https://doi.org/10.33919/cccnbu.24.1.19

ФЕЙК КАК ИНСТРУМЕНТ КОММУНИКАТИВНОЙ СТРАТЕГИИ

Роман Трофимов

Московский государственный лингвистический университет

Аннотация: В данной статье рассматривается явление фейков в рамках коммуникативной стратегии в современных средствах массовой информации. Отмечается, что фейки представляют собой осознанную дезинформацию аудитории и направлены на достижение интенции коммуникатора. На примере фейков, носящих развлекательный характер, демонстрируются такие критерии фейка как соотношение достоверной/недостоверной информации; достоверность обстоятельств времени, места, действующих лиц новостного события, особенности построения фейкового текста, характерные языковые выражения и др.

Ключевые слова: фейк; фейк-ньюз; осознанная дезинформация; интенция коммуникатора; критерии фейка

FAKE AS A TOOL OF COMMUNICATION STRATEGY

Roman Trofimov

Moscow State Linguistic University

Abstract: The article examines the phenomenon of fakes within the framework of a communicative strategy in modern mass media. It is noted that fakes are deliberate misinformation of the audience and are aimed at achieving a communicator's intention. Using the example of fakes of an entertaining nature, certain criteria of fake are demonstrated such as the ratio of reliable/unreliable information, the reliability of the circumstances of the time, place, actors of the news event, features of constructing fake texts, characteristic language expressions, etc.

Keywords: fake; fake news; deliberate misinformation; intention of the communicator; criteria of fake

С начала третьего тысячелетия общество получило мгновенный доступ к получению информации, а также инструменты для стремительного обмена данными. Развитие технологий позволяет узнавать новости из любой точки мира в режиме реального времени везде, где есть Интернет. Одновременно с этим появилась возможность манипулировать общественным сознанием, оказывать давление на реципиента информации для достижения целей ее распространителя. Интернет стал оказывать кардинальное влияние не только на культуру, торговлю, технологии, но и на социальную и политическую активность людей. Массовое распространение и популярность социальных сетей вызвало распространение информации, не коррелирующей с реальной действительностью, спровоцировало появление фальшивых профилей как для обеспечения анонимности, так и достижения личной выгоды.

На фоне постоянно увеличивающегося потока поступающей информации особенно важным критерием является ее актуальность и возможность верификации. Весь этот информационный материал требует тщательного анализа не только в целях распознавания и предотвращения дальнейшего распространения, но и изучения феномена фейка.

До 2016 г. термин „фейк“ был известен лишь людям, владеющим английским языком и специалистам в области IT. Согласно Кембриджскому словарю слово „фейк“ означает *фальшивый, искусственный, поддельный (фальшивка), подделывать, притворяться* (Кембриджский бесплатный словарь английского языка и тезаурус). Отсюда в компьютерной терминологии фейковыми программами называют приложение, которое имеет функционал и дизайн частично похожий на подделываемую программу. Это приложение необходимо для того, чтобы создать иллюзию работы с программным продуктом и, как правило, записать определенные данные, что также является основой для создания троянских программ-вирусов.

Предвыборная гонка и избрание президентом США Дональда Трампа породило в средствах массовой информации „лихорадку“ фальшивых сообщений, авторы которых стремились привлечь внимание к политическим проблемам, а конкуренты начали массово использовать стратегию дискредитации своего оппонента во время предвыборной кампании. О массовом распространении термина „фейковые новости“ говорит тот факт, что в 2017 г. составители словаря английского языка Collins Dictionary назвали фейк словом года. Словарь Collins характеризует фейк-ньюз как ложную, часто сенсационную информацию, распространяемую под видом новостных репортажей (Collins English Dictionary, 2023).

Сегодня фейки и фейковые новости стали мейнстримом, определяющим жизнь и настроения общества, оружием, способным начинать войны, менять правящие режимы в неугодных странах. Так, поводом для вторжения в Ирак стала фейковая информация об имеющемся, якобы, в

этой стране химическом оружии, которое угрожает мировому сообществу (пробирка Пауэлла).

