УДК 070; 172
DOI: 10.47475/2070-0695-2021-10311

К. Н. Ахмадеев
Уфимский государственный нефтяной технический университет, Уфа

М. Г. Бреслер
Уфимский государственный нефтяной технический университет, Уфа

ФЕНОМЕН FAKE NEWS ИНФОРМАЦИОННОГО / ЦИФРОВОГО ОБЩЕСТВА В ДИСКУРСЕ СЕТЕВОГО БЫТИЯ

Статья посвящена исследованию явления fake news. В основе работы лежит тезис об осмыслении категории fake news как феномена современного общества в категориях информационного/сетевого общества, в которой существенная часть коммуникаций принимает сетевую форму. Авторами проведен анализ реакции пользователей социальной сети Facebook на материалы сатирического издания, как пример аксиально детерминированного восприятия информации.

Ключевые слова: Fake News, ценности, вероятность, кластер, сетевое сообщество, сетевая логика.

Введение. Актуальность данного исследования связана с необходимостью осмысления категории фальшивых новостей (fake news) как феномена современного общества в категориях информационного/сетевого общества, в которой существенная часть коммуникаций принимает сетевую форму. В связи с появлением возможности для самого широкого круга лиц создания и распространения информационного продукта на этапе становления информационного общества процесс создания выдуманных, фальшивых новостей принял массовый характер. Согласно информации, представленной составителями английского словаря Collins Dictionary, словом уходящего 2017 года было признано словосочетание fake news, а годом ранее оно было признано словом года составителями Оксфордского словаря. Как указывает в своей работе исследователь М. В. Прошина, «благодаря новым технологиям манипулировать новостным форматом стало проще, что одновременно и приносит пользу, и подрывает авторитет средств массовой информации» [14].

По определению, данному в 2017 году сообществом Ethical Journalism Network, «поддельные новости – это информация, которая умышленно сфабрикована и распространена…» [21]. Это определение fake news имеет однозначно негативную коннотацию, однако стоит отметить, что данное явление используется также в качестве инструмента сатиры и юмора, в отдельных случаях не снижая, а даже повышая имидж объекта ложной новости. Одна из основных решаемых фейковыми новостями задач – это создание управляемой реальности через формирование симуляционной действительности и озвучивание или доведение до логического конца интенций официального политического дискурса, по тем или иным причинам не могущим быть представленным публично [13].

Наибольший размах fake news приобрели во время выборов президента США в 2016 году, когда социальные сети стали площадкой для широкомасштабного распространения фальшивой информации. Так, согласно данным ученых из Чикагского университета, охват аудитории 156 самых популярных в социальных сетях фальшивых новостей превысили половину вообще всех ведущих новостных лент [18]. При этом стоит отметить, что само явление вряд ли можно назвать новым. В истории существования института СМИ феномены, схожие по ряду признаков с fake news, возникали и ранее. Ложные новости и различные виды их применения, к примеру, описаны еще в романе Оноре де Бальзака «Утраченные иллюзии» и Александра Дюма «Граф Монте-Кристо» в XIX веке. Однако рост Интернета и различных социальных платформ сделали распространение поддельных новостей молниеносным [20], а саму форму подачи информации в

виде ложной новости заметным феноменом, занимающим существенную долю информационного пространства.

Обзор. Согласно исследованиям, проведенным в 2017 году, «более половины всех онлайн-пользователей в 36 странах (54 %) говорят, что они используют социальные сети как источник новостей каждую неделю» [24]. При этом согласно этим же исследованиям, в мире прослеживается четкая тенденция к индивидуализации доступа к информации, что проявляется в стремлении интернет-пользователей обрести более приватные и, тем самым, менее конфронтационные источники информации. Следствием этого можно считать увеличение в 2014 году в три раза использования мессенджера WatsApp для получения новостей, что позволила ему обогнать Twitter [2]. Стоит также отметить и такое негативное явление как падение доверия к онлайн-новостям и в целом к медиаконтенту в 2018 году, что можно объяснить ростом распространения фейковых новостей, о чем свидетельствует доклад Reuters: «более половины глобальной выборки (54 %) выражает озабоченность или сильную озабоченность по поводу того, "что реально или фальшивка", когда думает об онлайн-новостях» [25]. Аналогичные показатели демонстрируют исследователи из Edelman Trust Barometer, которые в том же 2018 году отмечали, что медиа впервые становится наименее доверяемым институтом. Причем, спад доверия в СМИ в значительной степени обусловлен серьезным падением доверия к интернет-платформам, а именно к поисковым системам и социальным сетям [29].

