

ФЕНОМЕН ФЕЙКОВЫХ НОВОСТЕЙ ИЛИ НЕСОБЛЮДЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ “ГИГИЕНЫ” В СОВРЕМЕННОМ МЕДИА-ПРОСТРАНСТВЕ

Денисова Д. А.

ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»

denisova.di2012@yandex.ru

Интернет-площадка представляет собой ресурс с бесконечным потоком информации. На каждый запрос браузер приводит десятки страниц, содержащих статьи по заданной теме, а также обсуждения, комментарии и отклики на ответы предыдущих пользователей. Заходя в сеть, человек получает огромную порцию информации, при этом не всегда понимая, что из увиденного и прочитанного является достоверными данными, а что ложными.

Возможность искажения сведений, включение недостоверной информации в новостной материал, а также его последующее распространение стало одной из главных проблем информационного пространства. Явление фальсифицированных данных чаще всего встречается в интернет-изданиях, а также блогах пользователей сети. Таким образом, в интернете сформировалось такое устойчивое понятие, как “несоблюдение информационной гигиены”.

Слово “фейк” пришло в наш обиход из английского языка. “Fake” обозначает что-то фальшивое, поддельное (предмет, событие). На просторах интернета это слово можно встретить в таких словосочетаниях, как фейковая страница, фейковая вещь, фейковое приложение и т.д. В журналистике понятие фейк, или фейковая новость, применяется к публикациям с недостоверной, фальсифицированной информацией, не соответствующей реальным фактам.

Использование фейковых данных в средствах массовой информации показывает низкий уровень публикующего издания, а также является пагубным явлением для журналистики в целом. Новостные издания, в стремлении к высоким рейтингам, не уделяют должного внимания проверке информации и подают новость “горячей”, но не всегда качественной. Наиболее активно эта проблема проявляется в онлайн-журналистике.

С появлением интернет-платформы фальсифицированная информация приобрела большие масштабы распространения. Несмотря на положительные стороны сети в цепочке “журналист-новость-читатель”, а именно скорость подачи новостей и общедоступность для любого заинтересованного пользователя, сетевые СМИ и интернет-блоги, стали главными носителями фейковой информации.

Фейковые новости могут представлять собой фото- и видео-контент, созданный с помощью программ по обработке и монтажу, текстовый материал, инфо-повод для создания которого частично или полностью является выдумкой автора и т.д..

Для выявления недостоверной информации необходимо обладать знаниями о видах фейков в современном медиа-поле.

В статье А.П.Суходолова [3], посвящённой феномену новостей в сетевом пространстве, приводится следующая классификация фейков:

1. В зависимости от соотношения достоверной и недостоверной информации.

Новостной материал может представлять собой освещение реального события или явления, фрагменты которого были частично искажены. В данной ситуации автор публикации может выдумать дополнительные подробности для придания новости большей “зрелищности” или оказаться пострадавшим, если ложные данные были взяты из другого источника.

В этой же категории стоит выделить полностью фейковые новости, где инфо-повод является собственной выдумкой автора и не содержит реальных фактов. Чаще всего этот приём использует “желтая пресса”, чтобы привлечь внимание посетителя ресурса. Большинство пользователей видят ссылки на материалы такого формата во всплывающей рекламе, которая представляет собой яркую картинку, где могут быть изображены герои «новости» или абстрактные фотографии, где пользователь не сможет рассмотреть детали, или гиф-анимацию, а также броский заголовок.

2. В зависимости от достоверности обстоятельств времени и места произошедшего события.

В данной категории автор публикации использует реальное явление или событие, которое уже произошло в сочетании с неверными данными о времени и месте.

Таким образом, “новостные материалы” этой категории могут содержать реальное событие прошлого, но выдаваться в качестве недавно случившегося. Также могут встречаться статьи, где реальное событие “перенесено” автором в другую геолокацию.

3. В зависимости от состава лиц, упоминаемых в новости.

