери Дж.М., Найхан Б., Рейфлер Дж.<sup>18</sup>, Рохлин Н.<sup>19</sup>, Сундар С.С., Молина М.Д., Чо Э.<sup>20</sup>, Бове К.<sup>21</sup>, Лазер Д.М.<sup>22</sup>, Джек С.<sup>23</sup>, Тандок Э.К.<sup>24</sup> и других.

Работа также базируется на различных исследованиях, которые посвящены фейковым новостям в рамках теории социальных сетей, медиаграмотности, современной журналистики и т.д. При разработке формулировки исследования автор проанализировал английскую, русскоязычную и бангладешскую литературу по вопросам противостояния фейкам: МакДугалл Дж., Рега И.<sup>25</sup>, Качкаева А., Колчина А., Шомова С., Яровая Е.<sup>26</sup>, Атикуззаман М., Ахмед С.М.З.<sup>27</sup> и другие авторы изучали эту проблематику. Заслуживают внимания исследования Ислам З. и Хан М. З.<sup>28</sup>, Мунирузаман А.Н.М.<sup>29</sup>, Музыканта В.Л., Хоссейна Б., Муксита М.А. и Фатима М.Дж.<sup>30</sup>, в которых заявлено, что для борьбы с дезинформацией, слухами, фейковыми новостями и «желтой» прессой в развивающихся странах, таких как Бангладеш, где уровень грамотности все еще низок, необходимо повышать медиаграмотность. В этом отношении правительства и неправительственные

<sup>18</sup> Guess A. M., Lockett, D., Lyons, B., Montgomery, J. M., Nyhan, B., & Reifler, J. (2020). "Fake news" may have limited effects on political participation beyond increasing beliefs in false claims. *Harvard Kennedy School Misinformation Review*. <https://doi.org/10.37016/mr-2020-004>

<sup>19</sup> Rochlin N. (2017). Fake news: Belief in post-truth. *Library Hi Tech*, 35(3), pp. 386–392. <https://doi.org/10.1108/LHT-03-2017-0062S>

<sup>20</sup> Sundar S. S., Molina M. D., & Cho E. (2021). Seeing Is Believing: Is Video Modality More Powerful in Spreading Fake News via Online Messaging Apps? *Journal of Computer-Mediated Communication*, 26(6), 301–319. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmab010>

<sup>21</sup> Beauvais C. (2022). Fake news: Why do we believe it? *Joint Bone Spine*, 89(4), 105371. <https://doi.org/10.1016/j.jbspin.2022.105371>

<sup>22</sup> Lazer D. M. J. (2018). "The Science of Fake news," in *Science*, pp. 1094-1096. <https://doi.org/10.1126/science.aao2998>

<sup>23</sup> Jack C. (2017). *Lexicon of lies: Terms for Problematic Information*. *Data & Society Logo*.

<sup>24</sup> Tandoc E.C., Lim Z.W., & Ling R. (2018). "Defining 'Fake news' A Typology of Scholarly Definitions," *Digital Journalism*, vol. 6, no. 2, pp. 137-153.

<sup>25</sup> McDougall J., & Rega, I. (2022). Beyond Solutionism: Differently Motivating Media Literacy. *Media and Communication*, 10(4). <https://doi.org/10.17645/mac.v10i4.5715>

<sup>26</sup> Kachkaeva A., Kolchina, A., Shomova, S., & Yarovaya, E. (2020). 'Trust, but verify': Problems of formation of media literacy and critical thinking of Russian students. *Media Practice and Education*, 21(3), 200–211. <https://doi.org/10.1080/25741136.2020.1752569>

<sup>27</sup> Atikuzzaman M., & Ahmed S. M. Z. (2023). Information Literacy Self-Efficacy Scale: Validating the translated version of the scale for use among Bangla-speaking population. *The Journal of Academic Librarianship*, 49(1), 102623. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2022.102623>

<sup>28</sup> ইসলাম জে. & খান এম. জে. (2023), নির্বাচনকে কেন্দ্র করে বাড়ছে অপতথ্য ছড়ানো. ডেইলি স্টার বাংলা. <https://bangla.thedailystar.net/news/bangladesh/politics/news-532076>

<sup>29</sup> মুনীরুজ্জামান আ. ন. ম. (2023), আগামী নির্বাচনে অপতথ্য ব্যবহারের ঝুঁকি বাড়ছে. প্রথম আলো. <https://www.prothomalo.com/opinion/column/zt0fmz4mho>

<sup>30</sup> Muzykant V. L., Hossain B., Muqsith M. A., & Fatima M. J. (2022), Media Literacy and Fake News: Bangladesh Perspective. *Jurnal Cita Hukum*, 10(2), 223–238. <https://doi.org/10.15408/jch.v10i2.25921>

группы должны работать совместно, чтобы синхронизировать свои действия в процессе построения системы медиаграмотности. Проблемы медиаграмотности как средства противостояния фейкам - что важно для нашего исследования - в центре внимания ряда российских ученых: Вартановой Е.Л.<sup>31</sup>, Ильченко С.Н.<sup>32</sup>, Крыловой Е.Н.<sup>33</sup>, Манойло А.В., Петренко А.И., Фролова Д. Б.<sup>34</sup>, Рева Е.К. и Межиной В.А.<sup>35</sup>, Федорова А.В.<sup>36</sup>, Шестериной А.М.<sup>37</sup> и других.

**Объектом исследования** является состояние медиаграмотности населения как системы знаний, противодействующей потреблению фейков в Бангладеш.

**Предмет исследования** - взаимосвязь между уровнем медиаграмотности и потреблением ложной информации, формирующая новостную экосистему, оказывающую деструктивное влияние на медиапользователей Бангладеш.

**Цель исследования** – на основе анализа существующих концепций медиаграмотности, выявить формирующиеся тенденции и существующие тренды в распространении фейков для выработки общих рекомендаций по противостоянию ложной информации.

Для достижения этой цели были сформулированы следующие **основные задачи**:

- Изучить предпосылки появления и функционирования фейковых новостей в медиасистеме Бангладеш.
- Проанализировать особенности процесса цифровизации национальных СМИ после обретения страной независимости.
- Базируясь на современной практике традиционных и новых медиа, исследовать цифровую медиасреду и особенности социо-демографической структуры потребителей медиаконтента в Бангладеш.
- Определить взаимосвязь между процессами цифровизации, развитием национальной журналистики и уровнем медиаграмотности как системы, противостоящей фейковым новостям в Бангладеш.
- Разработать оценочные критерии и провести анализ взаимодействия общей грамотности и медиаграмотности в контексте развития информационно-

<sup>31</sup> Вартанова Е.Л., Вихрова О.Ю., Самородова Э.В. Медиаграмотность как условие преодоления цифрового неравенства в Российской Федерации. Электронный научный журнал. Медиаскоп. 2021. № 1. [Http://mediascope.ru/2679](http://mediascope.ru/2679)

<sup>32</sup> Ильченко С.Н. Фейк как антиисточник информации: риск для профессиональных стандартов журналистики // Гуманитарный вектор. 2018. Т. 5. № 13. - С. 70-76.

<sup>33</sup> Крылова Е.Н. Фейковые новости на страницах столичных периодических изданий начала XX в. (на примере статей о полиции в газете «Новое время») // Historia provinciae - Журнал Региональной Истории. 2020. Т. 3. - №4. - С. 765-798.

<sup>34</sup> Манойло А. В., Петренко А. И., Фролов Д. Б. Государственная информационная политика в условиях информационно-психологической войны. М.: Горячая линия-Телеком, 2021. - С. 25.

<sup>35</sup> Рева Е.К., Межина В.А. Особенности предоставления контента на YouTube об экстремальных ситуациях: жанры и форматы // Гуманитарный Вектор. 2020. Т. 5. № 15. - С. 110-115.

<sup>36</sup> Федоров А.В. Медиаобразование и медиаграмотность: учебное пособие для вузов. Москва, Директ-Медиа, 2013. 342 с.

<sup>37</sup> Шестерина А.М. Особенности репрезентации фейковой информации в аудиовизуальном медиаконтенте // Вестник НГУ. Серия: История, филология. - 2021. - № 6. - С. 237-246. [Http://vestnik.nsu.ru/historyphilology](http://vestnik.nsu.ru/historyphilology)

компьютерных технологий (ИКТ) и связанной с ними концепции «Информационного беспорядка».

- Разработать оценочные критерии и принципы медиаметрических измерений влияния медиаграмотности на противостояние фейкам.
- Конкретизировать параметры влияния патриархальной культуры страны на уровень медиаграмотности, сформулировать рекомендации по внедрению системы обучения для верификации фактов на популярных медиаплатформах страны.