Фейки и фейковые новости в прямом смысле этого слова способны разрушить не только когнитивное восприятие мира реципиента, но и его жизнь. Исследователи называют фейки *коммуникационной стратегией*, осознанной дезинформацией аудитории, в которой главным становятся интенции коммуникатора (Ершов Ю., *2018*. Ефанов А., 2018.). В период пандемии было зафиксировано около 6 млн. постов/репостов в социальных сетях, воспроизводящих коронавирусные фейки (Гловацкая О., 2019).

Актуальность этого феномена также подтверждается принятыми правительствами многих стран мира мерами о регулировании информационных потоков, в том числе и в Российской Федерации. Так, в 2019 г. был принят Федеральный закон о фейковых новостях – „О внесении изменений в статью 15.3. Федерального закона „Об информации, информационных технологиях и о защите информации““ (N 31-ФЗ от 18.03.2019).

Одним из пионеров, начавших исследование природы фейка и фейковых новостей в Российской Федерации стал профессор Иосиф Абрамович Стернин. В 2020 г. вышло пособие „Маркеры фейка в медиапространстве“ (Стернин И., Шестернина А., 2020). В данном пособии авторы дают свое определение термину „фейк“, а также приводят его видовую классификацию, выделяют специальные маркеры, уделяя особое внимание кликбейтам, и предлагают вариант анализа текста СМИ на предмет выявления его фейкового характера.

В пособии „Маркеры фейка в медиапространстве“ авторы используют следующую терминологию.

Фейк – это ложная, не соответствующая действительности информация, это сообщение со сниженной (или отсутствующей) ценностью для общества, выдающее себя за ценное.

Текстовый *маркер фейка* понимается как особенность построения текста, подачи материала, как характерные для фейковых текстов языковые выражения.

Кликбейт – провокационный, „обманный“ заголовок, предназначенный для привлечения внимания.

Для проведения анализа текста авторы пособия предлагают использовать следующий алгоритм:

1. Прочитать спорный текст.

2. Определить тип текста (общественно-политический, коммерческий).

3. Проверить спорный текст на наличие соответствующих текстовых маркеров.

Количественно оценить выявленные маркеры на предмет фейкового характера текста (Стернин И., Шестернина А., 2020).

Среди факторов, способствующих распространению фейков – называются геополитическое и политическое противостояние, погоня за сенсацией, наличие развлекательной составляющей, повышение интернет-трафика и др. (Баловсяк Н., 2023. Вартанова Е., 2017).

Исследователи разработали также классификацию фейковых новостей на основе таких критериев, как соотношение достоверной (недостоверной информации; достоверность обстоятельств времени, места, действующих лиц новостного события и др. (Суходолов А., Бычкова А., 2017).

Что касается критерия „соотношение достоверной) недостоверной информации", то обычно такие фейковые новости сообщают о каком-то важном событии в жизни знаменитости (например, свадьба Филиппа Киркорова с 37-летней актрисой из Вологды) или о смерти какой-либо знаменитости. Применяемая в этих случаях *стратегия персонифицированной дискредитации* (Баловсяк Н., 2023**Error! Hyperlink reference not valid**. предполагает:

– недостоверность обстоятельств времени;

– недостоверность обстоятельств места;

– недостоверность действующих лиц новостного события.

При этом новости основываются на показаниях лиц, которые якобы являются свидетелями новостного события.

С целью развлечения потребителя на создании юмористических фейковых новостей в России специализируются фейк-сайты FOGNEWS, HOBOSTI, FIBSTER и др. Приведем некоторые примеры.

В Москве построят *самый… отвратительный район*!

С этой новости дебютировал в Рунете проект Hobosti. Диктор сообщил: „Мы принимаем решение построить абсолютно новый район, изначально **грязный и загазованный**, как ***ад***, начисто **лишенный** какой бы то ни было **инфраструктуры** и намерены заселить туда **самых неприятных людей**"!