В этой связи можно наблюдать довольно любопытное явление. Одновременно с падением доверия к традиционным интернет-платформам, происходит сохранение достаточно высокого уровня доверия к другим онлайн-пользователям. Согласно все тому же исследованию Edelman более половины онлайн-пользователей склонны доверять другим онлайн-пользователям как источникам информации [29]. В этой связи ученый Лизбет ван Зоонен даже предлагает новый термин «I-pistemology» для объяснения этого явления, предполагая, что традиционные органы власти (правительства, СМИ, университеты, эксперты) больше не являются источниками истины, которые теперь принадлежит «нам», «простым людям» и людям «как мы», чей опыт можно легко получить через социальные медиа [31].

В данном исследовании феномен fake news будет рассмотрен в рамках сетевой логики информационно-коммуникационного подхода в его кластерной модели, где общество представлено в виде взаимопроницаемых, отграниченных по ценностному признаку сообществ.

В своей работе, посвященной теме предвзятости средств массовой информации, ученые M. Gentzkow и J. Shapiro установили, что классический потребитель информации стремится получить достоверную информацию, но при этом склонен больше доверять той, которая отвечает его внутренним предпочтениям или же соотносится с его ценностями [22]. Как отмечено выше, мы согласны с этой точкой зрения. По прошествии пятнадцати лет с момента написания этой статьи высказанное ими суждение приобрело ещё большую актуальность. В настоящее время сетевое взаимодействие множества людей/групп людей приводит к множественной интерпретации, трансформации получаемых материалов. Планируя некое информационное воздействие можно рассчитывать лишь на вероятность позитивного или негативного восприятия, что крайне беспокоит институты власти и управления. В условиях сетевого бытия цифрового общества сам факт обладания наиболее мощными ресурсами по созданию и распространению информации не является залогом успешного воздействия на население, как считалось раннее Лассуэлом [11]. Более того в цифровом обществе невозможно определить общепризнанных лидеров мнений, в терминологии П. Лазерсфельда [23], каждый претендующий на такую роль человек – обладатель высокого объема коммуникационного капитала лишь в собственном сообществе. Отсюда некий экзистенциальный страх перед fake news, о котором заявляли президент США Д. Трамп, федеральный канцлер Германии А. Меркель и др. Меры противодействия новостям, «искажающим реальность», несущим признаки клеветы и др. введены в законодательство многих стран. За прошедший 2020 г. Роскомнадзор отчитался за принятие репрессивных мер к 1670 сайтам [15]. В 2019 году нижняя палата российского парламента приняла в третьем, окончательном чтении поправки в Закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и изменения в Кодекс об административных правонарушениях, направленные на противодействие так называемым фейковым новостям – недостоверной общественно значимой информации, распространяемой под видом достоверных сообщений и

создающей угрозу для безопасности. В этих поправках содержится юридическое определение fake news, которое в законе именуется «недостоверной общественно значимой информацией». За нарушение закона, т. е. за распространение недостоверной информации полагается наказание в виде крупного штрафа (величина зависит от ряда факторов). Ее распространение запрещается в информационно-телекоммуникационных сетях, в том числе в интернете [17].

Об аналогичных мерах было заявлено и в других странах: Великобритании, Германии, Франции. В последней данный закон направлен на «защиту демократии от ложных новостей», что обусловлено функционированием во Франции финансируемых из России медиа-ресурсов RT France и Sputnik [4]. В США проблема fake news приобрела еще большее значение. Российский исследователь К. Ключникова отмечает, что сегодня в США наблюдается нескрываемое противостояние СМИ и власти, а fake news в США уже стали частью политической культуры [9]. Более подробно фактор fake news в международных отношениях будет рассмотрен далее в статье.

