

ФИЛОЛОГИЯ*(шифр научной специальности: 10.02.19)*

УДК 81

В.Р. Саркисянц, М.В. Рябова*Российский государственный**университет правосудия**г. Ростов-на-Дону, Россия**redaction-el@mail.ru***ФЕЙКОВЫЕ НОВОСТИ:
КОММУНИКАТИВНЫЙ И ЛИНГВОЮРИДИЧЕСКИЙ
АСПЕКТЫ*****[Vladimir R. Sarkisyants, Marina V. Ryabova******Fake news: communicative and lingualegal aspects]***

Currently, fakes are a massively replicated method of manipulative influence. With the help of fake news, public attention is diverted from really significant, important news, gaining popularity, discrediting an opponent, illegitimate enrichment, etc. The massive spread of fakes is one of the most characteristic signs of a crisis – the decline of shared values. Fakes, intentionally created to achieve illegal goals, are a serious threat that must be confronted with the whole range of measures, including legal ones.

Key words: fake, fake news, communication, legal linguistics, manipulative impact.

Объем и содержание понятия «фейковые новости» (fake news)

Словом «фейк» (от англ. «fake» ‘фальшивый, ненастоящий’) и сочетанием «фейковые новости» по сути обозначается множество явлений в современных СМИ и практик коммуникации. Есть расширенное понимание термина, когда фейком считается любая не соответствующая действительности информация. И есть точка зрения, учитывающая прагматические параметры сообщения: только умышленная, сознательная дезинформация, тем более сопряженная с корыстными побуждениями, есть фейк [3]. В иных случаях говорят об ошибке. К дифференциации подталкивают общественные практики. Так, известно, что при чрезвычайных происшествиях, сопряженных с гибелью большого числа людей, представители органов власти всегда стремятся

давать смягченную информацию – с занижением ущерба и особенно числа погибших. СМИ подхватывают эту не соответствующую действительности информацию. Поскольку в таких случаях ложь журналистов не носит осознанного характера, это не считают фейком, это ошибка.

На наш взгляд, гораздо продуктивнее расширенное понимание термина, поскольку прагматический эффект фальшивого сообщения, какие бы обстоятельства не сопутствовали его появлению, одинаковый – искаженное представление о реальности, влекущее за собой многие негативные последствия. Впрочем, важно отметить, что негатив усиливается именно при сознательном искажении фактов, которое приобрело массовый характер и используется как способ манипулятивного влияния.

Актуальность данного исследования обусловлена широким применением манипулятивных фейковых новостей, используемых в рекламе и пиаре – в рекламе товаров и услуг, продвижении имиджа персон, брендов, торговых марок; манипулятивны фэйки в политической борьбе и пропаганде определенных идей. Нередко отмечается, что именно черный пиар и навязчивая, скрытая, недобросовестная или просто ложная реклама – это наиболее частотное явление в «мире фэйка». Наиболее многочисленны сайты из сферы экономической конкуренции: они маскируются под новостные, а на самом деле рекламируют сомнительные товары и услуги. Научная новизна исследования состоит в актуализации проблемы фейковых новостей с точки зрения лингвоюридического аспекта функционирования языка сегодня. Итак, фейковый контент может быть создан непреднамеренно, когда информация не перепроверена журналистом. Но наиболее опасен фейковый псевдоновостной контент, способный серьезно дезориентировать пользователя. Однако, трудно однозначно определить, насколько неверным должен быть материал, чтобы считать его фейковым (20% сообщенной информации, 50% или 99%?).

Целью данного исследования является выявление механизмов формирования и функционирования фейковых новостей, зачастую носящих противоправный характер. Это определяет центральную задачу, состоящую в анализе и экспликации проблемы, а также дальнейшей выработке функциональных средств противодействия фейковизации СМИ.

Каков статус у оставшейся правдивой информации, которая дается в контексте фейковой? У каждого издания всегда есть редакционная политика,

свои принципы, подходы и интересы, нередко зависящие от интересов владельцев, и все это, естественно, проявляется в материалах, в том числе и новостных. Но фейк и акценты, расставляемые в публикации, это все-таки принципиально разные вещи. Впрочем, ср. замечательный эвфемизм в газете «Правда» 1968 года: *Мы Чехословакию заняли, но не оккупировали* [6, с.362], где акцент и ложная информация становятся трудноразличимыми.

