

УДК 81.42

ФЕЙК-НОВОСТЬ В АСПЕКТЕ ДОСТОВЕРНОСТИ

Н.Н. Панченко

*Волгоградский государственный социально-педагогический университет,
Волгоград*

Статья посвящена анализу фейк-новостей как интернет-жанра информативно-развлекательного типа, основанного на недостоверной или частично достоверной информации, ориентированного на сенсационность сообщения.

Ключевые слова: фейк-новость, достоверность, медиакommunikация, интернет-жанры.

Fake News in the Aspect of Authenticity

Nadezhda N. Panchenko

Volgograd State Social and Pedagogical University

The article is devoted to the analysis of fake news as an online genre of informative and entertaining type. It is based on false or partially true information and is oriented on sensation.

Key words: fake news, authenticity, media communication, Internet genres.

В последнее время существенно изменились и продолжают меняться средства массовой коммуникации – по структуре, по форме и по содержанию. Очевидно, что наиболее массовое и сильное влияние оказывают аудиовизуальные СМИ, включающие телевидение и Интернет.

Стремительность развития Интернета, его потенциальная интерактивность обуславливают динамичное развитие виртуальных жанров и формирование самых разнообразных текстов. Не секрет, что Интернет сегодня зарекомендовал себя средой, порождающей все новые жанры, которые, безусловно, вносят вклад в развитие жанроведения. Во-первых, медиа-коммуникация как профессиональная творческая деятельность чутко реагирует на любые социальные изменения; во-вторых, сами медийные возможности среды способствуют стихийному возникновению новых жанровых моделей. Кроме того, одной из причин появления новых жанров и размывания границ прежних является конкурентность медиасреды, в том числе, конкуренция между новыми электронными и традиционными печатными СМИ и т.д. Подчеркнем, что мы не ставим цель проследить динамику эволюционирования жанров и проанализировать причины появления новых жанровых форм. В настоящей статье охарактеризуем специфику нового интернет-жанра «фейк-новости» с точки зрения достоверности.

Как известно, огромная популярность Интернета обусловлена основными причинами его посещения – узнать новости, развлечься и пообщаться. Как правило, под интернет-коммуникацией понимается особая коммуникативно-информационная среда, опосредованная электронным

коммуникативным каналом. Для нее характерны следующие признаки: виртуальность, интерактивность, гипертекстуальность, глобальность, креативность, мозаичность и анонимность [1]. Еще одним признаком является частота обновляемости информации.

Существуют различные классификации жанров интернет-дискурса, базирующиеся на социальных и / или лингвистических факторах. Л.Ю. Иванов предлагает классификацию интернет-жанров по тематическому принципу, осознавая открытость тематических групп, нечеткость границ между ними и не претендуя на исчерпывающий характер:

1) общеинформационные жанры или жанры новостей. При этом СМИ в Интернете автор делит на имеющие традиционные «бумажные» аналоги и на собственно сетевые СМИ, не имеющие бумажных аналогов;

2) научно-образовательные и специальные информационные жанры, куда включается всё многообразие электронных научных и учебных изданий, в том числе интерактивные учебные курсы, интернет-семинары, онлайн-конференции и т.д.;

3) художественно-литературные жанры, к которым относятся как традиционные литературные произведения, опубликованные ранее на бумаге, так и произведения, созданные для публикации в Интернете, включая так называемую сетературу;

4) развлекательные жанры Интернета, объединенные юмористической или эротической направленностью;

5) жанры, оформляющие неспециальное, непрофессиональное общение (всевозможные дискуссионные группы, чаты, гостевые книги, письма электронной почты, социальные сайты и др.);

б) деловые и коммерческие жанры, содержащие информацию рекламного, технического и познавательного характера [3].

Как уже упоминалось, под влиянием различных факторов, экстралингвистических в том числе, наблюдается тенденция к контаминации и гибридизации жанров медиатекстов. Новым продуктом массмедиа, появившимся сравнительно недавно в русскоязычном пространстве интернет-коммуникации¹, являются сайты фейк-новостей (англ. *fake* – поддельный, фальшивый). Речь идет, например, о частном информационном агентстве Smixer (<http://smixer.ru/>), ежедневном сатирическом интернет-издании РИА FogNews (<http://fognews.ru/>), в идентификаторе описания которого указано: «РИА Фогневс – российское информационное агентство сатиры и юмора». Подобные ресурсы информационно-развлекательной направленности давно существуют во многих странах – американское агентство сатирических новостей The Onion (<http://www.theonion.com/>), индийский Faking News (<http://www.fakingnews.com/>), британский Private Eye (<http://www.private-eye.co.uk/>); помимо англоязычных известны издания на

¹ Например, официальной датой рождения сайта РИА FogNews считается 28.01.2012.

