

УДК 316.776.22

## ФЕЙКИ КАК МЕДИАФОРМАТ

Смирнов М.И., студент гр. ГБмоз-201, I курс  
Научный руководитель: Баумгартэн М.И., к.ф.-м.н., доцент  
Кузбасский государственный технический университет  
имени Т.Ф. Горбачева, г. Кемерово

Самый распространенный продукт, потребляемый человечеством, – это информация. Спрос на нее всегда был высоким, а в нынешних условиях роль и значение данных растут как никогда. Спрос на информацию влияет не только на средства ее распространения и виды, но и на ее основную задачу. Развитие информационных технологий (в частности, интернета), во-первых, ускорило процесс подготовки и распространения информации, а во-вторых, расширило до невообразимых масштабов возможности ее восприятия. В этой ситуации правдивость или ложность распространяемой информации часто отходят на второй план. В результате суть информации становится абстрактной, ее начинают использовать в различных целях и интересах. Фальшивая, ложная и выдуманная информация оказывает негативное влияние на сознание аудитории и приводит к нарушению отношений между людьми, принятых норм и правил в обществе, ценностей и традиций.

Например, сегодня недостоверная информация встречается не только в социальных сетях, но и в новостях серьезных СМИ, особенно информационных сайтов. Это привело к тому, что потребитель контента перестал анализировать информацию и принимает ее вслепую, верит ей. “В последние годы СМИ превратились из канала распространения информации в средство обмена мнениями. В социальных сетях стремительно набирает популярность деятельность блогеров, которые постепенно перетягивают внимание общественности с традиционных СМИ и электронных информационных ресурсов на себя. Сегодня материалы из социальных сетей, блогов, форумов, фото- и видеохостингов самые обсуждаемые. Современные средства коммуникации все больше становятся источниками непроверенной или основанной на слухах информации” [1].

Новость, которая содержит ложь, вымысел и/или фальшивую информацию, в журналистике называется фейковой. Фейк является аналогом английского слова *fake*, которое в современном языке может использоваться в двух значениях: аналогично слову *trick* (лукавый, хитрый, обман, вымышленный, фальшивый), а также наравне со словом *swindle* (шутка, шалость, веселье). При этом в различных источниках встречается более двадцати определений термина «фейк». В их числе такие ассоциированные слова, как фальшивый, ложный, поддельный, ненастоящий, обманщик, выдуманный, искусственный, необъективный, запутанный, клевета, афера, ухищрение, сплетня, тревога, интрига, путать, отвлекать и др.

В широком смысле фейк – это любая ложная информация, смешанная со сплетнями, вымыслами, пропагандой и секретами; она призвана показать какое-либо явление правдоподобным. Это явление намного опаснее уже существовавшей ложной информации. Фейковая информация исходит из стремления распространить ложную, но новизна «фейка» в том, что он призван по-настоящему навредить. Возможности информации дают “фейку” безграничные возможности. Цель распространения ложной, вымышленной новости – намеренно навредить кому-то или чему-то, с помощью неправдивой и фальшивой информации зародить среди потребителей информации сомнение и недоверие к определенной организации, ведомству, государственному служащему, политическому деятелю, знаменитости. Такие данные распространяются через СМИ в целях повышения уровня недовольства среди населения и организации различных заговоров.

Подобный тип новостей по сути своей является новым; он появился не так уж давно. В целом фальсификация информационного пространства включает в себя такие действия, как мошенничество, подделка, обман.

В XXI веке в результате стремительного развития интернета «весь мир стал в шаговой доступности». Теперь о событии, произошедшем в одном уголке планеты, можно за считанные секунды узнать на другом полушарии. Каждый день по всему миру происходит бесконечное количество событий. Человек, как ему полагается по своей натуре, воспринимает окружающие его сигналы, в том числе информацию из СМИ, напрямую. В этом смысле в большинстве случаев любая новость, распространяемая в социальных сетях, для него считается по умолчанию правильной. Иногда он понимает, что остался обманутым, но все равно не противится этому — это серьезная проблема. Информация, которую пользователь считает правильной, оказывается ложной. Всего один псевдофакт может полностью перевернуть жизнь человека. Поэтому проблема ложной, недостоверной информации стала одной из самых актуальных тем не только современной журналистики, но и всей социальной жизни.

Фейковые новости – это активная медиаформа, с которой может столкнуться любой житель планеты вне зависимости от континента и страны проживания. Так что это за форма? Кто ее внедрил, кто готовит ее, кто управляет ею? Какова роль фейк-ньюс в нынешних условиях обмена информацией? Каким принципам она подчиняется? Какое влияние оказывает фейк-ньюс на общество, на сознание масс? Можно ли отличить фейк-ньюс от достоверной и правдивой информации? Каким образом фейк-ньюс превратились в неотъемлемую часть современного медиапространства? Наличие такого количества вопросов само собой приводит к необходимости определения и изучения теоретической и практической сущности фейкньюс как нового феномена самой обсуждаемой информации, которая сейчас является не просто одним из видов информации. Это, конечно же, не оставляет безразличными специалистов сферы журналистики. В последнее время в системе современных дисциплин

ученые и журналисты, а также специалисты по информационной безопасности, всерьез занимаются проблемой фейков.