Сегодня в интернете бесчисленное множество источников новостей, и опытный пользователь, как правило, вырабатывает собственную шкалу доверия к ним в соответствии со своим опытом. Ясно одно: сегодня «фейк» совершенно недостаточно определять только как фальшивку или имитацию несуществующего; в наше время это один из самых действенных инструментов влияния, к которому прибегают с самыми разными целями. Бизнес на фейковых новостях – один из самых характерных для сегодняшнего дня, а «фейковизация» массовой коммуникации – абсолютная реальность. В интернете сформировалась целая индустрия по производству фейков. Из исключения, свидетельствующего о непрофессионализме или недобросовестности журналиста, или рекламодателя, фейк превратился в особый метод формирования информационного пространства. К этому явлению сегодня привлечено внимание журналистов и социологов, юристов и политологов (см. Иссерс, 2014; Ильченко, 2016; Распопова и Богдан, 2018; Суходолов и Бычкова, 2017; McBeth, 2011, McEvers, 2016 и мн. др.)

Фейковые новости в динамическом (диахроническом) аспекте

Фейк возник вместе с изобретением книгопечатания, то есть этому явлению около 500 лет, а то и вовсе 1000 лет (если иметь в виду не только эру И. Гутенберга, но и первые опыты книгопечатания в Китае XI века). Впрочем, библейский рассказ об Адаме и Еве, где ложь приобретает вид истины, убеждает, что не существует безвредной дезинформации. Естественно, что перепроверить информацию и разоблачить фейк в древности было практически невозможно. Печатный текст как способ дезавуировать или деморализовать противника использовался всегда. Можно подумать, что особенность современности только в масштабе явления и скорости распространения фейка. Запустить слух можно было и в эпоху наполеоновских войн (и это реально было, как мы знаем из истории), но результаты давали о себе знать далеко не сразу. Однако различия не только в этом

(хотя они, конечно, колоссальны). Сегодня справедливо говорится о «паражурналистике» фейковых новостей, о том, что сформировался рыночный спрос на фейковые новости.

Впрочем, еще в начале XX века в европейских газетах, которые были не в состоянии содержать корреспондентов в других странах, была распространена такая практика: автор публикаций никуда не уезжал из своей страны, а его корреспонденции «из-за границы» были лишь плодом его фантазии. Журналисты, как правило, не считают фейковые новости новым явлением. Другое дело, что «правило трех источников», позволяющее максимально скрупулезно проверять информацию, становится трудным для осуществления: времени для проверки и обработки информации все меньше.

Само понятие появилось в начале 2000-х, а уже в 2017 году «fake news» стало словом года (согласно Толковому словарю английского языка Collins). В русском языке, как свидетельствует «Словарь модных слов» Вл. Новикова (2016), слово фейк не просто модное, а супермодное [3].

Фейковые новости рассказывают о сфальсифицированных событиях, причем создатели все делают для того, чтобы сообщение было похожим на правду и привлекало максимальное внимание реципиентов. К фейковым новостям относится не до конца правдивая информация в основном тексте статьи (но правдоподобная), а также – сенсационные, кричащие заголовки, которые не соответствуют информации в основном тексте статьи. Поскольку фейковые новости бывает трудно отличить от правдивой информации, появляются основания говорить об эпохе «постправды» («post-truth»). Имеется в виду информационная среда, где решающее влияние на формирование общественного мнения имеют не объективные факты, а манипулятивное воздействие на эмоциональную сферу аудитории. Для создателей фейков, манипулирующих вниманием и эмоциями реципиентов, важнее всего нанесение эмоционально-интеллектуального «удара», а для этого вовсе не потребна точная информация. Цели фейковых манипуляций сильно варьируются – от безобидного развлечения до уничтожения политического соперника или конкурента в бизнесе.