Понятие “фейковых страниц” в интернет-пространстве имеет широкое распространение. В социальных сетях легко и оперативно можно создать страницу, полностью или частично копирующую другого человека. “Новостной материал”, содержащий комментарий “известного человека”, опубликованный на поддельной странице, также является фейковой новостью.

Сюда же можно отнести материалы, составленные на основе комментариев людей, выдающих себя свидетелями какого-либо события.

4. В зависимости от уровня восприятия достоверности.

Многие фейковые новости можно без труда разоблачить с первого взгляда. Чаще всего такие материалы выдает не проработанность фото- и текстового контента. Этот вид фейков можно назвать “легкими”.

“Средние” представляют собой новостной материал, вызывающий у читателя ресурса сомнения в правдивости материала. От “легких” отличается большей убедительностью и качеством составления контента.

“Трудные” фейки - это материалы, которые практически невозможно отличить от правды, если не обладать знаниями, позволяющими распознать фейк или же не иметь дополнительных сведений о данном инфо-поводе.

5. В зависимости от преследуемых целей.

Данная категория является самой масштабной, так как цели создания фейковых новостей могут быть разнообразными. Главным образом это зависит от издания, его качества, а также направления, в котором работает данное сми.

Краткий список наиболее распространенных целей журналистов при создании фейковой новости:

- развлечение, элемент “шоу”;
- достижение политических преимуществ в условиях конкурентирования политических кампаний;
- унижение или превознесение определенного человека или группы лиц и т.д.

В условиях информационного потока пользователю необходимы навыки дифференциации качественной и фейковой информации во избежание получения ложных данных и последующего распространения. Для этого “жителям всемирной паутины” необходимо обладать базовыми знаниями о способах выявления недостоверных данных и способах оперативного фактчекинга [2].

Проверка материала на предмет наличия сведений, являющихся полностью или частично недостоверными, называется фактчекингом (с англ. fact-checking - проверка фактов). Данный процесс является одним из направлений журналистского контроля и направлен на устранение неточностей, опечаток и фейковых данных. Фактчекинг может быть выполнен во время составления новостного материала или после подготовки текста, по факту публикации.

Проверка и выявление недостоверной информации является важным этапом при подготовке новостного материала. В связи с этим в наш язык пришло слово “фактчекер”, обозначающее человека, сотрудника редакции, прямой обязанностью которого является вычленение и устранение фейковых данных. В большинстве случаев, в сетевой новостной

журналистике проверку информацию выполняет сам автор публикации или редактор, если говорить об интернет-изданиях. Простому пользователю интернету приходится осуществлять проверку фактов своими силами, что довольно трудно без знания соответствующих методов.

На данный момент проблема распространения фальсифицированной информации является одной из самых глобальных в условиях сетевой новостной журналистики. На мой взгляд, изучение методов борьбы с различными видами фейков и технологиями фактчекинга поможет избежать понижения уровня качества публикуемого ресурса, а также остановить распространение неверных сведений. Поэтому продолжение исследования в этой области важно и необходимо для успешной борьбы с фальсифицированной информацией на просторах “всемирной паутины”.

Список используемых источников

1. Корнев М. Фактчекинг: 5 надежных способов проверить информацию [Электронный ресурс]. – URL: <http://mediatoolbox.ru/factchecking/>
2. Соловьев А. Fake news как средство пропаганды: фальшивые новости признаются правдивыми, а реальные – фейками // Международная журналистика-2017: идея интеграции интеграций и медиа. Материалы VI Международной научно-практической конференции. сост. Б. Л. Залесский; под общ. ред. Т. Н. Дасаевой, 2017.
3. Суходолов А. П. Феномен «Фейковых новостей» в современном медиaproстранстве // Евроазиатское сотрудничество: гуманитарные аспекты. 2017. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-feykovyh-novostey-v-sovremennom-mediaprostranstve> (дата обращения: 02.06.2020).