**Гипотеза исследования** состоит в том, что высокий уровень медиаграмотности способен существенно противостоять возникновению и распространению фейковых новостей при своевременном диагностировании распространяемой ложной информации как угрозе информационной безопасности, тогда как сотрудничество правительства с профессиональными журналистскими сообществами может способствовать развитию программ цифровой грамотности населения в рамках достижения целей устойчивого развития Бангладеш.

**Научная новизна** диссертации заключается в том, что в работе впервые:

комплексно рассмотрены и оценены причины возникновения, особенности функционирования, используемые каналы распространения, а также результаты воздействия фейков на медиапользователей Бангладеш;

на основе широкого круга источников и с учетом экспертных оценок выявлены ключевые параметры взаимосвязи между состоянием медиаграмотности и доверием населения к публикуемой в социальных сетях ложной информации;

обозначены языковые и стилистические характеристики сайтов и медиаплатформ, распространяющих фейковые новости в политической, экономической и социальной сферах Бангладеш;

выявлена причинно-следственная связь между низким уровнем медиаграмотности и сравнительно свободным распространением фейков, ведущим к деструктивными последствиям для бангладешского общества;

разработаны критерии для оценки эффективности программ верификации фактов с использованием метода аналитического процесса, позволяющего прогнозировать когнитивные, эмоциональные и поведенческие реакции бангладешских медиапользователей;

предложены основы медиаметрического моделирования внедряемых совместно с правительством и профессиональным журналистским сообществом программ по обучению медиаграмотности, как нового способа управления общественным доверием в эпоху дигитализации;

представлен уникальный ракурс выявления фейковых новостей, как серьезной угрозы информационной безопасности беднейших стран мира, решающих задачи устойчивого развития государственности.

В работе использованы материалы и оригинальные источники на русском, английском и бенгальском языках, многие из которых вводятся в научный оборот впервые.

**Теоретико-методологическая база.** Диссертация основана на общенаучных эмпирических и теоретических методах исследования. Количественные методы

социологического исследования позволяют получить основную эмпирическую информацию о проникновении фейковых новостей в различные страты общества, выявляют отношение респондентов к исследуемой проблеме, качественные – исследуют глубинные мотивы, на основе данных экспертов по проблематике из 8 ведущих вузов и крупнейших медиаорганизаций, позволяющие получить профессиональное мнение об уровне медиаграмотности и проблеме противостояния фейкам. Для определения понятий медиаграмотности и фейковых новостей, выявления тесной связи между ними в широкой перспективе, применяются дедуктивный и индуктивный методы, статистический анализ. Лингвостилистический анализ используется для исследования содержания фейковых материалов. Типологический анализ используется для классификации различных фейковых новостей и изучения их функциональных характеристик. Теоретико-методологическая база позволяет систематизировать существующие теоретические разработки в области цифровой медиаграмотности для решения задачи, способен ли высокий уровень медиаграмотности снизить скорость распространения ложных новостей среди потребителей медиаконтента. Методы статистического анализа используются для изучения социо-демографических характеристик целевой аудитории, каналов и сфер распространения фейковой информации, изучения формирующихся тенденций и устоявшихся трендов, в наибольшей степени влияющих на эффективность противостоящей фейкам системы медиаграмотности.

**Эмпирическим объектом** стали 2000 материалов крупнейших медиаплатформ и международных социальных сетей Twitter<sup>38</sup>, Facebook<sup>39</sup>, Instagram<sup>40</sup>, YouTube, WhatsApp. Количественные и качественные методы исследования использовались автором для выявления появляющихся тенденций и имеющихся трендов в медиапотреблении бангладешцев. Всего проанализированы 1248 ежедневных газет, почти 100 новостных сайтов, передачи 28 FM радиостанций, 45 коммерческих телесетей и 32 местных радиостанций, из которых в фокусе внимания оказались бангладешские онлайн порталы MTNews24, BD24 Report, Daily Ekattor, Daily Sambad. Телеканалы: Time TV 2022 (распространивший семь фейковых новостей в 2022 г.), Daily Jugantor - с 5 лживыми сообщениями; Jago News, Channel 24 TV, Hamar Samay, and Bangla News 24 (с 4 фейками каждый), Aaj Tak, Channel I, RTV, and Ekushey TV in 2022 (с 3 фейками), Kaler Kantho, Prothom Alo, Samakal, Ittefaq, Daily Campus, Bangladesh Today, Samay Alo, Samay Kanswar, Sarabangla, Business Standard, Dhaka Post, Banglavisision, NTV, Jamuna TV and DBC News (с 2 фейками), Bangla Tribune, Daily Star, Bangladesh Journal, News Bangla 24, Desh Rupantar, Ekattor TV, Dhaka Tribune, Bangladesh Pratidin, Bhorer Kagaj, Dhaka

<sup>38</sup> Twitter- организация, деятельность которой запрещена на территории Российской Федерации по основаниям осуществления экстремистской деятельности.

<sup>39</sup> Facebook - организация, деятельность которой запрещена на территории Российской Федерации по основаниям осуществления экстремистской деятельности.

<sup>40</sup> Instagram - организация, деятельность которой запрещена на территории Российской Федерации по основаниям осуществления экстремистской деятельности.

Times, Manabkantha, Janakantha, Purba Paschim Bidi, Jumbangla и Bangla Insider опубликовали по одной фейковой новости. Изучены 300 материалов ведущих национальных центров, борющихся с фейковым контентом - BD Fact Check ([www.bdfactcheck.com](http://www.bdfactcheck.com)), Boom Bangladesh ([www.boombd.com](http://www.boombd.com)) Factkhuji ([www.factkhuji.org](http://www.factkhuji.org)), Rumor Scanner ([www.rumorscanner.com](http://www.rumorscanner.com)), Jachai - Verification ([www.jachai.org](http://www.jachai.org)) и Fact Watch ([www.fact-watch.org](http://www.fact-watch.org)). Было отобрано и проанализировано 100 наиболее типичных фейковых новостей за период 2012-2022 гг., включая 11, приведших к крупнейшим межобщинным столкновениям и человеческим жертвам. Кроме того, была разработана и распространена среди 500 респондентов анкета для выявления уровня медиаграмотности, частоты появления, формы и содержания фейков, каналов их распространения. На анкету откликнулся 441 респондент (211 мужчин или 47,8% от общего числа опрошенных и 230 женщин 52.2%), из них 311 в возрасте 17-22 года (70.5%), 124 в возрасте 23-28 лет (28.1%), 6 в возрасте 28-33 года (1.4%) из 8 ведущих бангладешских университетов, представляющих все регионы страны. Университет Дакки 92 респондента (20.8%), Читтагонгский университет - 80 (18.1%), Университет Раджшахи - 75 (17%), Университет Барисала - 61 (13.8%), Университет Кхулны - 41 (9.3%), Шахджалалский научно-технический университет - 28 (9.3%), Исламский университет Джатия Каби Кази Назрул - 28 (6.3%), Университет Рангпура - 36 (8.2%). Образование на уровне колледжа получили 258 человек (58,5% от общего числа опрошенных), бакалавриат закончили (175 человек или 39,7%), магистерское образование оказалось у восьми человек (1,8%). Полученные данные способствовали выявлению частоты и степени проникновения фейков в изучаемые нами сегменты и позволили определить отношение респондентов к фейковым новостям. Также в апреле - мае 2022 года была проведена серия глубинных интервью, как важной части качественных социологических исследований, позволивших выявить мотивы медиапотребления фейков: с генеральным директором Института прессы Бангладеш - Press Institute Bangladesh-PIB, директором Бангладешского агентства новостей - Bangladesh Sangbad Sangstha (BSS); главными редакторами и руководителями телекомпании Independent Television, портала TheReport.live, национального издания Daily Anandabazar, специалистом по проверке новостей газеты Daily Ajker Patrika и др.

#### **Положения, выносимые на защиту:**

- Современному медиаландшафту Бангладеш имплицитно присущи практики создания и распространения фейковых новостей, как наследие недавнего колониального прошлого.
- Актуальные научные исследования в области медиаграмотности и потребления медиа подтверждают, что переход национальных СМИ в цифровую плоскость требует новых программ обучения, учитывающих национальные традиции и особенности менталитета для проверки публикуемой информации в контексте поиска Бангладеш своей цифровой идентичности и минимизации возможных репутационных рисков.
- Но фоне крайне низкой общей грамотности каналы распространения

фейковых новостей, охватившие половину населения страны, оказывают деструктивное влияние на современное бангладешское общество, особенно на молодое поколение.