На самом деле по своей сущности фейк-ньюс также считаются новостями. Но они нацелены на то, чтобы отвлечь человека, поднять шумиху; чаще всего они содержат частично или полностью не проверенную информацию. При распространении таких данных всегда учитывается уровень свободы народа, что повышает результативность фейков. Ведь «победа фейк-ньюс – это ее преимущество в большинстве случаев перед настоящими новостями» [2]. В чем притягательность фейковой новости? Почему у аудитории сохраняется высокий интерес к фейковым новостям? Обычный читатель, телезритель, слушатель или интернет-пользователь не в состоянии отличить достоверную информацию от фейковой. В отличие от традиционной, официальной, основанной только на фактах правдивой информации, фейк-ньюс по своей природе привлекательны и умеют заинтересовать. Они отличаются креативностью и сенсационностью. При этом в последнее время среди потребителей контента в отношении проверенной информации преобладает мнение, что в официальных медиа не до конца раскрывается правда, а что-то и вовсе скрывается. Конечно же, в этом есть вина и самих СМИ, которые освещают некоторые события односторонне или умалчивают о ряде фактов, хотя люди уже сами стали свидетелями описываемого происшествия либо осведомлены из других достоверных источников.

Даже опытные журналисты, работавшие в СМИ, до некоторого времени не верили в существование фальшивой, сфабрикованной информации. Но теперь бытует мнение, что массовая аудитория сама ждет фейковых новостей (раньше эту функцию выполняли слухи, сплетни), и те, кто распространяет такую информацию, – это недоброжелательные юридические или физические лица [3].

В чем опасность фейковой новости? В том, что иногда трудно отделить точный факт от фейка. Прежде всего необходимо критически подойти к вопросу и проанализировать полученную информацию, сравнить ее с другими источниками и сделать самостоятельные выводы. Важно помнить, что эти выводы должны основываться на наших убеждениях, опыте и знаниях. Фейковые новости для государства и общества, безусловно, представляют большую потенциальную угрозу. Люди легко верят в сплетни, фальшивые новости и посты. Именно поэтому в России в марте 2019 года Государственная Дума приняла Закон “О фейковых новостях”. Согласно документу, физические лица, распространяющие фейковые новости, будут оштрафованы на 100 000 рублей, а юридические лица – на сумму до 500 000 рублей. Если будут наблюдаться повторные нарушения, а фейковые новости при этом будут иметь серьезные последствия (смерть человека или нарушение общественного порядка), то распространители фейковых новостей будут строго наказаны.

Как предсказал футуролог Э. Тоффлер в своей книге “Третья волна”, информация стала неисчерпаемым ресурсом постиндустриального общества. Поскольку она становится все более ценной, печатные и электронные СМИ

(даже самые лучшие) не могут нести все бремя информации, доступной для общества. Таким образом, эти СМИ должны будут освободить свое место интерактивным и немассовым средствам информации, которые в цивилизации “третьей волны” могут обеспечить максимальное разнообразие и отвечать на личные запросы, говорит футуролог [4].

Текущее состояние печатных СМИ (особенно после отмены принудительной подписки), упор телевидения на ток- и реалити-шоу, уменьшение потребности в радио (новые гаджеты выпускаются без приложения для радио) и появление вместо них подкастов (посвященных определенной теме аудиозаписи) — всё это подтверждает, что предсказание Э. Тоффлера было обоснованным. Почти в каждой статье о современных тенденциях и средствах коммуникации можно найти фразу, что XXI век – “информационный век”. В теории постиндустриального общества Тоффлера отмечается, что, когда информация меняется из-за ценности к товару, ее качество соответственно тоже меняется в зависимости от спроса.

Международные эксперты оправдывают свою обеспокоенность тем, что информационные ресурсы становятся все более фейковыми, а человечество вступает в новую эру – эпоху постправды. Согласно Оксфордскому словарю, термин «постправда» был признан термином 2016 года [5]. Как предупреждали эксперты по социальным сетям, приближение информационного апокалипсиса будет проявляться в размывании границ между правдой и ложью. Люди, которые проводят большую часть своего дня в социальных сетях, становятся все более апатичными к утомительной реальности, вследствие чего необходимость отличать правду от лжи устраняется. Например, в Facebook, Twitter и Google можно заработать деньги (с настройками таргетинга), используя рекламные переходы через клики, лайки, репосты. В результате качество информации стало второстепенным вопросом.

Основной причиной инфокалипсиса является широкое использование дешевых и популярных инструментов, которые искажают истинную реальность. При таких обстоятельствах любой может имитировать событие, даже если оно не происходило на самом деле.

### Список литературы

1. Комиссаров М. А. Проблема распространения недостоверной информации в СМИ и социальных медиа// Тезисы к выступлению на 20-й центральноазиатской конференции СМИ “Будущее журналистики
2. Ильченко С.Н. 2016. Фейковая журналистика как элемент современной шоу-цивилизации. – Известия Уральского федерального университета. Сер. 1. Проблемы образования, науки и культуры. Т. 153. № 22-3. -С. 14-18.
3. Иссерс О.С. Медиафейки: между правдой и мистификацией// Коммуникативные исследования.– М., 2014. № 2. С. 112–123.
4. Тоффлер Э. Демассификация средств массовой информации. Глава 13 // Третья волна. — Москва: АСТ, 2004. — 781 с.

5. Word of the Year 2016 is.... Oxford Dictionaries. Обращение: 2019 год, 7 ноября