Если в 1990-е гг. XX века интернет воспринимался, прежде всего, как гигантская библиотека, в самом начале XXI он стал прежде всего средой общения, а в наше время интернет нередко воспринимается не только как абсо-

лютное благо, но и как зло, угроза. Дело в том, что интернет позволил огромному числу людей принимать участие в выработке и распространении информации. Естественно, что непрофессионалы нередко игнорируют основополагающие журналистские принципы работы с фактами [4]. Именно социальные сети стали главной угрозой индустрии журналистики.

Сегодня актуально понятие «фейковой журналистики» [1], выступающей в качестве атрибута современных информационных связей в обществе, для которых характерны новые принципы создания новостного контента. Суть в том, что практически игнорируется вопрос о достоверности информации, ибо принципы оперативности и наглядности на порядок важнее, чем правдивость и объективность информации. Правомерно ставится вопрос о том, что «фейковой» журналистике должны быть противопоставлены инструментарии правды – «сторожевая» журналистика, отвечающая за верификацию новостного контента.

Итак, сформировалась новая реальность, где объективные данные и их искажение, правда и фейк не противопоставлены, а сосуществуют друг с другом: фальшивые новости, даже после разоблачения, вполне могут оказывать влияние на формирование общественного мнения. Последнее наиболее характерно для эпохи интернета. Дело в том, что многие медиа не удаляют и не корректируют фейковые новости даже после их разоблачения, поэтому их легко найти с помощью поисковиков. Конечно, многочисленные интернет-фейки о смерти известных людей разоблачаются легко, но так происходит далеко не со всякой информацией. Низкий уровень медиа-грамотности отражается в том, что далеко не всегда понижается доверие к источникам фейковых новостей и фейковой рекламы.

Проблема борьбы с фейками и минимизации их последствий.

Вымышленные новости стали охватывать все сферы: политику (причем, наиболее частые герои фейков – Трамп и Путин), развлекательный контент, рекламу и бизнес. Сама синтагматика слова «фейк» и его производных убедительно свидетельствует о масштабе явления: фейк года, фейк-риски, фейк-атаки, фейк-эпоха, фейковая суверенная демократия, фейковая политика, фейковые политики, фейковые выборы, фейковизация всей страны и т.д.

Новостью давно считают не только и даже не столько факт, подтвержденный тремя источниками. Достойной внимания и обсуждения считается ничем

не подтвержденная сенсация. Рядовой потребитель склонен больше доверять мнению, высказанному «френдом» соцсети, чем источнику с его «официальными заявлениями». Именно соцсеть становится главным претендентом на роль самого правдивого информатора.

По понятным причинам более доверчивы к фейкам представители старшего поколения – люди, выросшее в СССР, привыкшие доверять официальной (печатной) информации. Молодежь склонна оценивать новости более объективно, отличать фейк от правды.

Естественно, что далеко не всегда автор публикации в интернете заинтересован в объективности содержания. Медиа всегда применяло селективный способ формирования информации (в традиционных СМИ это используется для того, чтобы дать только редакторскую, точку зрения). По сравнению с ТВ, интернет представлялся демократической «отдушиной». Но тысячи не менее фейковых новостей, чем на ТВ, заставляет думать, что пользователь интернета по существу не отличается от зрителя телевизора. Если какая-то тема выходит на пик актуальности, то связанная с ней информация производится ускоренными темпами. Поскольку сфабриковать новость дешевле, чем добывать правдивую информацию, интернет оказывается переполнен фейками. Сфальсифицированные истории распространяются стремительно, так что правдивое сообщение, основанное на авторитетном мнении, не способно их остановить.

Информационный хаос усиливает ощущение страха, поддерживает в обществе постоянную неуверенность в завтрашнем дне. Мощным потоком, отсекая людей от реальности, заслоняя собой жизнь с ее проблемами, забывая сознание, теснятся фейковые сообщения. Из заботы журналиста правдивость сегодня стала делом самого реципиента информации. Если информация вызывает сомнения, то, как правило, ищут ее подтверждение или опровержение из как можно большего числа источников. Уже это поможет отсеивать большую часть фейков.