- Пользователи с высоким уровнем медиаграмотности, обладают тем уровнем доверия, который позволяет опровергать бытующие слухи о низкой корреляции между уровнем медиаграмотности и доверием к лживым новостям. Именно образование концентрирует ценностные ориентиры, формирующие обучающие медиаплатформы для высокоинтеллектуального общения, как критерия межобщинной коммуникации в Бангладеш.
- Высокие ежегодные темпы прироста распространения фейковых новостей на медиаплатформах Бангладеш, способны, при отсутствии должного контроля со стороны профессионального сообщества, превратиться в ближайшее десятилетие в безальтернативный источник информации для находящихся в виртуальных эхо-камерах пользователей.
- Воздействие новых медиа на пользователей социальных сетей уже привело к изменению не только привычек медиапотребления, но и образа жизни в сельских районах страны с 60% населения, разрушая традиционный образ жизни и формируя новые идеи о социальной справедливости.
- Манипулятивное применение языковых и стилистических приемов, способно создавать в стране с низким уровнем общей грамотности новые смысловые значения с негативными коннотациями и репутационными рисками для большинства пользователей сети интернет и социальных медиа.
- Медиаметрические измерения в формате количественных и качественных социологических исследований позволяют выявить ключевые параметры и сформулировать единые принципы медиаграмотности, позволяющие верифицировать подлинность современных новостей, сводя к минимуму возможный ущерб от фейков.
- Учитывая, что пользователи с низким уровнем медиаграмотности более склонны принимать и делиться ложной информацией, сфокусированность на студенческом сообществе, наиболее открытом для тестирования и внедрения образовательных программ проверки уровня медиаобразования в Бангладеш для выявления коэффициента конвертации медиаграмотности в способность распознавать и предотвращать распространение фейковых новостей, позволяет получить релевантные данные.
- Медиаграмотность, как важнейший навык в социальном, культурном и экономическом развитии цивилизации, является для граждан Бангладеш предпосылкой успешного участия в формировании информационного общества, основанного на принятии обоснованных решений в ведении общественного дискурса и возможности ориентироваться в сложном медиаландшафте страны.

**Теоретическая значимость** работы заключается в том, что вместе с уточнением теории «Информационного беспорядка», проецируется взаимосвязь между процессами цифровизации, развития национальной журналистики на уровень современной медиаграмотности, противостоящей фейковым новостям,

всесторонне реализуется аналитический обзор научных исследований медиасреды и социо-демографической структуры потребителей медиаконтента в Бангладеш, а затем, основываясь на анализе существующей теоретической базы программ общей грамотности, обобщаются характеристики и оценочные критерии ее взаимодействия с медиаобразованием в контексте развития информационно-компьютерных технологий (ИКТ), что позволяет внести уточнения в теорию медиаграмотности. Анализируются особенности процесса цифровизации национальных СМИ после обретения страной независимости в контексте развития современных медиаплатформ с использованием оценочных критериев и медиаметрических измерений влияния медиаграмотности на противостояние фейкам. Применяемый подход обеспечивает теоретико-методологическую достоверность диссертационного исследования и его существенный вклад в решение важной научной задачи, связанной с противостоянием возникновению и распространению фейковых новостей с опорой на своевременное диагностирование ложной информации в социальных сетях. Исследования в этой сфере позволяют, конкретизируя параметры влияния культуры страны на уровень медиаграмотности, выйти на формирование единой системы фактчекинга, сформулировав рекомендации по внедрению системы обучения по верификации фактов на популярных медиаплатформах для сохранения национальной аутентичности Бангладеш и минимизации имиджевых потерь государства в эпоху дигитализации, что может лечь в основу развития новых исследовательских направлений по медиаграмотности в онлайн-журналистике, цифровым коммуникациям и новым медиатехнологиям.

**Практическая значимость** определяется комплексностью исследования, выявившего необходимость повышения качества программ медиаграмотности для эффективного противостояния фейковым новостям. Разработанная методика медиаметрического моделирования программ по обучению медиаграмотности, внедряемая совместно с правительством и профессиональным журналистским сообществом в качестве нового способа управления общественным доверием в эпоху дигитализации, позволяет сформировать перечень проблем, связанных с влиянием патриархальной культуры страны на систему знаний, а также представить соответствующие обоснованные предложения по их устранению. Выводы данной исследовательской работы представляют интерес для экспертов в области медиаобразования, коммуникологии, медиалингвистики, коммуникационных стратегий, а также для сотрудников госучреждений и образовательных организаций, заинтересованных в противостоянии распространению фейковых новостей, для экспертов, изучающих влияние фейковых новостей на цифровые медиа в условиях кризиса, их влияние на журналистскую практику, процесс цифровой коммуникации и поведение пользователей новых медиа. Материалы исследования могут быть использованы в учебном процессе для подготовки студентов-журналистов, разработки образовательных программ по новостной и цифровой грамотности, чтобы защитить страны от распространения фейковых новостей и деструктивной пропаганды. Выработанные практические рекомендации

также могут быть полезны журналистам, филологам, политологам, социологам и представителям других актуальных гуманитарных дисциплин.

**Самостоятельный вклад автора** диссертации состоит в обогащении ограниченности методологического горизонта исследования проблемы фейковых новостей как феномена, получившего новый импульс в постковидный период, ускоривший темпы создания виртуальных сообществ. Статуса новизны заслуживает авторский подход, рассматривающий бангладешских пользователей как субъект, способный интерпретировать свой выбор в пользу фейковых новостей при наличии низкого уровня медиаграмотности, что свидетельствует о взаимосвязи уровня медиаграмотности в Бангладеш, как существенного фактора, влияющего на взгляды и действия людей, связанные с потреблением новостей. Медиаграмотные с большей вероятностью критически анализируют информацию, распознавая фейки и принимают обоснованные решения относительно источников новостей. Пользователи с низким уровнем грамотности являются получателями и распространителями ложной информации. Кроме того:

- Проанализирована и значительно дополнена концепция появления, распространения ложных новостей - «Информационный беспорядок», и выявлены особенности их функционирования в контексте медиаграмотности.
- Значимый уровень медиаобразования позволяет верифицировать полученную информацию, перепроверять данные и, консультируясь со специализированными агентствами, рассматривать альтернативные точки зрения прежде, чем делать перекрестные ссылки.
- Выдвинутое автором исследования положение о том, виртуальные сообщества активно интегрируют медиа в свою повседневную жизнь, позволило успешно протестировать и подтвердить актуальность концепции «Информационного беспорядка» для бангладешских пользователей социальных сетей.
- Выполненное автором исследование показывало, что бангладешская аудитория ежедневно потребляет фейковые новости через основные цифровые каналы распространения значительно больше, чем через традиционные СМИ.
- Учитывая прямую зависимость между медиапотреблением и объемами получения ложной информации, повышение уровня медиаграмотности должно базироваться на создание программ, способных не просто верифицировать полученные сообщения, но развивать практические навыки, необходимые для критического анализа медиаконтента.
- Потребление медиа в современных условиях, как способа заполнения своего свободного времени, должно быть тесно увязано с поощрением медиаграмотности в обществе для создания своеобразной психологической стабильности в сознании молодого поколения бангладешцев.

Ссылки на исследования включают 240 наименований: справочники и юридические документы, диссертации и рефераты, книги и статьи на русском, английском и бенгальском языках, а также онлайн- и печатные источники.

**Апробация результатов исследования.** Основные результаты исследования

были представлены на семинарах и лекциях кафедры массовых коммуникаций – «Mass Media Sociology» и «Media Economics» филологического факультета Российского университета дружбы народов (РУДН), а также на международных научных конференциях, проводимых МГУ имени М.В. Ломоносова, Российским университетом дружбы народов имени Патриса Лумумбы и других международных научных конференциях в России, Бангладеш, Великобритании, Турции. Значимые выводы исследования представлены в 17 научных публикациях, в том числе шести статьях в рецензируемых журналах, в том числе 3 – в российских рецензируемых журналах, входящих в список ВАК РФ, РУДН, МБЦ; в трех статьях, цитируемых в международных базах цитирования.

**Структура работы.** Диссертация состоит из введения, трех глав (девяти параграфов) с промежуточными выводами, заключения, списка использованной литературы и приложений. Исследование представлено на 196 страницах, включая 26 рисунков, 4 таблицы, приложения. Список литературы содержит 240 наименований.

## II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** диссертационной работы обосновывается актуальность выбранной темы, дается описание хронологических рамок, целей и задач исследования, определяется его объект и предмет, дается анализ степени научной разработанности темы, представлена эмпирическая база и методологическая основа исследования. Введение также включает в себя обоснование научной новизны, практическую и теоретическую значимость изучения поставленной проблемы, выдвинутую гипотезу, основные положения, которые выносятся автором на защиту, очерчивается структура диссертации в целом.