Цель настоящего исследования заключаются в выявлении специфики восприятия fake news в дискурсе сетевого бытия, занимающем существенную часть общего дискурса информационного/цифрового общества.

Задачами исследования являются:

1. Анализ реакции пользователей социальной сети Facebook на материалы сатирического издания как пример аксиально детерминированного восприятия информации.
2. Выявления различий в восприятии ложных новостей элитой общества (высшими классами) и молодым поколением средних классов.
3. Определение отношения молодого поколения центиниалов к fake news как тенденции восприятия информации в будущем.

Методология и результаты исследования. В данном исследовании был применен информационно-коммуникационный метод, являющийся развитием структурно-функционального подхода, позволяющий выявить структуру коммуникационных связей взаимодействия различных акторов. Был произведен дискурс-анализ как самого сайта Panorama.pub, так и реакции репостов материалов сайта в социальной сети Facebook. Под каждым материалом сайта идет предупреждающая надпись: «Все тексты на этом сайте представляют собой гротескные пародии на реальность и не являются реальными новостями». Подобные предупреждающие надписи расположены ещё в нескольких разделах. Однако неоднократно многие пользователи социальных сетей воспринимали эти материалы как реальные и проводили длительную дискуссию, восхваляя или критикуя содержание материала. Общий дискурс можно охарактеризовать как сатирический, с крайне выраженной критической коннотацией, но без присущей радикалам озлобленности и ажитации – эмоционального возбуждения. Напротив, стиль изложения в точности напоминает стиль изложения официальных информационных агентств. Выдерживается принятая в современной журналистике «отстраненность» формы, что в сочетании с гипертрофированностью, экстраполяцией и доведенностью до абсурда реального факта создаёт сатирический эффект.

Например, делая отсылку к факту обвинения властями Чехии в причастности к взрыву склада боеприпасов в 2014 году российских граждан, «Панорама» размещает сатирический материал «Япония объявила в розыск двух граждан России по подозрению в причастности к землетрясению 2011 года», где указывает следующее: «Существуют серьёзные подозрения, касающиеся двух россиян, въехавших в страну по подложным паспортам граждан Сербии и Узбекистана. Они пробыли в Японии 8 дней и уехали 9 марта, за два дня до землетрясения", – рассказали в прокуратуре Токио» [7]. Развивая известную новость до абсурда, авторы добиваются сатирического эффекта, и тем самым у читателя создается образ сомнения в объективности обвинений Чехии.

Для дискурс-анализа комментариев было взято 57 материалов с персональных страниц пользователей Facebook, разместивших на них «новостные» материалы с Panorama.pub [16], а также 100 комментариев читателей материалов самого сайта и его официальной страницы в данной социальной сети. Тексты комментариев принадлежали предположительно не аффилированным с данным сайтом людям и не несли признаки рекламы сайта. С большой долей вероятности можно предположить, что данные авторы репостов сами в большинстве случаев увидели материалы не на сайте, а на иных ресурсах (в ленте новостей Facebook, иных социальных сетей, мессенджеров и

др.). Материалы по своему содержанию включали сатирические произведения на темы внутренней политики – 61 %, экономики – 29 %, науки – 10 %. Исследуемые материалы в большей части (84 %) являются репостами с сайта либо содержат ссылки на сам сайт. Но в 16 % случаев авторы не ставят активную ссылку, а ограничиваются упоминанием сайта. Например: «Первым заместителем Пенсионного фонда России (ПФР) назначен Евгений Мавроди, сын основателя «МММ» <…>. (fake-news Panorama.pub)» (https://www.facebook.com/vitaliy.arkov/posts/3203724906322869, дата обращения: 29.04.2021). Это связано с тем, что искусственный интеллект социальной сети может признать эту новость ложной и удалить в автоматическом режиме, наложив на автора санкции в виде блокирования его аккаунта на срок от суток до месяца, что принесет неудобства самому автору. Каждый репост в зависимости от популярности автора и актуальности темы сопровождается от 3 до 25 реакций читателей, а также от 2 до 45 комментариев. Контент-анализ комментариев показывает, что большинство читателей воспринимают фейк-информацию как реальность, так как она выражена в близких им коммуникационных кодах. Отмечается ещё один интересный факт. Некоторые новости с сайта Panorama.pub рассматриваются как ложные, тогда как они реальны. Так блогер В. К. отметил, что сатирическая новость появилась за сутки до реальной [10]. Ряд пользователей считает, что сайт использует «инсайты» институтов власти.

