

Плевелы без зёрен

Феномен фейка в современной цифровой медиасреде



Михаил ВАЛЬКОВСКИЙ,
кандидат филологических наук

От сегодняшнего потребителя новостного контента требуется не только умение читать, но и умение анализировать новости: довольно часто информация, опубликованная в Сети, даже на сайтах серьезных медиа, является неправдой, или, как сегодня принято называть это явление – фейком, фейковыми новостями.

Один из ведущих словарей английского языка Collins English Dictionary сообщает, что фейковые новости (fake news) – это «ложная, часто сенсационная информация, распространяемая под видом новостей». В издательстве Collins подсчитали, что использование словосочетания fake news с прошлого года увеличилось на 365 % – именно поэтому оно и было признано фразой 2017 года [1]. В русском языке оно встречается чаще в сокращенной форме – «фейк», вытесняя русскоязычные аналоги этого термина – «лживые» или «фальшивые» новости. Но дело в общем-то не в определении.

Чем вызван такой стремительный рост подобных новостей? Ведь фейки – не изобретение Новейшего времени. Они были и ранее, например, в номерах первых газет на День дурака и даже в книге Марко Поло о его путешествиях можно найти информацию, которую впору отнести к фейковой... Однако в наши дни, благодаря развитию информационно-

коммуникационных технологий и информационному обществу, проблема приобрела новый масштаб и остроту, превратилась в глобальное социальное бедствие.

Взрывной рост фейковых новостей стал возможен по ряду причин. Назовем две, на наш взгляд, основные. Во-первых, за последние десять лет кардинально изменилась вся структура информационного обмена. В лидеры оперативных источников информации для медиа – от газет, до интернет-сайтов – вышли социальные сети, контент которых, то есть содержание, создают сами пользователи. Во-вторых, резко возросли плотность и скорость информационного потока, что обострило конкуренцию медиа за внимание адресатов. Следствием этого стало некритичное прямое заимствование средствами массовой информации данных из соцсетей, причем, без проверки их достоверности, а зачастую – и без редактирования. Расширение применения такого контента повлияло как на подходы к его производству, селекции и потреблению аудиторией, так и на практику белорусских медиа, которые стали чаще прибегать к информации из соцсетей [2, с. 174].

Сложившаяся ситуация вызвала ряд реакций – от активного изучения природы фейков, до разработки и внедрения практических мер борьбы с ними и минимизации последствий. Это привело к динамичному развитию фактчекинговых проектов как отдельного направления

ОБ АВТОРЕ

ВАЛЬКОВСКИЙ Михаил Александрович.

Родился в 1958 году в д. Баркалабово Быховского района Могилевской области.

В 1979 году окончил биологический факультет БГУ имени В.И. Ленина, в 2003 году – Академию управления при Президенте Республики Беларусь.

С 1993 года работает в СМИ, с 1995 года – в редакции газеты «Рэспубліка», с 2016 года – заместитель главного редактора газеты «СБ. Беларусь сегодня».

Кандидат филологических наук (2015).

Автор ряда научных публикаций.

Сфера научных интересов: теория журналистики, международная экономическая журналистика, информационный аспект глобализации и глокализации.

контроля достоверности информации, которые, помимо очевидной и понятной пользы, могут принести их владельцам существенный прирост трафика. В конце 2017 года активными были 137 проектов по проверке фактов в 49 странах, при 114 на начало года [3]. Также фактчекинговые проекты стимулировали выдвижение ряда законодательных инициатив по предотвращению фейков. Они озвучены и реализуются в ФРГ, Великобритании, Франции и на уровне ЕС [4; 5]. Так, Европейская комиссия обнародовала масштабные планы противодействия фейкам и пропаганде. Высший орган ЕС инициировал публичные консультации по фейковым новостям и дезинформации, которые распространяются онлайн, анонсировал создание экспертной группы высокого уровня и разработку стратегии Евросоюза по противодействию этому явлению [6].

Свое негативное отношение к фейкам выразил и Папа Римский Франциск. Он раскритиковал и журналистов, которые раздувают старые скандалы и делают из новостей сенсацию, подчеркнув, что это «очень серьезный грех», который ранит всех причастных [7].

Лавинообразно увеличилось количество исследований и публикаций по данной проблеме. Систематизация и классификация фейков разнообразна и обширна, в зависимости от тех факторов, на которые ориентируется исследователь (мотив, технология, сфера и время создания, цикл существования, включая ремейки, и т. д.). Но главным образом принимаются в расчет два ключевых: контекст их появления и цели распространения. Авторитетный Кембриджский словарь толкует фейк гораздо шире: «все, что вводит в заблуждение других, изображая что-то, чем на самом деле не является» [8].

Достаточно подробная классификация фейков, предложенная профессором университета Западного Онтарио (Канада) Викторией Рубан, включает пять их типов: намеренно созданные; шутки, воспринятые как правда (например, первоапрельские публикации,

другие розыгрыши); масштабные мистификации; преднамеренное одностороннее освещение событий (я так вижу); истории, в которых «правда» является противоречивой (например, для одних террорист – это бандит, а для других он – борец за свободу) [9].