**Первая глава «Медиасистема Бангладеш: предпосылки появления и функционирования фейковых новостей»** состоит из четырех параграфов, посвященных роли социальной, политической и экономической структуры в формировании современной медиасистемы Бангладеш, а также процессу цифровизации национальных медиа. В главе обсуждается история СМИ Бангладеш в период освободительной войны 1971 г., как одна из предпосылок появления фейковых новостей, распространяемых политическими структурами, исследуются процессы конвергенции бангладешских медиа на фоне низкой общей грамотности населения. В ней также исследуются последствия внедрения цифровых технологий в Бангладеш. Обсуждается роль средств массовой информации в преобразовании социального порядка, формировании социальных классов и стабильности в обществе. **В первом параграфе первой главы «Роль социальной структуры в формировании современной медиасистемы»** анализируется роль социальной структуры в формировании современной медиасистемы Бангладеш. Утверждается, что социальное устройство Бангладеш оказывает существенное влияние на нынешний медиаландшафт, вопросы собственности и контроль над средствами массовой информации, политическое и идеологическое влияние, профессиональную практику и стандарты регулирования СМИ, а также цензуру,

модели медиапотребления и проблемы информационной безопасности. Перечисленные факторы оказывают, как положительное влияние на медиасреду Бангладеш, так и негативное - в определенной степени ограничивая независимость и плюрализм высказываемых точек зрения, лишая журналистов возможности публиковать критические репортажи. Сложные взаимодействия журналистского сообщества и новых медиа подчеркивают трудности в реализации права свободы слова и выражения различных мнений в условиях конвергенции, что крайне важно для построения процветающего гражданского общества, где воплощены, в том числе, принципы этической журналистики. Кроме того, в подразделе первого параграфа **«Роль СМИ в переходе к новому социальному порядку, социальным классам и стратификации»** отмечена роль СМИ в процессе перехода к новому социальному порядку в стране, формированию социальных классов и групп населения.

**Второй параграф первой главы «Политическая структура и фейки в СМИ»** акцентирует внимание на двух важных аспектах: структуре правительства и системе правления в Бангладеш, а также практике распространения фейков внутри политических партий. Понимание устройства государственной структуры страны имеет решающее значение для прогнозирования динамики развития политической власти. При этом борьба с распространением политических фейков имеет важное значение для повышения подотчетности в области государственной политики. Эти выводы диссертанта подчеркивают важность транспарентности в управления страной, как и необходимость борьбы с манипулятивными действиями, применяемыми для завоевания доверия избирателей и построения политической системы Бангладеш. Кроме того, решение проблемы мошеннических практик внутри политических партий имеет решающее значение для укрепления демократических ценностей и присутствия народных избранников в парламенте страны. Проправительственные веб-сайты неоднократно распространяли вводящие в заблуждение материалы без каких-либо последствий для себя, а правительство Бангладеш регулярно закрывает новостные веб-сайты, публикующие иные, отличные точки зрения. Исследователь убедительно доказывает скоординированность травли известного журналиста Зулкарнайна Саер Хана, против которого была развернута клеветническая кампания с использованием постановочных изображений и необоснованных утверждений. Правительство страны раскритиковало передачу канала «Аль-Джазира» о журналисте, позволив проправительственным СМИ и интернет-группам присоединиться к нападкам. Согласно отчетам ООН о злоупотреблениях, совершенных в отношении журналистов и активистов в Бангладеш, более 150 групп в Facebook<sup>41</sup> и 20 веб-сайтов были идентифицированы как источники фейковой информации в поддержку правительства. В подразделах **«Структура правительства и департамента управления»** и **«Фейки в повседневной деятельности политических партий в**

---

<sup>41</sup> Facebook - организация, деятельность которой запрещена на территории Российской Федерации по основаниям осуществления экстремистской деятельности.

**Бангладеш»** анализируются связи между правительством и истоками фейковых новостей, замешанных на коррупции.

**В третьем параграфе первой главы «Национальная медиаэкономика как основа независимости средств массовой информации Бангладеш»** основное внимание уделяется экономической системе Бангладеш, которая существенно влияет на работу СМИ. Состояние экономики сказывается на различных подсистемах, включая медиаконтент и поток рекламного финансирования, доступ к технологиям, и предпринимательство в целом. Состояние национальной медиаэкономики оказывает влияние на независимость СМИ, наличие разнообразных точек зрения, а также долгосрочную жизнеспособность альтернативных и независимых источников финансирования средств массовой информации. Крайне важно понять взаимодействие между экономической системой и медиасредой, чтобы оценить трудности и возможности, с которыми сталкивается бангладешский медиабизнес при наличии существенных финансовых ограничений и слабой поддержкой медиаструктур. Кроме того, в подразделе **«Роль прессы в экономическом сценарии Бангладеш: до и после независимости»** описывается функция прессы в экономической среде Бангладеш, претерпевшая значительную эволюцию с 1971 г. после обретения независимости. Ранее СМИ играли решающую роль в просвещении и повышении уровня грамотности граждан, информировании об экономических реформах, успехах в достижении независимости, поддержке экономических прав и свобод. После обретения независимости пресса, радио и телевидение оставались важнейшим источником информации, продвигая в своих материалах политику правительства. СМИ влияют на корпоративную среду, повышение осведомленности общественности в области экономики и политики, привлечение внимания к вопросам социального неравенства и несправедливости. СМИ, занимающиеся расследованиями, выявляли финансовые нарушения и махинации, тогда как ряд изданий, как «The Financial Express» и «Business Standard Bangladesh», публиковали фейки, поддерживая корпоративных лиц, принимающих решения в пользу финансистов. СМИ Бангладеш содействовали повышению финансовой грамотности кооперативов и частных предпринимателей, позволяя гражданам страны принимать более обоснованные решения. Примечательно, что в первые годы независимости СМИ действительно в целом способствовали развитию финансового просвещения и ликвидации экономической безграмотности населения, поощряя простых граждан к участию в дискуссиях по вопросам восстановления народного хозяйства и разрушенной войной экономики.

**В четвертом параграфе первой главы «Особенности процесса цифровизации СМИ Бангладеш»** внимание обращается на цифровой проект Бангладеш, который придает новый импульс всей медиаиндустрии. Проект Digital Bangladesh направлен на реализацию политики по совершенствованию цифровых медиаплатформ и гарантирует доступность СМИ для всех жителей, признавая важность их в формировании общественного мнения и обмене информацией. Программа зиждется на создании надежной цифровой медиа инфраструктуры,

цифровой передаче информации и продвижении новостных онлайн-порталов посредством финансирования независимых медиа и поощрении гражданской журналистики с целью создания более доступного медиаландшафта. Правительство также разработало политику и правила для надзора за контентом цифровых медиа, чтобы гарантировать соблюдение этических стандартов и ответственной журналистики в сети интернет. Расширение доступа к новостям и информации, благодаря цифровизации СМИ, должно облегчить гражданам возможность оставаться в курсе событий и участвовать в общественных дискуссиях. Подраздел **«Влияние внедрения цифровых технологий в Бангладеш»** посвящен проблемам предоставления СМИ возможности охвата более широкой аудитории. Кроме всего, проект позволяет медиа выходить на широкую аудиторию, интенсивнее общаться с потребителями услуг через интерактивные платформы. В итоге, цифровая трансформация медиаиндустрии существенно повлияла на методы журналистики в Бангладеш, потребительские привычки и медийную экосистему в целом. Правительство по-прежнему заявляет о стремлении создавать благоприятную среду, которая, якобы, поощряет инновации в медиасфере, способствуя повышению медиаграмотности для защиты свободы СМИ.

**Во второй главе диссертации «Развитие фейковых новостей и их влияние на социальные сети Бангладеш»**, состоящей из трех параграфов, обсуждается распространение фейковых новостей в стране и их влияние на социальные сети. В ней анализируется эволюция СМИ Бангладеш до и после Освободительной войны 1971 года, исследуются радио- и телевидение в современной Бангладеш, а также проблемы свободы прессы и отношения с властными структурами как части экосистемы, способствовавшей зарождению и распространению фейков. Исследуется влияние социальных сетей на новую журналистику в Бангладеш.