Вторым вопросом, рассматриваемым в данном исследовании, было выявление отношения к fake news молодых людей 18–24 лет, так называемого поколеняе Z, исследованием которого занимаются авторы в составе научной группы в 2020–21 гг. Эти исследования касаются многих аспектов ценностей и приоритетов данного поколения. Мы предполагаем, что результаты этого исследования можно экстраполировать в прогнозы восприятия текста в ближайшем будущем.

Для оценки восприятия fake news было проведены фокус-группы, где среди прочего были вопросы об отношении к этическим нормам поведения в социальных сетях к материалам, содержащим недостоверную или заведомо ложную информацию. Всего было проведено 10 фокус-групп с участием от 7 до 12 человек в каждой. Это студенты университетов Уфы, как технических, так и гуманитарных направлений подготовки, представители молодого поколения среднего класса. Беседы на фокус-группах проходили в онлайн и оффлайн режиме, общая тема – отношение к fake news, специфика восприятия, действия при разоблачении fake news.

Для рассмотрения влияния fake news на современные межгосударственные отношения был проведен политологический анализ, включавший изучение официальных заявлений властей стран и их обвинения во вмешательстве во внутренние дела. Были рассмотрены реакции официальных властей стран на акции других стран по изменению общественного мнения посредством fake news.

Интерпретация результатов. Fake News стало частью контента, распространяемого в социальной сети. Феномен реального восприятия заведомо ложной, сатирической информации – есть отражение симуляционной природы мира информационного цифрового общества. Говоря словами Ж. Бодрийяра в духе «Войны в заливе не было?», мы можем утверждать, что большинство читателей социальных сетей желает «не поддаваться правдоподобию любой информации, любого образа, какими бы они ни были. Не пытаться восстановить истину, <…> но не давать себя обмануть… Быть метеочувствительными к глупости и вранью как к плохой погоде…» [3].

Динамика процессов современного общества столь велика, что человек зачастую не успевает внимательно изучить все новостные материалы, тем более те, которые не входят полностью в сферу его ценностей и интересов. Восприятие идет на уровне экзистенциальных реакций, и доверие к информации определяется с одной стороны доверием к собственному мировосприятию, с другой стороны доверием к автору, члену сообщества, к которому принадлежит комментатор, декларирующий или цитирующий текст. Результаты нашего исследования позволяют полностью разделить эту точку зрения. Прочитав материал, содержащий заведомо ложную, сатирическую информацию, размещенную на сайте Panorama.pub (либо на официальной странице этого издания в Facebook), практически все комментаторы высказывали положительное либо отрицательное мнение о созданном фантазией авторов символе события. Комментаторы заведомо принимали «правила игры», предложенные авторами, обсуждая фантастическую картину реальности. Общий дискурс комментариев можно типизировать в следующем суждении: «Если бы реальность была такова, как описано в данном тексте, то это было бы прекрасно (возмутительно)».

Однако когда те же тексты появлялись на странице известных комментаторам частных лиц, не аффилированных с данным сайтом, реакция становилась иной. Только 15 % пользователей указывали на происхождение первоисточника информации или на то, что данная информация дезавуирована авторитетными экспертами. Но эти суждения, как правило, не учитываются присоединившимися позже комментаторами.

Так при репосте (публикации на своей странице) известным в Нижнем Новгороде блогером М. Р. сатирической фейк-новости о якобы готовящемся законопроекте о запрете окрошки на кефире, как «нарушающем традиции» (Марк Рубинштейн. Россиян будут штрафовать за окрошку на кефире. – URL: https://www.facebook.com/groups/225983574115510/permalink/3141802915866880 (дата обращения: 14.06.2021)) более чем трех десятков читателей не смутила тема законодательных ограничений способов приготовления блюд. Они «включились в игру», предлагая запретить употребления майонеза вместо сметаны и др. Негативно настроенные читатели высказывали критические суждения в адрес законодателей: «Неужели нет более важных дел!». И только трое из 29 отметили: «Предупреждать надо, что это панорама. Хотя и сам бы мог догадаться, но не с утра)))», «Вроде не 1 апреля», «Это же фейк!». Но вслед за этими комментариями дискуссия продолжается. Это связано с тем, что в большинстве своем настройки позволяют видеть самые новые, либо самые популярные комментарии и лишь незначительная часть пользователей сети внимательно изучает всю дискуссию. Поэтому указания комментаторов на специфику текста остаются без внимания.