Профессиональные журналисты стремятся, в первую очередь, опираться на документы, фото- и видеосвидетельства, и только потом – на слова очевидцев. Авторы, которым нечего бояться читателей (потому что они не занимаются фейками), нередко оставляют контакты, по которым можно с ними связаться. Хорошо известны внешние приметы фейковой информации. Если

заголовок предельно громкий и сенсационный (и сенсационность подчеркивается заглавными буквами («ЭКСКЛЮЗИВ: имя рек шокировал зрителей, читателей...»)), то, скорее всего, это типичный фейк. Опытные читатели уже опознают такие фейки даже по внешним признакам.

Фейки могут иметь самые драматические последствия. Например, введенные в заблуждение люди сегодня нередко отказываются от обязательных прививок, то есть напрямую рискуют жизнью собственных детей. Осознание угрозы побуждает к поиску способов противодействия фейковизации. При возможной фейк-атаке разумно действовать на опережение. Возможны составление матрицы фейк-рисков и разработка способов оперативного реагирования на фейк-новости на собственном сайте и в официальных аккаунтах в социальных сетях.

Любая громкая фейковая история выливается в сценарий утверждений и отрицаний. Информация опровергается полностью и частично, иногда видоизменяется, уточняются цифры, даются разъяснения и т.п. Политика утверждений-опровержений может создавать впечатление, что везде неразбериха, правда не отличается от лжи, истинная информация не отличима от фейковой. После тотальной дезориентации наступает привыкание, а затем – равнодушие, когда информационное поле воспринимается отстраненно, а правда и фейк неразличимы. Если пользователь не обладает профессиональными навыками работы с информацией, создается идеальная ситуация для манипулятивного воздействия. Информационный хаос подпитывает постоянную неуверенность в завтрашнем дне.

Общество, привыкшее к вертикальному распространению новостей, от известных источников к потребителям, далеко не сразу обнаружило частотность обратного варианта, когда новость из частного аккаунта тиражируется, иногда без должной проверки, известными СМИ. Пока интернет считался свободным информационным пространством, не связанным ни с какими проявлениями цензуры, интернет-фейки воспринимались с бóльшим доверием. Любопытный момент состоит в том, что, в отличие от политической пропаганды или дезинформации, которые нужны только заказчику, фейковые новости нужны некоторой части публики; фейковые новости поэтому нередко строятся как информация, которую желает публика (это касается прежде всего фейков из жизни звезд шоу-бизнеса).

Сегодня предпринимаются многочисленные усилия для создания образовательных программ, направленных на то, чтобы помочь людям интерпретировать и оценивать информацию, предоставляемую медиа, и обучать их принимать активное участие в разоблачении фейков (ср. материалы блога «Лапшеснималочная» – о фальшивках и дезинформации).

К сожалению, иногда борьба с фейками перерастает в борьбу с инакомыслием. Так, в Украине есть волонтерская организация “Stop Fake”, но ее деятельность по преимуществу направлена на борьбу с российской пропагандой.

Лингвоюридические параметры фейковых новостей

Фейк как масштабное явление, определяющее картину современного информационного пространства, интересен для всех гуманитариев. Думаем, что фейковые новости должны стать важным объектом исследования и для юридической лингвистики.

В настоящее время можно говорить о сложившейся пограничной, интегративной дисциплине – о юридической лингвистике. На Западе эта дисциплина существует несколько десятилетий; у нас интерес к этому направлению возник позже. Запоздалый интерес связан с нашей недавней историей: свою роль, безусловно, сыграла идеологически обусловленная закрытость правовой системы. Отечественная юридическая лингвистика всего около двух десятилетий, но это было время интенсивного развития, интенсивного взаимопроникновения лингвистики и права. Поскольку есть так называемые языковые преступления – оговор, подстрекательство, угроза и т.п., лингвисты напрямую участвуют в их квалификации. Сегодня к этим языковым преступлениям добавились фейки.