**В первом параграфе второй главы «Эволюция медиасистемы Бангладеш до начала Освободительной войны 1971 г.»** рассматривается эволюция СМИ Бангладеш с начала XIX века после того, как в 1780 году столице Индии Калькутте была опубликована первая газета Bengal Gazette под редакторством Джеймса Огастес Хики. В прошлом столетии в регионе произошли значительные политические изменения, включая разделение Индии и создание Восточного Пакистана, который, в конечном итоге, стал Бангладеш. Газеты сыграли важную роль в социально-культурном и политическом развитии региона, столкнувшись с давлением и запугиванием с момента выхода самого первого издания. С 1991 году расширились возможности медиаиндустрии, а в начале 2000-х годов были заложены основы онлайн-журналистики, что побудило медиакомпании внедрять мультимедийные платформы. Меняющиеся правительства постоянно стремились контролировать СМИ в Бангладеш. Задолго до освободительной войны 1971 года Серампурская миссия со штаб-квартирой Управления городского развития Калькутты в доколониальный период инициировала публикацию первого бенгальского журнала «Дигдаршан» в 1818 году, и в том же году - бенгальской еженедельной газеты «Самачар Дарпан». Среди известных газет этого периода - «Самбад Каумади», «Самбад Прабхакар» и «Таттободхини», печатавшиеся с 1843

году. В XIX веке законы и постановления, введенные британским правительством, ограничивали прессу, но появились и издания, как «Грамбарта Пракашика», отстаивавшие общественные интересы, противостоящие политическим манипуляциям. Индийское восстание 1857 года существенно повлияло на национальное самосознание индийцев и других народов. Газета «Кангал Харинатха Грамбарта Пракашика» была первой газетой, издаваемой для общественности, бросив вызов британскому правительству. На протяжении всего XX-го века формировались различные политические партии, использовавшие дезинформацию и фейки для сохранения собственной идеологии. Ключевые публикации до раздела Индии появлялись в изданиях «Муссалман» (1906 г.), «Набоюг» (1922 г.), «Шиха» (1927 г.), «Дайник Азад» (1936 г.) и «Дайник Иттехад» (1946 г.). Национально-освободительное движение за бенгальский язык в Восточном Пакистане в 1952 году стало поворотным моментом, когда газеты сыграли решающую роль в поддержке движения за свободу. Создание трех журналов, один из которых до 1947 года выходил в Бангладеш, является одним из наиболее важных факторов для противостояния политическим фейкам. В 1947 году вступила в строй первая в стране средневолновая радиостанция мощностью 5 кВт, а в 1964 году начала вещание первая телевизионная станция в Дакке, тепловая электростанция мощностью 110 МВт, построенная в Горасале инженерами из СССР, увеличила производство электроэнергии в стране в 20 раз. События, приведшие к войне Восточной Бенгалии за независимость, произошли, во многом из-за бескомпромиссной позиции патриотических СМИ в борьбе с фейками, инициируемыми Западным Пакистаном и его военной диктатурой. После убийства Бангабандху шейха Муджибура Рахмана 15 августа 1975 года ранее запрещенным изданиям, активно поддерживающим фейки, вновь было разрешено публиковаться. В период с 1982 по 1989 год СМИ подверглись строгому регулированию, что привело к закрытию почти пятидесяти важных периодических изданий. В параграфе анализируется весь спектр каналов коммуникаций, поднимаемых тем и методов воздействия фейковых новостей на бангладешский социум.

В подразделе второго параграфа **«Медиа ландшафт современной Бангладеш как часть искусственно созданной экосистемы»** анализируются электронные СМИ, уходящие корнями в начало двадцатого века. После раздела Индии в 1947 году Всеиндийское радио (AIR) открыло радиостанцию в Дакке, которая со временем перешла под управление Радио Пакистана. Радиостанция Дакки сменила название на Бангладеш Бетар в 1971 году и стала официальной радиовещательной компанией страны. Подраздел **«Радио и телевидение в современной Бангладеш»** освещает деятельность частных FM-радиостанций, впервые появившихся после принятия правительством «Мер в отношении частных радиостанций» в 1996 году. Существует 28 работающих частных FM-радиостанций, а Бангладеш Бетар объединяет 35 FM-станций и 14 региональных радиостанций. интернет-радиостанции также влияют на формирующийся разнообразный радиоландшафт в стране. С 1990-х годов телевизионный сектор Бангладеш претерпел существенное расширение и изменения. Бангладешское телевидение

(BTV) с четырьмя государственными телевизионными сетями и 45 частными телевизионными каналами, созданное после обретения Бангладеш независимости в 1971 году, расширив охват вещания, стало важным источником новостей. В 1990-е годы множились частные спутниковые телеканалы, что внесло большее разнообразие в спектр продвигаемых фейков. Появление в цифровую эпоху интернет-платформ и новых технологий цифрового вещания привело к двум последствиям: бангладешцы по-прежнему во многом полагаются на телевидение, адаптировавшееся к новым технологиям, и произошедшая существенная смена их потребительских предпочтений стала важным фактором для продавцов контента.

В подразделе «Свобода прессы и властные отношения в Бангладеш как часть созданной фейковой экосистемы» пандемия COVID-19 рассматривается как существенный фактор, повлиявший на сектор медиа: продолжали работать 86 газет, а 254 издания были закрыты. Современный национальный бюджет не способен адекватно удовлетворять медиазапросы населения, что создает питательную среду для распространения фейковой информации. По данным Союза журналистов Дакки (DJU), около 1000 журналистов потеряли работу или не получали зарплату в течение нескольких месяцев после начала пандемии в стране. Таким образом, это стало еще одним переделом сфер медиавлияния с 1990-х годов. Появление новых коммуникационных технологий и неоспоримые последствия глобализации, привязавшие страну к зависимости от иностранных доноров, повлияли на проводимую неолиберальную политику правящих кругов. Две основные политические партии, находящиеся у власти, пообещали предоставить автономию СМИ и обеспечить свободу слова, которая уже много лет является предметом беспокойства: ограничительные законы, как Закон об информационных и коммуникационных технологиях (ИКТ), Закон о государственной тайне, подвергаются критике за удушение свободы прессы. Радикальные исламисты нападают на журналистов с 1992 года, но всплеск насилия наблюдается с 2013 года, а в 2016 году были приняты новые ограничительные поправки к законам в ситуации, когда треть населения активно использовала Facebook<sup>42</sup> и Twitter<sup>43</sup>. Концентрация медиа Бангладеш в руках нескольких политических кланов привела к небольшому разнообразию мнений и искажению фактов в продвигаемых материалах. Распространенность ложной информации и дезинформации в медиасреде Бангладеш в последнее время возросла, что привело к возникновению так называемой «фейковой экосистемы», поставившей в зависимость от ложных новостей 40 % населения в мегаполисах, где треть из 172 миллионного населения на январь 2023 года - граждане в возрасте от 13 до 44 лет. Отсутствие плюрализма мнений в медиа способствовало созданию экосистемы, построенной на фейковой информации, в которой доминируют лишь несколько влиятельных медиагрупп.

**В втором параграфе второй главы «Влияние социальных сетей на новую**

---

<sup>42</sup> Facebook - организация, деятельность которой запрещена на территории Российской Федерации по основаниям осуществления экстремистской деятельности.

<sup>43</sup> Twitter - организация, деятельность которой запрещена на территории Российской Федерации по основаниям осуществления экстремистской деятельности.

**журналистику»** анализируется влияние цифровизации на развитие социальных сетей и изменение вектора развития бангладешской журналистики. Платформы социальных сетей стали мощными инструментами, которые изменили журналистскую практику, открыв новые каналы для распространения фейковой информации. Блогинг и онлайн-активизм впервые появились в Бангладеш в середине 2000-х гг., изменив тенденции медиапотребления при уровне проникновения интернета 38,9% в 2023 г. В целом, оформились четыре типа онлайн-журналистики: собственно издания в социальных сетях, независимые онлайн-газеты, онлайн-газеты со значительными инвестициями олигархов и онлайн-версии печатных газет. Резкий рост цифровой журналистики стал следствием широкого использования смартфонов и интернета. Влоги и прямые трансляции становятся более популярными. Важными участниками являются Prothom Alo, The Daily Star, Dhaka Tribune и Somo TV и их включения в режиме реального времени, децентрализовавшие новостную экосистему Бангладеш. Гражданам предоставилась новая площадка для обмена различной степени доверенности новостями, высказывания своих идей и участия в общественных дискуссиях. Данный факт оказал существенное давление на традиционные СМИ и заставил их изменить правила работы с новостями. Медиаплатформы упростили быстрое распространение новостей на огромные расстояния, что позволило общественности получать новости в режиме реального времени. Из-за возросшей потребности в оперативных репортажах журналисты вынуждены использовать цифровые инструменты и подходы, чтобы оставаться конкурентоспособными. Кроме того, социальные сети смогли привлечь внимание к общественным проблемам и обеспечить прозрачность работы СМИ. Это позволило гражданским журналистам освещать ранее не обсуждавшиеся местные события, нарушения прав человека и другие важные проблемы. Доступность социальных сетей дала слабо представленным социальным группам более заметный голос, привлекая внимание к важнейшим социальным, политическим и экономическим проблемам. Однако появление социальных сетей также создало трудности для бангладешской журналистики, кратно умножив распространение фейковых новостей, ложной информации и дезинформации. В условиях огромного количества, поступающих в интернет неподтвержденных новостей, журналисты сталкиваются с проблемой своевременной верификации информации и гарантиями правдивости своих сообщений. Поиск баланса между использованием преимуществ и недостатков социальных сетей при сохранении фундаментальных ценностей журналистики, как точность, подотчетность и этичность стали важнейшими для будущего журналистики в Бангладеш.