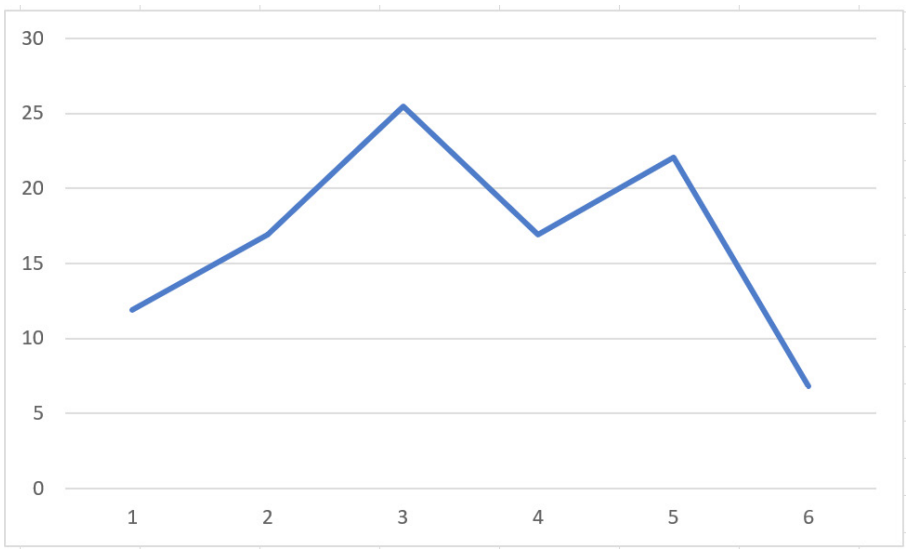


Рис. 1. Ответы на вопрос: Эмоциональная реакция на явный Fake News в вашей ленте новостей. Ответы 1 – не вызовет эмоций; 2- раздражение; 3. – смех, улыбка; 4 – удивление – буду уточнять у других читателей в комментариях; 5 – любопытство – буду уточнять в авторитетных источниках; 6 – возмущение. На графике по вертикальной оси указаны относительные величины в % от общего числа ответов. (Собственное исследование)

Как видим, восприятие fake news отличается в различных слоях и группах общества. Если в высших слоях общества распространено мнение о безусловном вреде fake news, нетерпимости к искажению информации (в чем общество традиционно обвиняет саму элиту), то среди представителей среднего класса молодого поколения отношение несколько иное. Как видно из рисунка № 1, отражающего результаты анализа ответов участников фокус-групп, чаще всего fake news вызывает улыбку, смех (3).

Молодые люди, которых называют цифровыми аборигенами и упрекают в том, что они проводят много времени в «виртуальном» пространстве, в то же время свободно ориентируются в цифровой среде, разделяя фантастический мир вымысла и реальный мир. Второй и третий по популярности ответ – любопытство (5) и удивление (4). Ложная новость, либо предполагаемая как ложная, в собственной и групповой системе ценностей стимулирует читателя на поиск дополнительной информации и/или обсуждения этой темы с другими участниками сообщества.

В меньшей степени ложная информация вызывает раздражение (2), не вызывает эмоциональной реакции (1). Наименее популярная реакция – возмущение (6). По всей видимости, это связано с тем, что мировосприятие молодого поколения лишь отчасти включает себя в мир сомнительной информации, отстраненно ее воспринимая. В отличие от высших классов, которые возмущает искажение информации, точнее искажение, сатирическая гиперболизация, шаржирование создаваемого ими мира, как было описано выше. Здесь проявляется не столько позитивное в целом отношение к окружающему миру в целом и некоторое «легкомыслие», свойственное молодым людям, сколько расхождение субъективного восприятия мира между различными слоями общества.

