

Чудовище по кличке Фейк, или Зачем написана эта книга

Небольшое вступление

Что это за информационное чудовище по кличке Фейк? Все о нем говорят, все о нем рассуждают, некоторые даже спорят, волнуясь и крича. Но мало кто готов дать точное и исчерпывающее определение тому, что мы в обиходе называем фейком. Единственное исключение, когда вокруг данного термина ведутся дискуссии о степени правдивости и качестве информации, которую несут в себе фейки, разные и многочисленные.

Почему же многим людям неправда (или приблизительная, а то и мнимая правда) приходится по душе? И они готовы принять на веру любую ерунду, бессмыслицу, чепуху, любой «жареный-пережареный» факт, лишь бы он вызывал интерес, возбуждал желание поближе познакомиться, например с историей о том, как русская красавица стала супругой малайского короля и родила ему русского наследника. Или, например, до смерти напугаться тому потоку информации об эпидемии пневмонии, которую распространяет по всему белу свету загадочный и таинственный коронавирус. Или порассуждать о вмешательстве России во внутренние дела США, Великобритании, Франции и далее по списку.

Примеры и наглядные иллюстрации фейковой неправды, летающие по медиапросторам, можно множить до бесконечности. Благо каждый новый день «обогащает» нас сакральным знанием о том, что окись углерода сокращает количество кислорода, что цифровизация принесет нам невиданные блага и вскоре на Земле всем будет заправлять искусственный разум и его уполномоченный представитель а-ля робот Боря. Откуда я это знаю? Мне об этом рассказывают СМИ. Разные и постоянно. Показывает телевизор, надрываются голоса радиоведущих, спешат поставить в газетный или журнальный номер сенсационную статью акулы пера, не говоря уже о том, как с медиавозделением потирают руки блогеры и рерайтеры. Я вовсе не утверждаю, что в экспоненциальном росте фейков, распространяемых по всем возможным

(и невозможным) каналам коммуникации, напрямую виноваты исключительно СМИ и журналисты. Но то, что они этому вольно или невольно способствуют, — очевидный факт.

Невероятное количество информации обрушивается на все общество в целом и на каждого его члена в отдельности. Надо не только учиться противостоять этому стихийному социально-психологическому бедствию, но и, понимая причины его возникновения и распространения, владеть методами анализа и контроля информационного потока по оси восприятия, которую мы условно назовем «правда — ложь».

Собственно, ради этого и написана книга.

В ней автор продолжает свою борьбу с тем, как нас обманывают СМИ и не только они. Парадокс нынешней ситуации заключается в том, что СМИ используют именно для того, чтобы манипулировать информацией и тем самым оказывать требуемое воздействие на нас, читателей, слушателей, зрителей, пользователей, наконец просто граждан своей страны и членов общества.

Для чего и почему? Это нам неведомо. Мы можем об этом только догадываться. К сожалению, подобные догадки оказываются справедливыми, а подозрения в распространении неправды — подтвержденными. И наши доблестные медиа, а также их сотрудники (штатные и внештатные) в этом не очень красивом процессе играют не последнюю роль. Более того, собственный опыт многолетнего общения с ними (и сотрудничества в том числе) привел к неутешительному выводу: за правду, справедливость и точность в журналистской профессии стоит бороться. Иначе... Трудно вообразить, что может произойти.

Многие нынче, следуя моде, обратились к антиутопии Джорджа Оруэлла «1984» и, наверное, ужасаются при чтении тому, как британский писатель изображает в красках общество, где с правдой и ложью все происходит прямо по русскому выражению: «шиворот-навыворот». Никто в ужасе не замечает, что 1984 год уже лет тридцать пять с лишним как прошел. И нынче мы гордо открываем период 20-х годов нового столетия, порой забывая, что пророчество английского интеллектуала-журналиста уже давно сбылось. Но не станем забегать вперед, а всего лишь скажем, что именно любимец либеральной читающей публики многих стран (и нашей в том числе) приложил руку к созданию одного

из самых грандиозных политологических фейков в истории мировой цивилизации, о чем мы, собственно, и расскажем на страницах предлагаемой читателю книги.