Британская корпорация BBC предлагает более простую классификацию: неправдивые новости, распространенные намеренно, и новости, которые содержат в себе правдивую информацию, но не являются полностью точными. Остановимся на вторых. Такие относительно точные, но все же фейковые новости появляются в том случае, если журналист или блогер перед тем, как публиковать материал, не перепроверил все приводимые в нем факты. Или же по каким-либо причинам преувеличил значимость одного из них в ущерб другим. Они могут возникать непреднамеренно. В создании подобного рода фейков замечены переводчики, которые не знают нюансов специальной терминологии, рерайтеры, неверно подбирающие синонимы, – в общем, те, кто небрежно работает с первоисточником.

Сложнее определить цели распространения фейков – они могут быть очень разными. Классикой стало использование их в избирательной кампании 2016 года по выборам президента США с намерением повлиять на результат. Есть примеры применения фейков в корыстных целях – для раскрутки сайтов, монетизации трафика и т. д. Но в основном их публикация имеет целью изменить мнение относительно тех или иных событий и лиц. Это как раз тот случай, когда маленькая ложь влечет за собой или может повлечь большие и долговременные последствия.

Оригинальный подход к этому явлению предложен в докладе «Информационный беспорядок: к междисциплинарным рамкам для исследований и разработки политики» доктора философии Клэр Уордл и ирано-канадского писателя Хоссейна Дерахшана. Авторы полагают, что термины «фейковые новости», «фейки» неточно характеризуют сложные процессы загрязнения инфор-

мационного пространства, и призывают воздерживаться от их использования. Они обращают внимание на достаточно вольное применение этих терминов политиками, которые стали называть фейком все, с чем не соглашаются и что им не нравится, и даже сами медиа, с позицией которых они не согласны. Самый яркий пример такого подхода – поведение президента США Дональда Трампа. Все новости, которые его не устраивают или задевают, он тут же объявляет фейком. По мнению исследователей, «...это становится механизмом, с помощью которого власть имущие могут заставить замолчать, ограничить и обойти свободную прессу» [10].

Клэр Уордл и Хоссейн Дерахшан считают, что прямое и косвенное воздействие «информационного загрязнения» трудно поддается количественной оценке в силу сложной мотивации создания, распространения и потребления таких сообщений, огромного разнообразия форматов и методов их усиления, наличия множества платформ для размещения и воспроизведения.

В то же время эти исследователи классифицируют сообщения по критерию планируемого результата их публикации: созданные без намерения нанести вред; сознательно подготовленные и распространяемые, чтобы нанести вред; сформированные на основе реальных событий или информации и распространяемые, чтобы нанести вред.

Они также отмечают три фазы появления фейка: создание сообщения – превращение его в медийный продукт – распространение. В этой цепочке важную роль играют технологические решения. Они дают возможность адресатам перепроверить ту информацию, которую они потребляют и которой намерены поделиться с другими, то есть фактчекинг. При этом, по мнению исследователей, чтобы поставить заслон загрязнению информационного пространства, нужны усилия не только адресатов, но и определенные алгоритмы проверок и постоянно обновляемая фактическая база, не вызывающая сомнений [10; 11].

В приведенных выше вариантах классификации основным выступает критерий наличия/отсутствия умысла, вне зависимости от того, придумана ли ложная информация целиком, от начала до конца, или же в основе ее лежит реальный факт, предвзято интерпретированный или искаженный. В случае если при создании сообщения используется реальный факт, событие, вероятность эффективного фактчекинга значительно снижается.

Очевидно, что бороться с уже обнаруженным фейком гораздо сложнее. Исследования коммуникационной лаборатории The Opportunity Agenda (США) показали: опровержение фейков не самый эффективный путь. Даже если эксперты приводят очевидные и бесспорные аргументы и факты, на читателей, которые сильно верят в ложную историю, они не производят впечатления и отбрасываются, как не соответствующие их убеждениям. Более того, если фейк повторять даже для его опровержения, он дольше задерживается в первых строчках новостей, что может придать ему новый импульс шире разойтись в информационном пространстве [12].

Проверенных и надежных механизмов не дать фейковым новостям превратиться в полноценный медийный продукт, наверное, нет. Как поступать журналисту, если не хватает уверенности в данных, находящихся в открытом доступе, и в собственной экспертизе?

Американский журналист Брук Борел приводит одну из возможностей – отказаться от «желтых новостей» из соцсетей, так как при всех усилиях фактчекеров фейковые новости постоянно мимикрируют и адаптируются под фильтры. Второе направление – взвешенно и осторожно подходить к новостным заголовкам, чтобы фейкам было труднее затеряться в общем потоке информации [13].

Еще один потенциальный барьер на пути превращения фейка в медийный продукт – более четкая и однозначная маркировка типа контента. Исследователи центра Reporters' Lab Университета

Дюка (США, штат Северная Каролина) полагают, что ясная грань между новостями и авторскими материалами повышает доверие аудитории к контенту медиа. Ведь читатель обращает внимание на то, в какой тематической рубрике размещен текст, но при этом сам тип публикации ему часто бывает сложно определить.