Распределение ответов участников фокус-групп по их действиям, следующим после выявления ложной, либо недостоверной информации примерно соответствуют распределению эмоциональной реакции. Так большинство участников предположило, что разместит fake news на своей странице или отправит своим друзьям через мессенджеры. Конечно, если этот текст вызовет у них самих положительную реакцию (смех, удивление, любопытство). Около 10 % проигнорируют, а чуть более 5 % предполагают, что обратятся с жалобой к администрации социальных сетей. Отметим, что сам процесс обращения с жалобами к администрации социальных сетей считается не этичным в русскоязычном секторе Facebook.

Фактор fake news в международных отношениях. Одним из самых резонансных за последние годы скандалов, связанных с fake news, стали выборы президента США в 2016 году, на которых победу одержал представитель республиканской партии Д. Трамп. Представители этой страны, в том числе на самом высоком официальном уровне, развернули кампанию по обвинению Российской Федерации в масштабном вмешательстве в эти выборы, целью которого стало влияние на ход и результаты с поддержкой одного из кандидатов и дискредитации другого. В 2017 году компания Facebook, владеющая крупнейшей социальной сетью в мире, передала конгрессменам США информацию о рекламных кампаниях, которые, как предполагается, проводились российскими пользователями Facebook. Американское следствие посчитало, что эти акции были инициированы с целью влияния на настроения избирателей США и, как следствие, на итоги выборов [30]. В разгар президентской кампании во Франции в 2017 году сторонники кандидата Э. Макрона, выигравшего впоследствии эти выборы, обвинили официальные власти России во вмешательстве, что выражалось в информационной атаке на неугодных российским официальным властям кандидатов [12]. В качестве каналов проведения этой атаки указывались финансируемые из России и приближенные к ее руководству такие медиаресурсы, как RT France и Sputnik. Формой атаки указывались публикации заметок и статей, направленные на подрыв доверия французских избирателей к некоторым кандидатам на пост президента Франции, в частности, на Э. Макрона. За несколько недель до проведения выборов на Sputnik был опубликован материал одного из экономистов, который содержал в себе дискредитирующую об Э. Макроне информацию [27]. Несколькими днями ранее RT France опубликовало также дискредитирующий Э. Макрона материал, который содержал информацию о, якобы, имеющихся хороших связях кандидата в президенты с руководителями крупного медиахолдинга, что могло бы обеспечить ему успех на предстоящих выборах [26]. А еще несколькими днями ранее на том же RT France вышла заметка о том, что основатель WikiLeaks Джулиан Ассанж имеет в распоряжении «компрометирующую переписку» [12] Макрона с бывшим госсекретарем США Х. Клинтон [19]. В начале мая 2021 года глава внешнеполитического ведомства Великобритании предложил странам «большой семерки» создать единый механизм опровержения fake news, продуцируемых, с их точки зрения, Российской Федерацией [6]. Эти слова являются конструктивно оформленным развитием высказанного примерно за месяц до этого заявления верховного представителя Евросоюза по внешней политике и политике безопасности Ж. Боррель об исходящих из России угрозах, в ряду которых европейский чиновник перечислил «кибератаки» и «дезинформацию» [5]. Стоит отметить, что примерно в это же время в разговоре с президентом РФ В. Путиным председатель Европейского совета Ш. Мишель также упомянул «кибератаки на западные ресурсы», обозначив их прекращение Россией условием для развития российско-европейских отношений в более позитивном русле [30]. Официальная позиция российских властей на подобные обвинения – опровержение и взаимное обвинение в дезинформации и пропаганде. В частности, официальный представитель Министерства иностранных дел Российской Федерации М. Захарова в начале мая

2021 года заявила, «что Москву в распространении пропаганды обвиняют те, кто сам ей активно занимается» [8]. Подобная пикировка на столь высоком дипломатическом уровне говорит о том, что фактор fake news в международных отношениях приобретает все большее значение и становится точкой столкновения интересов крупных геополитических игроков.