В одном из разделов книги вы найдете примеры невольных фейков, которые автор транслировал в медийное пространство во время профессиональной журналистской деятельности.

Сейчас мы с вами находимся в совершенно особенной информационно-медицинской ситуации. Вы, конечно, догадались, что речь о пресловутой пандемии вируса под интригующим «ником» *COVID-19*. Напомню, что ее объявила всему человеческому сообществу в марте 2020 г. Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ). Вот мы и стали бояться изо всех сил, не всегда отдавая себе отчет в причинах этого страха. И хотя борьба с медицинскими фейками не входила первоначально в планы автора, но ситуация сегодня такова, что требует комментариев. Мы еще вернемся к этой теме. А пока...

Фейк уже ждет нас.

Единственная просьба от автора: постарайтесь читать не торопясь. А главное, вдумывайтесь в то, о чем мне предстоит рассказать вам.

Для того чтобы сделать интересным наш с вами путь по страницам сего путеводителя в дремучем и темном лесу фейковой журналистики, мы начнем с простого: разберемся в том, какой бывает ложь и какими бывают фейки.

Ложь на длинных ногах

Так называется пьеса выдающегося итальянского драматурга Эдуардо де Филиппо, сочиненная им в середине прошлого столетия (1947). В ней без труда можно обнаружить примеры той самой лжи, от которой и произрастают все интересующие нас фейковые несуразности нынешнего мира. Нам же надо разобраться с той ложью, которая носит не бытовой, а социальный характер. Даже уточним: той ложью, к распространению которой по каналам массовой коммуникации приложили свои «дигитальные» конечности всех видов и типов современные медиа.

Прежде всего обозначим те проявления лжи в медиа, которые подпадают под соответствующие статьи Уголовного кодекса РФ. К ним относятся:

- клевета, под которой мы понимаем заведомо ложную порочащую информацию или распространение заведомо ложных сведений, порочащих честь и достоинство другого лица или подрывающих его репутацию (статья 128.1 УК РФ);

- плагиат, который мы понимаем как умышленно совершаемое физическим лицом незаконное использование или распоряжение охраняемыми результатами чужого творческого труда, которое сопровождается доведением до других лиц ложных сведений о себе как о действительном авторе (статья 146.1 УК РФ).

К числу иных грехов СМИ, связанных с ложью, мы относим следующие:

- подмену понятий;
- фальсификацию;
- мистификацию;
- очевидную ложь;
- лесть;
- введение в заблуждение;
- подтасовку фактов;
- превознесение;
- преувеличение (преуменьшение);

- ложь из-за устаревшей информации;
- ложь из-за двусмысленной информации;
- невольную ложь;
- ложное утверждение.

Попробуем разобраться в особенностях медийной лжи на конкретных примерах.

Подмена понятий. Очень часто этот прием используется в рамках полемики или дискуссии по тому или иному вопросу. Например, во время от времени возникающих спорах о том периоде советской истории, когда страной руководил И. В. Сталин, сторонники либеральных взглядов в соответствующих медиа идентифицируют всех жителей страны либо как жертв эпохи «большого террора», либо как их палачей. Что, очевидно, не является правдой в обоих случаях.

Фальсификация – ситуация, когда вместо важных и необходимо достоверных сведений в медиа публикуются сведения (чаще всего статистического характера), которые носят не подтвержденный документально характер. Опасность данного приема легализации лжи в отношении информации заключается в том, что, как правило, он используется в определенном контексте. Например, к фальсификациям можно отнести цифру, обозначающую общую стоимость затрат на строительство нового футбольного стадиона в Санкт-Петербурге. Неслучайно, что на основании фальсифицированных данных по итогам его строительства были возбуждены два уголовных дела в отношении ответственных лиц.

Мистификация – прием с использованием информации, которую невозможно ни подтвердить, ни опровергнуть. Как правило, применяется журналистом, не обладающим достоверным знанием о чем-либо или о ком-либо. Можно привести пример исторической мистификации, касающейся личности русского императора Александра Первого, который якобы не скончался в Таганроге 19 ноября 1825 г., а тайно отправился странствовать по России в облике старца Кузьмича.