французском, немецком, румынском, испанском, португальском, шведском языках, на украинском – UaReview (<http://uareview.com/>). На симбиоз сатиры и информации украинского медиапродукта указывает дескриптор, который представляет его следующим образом: *Сатиричне онлайн-видання з вигаданими новинами та коментарями до них (Сатирическое онлайн-издание с вымышленными новостями и комментариями к ним)*.

С формальной точки зрения большинство сайтов предельно честны с посетителями, прямо указывая на вымышленность новостей: украинский сайт предлагает в качестве лозунга: *Ми завжди пишемо правду. Чесно.** А внизу звездочка получает следующую расшифровку: *Всі згадані на сайті події та персонажі вигадані. Будь-який збіг з реальними подіями та людьми є випадковим (Все упомянутое на сайте события и персонажи вымышленные. Любое совпадение с реальными событиями и людьми является случайным)*. Кроме того, последняя строчка прямо указывает на фикциональность информации: *UaReview // сатиричні «фейкові» новини*. Подзаголовок русскоязычного сайта также, казалось бы, прямо предупреждает о вымышленном характере новостей: ... *novae res a nobis confictae* (новости, нами придуманные), что призвано снять ответственность с авторов за недостоверность информации. Однако, поскольку далеко не все пользователи сети Интернет владеют латинским языком, а большинство посетителей не обращает внимания на ссылки и сноски, расположенные внизу страницы, подобные новостные сообщения неизбежно вводят адресата в заблуждение. Адресат данного речевого жанра, как известно, представляет собой обширную аудиторию, которая характеризуется массовостью и диффузностью.

Заметим, что композиционно фейк-новости ничем не отличаются от новостного дискурса: предлагается констатация некоего новостного события, якобы произошедшего в объективной реальности, его интерпретация, детали, предыстория и т.д. в порядке ослабления информационной нагрузки по принципу перевернутой пирамиды, который, напомним, предполагает, что вся самая ценная и важная информация сообщается в начале текста и фактически содержит все важнейшие компоненты сообщения в концентрированном виде [2]:

Известный российский журналист и телеведущий Владимир Познер покидает Российскую Федерацию и переезжает жить во Францию.

В воскресенье, 11-го ноября, зрители Первого канала увидят заключительный выпуск из цикла авторских программ «Познер». Всё началось с того, что депутат из «Единой России» Илья Костунов написал в своём микроблоге: «Считаю, Владимир Познер должен либо обосновать свою позицию по российским судам и СКР, либо извиниться, либо уйти с Первого канала» и т.д. (<http://fognews.ru/televedushhij-vladimir-pozner-pokidaet-rossiyu.html> от 06.11.2012).

Учитывая общедоступность канала информации, обеспечивающего неограниченную аудиторию, гипертекстуальность интернет-коммуникации с бесконечным цитированием и постоянными ссылками друг на друга, достаточно предсказуемо, что данные сайты фейк-новостей становятся источником информационного взрыва в сети. Фальшивые новостные сообщения начинают массово тиражироваться не только в блогах, социальных сетях, но и в охотящихся за сенсациями СМИ, при этом зачастую фейк-информация транслируется как соответствующая действительности. Так, массово растиражированная информация об отъезде В. Познера из России стимулировала последующее дискурсообразование, которое свидетельствует о том, что новость была воспринята адресатом как достоверная:

Если Познер уедет из-за реального политического давления, то плохо. Хоть он мне и не нравился никогда, все же крепкий профи, а не дебил, приватизировавший микрофон, что имеет общественную значимость²;

Да это будет выглядеть как бегство!! Вряд-ли он так поступит...., хотя....,поживём увидим! (<http://www.newkaliningrad.ru/forum/topic/202781-pozner-uezzhaet-iz-rf/>).

Ссылки на первоисточник информации не только не заставляют усомниться в истинности информации, а, по всей видимости, наоборот, служат маркером ее подлинности, достоверности:

Пока не увидела ссылку – находилась в состоянии шока. Нравится он мне. Конечно, не так как Парфенов, но все же ... не хотелось бы и его отпустить из стана нашей доблестной дружины ведущих журналистов (<http://www.newkaliningrad.ru/forum/topic/202781-pozner-uezzhaet-iz-rf/>).

Или, например, информационный портал «Новости Молдовы» (<http://news.point.md/>) приводит полный текст сообщения «Телеведущий Владимир Познер покидает Россию» с гиперссылкой внизу текста на fognews.ru, которая, однако, не препятствует дальнейшему обсуждению новости как реального факта. Примечательно, что ни в одном из 59 оставленных на странице комментариев (<http://news.point.md/ru/v-mire/televoduschij-vladimir-pozner-pokidaet-rossiyu>) не высказано сомнений в достоверности информации, в центре внимания дискурса реагирования – анализ причин отъезда и оценка события:

человек вырос в семье дипломатов, полжизни – детство и юношество – прожил в штатах и во франции естественно хочется обратно);

И пусть канает!

– Мужик, Познер..! Уважаю!

Правильно поступил. Работать на первом канале – только пачкать свое имя в грязи. И прокомментировал ситуацию очень точно и метко. А

² Здесь и далее сохранена орфография и пунктуация авторов.