Юмор сообщения основан на немыслимости такого градостроительного проекта (самый отвратительный, грязный, загазованный район, без инфраструктуры), ведь градостроительство направлено на развитие территорий, решает строительные, санитарно-технические, эстетические задачи. Юмористический эффект подчеркивается сообщением, что этот район будет не для обычных граждан, а для „самых неприятных людей", т.е. перед нами сочетание несочетаемого, противоречивых понятий (явление, известное как оксюморон в античной стилистике).

По этому же принципу строится другая придуманная сенсация ресурса Hobosti: **Чиновники** Петербурга взяли **лопаты** и вышли **на уборку снега** (https://business pskov.ru/news/62517.html).

Модель построения таких фейков может быть представлена следующим образом: информация, вынесенная в лид, выглядит правдивой, но полная версия сообщения воспринимается как шутка:

Грандиозное строительство в Якутии построили половину моста через реку. На вторую половину не хватило финансирования

Масштабный проект автомобильно-железнодорожного моста через реку Лена в районе Якутска удалось реализовать только на 50%. Как сообщили Smixer.ru в Министерстве экономического развития, вторую половину моста строить в ближайшее время не будут из-за недостатка финансирования.

Все представленные фейки юмористического характера имеют привычную информационную составляющую и классическую форму новостного сообщения (структурс ответами на вопросы „что?“, „где?“ „когда?“), с характерными для публицистического стиля речевыми клише и штампами. Как правило, в подобных фейках отсутствует прямая ссылка на источник информации (*диктор* сообщил) (Кошкарова Н., 2018).

Таким образом, в отношении феномена фейка и фейк-ньюз можно сделать следующие выводы.

1. Фейк-ньюз/фейки, понимаемые как ложная, сенсационная информация, распространяются под видом новостных репортажей, часто через социальные сети, но не коррелируют с реальной действительностью.

2. Фейки представляют собой осознанную дезинформацию аудитории и направлены на достижение интенции коммуникатора.

3. Среди причин создания и распространения фейков указываются политическое противостояние, погоня за сенсацией, наличие развлекательной составляющей с целью повышения интернет-трафика и др.

4. Для определения фейка разработаны такие критерии как соотношение достоверной/недостоверной информации; достоверность обстоятельств времени, места, действующих лиц новостного события, особенности построения текста, подачи материала, характерные для фейковых текстов языковые выражения и др.

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

Баловсяк Н., 2023. Фейковые новости – феномен современного медиапространства. URL: http://www.towave.ru/pub/ feikovye-novosti-fenomen-sovremennogo-mediaprostran stva.html. Дата обращения: 27 ноября 2023 г.

Вартанова Е., 2017. К вопросу об актуализации теории журналистики и теории СМИ // Вопросы теории и практики журналистики. Т. 6. № 1, 5–13.

Гловацкая О., 2019. Значение и происхождение термина „Fakenews“ // Коммуникология. № 2, 139–152.

Ершов Ю., *2018*. Феномен фейка в контексте коммуникационных практик // Вестник Томского государственного университета. № 52. 245–256.

Ефанов А., 2018. Функционирование псевдо-новости в полях телевидения и Интернета: типология, практики, социальные эффекты // Коммуникология. Том 6. № 1.156–165.

Кембриджский бесплатный словарь английского языка и тезаурус. URL: dictionary. cambridge.org. Дата обращения: 27 ноября 2023 г.

Кошкарова Н., 2018. Фейковые новости: креативное решение или мошенничество? Вестник ТГПУ (TSPU Bulletin). № 2 (191). 14–18.

Стернин И., Шестернина А., 2020. Маркеры фейка в медиатекстах. Рабочие материалы. Воронеж: РИТМ, 34–35.

Суходолов А., Бычкова А., 2017. „Фейковые новости“ как феномен современного медиапространства: понятие, виды, назначение, меры противодействия // Вопросы теории и практики журналистики. Т. 6. № 2, 143–169.

Collins English Dictionary., 2023. URL: https://www.collins dictionary.com / Дата обращения: 27 ноября 2023.