

Секция «Информационное обеспечение внешней политики»

"Дискуссии о феномене и перспективах "фейковых новостей" в контексте предвыборной кампании в США 2016 года"

Научный руководитель – Барина Екатерина Александровна

Комарова Ольга Юрьевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет мировой политики, Москва, Россия
E-mail: charly.00@mail.ru

В современном медиа пространстве поток информации растёт с каждым днём. На первый взгляд, обществу всё доступно: есть все ресурсы для анализа новостей, сравнения публикаций различных источников. Однако феномен «фейковых новостей» за последние два года приобрёл радикально новый характер, теперь поиск достоверной и точной информации перестал быть простой задачей.

В 2017 году словарь Collins выбрал словосочетание «фейковые новости» выражением года, указывая на резко возросшую частоту его употребления - на 365% с начала 2016 года. Контент-редактор словаря Хелен Ньюстед акцентировала внимание на том, что сам факт становления фальшивых новостей выражением года говорит о нарастающей проблеме и подрыванном доверии читателей к публикуемой информации ¹.

Назвать фальшивые новости чертой современного мира будет неправильно, так как многие специалисты проводят аналогию между фейковыми новостями и жёлтой журналистикой, которая существует давно. В статье, посвящённой данной проблеме, приведена цитата преподавателя университета Огайо Джозефа МакКернса, который изучал историю журналистики: «Желтая журналистика 1890-х и таблойдная журналистика 1920-1930-х годов воспринимали прессу как источник прибыли, так как она была проводником дешёвых ощущений и острых переживаний. Многим критикам казалось, что пресса свободна от регулирования, чем она пользовалась, чтобы зарабатывать деньги. Её не используют для выполнения своей жизненно важной роли независимого источника информации в демократии» ².

На пике развития феномена «фейковых новостей» в 2016 году множество исследователей и журналистов предлагали варианты определения этого нового термина. Единого определения нет до сих пор, так как понятие обширное, а мнения расходятся. Некоторые журналисты выделяют по несколько видов ложных новостей, в зависимости от содержания, степени правдивости и источника, однако есть факторы, объединяющие все фальшивые публикации ³. В статье издания The Guardian, которая посвящена изучению происхождения феномена ложных новостей, Элли Хунт даёт следующее определение: «фейковая новость— это новость, которая создана для обмана читателя с целью получения выгоды» ⁴. Именно это определение обобщает все фальшивые новости, которые печатаются в СМИ или размещаются в интернете. Оно представляется наиболее точным, так как изначально ложные новости публиковались с целью получения той или иной выгоды, например, финансового дохода, приобретения популярности и так далее. Если же рассматривать определение, данное журналисткой The Guardian, в рамках современной политической сферы, то размещение «фейковых новостей» в средствах массовой информации или в интернете используется для того, чтобы ввести читателя в заблуждение, вызвать эмоцию, тем самым, получив политическую или же финансовую выгоду.

Что стало катализатором такого резкого возрастания частоты публикаций фальшивых новостей сегодня, сказать сложно. Например, Макс Седдон, автор статьи, посвящённой возможному влиянию российских средств массовой информации на феномен фальшивых новостей, считает, что российская антизападная пропаганда спровоцировала учащение ложных публикаций как в интернете, так и в СМИ ⁵. Однако большинство экспертов связывают резкий всплеск появления фейковых новостей именно с президентской кампанией 2016 года в Соединённых Штатах Америки. Многие политологи отметили, что снижение популярности Хиллари Клинтон в ходе борьбы с Дональдом Трампом можно объяснить в частности распространением фальшивых новостей.

Крупнейшие IT - компании отреагировали на стремительный рост количества фейковых новостей на социальных платформах. В 2016 году социальная платформа Facebook после неожиданных результатов выборов в Соединённых Штатах и выхода Великобритании из Евросоюза предприняла попытку создания группы экспертов, которые бы занимались изъятием фальшивых публикаций из социальной сети. Многие журналисты увидели причину обеспокоенности Facebook искажёнными фактами именно в успехе Дональда Трампа на выборах в США. Одна за другой крупные компании начали разрабатывать проекты по исследованию фактов ⁶. В 2017 году поисковая система Google также запустила функцию, позволяющую сортировать новости, размещаемые в интернете, на реальные и вымышленные.

Параллельно с появлением и развитием кампаний по поиску путей борьбы с фейковыми новостями, ряд исследователей и представителей СМИ высказывали скептическое отношение к самой идее выявления подлинности публикуемых в социальных сетях материалов. Так, главный редактор издания Financial Times Тим Харфорд заявил, что такой способ борьбы не будет эффективно работать, так как пользователям просто всё равно, где вымысел, а где правда. Если новость вызывает интерес у аудитории, то её будут продвигать вне зависимости от истинности ⁶.

По данным опроса, выпущенным аналитическим центром Pew Research в 2016 году, большинство американцев уверены в том, что фейковые новости вызвали путаницу в представлении общества о кандидатах. Суммарно 88% высказались за данную точку зрения, 64% из которых твёрдо уверены в том, что фальшивые факты повлияли на исход выборов, а 24% думают, что это могло вызвать незначительное замешательство населения. Лишь 11% опрошенных проголосовали за «минимальное влияние ложных новостей на итог или его полное отсутствие». Что примечательно, в этой же статистике зафиксировано количество опрошенных жителей США, которые признались в том, что лично создавали и распространяли фальшивые новости- 37% ⁷.

Экстраполируя феномен «фейковых» новостей на будущее, стоит отметить, что с развитием технологий и увеличением потока информации поддельные новости будут казаться обществу настолько реалистичными, что даже самые обеспеченные ресурсами компании не будут иметь возможности с точностью выявить ложность факта. Это не только ставит под угрозу репутацию любого источника информации, но также делает невозможным получение достоверных новостей публикой. Дезинформация в СМИ и интернете- серьёзная проблема нашего времени, которая может поспособствовать размыванию гражданского дискурса, трансформации политической сферы, а также коренному изменению предназначения средств массовой информации.

Источники и литература

- 1) 1. BBC, "Словарь Collins признал "фейковые новости" выражением года", 02/11/17, URL: <http://www.bbc.com/russian/news-41842687>.
- 2) 2. Alexandra Samuel, "To fix fake news, look to yellow journalism", JSTOR Daily, 29/11/16, URL: <https://daily.jstor.org/to-fix-fake-news-look-to-yellow-journalism/>.
- 3) 3. Ben Nimmo, Graham Brookie, "Fake news: Defining and defeating", Medium, 19/01/12, URL: <https://medium.com/dfrlab/fake-news-defining-and-defeating-43830a2ab0af>.
- 4) 4. Elle Hunt, "What is fake news? How to spot it and what you can do to stop it", The Guardian, 17/12/16, URL: <https://www.theguardian.com/media/2016/dec/18/what-is-fake-news-pizzagate>.
- 5) 5. Seddon Max, "From Russia with bluff: social media strategy sows confusion", Financial Times, 13/01/17, URL: <https://www.ft.com/content/7ce4b616-d753-11e6-944b-e7eb37a6aa8e>
- 6) 6. Тим Харфорд, "Отвлекай и властвуй. Почему нам врут, а мы рады?", Republic, URL: <https://republic.ru/posts/79604>
- 7) 7. Pew Research Center, "Many Americans Believe Fake News Is Sowing Confusion", 15/12/16, URL: <http://www.journalism.org/2016/12/15/many-americans-believe-fake-news-is-sowing-confusion/>