России еще очень-очень далеко до того чтобы превратиться в «страну людей».

ничего..Познер себя найдет ! самый объективный телеведущий ! моё глубокое уважение ему !

Известно, что достоверность, наряду с оперативностью и объективностью, является одним из основных требований, предъявляемых к новостному сообщению. Ведущий прагматический принцип массмедиа – принцип интереса – в жанре фейк-новости обусловлен сенсационностью сообщения, которая влияет на его значимость и новостную ценность. Достоверность уступает место привлечению внимания, развлекательности, сенсационности. По сути, происходит трансформация информации из новостного сообщения в жанр фельетона, который фокусирует внимание на злободневной и актуальной для массового потребителя тематике. Таким образом, жанровая специфика фейк-новости – в ее симбиотическом характере, сочетающем информацию и сатиру. Хорошо известны случаи межстилевой или жанровой интерференции, используемой для интерпретативной подачи факта, его беллетризованного изложения или игрового декорирования, когда «модус сообщения смещается с беспристрастного информирования на иронично-развлекательную подачу события, с фактографии на интерпретацию» [5].

С точки зрения достоверности содержания фейк-новостей можно выделить два основных вида информации, составляющей их основу:

1. Достоверная или частично достоверная информация. Новость базируется на реально существующем или частично измененном событии, которое обрастает подробностями разной степени достоверности. Например, достоверный факт, что *депутаты Волгоградской городской думы решили в дни торжеств, посвящённых окончанию Сталинградской битвы, называть город Сталинградом*, в фельетоне «Чехарда» (<http://fognews.ru/chexarda.html> от 02.02.2013) начинает дополняться придуманными деталями разной степени абсурдности:

И снежными комами, подобным первому блину, посыпались предложения о возвращении старых имён городам и весям Российской Федерации хотя бы на пару-тройку дней в году. ... Гжатчане выступили за радикальное возвращение городу исторического имени, данного Петром Первым 11-го ноября 1719-го года. И лишь на день рождения первого космонавта и день его полёта в космос город будет получать имя Гагарин. ... Обербургомистер немецкого города Гослар, доктор Оливер Юнк, задумался об отставке, о чём и написал в форуме «Диалог с обербургомистером» на официальной страничке города Гослар в интернете. Доктор Юнк с горечью подчеркнул, что не имеет возможности предложить жителям города вариант переименования хотя бы на день в году, поскольку с 922-го года город носит имя Гослар, и оно не изменялось на

протяжении одной тысячи девяносто одного года. А посему он намерен написать заявление об отставке.

2. Полностью недостоверная информация. В данном случае новостное сообщение представляет собой не упаковку информации в приятную и / или развлекательную форму с сохранением прежнего предметно-событийного содержания, а результат креативной деятельности автора, сознательное мифотворчество, конструирующее вторичную, вымышленную реальность. Согласно Е.Ю. Ильиновой, вымысел может означать «способность человеческого сознания создавать “возможные миры” – особые образы и идеи, которые не имеют референтов в реальном мире, но получают материальную реализацию в словесной или иной форме» [4. С. 48]:

Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) расширила список психических заболеваний, требующих незамедлительного вмешательства врача-психиатра. В него добавлены вегетарианство и сыроедение, которые по классификации психических расстройств внесены в группу F63.8 (другие расстройства привычек и влечений) (<http://fognews.ru/vegetarianstvo-nuzhno-lechit.html> от 19.02.2012).

Доверие к фейк-новости со стороны адресата обусловлено непроверяемостью (по тем или иным причинам) подлинности новостного сообщения или внешне правдоподобным характером сообщаемого.

Таким образом, фейк-новость – циркулирующий в массмедийном пространстве специфический жанр информативно-развлекательного типа, варьируемый по степени достоверности информации от частично достоверной до недостоверной. Сенсационный характер сообщения в сочетании с определенной долей правдоподобия стимулирует доверие адресата, позволяет поддерживать его интерес и провоцирует дискурс реагирования.

Библиографический список

1. *Горошко Е.И.* Интернет-коммуникация: проблема жанра // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе: Межвуз. сб. науч. тр. Вып. 4. Орел, 2006. С. 165-175.
2. *Добросклонская Т.Г.* Медиалингвистика. Системный подход к изучению языка СМИ. М.: Наука; Флинта, 2008. 264 с.
3. *Иванов Л.Ю.* Язык интернета: заметки лингвиста // Электронный ресурс Интернет: <http://www.twirpx.com>.
4. *Ильинова Е.Ю.* Вымысел в языковом сознании и тексте: Монография / Науч. ред. С.П. Лопушанская. Волгоград: Волгоградское научное издательство, 2008. 513 с.
5. *Негрышев А.А.* Интерпретация действительности в новостях СМИ: некоторые приемы на уровне композиции текста // Электронный ресурс Интернет: <http://www.mediascope.ru/node/1071>.