Конечно же, наиболее надежным, но и самым трудоемким, остается способ проверить правдивость информации (фейк всегда претендует на то, чтобы выглядеть истиной, правдой, реальностью), обратившись к первоисточнику новости. Если она появилась на каком-либо малоизвестном сайте, вероятность того, что это фейк, достаточно высока. Но и размещение на солидном новостном ресурсе не всегда может гарантировать правдивость информации. По данным исследователей Гарвардской школы бизнеса, люди в группах реже перепроверяют факты, чем одиночки – сбавывает уверенность, что кто-то уже сделал это раньше.

Безусловно, всю работу по проверке и верификации информации, включению в контекст событий должны делать автор и СМИ, в котором она публикуется. Именно на них лежит ответственность за бездумное и некритичное заимствование новости из соцсетей, игнорирование четкого алгоритма – найти первоисточник либо подтверждение сведений из нескольких независимых источников, спросить противоположную сторону и т. д. [14, с. 32].

Все грани проблемы создания и распространения ложной информации охватить не реально. Однако можно сделать определенные выводы.

На наш взгляд, безобидных фейков не существует. Во-первых, в любом случае они деформируют картину мира, формируют представления о действительности, не совпадающие с реальностью. В итоге неверная интерпретация ситуации адресатами приводит к такому алгоритму их действий, который не соответствует настоящему состоянию дел. Во-вторых, они размывают грань между правдой и вы-

мыслом, и в следующий раз любая ложная информация будет воспринята легче и проще. В-третьих, фейковые новости негативно влияют на журналистику, в своей совокупности снижают профессиональные стандарты и планку ответственности. Как следствие – уменьшается степень доверия к медиа и информации, которую они сообщают. ▀

ЛИТЕРАТУРА

1. Definition of "fake news" [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/fake-news>. – Дата доступа: 10.01.2018.
2. Вальковский, М.А. Трансформация медиапотребления и редакционные практики // Журналистика-2017: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 19-й Міжнар. навук.-практ. канф., 16–17 ліст. 2017 г., Мінск / рэдкал.: С. В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. – Вып. 19. – Мінск: БДУ, 2017. – 496 с.
3. Stence, Mark. A big year for fact-checking, but not for new US fact-checkers [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://reporterslab.org/big-year-fact-checking-not-new-u-s-fact-checkers>. – Дата доступа: 8.01.2018.
4. ФРГ одобрила штрафы до €50 млн за фейки в соцсетях [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://news.rambler.ru/world/36548010-frg-odobrila-shtrafy-do-50-mln-za-feyki-v-sotssetyah>. – Дата доступа: 10.01.2018.
5. "Fake news": Macron met les réseaux sociaux face a leurs responsabilites [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://www.lefigaro.fr/medias/2018/01/04/20004-20180104ARTFIG00297-fake-news-macron-met-les-reseaux-sociaux-face-a-leurs-responsabilites.php?redirect_premium. – Дата доступа: 4.01.2018.
6. Speech by High Representative / Vice-President Federica Mogherini at the inauguration event of the European Center of Excellence for Countering Hybrid Threats (Hybrid CoE) [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://eeas.europa.eu/ru/eu-information-russian/search/site/fake%20news>. – Дата доступа: 3.10.2017.
7. Pope Francis: fake and sensationalised news "a very serious sin" [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.theguardian.com/world/2017/dec/17/pope-francis-fake-and-sensationalised-news-a-very-serious-sin>. – Дата доступа: 10.01.2018.
8. Кембриджский словарь [Электронный ресурс] / Слово fake news // Режим доступа: <https://dictionary.cambridge.org/en/%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80%D1%8C/%D0%B0%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9/fake-news>. – Дата доступа: 18.12.2017.
9. L. Rubin, Victoria. Interest In Our Research On Fake News [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://victoriarubin.fims.uwo.ca/2017/04/12/media-interest-fake-news-research>. – Дата доступа: 10.01.2018.
10. Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://rm.coe.int/information-disorder-report-november-2017/1680764666>. – Дата доступа: 10.01.2018.
11. How did the news go "fake"? When the media went social Fake news and fractured trust: Council of Europe joins UN panel to examine what can be done – among other challenges posed by digitization [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://search.coe.int/directorate_of_communications/Pages/result_details.aspx?ObjectId=0900001680770d03. – Дата доступа: 10.01.2018.
12. A Report by The Opportunity Agenda [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://opportunityagenda.org/approach/communications-culture-narrative-change/research>. – Дата доступа: 10.01.2018.
13. Borel, Brooke. The Chicago Guide to Fact-Checking / University Of Chicago Press, 2016. – 192 p.
14. Вальковский, М.А. Проверка информации на достоверность: от концепции к практике. Медиапространство Беларуси: история и современность (к 100-летию газеты «Звезда» и 90-летию газеты «Советская Белоруссия»): материалы Международной научно-практической конференции, Минск, 20 октября 2017 г. / БГУ, Институт журналистики; редкол.: С.В. Дубовик (отв. ред.) [и др.]. – Минск: Изд. центр БГУ, 2017. – С. 30–33.