**В третьей главе «Влияние медиаграмотности на противостояние фейковым новостям в Бангладеш»** содержится три параграфа. Медиаграмотность позволяет гражданам делать осознанный выбор, полноценно участвовать в жизни общества и способствовать более избирательному и активному общественному диалогу, прививая практические навыки навигации в современной медиасреде. В главе на основе проделанного количественного и качественного

анализа рассматриваются собственно контент фейковых новостей, зависимость скорости распространения фейковых новостей от уровня медиаграмотности, анализируется взаимосвязь между медиаграмотностью и верой медиапользователей в фейки, уделяется особое внимание рекомендациям по предотвращению фейков.

**В первом параграфе третьей главы «Лингвистические и стилистические характеристики сайтов и медиаплатформ, распространяющих фейки»** анализируются потоки фейковых новостей и их зависимость от уровня медиаграмотности. Оценка степени медиаграмотности населения и практики распространения фейковых новостей имеют решающее значение для политиков, медиа-экспертов и преподавателей, способных анализировать текущую ситуацию в стране, прогнозируя последствия распространения фейков. ЮНЕСКО ввела термин «функциональная грамотность» в 1956 году для описания взаимосвязи между грамотностью и занятостью, экономическим ростом. Цифровые технологии в истории влияния прогресса на грамотность являются самым последним заметным достижением. «Грамотность» всегда имела определенный статус, несмотря на то, что термином злоупотребляют, используя как синоним компетентности и навыков. Поскольку грамотность часть культуры и текстовых знаний, «социальный сдвиг» в практике грамотности в 1990-е годы сосредоточился на ней. В 1990-е годы популярность образования в области медиаграмотности в школах, колледжах и общественных организациях возросла. В целях дальнейшего развития медиаграмотности и предоставления ресурсов учителям в 1996 году была создана Национальная ассоциация образования медиаграмотности (NAMLE). Критические концепции отдельных типов грамотности включили информационную грамотность, медиаграмотность, компьютерную грамотность и цифровую грамотность. Бангладешский центр развития журналистики и коммуникации (BCDJC) был основан в 2002 году и стал одной из ведущих групп, продвигающих медиаграмотность. BCDJC проводит исследования, организует учебные программы и семинары, а также создает учебные материалы для повышения медиаграмотности среди журналистов, специалистов средств массовой информации и широкой публики. Ценность социальных сетей как источника знаний постоянно растет. Согласно исследованию, 74% и 68% граждан используют Twitter<sup>44</sup> и Facebook<sup>45</sup>, рассматривая сети как ценный источник информации. Свыше половины опрошенных полагаются на Facebook<sup>46</sup>, как на основной источник политической информации (25,9%), новостей о здоровье (12,4%), развлечениях (11,7%), данных о преступности (6,7%) и социальной жизни (7,8%), где соотношение фейков с негативным подтекстом в 10 раз превышает фейки с позитивной коннотацией. Проведенный анализ ложных новостей из 282 источников, систематизированных по сферам распространения, показывает, что 135, или (47,9%) получены от

<sup>44</sup> Twitter - организация, деятельность которой запрещена на территории Российской Федерации по основаниям осуществления экстремистской деятельности.

<sup>45</sup> Facebook - организация, деятельность которой запрещена на территории Российской Федерации по основаниям осуществления экстремистской деятельности.

<sup>46</sup> Facebook - организация, деятельность которой запрещена на территории Российской Федерации по основаниям осуществления экстремистской деятельности.

Facebook<sup>47</sup>, 31 или (10,9%) фейков – от YouTube, 41 (14,1%) - Twitter<sup>48</sup>, а 19 (6,7%) – из местных сетей, из интернет-СМИ - 33 (11%), а 23 (8,6%) из других источников, включая слухи, ретранслируемые в мечети. Таким образом, тренды в распространении фейков эпохи COVID-19 сохранились и укрепились. Детально исследованы фейковые новости об 11 случаях насилия и гибели людей из-за распространенных фейков в период 2012-2022 гг. под заголовками: «Бунтующая толпа поджигает храмы в Бангладеш» *ABC News*, «Слухи о беспорядках Сайеди затягиваются» *The Business Standard*, «Атака запланирована; стиль тот же» *bdnews24.com*, «Рынок капитала: тысячи людей распространяют слухи в Facebook<sup>49</sup>» *BBC Bangla*, «Нападения в Насирнагаре, изгоняющие индусов» *Dhaka Tribune*, «Пять крупных инцидентов в Бангладеш, связанных с фейковыми новостями» *BBC Bangla*, «Фейковые новости: слухи, распространяемые активистами политических партий в Facebook»<sup>50</sup> *BBC Bangla*, «Зачем распространять слухи о головах людей на мосту Падма?» *SomoyNews TV*, «Молодые люди избиты до смерти, распространение слухов» *Bangla News24.com*, «Нападение на индусов: ситуация в трех деревнях в Рангпуре напряженная» *DW Bangla*, «Спор о богатстве Машрафе в 510 крор» *Rumor Scanne*.

В подразделе «**Фейковые новости и организации по проверке фактов в Бангладеш в эпоху постправды**» Бангладешский центр развития журналистики и коммуникации (BCDJC) рассматривается в качестве ведущей группы, продвигающей медиаграмотность по всей стране. Тем не менее, в Бангладеш по-прежнему существуют проблемы с распространением навыков по обучению медиаграмотности из-за ограниченности в дополнительных ресурсах и инфраструктуре, недостаточной осведомленности общественности о важности этой проблемы и политизированной медиасреды Бангладеш. Страна в настоящее время занимает 128-е место в мире по уровню грамотности, 44% и 24% населения Бангладеш в возрасте от 15 до 24 лет все еще нуждаются в среднем образовании. В этих обстоятельствах информация о медиаграмотности должна распространяться среди всех социальных классов. Чтобы определить уровень медиаграмотности в стране, необходимо владеть различными формами грамотности, как информационной, медийной, компьютерной, цифровой. Информационная грамотность значительно изменилась с момента ее создания в 1974 году и стала важнейшим навыком в различных аспектах жизни. Пражская декларация 2003 года подчеркивает важность информационной грамотности как предпосылки успешного участия в формировании информационного общества, основы социального, культурного и экономического развития цивилизации. Цифровая медиаграмотность

<sup>47</sup> Facebook - организация, деятельность которой запрещена на территории Российской Федерации по основаниям осуществления экстремистской деятельности.

<sup>48</sup> Twitter - организация, деятельность которой запрещена на территории Российской Федерации по основаниям осуществления экстремистской деятельности.

<sup>49</sup> Facebook - организация, деятельность которой запрещена на территории Российской Федерации по основаниям осуществления экстремистской деятельности.

<sup>50</sup> Facebook - организация, деятельность которой запрещена на территории Российской Федерации по основаниям осуществления экстремистской деятельности.