Стандартная процедура факт-чекинга перестала быть надежным средством противодействия фейковым новостям. Дело в том, что особенности восприятия информации таковы, что самое убедительное опровержение будет намного менее значимым и популярным по количеству просмотров, чем яркая фейковая новость, которая вызвала опровержение. Кроме того, ясно, что меняется сама ситуация, меняется и подача, и восприятие новостного контента. Если что-то происходит, интернет доносит до нас все возможные (и невозможные!) интерпретации. Вместо однозначности господствует амбивалентность – сумма вероятностей.

Проблема противодействия фейкам имеет всеобщий характер, никто не должен быть в стороне. Если пребывать в ленивом безразличии по поводу

того, что сообщают медиа, то лжецам и фальсификаторам будет очень легко уйти от ответственности. Борьба с фейками – в высшей степени сложная задача, поскольку дезинформация часто вводит в заблуждение с помощью эвфемизмов, умышленно обтекаемых фраз, манипулятивной риторикой и сложных психологических приемов. Сегодня остро стоит проблема разработки правил борьбы с фейками, а медиа-компании стремятся к выявлению новых критериев проверки источников новостей и рекламы, скрывающихся за цифровым профилем.

Фейки по поводу трагических событий стали практически неизбежными. Пожар в Кемерово вызвал вал сетевых мифов – о «сотнях погибших», «парне-террористе» и прочем. Чудовищных размеров дезинформация достигла после того, как новость прокомментировали популярные блогеры Дмитрий Иванов, Николай Соболев, Александр Движнов, а затем к ним присоединились деятели оппозиции. «Вброс-кампания», сопровождавшая кемеровскую трагедию, была использована в том числе и для политических целей.

В популярном реалити-шоу «Я стесняюсь своего тела» 28 мая 2018 года прошел сюжет о том, что от имени ведущей этого шоу доктора Екатерины Безверщенко в интернете рекламировались лечебные мази и кремы. Все попытки ведущей выяснить, кто это делает, результатов не дали – фальшивый сайт, фальшивый адрес регистрации фирмы и т.д. Единственное, что ей удалось, – получить товар по почте – без сертификатов, сведений об изготовителе, сроках годности. Ведущая обращается в полицию, передает туда все материалы. Спустя полгода (в течение которых ее никто не вызывает, ни о чем не информирует), доктор сама звонит в полицию и слышит ответ: «Мы работаем». То есть даже в случаях, когда фейки однозначно связаны с правонарушением – с мошенничеством, разоблачение оказывается малореальным.

Распространение фейковых новостей все отчетливее приобретает криминальный характер. Самые популярные приемы – распространение ложно информации о конкурентах. Хрестоматийный пример – распространение в соцсети слухов о неплатежеспособности того или иного банка, что, естественно, приводит к панике и массовому снятию вкладов (и может сказаться даже на экономике в целом). На сегодняшний день фейк – услуга, которую охотно оказывают киберпреступники. Оформился целый рынок, где существуют более-менее стандартные расценки на услуги типа дискредитации журналиста или

политического деятеля, создания «из ничего» фейковой знаменитости, информационной кампании по возбуждению уличных протестов и т.д.

В 2017 году для борьбы с недостоверной информацией вступил в силу Закон № 208-ФЗ, названный в прессе как Закон «О новостных агрегаторах». В Закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» включена статья 10.4. «Особенности распространения информации новостным агрегатором» [9]. Владельцы новостных агрегаторов должны проверять достоверность общественно значимых сведений до их распространения и незамедлительно прекращать их распространение на основании предписания уполномоченного органа; не допускать использование новостного агрегатора в целях сокрытия или фальсификации общественно значимых сведений, распространения недостоверной общественно значимой новостной информации под видом достоверных сообщений. Этот закон является адекватной предупредительной мерой на пути вброса фейков и за пределами социальных сетей.

Необходимо упорядочить деятельность сетевых СМИ, которые до сих пор существуют в законодательном вакууме. Ответственность тех, кто работал в традиционных средствах массовой информации и соблюдал закон о СМИ, неизмеримо выше ответственности тех, кто писал в интернете. Конечно, ни о какой тотальной цензуре интернета и СМИ речи не идет. Но идея ответственности за новостной контент стала основным требованием сегодняшнего дня.

