

Фейковые новости в современном медиапространстве

Научный руководитель – Болдырев Сергей Михайлович

Марценюк Юлия Александровна

Студент (бакалавр)

Донецкий государственный университет, Филологический факультет, Кафедра журналистики, Донецк, Россия
E-mail: martsenyuk.j@mail.ru

Последние исследования показывают, что распространение фейковых новостей в СМИ и социальных сетях становится все более серьезной проблемой. Во многих странах распространение недостоверной информации уже рассматривается не только как этическое нарушение, но и как преступление. В России с 2019 года действует запрет на публикацию недостоверной общественно значимой информации, распространяемой под видом достоверных сообщений. Принятие такого решения подчеркивает важность борьбы с фейковыми новостями, которые способны не только вводить в заблуждение, но и подрывать доверие к СМИ в целом. Так, согласно исследованию Edelman Trust Barometer, в 2020 году уровень доверия аудитории к СМИ составил всего 38% по всему миру. При этом количество «фейковых новостей» продолжает расти из года в год. В условиях современных информационных войн дезинформация часто становится инструментом манипуляции и пропаганды. Анализ новостного контента украинских СМИ в 2014 году показал, что «фейковые» новости активно использовались уже на начальном этапе конфликта на востоке Украины: «... впервые в данном материале применен манипулятивный прием «полная дезинформация» в таком объеме, что уместнее говорить о конструировании (придумывании несуществующих в реальности данных). Вся информация в данном материале является полной ложью, что позволяет отнести его к разряду так называемых "фейковых" новостей» [1].

В данной статье предлагается рассмотреть феномен «фейковых новостей» в современном медиапространстве. Для начала стоит дать определение понятию «фейк». И. С. Мудрая считает что: «фейк – это специально созданная новость, событие или журналистский материал, содержащий ложную или искаженную информацию, которая дискриминирует определенного человека или группу лиц в глазах аудитории» [4]. Цель таких материалов – создать ложный информационный повод, который способен вызывать реакцию.

Галяшина Е.И. выделяет несколько ключевых признаков фейкньюс, среди которых: манипулятивные приёмы, использование эффектов присутствия и обманутого ожидания, а также привлечение исторических параллелей для создания ложной убедительности. Лингвистические особенности фейков включают в себя эвфемизмы, которые смягчают или искажают реальные события [2]. При этом исследователи отмечают, что фейковые новости различаются по степени недостоверности и могут быть классифицированы на три основные группы. Первая категория – полностью ложные новости, которые представляют собой вымышленные события или факты. Вторая – частично ложные, содержащие элементы правды, но при этом искажающие ключевые детали. Третья группа включает новости, которые формально основаны на реальных событиях, но подаются таким образом, что суть информации меняется, вводя аудиторию в заблуждение.

Фейковые новости распространяются через различные медиаканалы, включая традиционные средства массовой информации (ТВ, радио, печатные издания). Однако, А. В. Соколов считает, что в основном такие материалы распространяются в социальных сетях и мессенджерах [5].

Согласно независимым исследованиям АНО «Диалог» (центр компетенций в сфере интернет-коммуникаций), в 2021 году количество фейковых новостей в интернете составило 1,7 тыс. Через три года, в 2024 году, этот показатель увеличился до 4 тысяч. Основными площадками для распространения «фейкньюс» в России являются «Telegram», «Одноклассники» и «ВКонтакте».

Значительное влияние в распространение фейковых новостей оказывают боты и тролли. Боты – это автоматизированные аккаунты, создающие иллюзию активности реальных пользователей и массово распространяющие определённый контент. В то же время тролли – реальные пользователи, сознательно искажающие информацию и направляющие обсуждения в нужное для них русло. Для усиления эффекта они часто используют заранее подготовленные фейковые аккаунты, которые в течение месяцев наполняются контентом и подписчиками, создавая видимость активного участия. В итоге возникает иллюзия широкой общественной поддержки или масштабного обсуждения, тогда как на самом деле за этим стоит лишь ограниченная группа технически грамотных манипуляторов.

Фейковые новости представляют собой серьёзную угрозу для общества, так как подрывают доверие к традиционным СМИ, создают ложные информационные поводы и манипулируют общественным мнением. Их активное распространение в цифровую эпоху значительно осложняет борьбу с дезинформацией, поскольку современные технологии способствуют быстрому тиражированию недостоверных сведений. В таких условиях эффективное противодействие фейк-ньюс требует комплексного подхода, включающего правовое регулирование, развитие медиаграмотности населения и совершенствование механизмов проверки фактов.

Источники и литература

- 1) Болдырев С. М. «Полная дезинформация» как манипулятивный прием телевизионного новостного дискурса украинских телеканалов в 2014 г. / С. М. Болдырев // Донецкие чтения 2023: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности : Материалы VIII Международной научной конференции, Донецк, 25–27 октября 2023 года. – Донецк: Донецкий государственный университет, 2023. – С. 304–307.
- 2) Галяшина Е. И. «Фейкинг» как новая угроза медиабезопасности: лингвоюридический аспект / Е. Галяшина // Московский государственный юридический университет имени О. Е. Кутафина (МГЮА).
- 3) Красовская Н. Р., Гуляев А. А., Юлина Г. Н. Фейковые новости как феномен современности // Власть. 2019. №4. С. 79–82.
- 4) Мудрая И. С. Понятие «фейк» и его виды в СМИ / И. Мудрая // Теле- и радиожурналистика. - 2016. - №15. - С. 184-188.
- 5) Соколов А. В. Генезис и эволюция категории «фейковые новости» // Социально-гуманитарные знания. 2022. №7. С. 61–64.