Очевидная ложь. В последнее время ситуация возникает все чаще и чаще в практике СМИ разных стран. В ряде случаев носит характер информационной пандемии, вирус которой заражает все медиа одной национальной системы без исключения. Таково, например, постоянное

утверждение украинских медиа о том, что на территории их страны находятся регулярные российские воинские части.

Лесть. Этот прием лжеинформации в практике отечественных медиа был, скорее, характерен для советского периода. Однако в последнее время в некоторых федеральных СМИ наблюдается ренессанс данного метода, когда деяния и поступки главного лица в государстве получают явно неадекватную, восхищенную оценку, не основанную на конкретных фактах и событиях. Аналогичная ситуация сегодня может быть обнаружена и в работе ряда крупных региональных медиа, аффилированных с различными ветвями местных властей.

Введение в заблуждение. Чаще всего подобная ситуация возникает тогда, когда журналисты и медиа излишне доверяют официальным источникам информации, поступающей в их распоряжение по соответствующим каналам. Бывают случаи и непроверенной инсайдерской информации. Хрестоматийный пример введения в заблуждение – официальное заявление президента России Б.Н. Ельцина перед телевизионными камерами 15 августа 1998 г. о том, что дефолта в стране не будет. Однако 18 августа того же года дефолт как раз и случился.

Подтасовка фактов – прием в журналистике, который строится на том, что при формировании у аудитории образа определенного события некоторые детали, цифры, суждения, мнения и факты – словом, совокупность информации, не вписывающейся в уже сформированную картину ситуации, – просто-напросто выводятся «за скобки» журналистского материала в его окончательном отформатированном варианте. Хотя изначально они вполне могли бы быть зафиксированы в исходных материалах.

Можно вспомнить актуальный пример, связанный с трагедией в Кемерове 25 марта 2018 г., когда во время пожара в ТЦ «Зимняя вишня» по официальным данным погибло 64 человека, тогда как в сетевых источниках и ресурсах «бродила» цифра в 300 человек, которую распространяли блогеры и прочие пользователи социальных сетей, включая популярного артиста Данилу Козловского¹. При тщательной проверке

¹ Последний, кстати, позже публично извинился в своем аккаунте за распространение этой лживой информации.

подобные сведения оказались ложью. Однако вопрос о том, являлась ли она намеренной или неумышленной, так и остался без ответа. Кроме того, в первые дни после трагедии в Сети использовались в качестве «иллюстраций» кемеровской трагедии скриншоты фотографий, сделанных сразу после другого пожара, случившегося 5 декабря 2009 г. в пермском ночном клубе «Хромая лошадь»¹.

Превознесение – журналистский прием, который практически синонимичен лести. Разница заключается лишь в том, что лживому преувеличению подвергается то или иное событие, факт, в то время как объектом лести, как правило, становится руководитель, политический деятель. Типичный пример журналистского превознесения – тенденция публиковать информацию, связанную с перманентным увеличением бюджетных выплат, которая доминирует в российских СМИ.

Преувеличение (преуменьшение). Номинация данного приема информационной недостоверности говорит сама за себя. В свое время в советской прессе при создании журналистских материалов преуменьшалась роль поставок союзников во время Великой Отечественной войны, тогда как при смене исторической парадигмы (особенно в 1990-е гг.) роль ленд-лиза в укреплении обороноспособности была явно преувеличена.

Ложь из-за устаревшей информации. Чаще всего подобная ситуация в работе журналиста или конкретного медиа возникает не по злому умыслу или намерению, а в связи с нерадивостью, некомпетентностью, нежеланием перепроверять полученные сведения, начиная с кадровых назначений и заканчивая состоянием того или иного исторического памятника или здания.

Ложь из-за двусмысленной информации. Эти ситуации – характерный признак бульварных СМИ, «желтой» прессы, которая, не соблюдая правовые и этические основы работы журналистов, публикует непроверенные сведения, факты, случаи из жизни знаменитых и публичных лиц, придавая им явно двусмысленный характер. Здесь можно вспомнить прецедент с широко распространенной однажды СМИ Санкт-Петербурга информацией о посещении лидером ЛДПР В.В. Жириновским одного из гей-клубов Северной столицы. Понятно,

¹ По официальным данным, в нем погибло 156 человек.