Борьбой с фейковыми новостями, порочащими государство, занимаются структуры МИДа. На сайте МИДа РФ в разделе «Пресс-служба/Опровержения» можно найти раздел «Примеры публикаций, тиражирующих недостоверную информацию о России». Такие действия – ответ на провокационные кампании против РФ.

Таким образом, эффективность поддельных новостей в первую очередь связана с их способностью имитировать правдивые сведения. Централизованный орган, который бы отслеживал достоверность информации по всем направлениям, начиная с таблоидов и заканчивая информационными и новостными изданиями, – это еще дело будущего. А пока информационная реальность таит много угроз. Именно фейк стал трендом массовой культуры. Но обществу нужна журналистика, созданная людьми для людей, которая служит тем, у кого нет возможности громко заявить о себе, которая заботится об интересах людей.

В борьбе с фейками должны объединиться органы законодательной и исполнительной власти, должно сплотиться все общество, и целью этой борьбы должны стать выработка иммунитета против фейковых новостей, формирование медиа-культуры, критического подхода к восприятию и интерпретации информации.

Л И Т Е Р А Т У Р А

1. *Ильченко С. Н.* Фейковая журналистика как элемент современной шоу-цивилизации // Известия Уральского федерального университета. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры. Т. 153. 2016.
2. *Иссерс О. С.* Медиафейки: между правдой и мистификацией // Коммуникативные исследования. 2014. № 2.
3. *Новиков В.* Словарь модных слов. Языковая картина современности. М.: Словари XXI века. 2016.
4. *Распопова С. С., Богдан Е. Н.* Фейковые новости. Информационная мистификация. М. 2018.
5. *Суходолов А. П., Бычкова А. М.* «Фейковые новости» как феномен современного медиапространства: понятие, виды, назначение, меры противодействия // Вопросы теории и практики журналистики. 2017. Т. 6. № 2.
6. *Тихомиров В. Р.* Слизь на языке // Личность в пространстве языка и культуры. Москва-Краснодар, 2005.
7. *McBeth M. K.* Is the Fake News the Real News? The Significance of Stewart and Colbert on Democratic Discourse, Politics, and Policy [Electronic resource] / M. K. McBeth, R. S. Clemons. 2011. Mode of access: https://works.bepress.com/mark_mcbeth/37/
8. *McEvers K.* Stanford Study Finds Most Students Vulnerable To Fake News [Electronic resource] / K. McEvers. Mode of access: <http://www.npr.org/2016/11/22/503052574/stanford-study-finds-most-students-vulnerable-to-fake-news>
9. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_200019/ (дата обращения: 06.11.2019)

R E F E R E N C E S

1. *Ilchenko S. N.* Fake journalism as an element of modern show civilization // News of the Ural Federal University. Series 1. Problems of education, science and culture. Vol. 153. 2016.
2. *Issers O. S.* Media fakes: between the truth and the hoax // Communicative studies. 2014. No. 2.
3. *Novikov V.* Dictionary of fashion words. The language picture of modernity. M.: Dictionaries of the XXI century. 2016.
4. *Raspopova S. S., Bogdan E. N.* Fake news. Information hoax. M. 2018.
5. *Sukhodolov A. P., Bychkova A. M.* “Fake news” as a phenomenon of modern media space: concept, types, purpose, countermeasures // Journal of Theory and Practice of Journalism. 2017. Vol. 6. No. 2.
6. *Tikhomirov V. R.* Slime in the language // Personality in the space of language and culture. Moscow-Krasnodar, 2005.
7. *McBeth M. K.* Is the Fake News the Real News? The Significance of Stewart and Colbert on Democratic Discourse, Politics, and Policy [Electronic resource] / M. K. McBeth, R. S. Clemons. 2011. Mode of access: https://works.bepress.com/mark_mcbeth/37/
8. *McEvers K.* Stanford Study Finds Most Students Vulnerable To Fake News [Electronic re-source] / K. McEvers. Mode of access: <http://www.npr.org/2016/11/22/503052574/stanford-study-finds-most-students-vulnerable-to-fake-news>
9. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_200019/ (reference date: 11/06/2019)

18 ноября 2019 г.