часто подразумевает «обучение», где технические знания, критическое понимание, навыки производства и взаимодействия, а также гражданская активность являются четырьмя иерархически структурированными компонентами этой грамотности. Грамотность в социальных сетях предполагает разумное и эффективное использование платформ социальных сетей, знание того, как использовать инструменты социальных сетей и ориентироваться в них, а также распознавать потенциальные угрозы. В Бангладеш этим занимаются три организации: BD Fact Check, Jacchai и Fact Watch. Проект под названием «The Fact Watch» был запущен в 2017 году и управляется университетом свободных искусств. Два остальных работают самостоятельно. В то время как BD Fact Check обращается к людям через свою страницу в Facebook<sup>51</sup>, у Jaachai, Fact Watch есть веб-сайты. В Бангладеш нет правовой базы для сотрудничества с непредвзятыми организациями по проверке фактов. Поэтому эти организации относят к категории интернет-СМИ. Эти компании в первую очередь подтверждают заявления, сделанные в социальных сетях. В частности, в исследовании «Обнаружение фейковых новостей на бенгальском языке» был разработан метод интеллектуального анализа данных, позволяющий различать фейковые и подлинные новости, классифицируя фейковые новости на бенгали в информационном контексте Южной Азии. Кроме того, на основе классификатора был разработан веб-интерфейс, позволяющий определить аутентичность новости, написана ли она на бенгальском языке, что важно, тогда степень достоверности определяется с точностью до 85%. Еще одно исследование, проведенное в трех деревнях Бангладеш, подтвердило, жители все еще полностью полагаются на свои культурные мифы, религиозные убеждения, и сверхчувствительны к вопросам социальной справедливости. Кроме того, они часто жалуются на то, что материалы с подобным контентом часто оказываются лживыми, не отражают их идеалы, и делятся этим открытием со своими друзьями и родственниками. Они, собственно, и предложили исследователям изучать случаи обмана и организовывать проверку фактов, чтобы разработать подходящие технологии благополучия в социальных сетях для конкретных групп. Подраздел **«Некоторые рекомендации по предотвращению распространения фейковой информации и новостей»** посвящен исследованию роста использования потенциала сети интернет и других информационных технологий, что приводит к массовому распространению ложной информации. Следует тщательно подумать, прежде чем делиться чем-либо в соцсетях: кто сообщил новости, что произошло, кто на изображении, и что чувствуете после прочтения новостей. Пропаганда, как видим, направлена на оказании влияния на оппонента путем продвижения определенной политической или идеологической точки зрения. Бангладеш, развивающаяся страна с низким уровнем грамотности, пережила множество случаев, связанных с ложной информацией, слухами, дезинформацией и ложными новостями. Рост сайтов социальных сетей и цифровых новостных платформ

---

<sup>51</sup> Facebook - организация, деятельность которой запрещена на территории Российской Федерации по основаниям осуществления экстремистской деятельности.

оказался колоссальным в своем влиянии на страну.

**Во втором параграфе третьей главы «Медиаграмотность и особенности бангладешского менталитета в восприятии и потреблении информации»** распространение фейковых новостей рассматривается как серьезный вызов общественному дискурсу и общественному пониманию в эпоху цифровых технологий. В контексте новых медиа воздействие на пользователей социальных сетей привело, как к изменению привычек медиапотребления, так и образа жизни в сельских районах страны, где проживает 60% населения, что разрушает не только традиционный жизненный уклад, но и сложившиеся представления о социальной справедливости, закончившиеся многочисленными случаям массовой гибели людей на религиозной почве и в межобщинных столкновениях в исследуемый период 2012-2022 гг., продемонстрировав на практике механизм конвертации фейковых новостей в насилие. Современному медиаландшафту страны, базирующемуся на недавнем колониальном прошлом, имплицитно присуща вера в распространение местных новостей, включающих и лживую информацию, которая ведет к деструктивными последствиям. Поэтому необходимы современные критерии верификации фактов, позволяющих прогнозировать когнитивные, эмоциональные и поведенческие реакции бангладешских медиапользователей. Эти рекомендации базируются и на мнениях экспертов, высказанных в 6 глубинных интервью с руководителями из Института прессы Бангладеш-PIB, Независимого телевидения, национального новостного агентства Бангладеш Сангбад Сангстха (BSS), национального портала TheReport.live и издания Daily Ajker Patrika, подтверждающими выдвинутую научную гипотезу о прямой взаимозависимости между уровнем медиаграмотности и верой в фейковых новости: пользователи с низким уровнем медиаграмотности более склонны делиться и принимать ложную информацию, теряясь в цифровой среде.

Образовательные программы, направленные на повышение медиаграмотности и снижение распространяемой ложной информации должны сфокусироваться на студенческом сообществе, наиболее открытом для внедрения проверки фактов и измерения уровня медиаграмотности под воздействием учебного процесса. У экспертов имеется понимание, что медиаграмотность играет жизненно важную роль для развития навыков критического мышления при принятии обоснованных решений в ведении общественного дискурса, получения возможности ориентироваться в медиасреде. Включение обучения медиаграмотности в формальный и неформальный контекст имеет важное значение, поскольку люди могут научиться критически оценивать сам медиаконтент, проверять информацию и приобретать полезные привычки потребления новостей со школьной скамьи, через образовательные учреждения и общественные организации. Раннее обучение медиаграмотности может помочь развить способности на всю жизнь, чтобы успешно ориентироваться в сложном медиаландшафте страны. Это позволит образованным бангладешцам принимать обоснованные решения, эффективно участвовать в жизни общества и ориентироваться в обширном потоке сообщений СМИ. Особое внимание уделяется

ответственному цифровому гражданству, способствующему признанию и пониманию многих культур, точек зрения и идентичностей.

**В третьем параграфе третьей главы «Анализ взаимосвязи между медиаграмотностью и верой в фейковые новости в Бангладеш»** рассматривается связь между медийной грамотностью и верой населения в фейковые новости. Количественные и качественные методы исследования при сборе данных от 441 опрошенного в апреле-мае 2022 года содержали демографическую информацию, вопросы о медиаграмотности и вере в фейковые новости, привычках потребления медиа, а также формальном образовании или обучении медиаграмотности. В выборку вошли 211 респондентов-мужчин (47,8%) и 230 респондентов-женщин (52,2%). Возрастное распределение респондентов разделилось на три категории: 17-22 года, 23-28 лет и 28-33 года. Из общей выборки, 249 респондентов (56,5%) заявили, что им не хватает знаний в определении фейков, 113 (25,6%) опрошенных отметили, что они «скорее уверены» в способности обнаружить фейковые новости, 65 (14,7%) респондентов заявили, что они «уверены» в способности обнаружения фейков, и только 14 человек, примерно 6,3% респондентов выразили «высокую уверенность» в обнаружении лживой информации. Свои знания в данной области активно демонстрировали 3% обладателей магистерской степени, тогда как 97% респондентов никак не были вовлечены даже в формальные формы обучения или тренинги по медиаграмотности. Если каждый второй опрошенный (50,3%) сталкивался с фейками, то четверть респондентов (24,3%) их даже не замечали, а каждый пятый (19,9%) их охотно распространял. 45,1% респондентов назвали *социальные сети* и 25% - *сайты* в качестве основного источника новостей, где каждый третий (29,3%) тратит «от 1 до 3 часов» в день на просмотр новостного контента, а 2,9% - от 3 до 5 часов. Из данных опроса о восприятии респондентами фейковых новостей можно сделать пять важных выводов: 48,3% респондентов заявили, что никогда не считали лживые новости правдивыми, демонстрируя высокую подозрительность и критическое мышление; 21,5% респондентов лишь иногда видят в фейках правдивость, 10,2% принимают фейковые новости за реальное положение дел и, наконец, 19,9% отрицают принятие непроверенной информации, а 90% опрошенных констатировали - обучение медиаграмотности может существенно повлиять на способность распознавать фейки (60% полностью убеждены в этом, и 30% - частично, при 10% отрицавших причинно-следственную связь между учебой и практикой). Выводы исследования подтверждают важность медиаграмотности как способности критически мыслить в противостоянии с дезинформацией, обосновывая необходимость инициатив в области образования и повышения медиазнаний. Значительная часть респондентов (68,3%) считает, что повышение медиаграмотности снижает доверия к фейковым новостям, тогда как 8,2% респондентов не верят в это: на практике обучение существенно помогло 8 из 14 прошедших специализированное обучение по медиаграмотности. Подобный результат отчасти объясняет, позицию каждого четвертого из опрошенных (23,6%), констатирующего низкую корреляцию между уровнем медиаграмотности и

доверием к лживым новостям в стране с низкой общей грамотностью. Между тем, результаты показали, что обучение существенно влияет на способность каждого второго, прошедшего курсы или соответствующие программы, легко распознавать ложный контент. Медиаграмотность нужна для понимания содержания цифровых платформ, а практика проверки фактов должна постоянно совершенствоваться для повышения барьера противостояния фейковым новостям.

В **Заключении** изложены основные выводы, характеризующие специфику медиаграмотности в условиях возникновения и функционирования фейковых новостей в Бангладеш как инструмента манипулирования обществом при помощи ложной информации.

**Список литературы** включает 240 наименований: справочники и нормативные документы, диссертации и авторефераты, книги и статьи на русском, английском и бенгальском языках, онлайн- и офлайн-ресурсы.