Вляпались в историю

Строго говоря, фейки – не только «достижение» шоу-цивилизации последнего десятилетия. Сам феномен публичной лжи и неправды в обществе, его публичных связях и коммуникациях появился задолго до того, как изобрели радио, телевидение и интернет. Печальный феномен появился гораздо раньше, чем обрел обличье в таком общепотребительном термине.

Одним из первых задокументированных фейков можно считать историю, произошедшую в I в. до н. э. в Римской империи, где на тот момент царил альянс трех полководцев республики. Самыми могущественными были обосновавшийся в Риме Октавиан Август и Марк Антоний, удалившийся в Египет, откуда он контролировал восточные провинции и где он попал под чары Клеопатры, противницы Рима. Октавиан и Марк друг друга ненавидели: каждый считал себя единственным законным наследником Цезаря. Однажды Октавиан объявил, что заполучил официальное завещание Антония, по которому ряд римских провинций достанется их общим с Клеопатрой детям. Документ зачитали в Сенате и распространили повсюду: копии развешивали на римских форумах, а гонцы ездили в самые отдаленные уголки страны. Кроме того, завещание гласило, что сын Клеопатры и Цезаря Цезарион – законный преемник императора. Желание «сдать» вековые традиции республики бастарду египетской царицы взбесило сенатских республиканцев: слова «монархия» и «король» считались в Риме чуть ли не ругательствами. В довесок Антония по документу надо было похоронить в мавзолее египетских королей из династии Птолемеев в Александрии, что римлянам вовсе казалось богохульством.

Ученые и в 2020 г. не могут прийти к общему решению и определить, было ли завещание Антония реальным или Октавиан Август добился победы в информационной войне с помощью фейка. Однако политические решения, последовавшие за этим, очевидны: Сенат лишил Марка Антония права командовать римскими легионами¹.

¹ Кавалерян А. История и теория *fake news*: как их производили со времен Древнего Рима и как отличить их от правды // Нож. Режим доступа: <https://knife.media/fake-news-history>.

Содержание

Чудовище по кличке Фейк, или Зачем написана эта книга.....	3
Ложь на длинных ногах.....	6
Фейки: разные и ужасные.....	12
Вторая древнейшая: врет и не краснеет.....	21
Фейки и реальность во время Балканского конфликта.....	36
Постправда: с чем ее едят?.....	42
Американская правда. И кое-что помимо нее.....	51
Меню для вранья.....	60
ОБС против ВВС.....	70
«Вы слышали, как поют...».....	75
Телетуман похож на обман.....	91
Фейк попался в сети.....	99
Вляпались в историю.....	118
Самое лживое из искусств.....	126
Фейк и «опиум для народа».....	157
Не ошибается тот, кто ничего не делает.....	163
Ложь и... немного статистики, или «Страшилки» про COVID-19.....	167
Ловкость рук и никакой... правды.....	172
Не дайте себя обмануть.....	176
Заключение.....	183
Список литературы, которая может пригодиться для борьбы с фейками.....	184



Популярное издание

ИЛЬЧЕНКО Сергей Николаевич

Фейк-контроль, или Новости, которым не надо верить Как нас дурачат СМИ

Ответственные редакторы *Оксана Морозова,
Наталья Калининцева*
Технический редактор *Галина Логвинова*

Формат 70x100/16. Бумага офсетная.
Тираж 2 500 экз. Зак. №

Импортер на территории ЕАЭС: ООО «Феникс»
344011, Россия, Ростовская обл., г. Ростов-на-Дону, ул. Варфоломеева, 150
Тел./факс: (863) 261-89-50, 261-89-59

Изготовлено в Украине. Дата изготовления: 03.2021.

Срок годности не ограничен.

Изготовитель: ООО «БЭТ»,
61024, Украина, г. Харьков, ул. Максимилиановская, 17

Сайт издательства: www.phoenixrostov.ru.
Интернет-магазин: www.phoenixbooks.ru