### **ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ДИССЕРТАЦИОННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ОТРАЖЕНЫ В СЛЕДУЮЩИХ ПУБЛИКАЦИЯХ:**

1. *Muzykant V. L., Hossain B., Muqsith M. A., & Fatima M. J.* (2022). Media Literacy and Fake News: Bangladesh Perspective. *Jurnal Cita Hukum*, 10(2), 223–238. <https://doi.org/10.15408/jch.v10i2.259211> (Web of Science).
2. *Hoessin C. F. I. S., Poplavskaya N. V., & Hossain B.* (2022). Цифровая грамотность как средство от инфодемии COVID-19 в Индонезии (Digital Literacy as an Antidote to COVID-19 Infodemic in Indonesia). *Jurnal Cita Hukum*, 10(3), 631-648. <https://doi.org/10.15408/jch.v10i3.30010> (Web of Science).
3. *Hossain B., Fatima M.J., Muzykant V. L., Hoessin C. F. I. S., & Nahiduzzaman, M.* (2023). An Overview of Digital Media Literacy in Digital Bangladesh. *Jurnal Cita Hukum*, 11(2), 267–288. <https://doi.org/10.15408/jch.v11i2.34755> (Web of Science).
4. *В.Л. Музыкант, Е.Ю. Бурдовская, Е.В. Музыкант, Б. Кайзер.* (2023). Инвективные трансформации в современной масс-медийной коммуникации. *Филологические науки*. Москва. № 3. С. 31-39. <https://doi.org/10.20339/PhS.3-23.031> (Included in the list of Higher Attestation Commission).
5. *Hossain B., Muzykant V.L., & Nahiduzzaman, M.* (2022). Roles of Fact-checking Organizations in Bangladesh to Tackle Fake News. *Журнал "Закон и Власть"*, No. 5. Pp. 3-8. <https://elibrary.ru/item.asp?id=50096734> (Included in the list of Higher Attestation Commission).
6. *Hossain B., Muzykant V.L., & Nahiduzzaman, M.* (2022). Spreading Rumors in Bangladesh: An Analysis of Sources and Causes. *Научный журнал "Социология"*. No. 6. Pp. 189-197. <https://elibrary.ru/item.asp?id=50111359> (Included in the list of Higher Attestation Commission).
7. *Muzykant V.L., Hossain B.* (2021). Information and Misleading Information During COVID-19 on social media in Bangladesh// RUDN University. Means of Mass Communications in a Multipolar World: Problems and Prospects. Moscow. Vol. 01. Pp. 552-558. <https://repository.rudn.ru/ru/records/article/record/92561/>
8. *Muzykant V.L., Hossain B.* (2022). Fact-checking and Fake News: Perspective Bangladesh // RUDN University. Language and Speech in the Internet: Individual, Society, Communication, Culture. Moscow. – 2022. – Vol. 02. – Pp. 330-344.

<https://elibrary.ru/ugbwx>

9. *Hossain M.N., Hossain B., & Alam R.M.K.* (2022). Absolute globalization: The way to confront the global challenges // *The Business and Management Review*. UK. Vol. 13. Pp. 126-133. [https://cberuk.com/cdn/conference\\_proceedings/2022-09-16-09-17-30-AM.pdf](https://cberuk.com/cdn/conference_proceedings/2022-09-16-09-17-30-AM.pdf)

10. *Hossain B.* (2019). Examination of the Image of Women Empowerment in Contemporary Bangladesh Advertisements// *Communication Space of Modernity how the Scope of PR and Advertising*. Lugansk. Vol. 5. Pp. 3-4.

[http://library.lgaki.info:404/2017/%D0%A1%D0%B1%D0%BE%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA\\_%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%BC%D0%B0.pdf](http://library.lgaki.info:404/2017/%D0%A1%D0%B1%D0%BE%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA_%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%BC%D0%B0.pdf)

11. *Gora R., Muqsith M.A., & Hossain B.* (2022). Media Construction of Erick Thohir in Determining the Commissioners of State-owned Enterprises (BUMN)// *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 5. No. 2. Pp. 214-223. <https://ejournal.upnvj.ac.id/JEP/article/view/3850/pdf>

12. *Muzykant V.L., Muqsith M.A., & Kaiser B.* (2022). Фейковые новости как основа дезинформации на современных медиаплатформах // *Культура в фокусе научных парадигм. Донецкий национальный университет. Научное издание. Донецк*. Pp. 258-264. <https://elibrary.ru/item.asp?id=49341943>

13. *Hossain B., Alam R.M.K., Hossain M.N., & Fatima, M. J.* (2022). Influence of social media in the Practice of Journalism in Bangladesh // *The Business and Management Review*. UK. Vol. 13. Pp. 116-122. [https://cberuk.com/cdn/conference\\_proceedings/2023-01-18-08-34-34-AM.pdf](https://cberuk.com/cdn/conference_proceedings/2023-01-18-08-34-34-AM.pdf)

14. *Muzykant V.L., Hossain B.* (2023). On the Origins of Bengali National Journalism // *Journalism and Media in the Age of Global Challenge// Conference proceedings*. RUDN. Moscow. Vol. 1. Pp. 404-420.

15. *Muzykant V. L., Kaiser B., Muqsith M. A., & Surqani, P.* (2023). Misinformation, Disinformation as a Content of Fake News // *Культура в фокусе научных парадигм//XI International Scientific and Practical Conference «Culture in the Focus of Scientific Paradigms»*. Донецк. С. 336-342.

16. *Hossain B., Fatima M. J. & Muzykant V. L.* (2023). Fake News and Fact-Checking Organizations in the Post-Truth Era: Perspective Bangladesh // *The 8th International Student Symposium Proceedings Book-6 «Media and Communication»*. İstanbul, Pp. 6-28. ISBN: 978-625-7480-22-2. <http://www.internationalstudentsymposium.com/dosya/8-uos/6-Medya%20ve%20%C4%B0leti%C5%9Fim.pdf>

17. *Muzykant V.L., Hossain B., Masudur R.H.M.* (2022). Digital Journalism and Communal Violence in Bangladesh: A Case Study// *The 14<sup>th</sup> International Media Readings in Moscow «Mass Media and Communications-2022»*. Moscow. Pp. 44-45. <https://elibrary.ru/item.asp?id=49874655>

**Хоссаин Барек (Народная Республика Бангладеш)**

**МЕДИАГРАМОТНОСТЬ И ПОТРЕБЛЕНИЕ ФЕЙКОВЫХ НОВОСТЕЙ В  
БАНГЛАДЕШ: ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ТРЕНДЫ (2012-2022)**

В диссертации представлен анализ состояния медиаграмотности в стране, исследованы основные признаки распространяемых фейковых новостей, а также особенности их потребления. Объектом исследования является состояние медиаграмотности населения как системы знаний, противодействующей потреблению фейков в Бангладеш. Предмет исследования - взаимосвязь между низким уровнем медиаграмотности и высоким потреблением ложной информации, формирующей новостную экосистему, оказывающую деструктивное влияние на медиапользователей Бангладеш. Цель исследования – на основе анализа существующих концепций медиаграмотности, выявить формирующиеся тенденции и проанализировать существующие тренды в распространении фейков. Диссертантом идентифицированы и проанализированы как собственно "фейковые новости", так и родственные понятия с их уникальными особенностями функционирования в медиапространстве беднейшей страны мира, предложены общие рекомендации по борьбе с пагубными последствиями распространения ложной информации. На основе сочетания количественного и качественного подходов исследователь выявил взаимозависимость между уровнем медиаграмотности и потреблением фейковых новостей в Бангладеш, где противодействовать фейкам можно только через сотрудничество между журналистским сообществом, общественностью, СМИ и различными политическими партиями.

**Hossain Barek (People's Republic of Bangladesh)**

**MEDIA LITERACY AND FAKE NEWS CONSUMPTION IN BANGLADESH: THE  
MAIN TENDENCIES AND TRENDS (2012-2022)**

The dissertation presents an analysis of the state of media literacy in the country, examines the main features of disseminated fake news, as well as the characteristics of their consumption. The object of the study is the state of media literacy of the population as a knowledge system that counters the consumption of fake news in Bangladesh. The subject of the study is the relationship between low levels of media literacy and high consumption of false information, forming a news ecosystem that has a destructive impact on media users in Bangladesh. The purpose of the study is to, based on an analysis of existing concepts of media literacy, identify emerging tendencies and analyze existing trends in the spread of fakes in order to develop general recommendations for countering false information. The dissertation author identified and analyzed both "Fake News" itself and related concepts with their unique features of functioning in the media space of the poorest country in the world, and proposed general recommendations for combating the harmful consequences of the spread of false information. Using a combination of quantitative and qualitative approaches, the researcher identified the interdependence between the level of media literacy and the consumption of fake news in Bangladesh, where counteracting fake news can only be done through cooperation between the journalistic community, the public, the media and various political parties.