Заключение. В современном обществе человек подвергается воздействию информационного потока, мощность которого сейчас несравнимо больше, чем когда бы то ни было, а число источников несоизмеримо больше, чем даже несколько десятилетий назад. Казалось бы, человек полностью поглощён информационной сферой, находится под чуждым ему влиянием и является объектом множественных разнонаправленных манипуляций. Это устоявшееся мнение справедливо лишь отчасти. Общество, адаптируясь ко все более увеличивающимся объемам распространяемой информации, в коммуникационном аспекте распадается на множество взаимопроницаемых, сообществ, в которые люди объединяются на основе близости ценностей, идей, идеалов, где вырабатываются общие коммуникационные коды. С информационной точки зрения в таких сообществах участники формируют «свой мир», точнее свое понимание объективной реальности в понимании прошлого, настоящего и будущего. Кластерная детерминация текста – есть результат расхождения дискурса различных групп общества. Восприятие текста четко коррелирует с конструктом реальности – коллективно созданным сообществом без отношения к действительной реальности самого текста. Поколение Z, будущая основа среднего класса, изначально формирующееся в цифровой среде информационного общества, прагматично воспринимает множественную картину мира, в которой допустимо множественное восприятие реальности. Это и отличает его от поколения индустриального общества, настроенного на единое миропонимание, созданное и продвигаемое элитой в народные массы.

Дискуссия и перспективы исследования. Феномен Fake News нельзя отнести лишь к проявлению эксцентричности, неуемной фантазии либо к злому умыслу авторов. Это часть дискурса информационного/цифрового общества, проявление сетевого бытия. Согласно мнению российских ученых, «по мере ускорения развития информационно-коммуникационных технологий в мире и расширения вовлеченности широких масс населения в сетевое макросообщество, актуальность исследования данного феномена будет только нарастать» [1]. Дальнейшие исследования ведут как к разработке фундаментальных категорий – истины, доверия, так и выработке практических методик повышения эффективности продвижения позитивных ценностей и противодействия деструктивным ценностям, идеям, идеалам.

Благодарности. Авторы выражают благодарность за предоставленные условия для исследований заведующей кафедрой международных отношений, истории и востоковедения УГНТУ Светлане Галиуллиной, директору Института экосистем бизнеса и креативных индустрий УГНТУ Наталье Солодиловой, ректору УГНТУ Олегу Баулину, а также студентам УГНТУ, БашГУ, учащимся старших классов средних общеобразовательных школ №№ 71, 39, 35 г. Уфы, принявших активное участие в исследовании.

Список литературы

1. Ахмадеев, К. Н. Анализ Fake News в дискурсе сетевого бытия / К. Н. Ахмадеев, М. Г. Бреслер. – Текст: непосредственный // Пользовательский контент в современной коммуникации : Сборник материалов I Международной научно-практической конференции (Челябинск, 22–23 апреля 2021 г.) / сост. И. В. Топчий. – Челябинск : Издательство Челябинского государственного университета. – 2021. – С. 273–276.

2. Бебич, Д. Новые проблемы – старые решения? Критический взгляд на доклад Экспертной группы высокого уровня Европейской комиссии о фейковых новостях и онлайн дезинформации / Д. Бебич, М. Воларевич. – Текст: непосредственный // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. – 2018. – № 20 (3). – С. 447–460.

3. Бодрийяр, Ж. Война в заливы которой не было / Бодрийяр, Ж. ; перевод с франц. А. Качалов. – Sig.ma, 2016. – URL: https://syg.ma/@exsi-exsistencia/zhan-bodriiiar-voiny-v-zalivie-nie-bylo (дата обращения: 30.04.2021). – Текст: электронный.

4. Войтович, А. Франция решила объявить войну фейковым новостям / А. Войтович. – Текст: электронный // BBC News. Русская служба: [сайт]. – 2018. – URL: https://www.bbc.com/russian/features-43342599 (дата обращения: 18.01.2021).

5. Глава дипломатии ЕС назвал Россию «опасным соседом» // РБК: [сайт]. – 2021. – URL: https://www.rbc.ru/rbcfreenews/605b09fa9a794744edc99783 (дата обращения: 11.05.2021). – Текст: электронный.

6. Калюков, К. Глава МИД Британии предложил G7 вместе бороться с фейками из России // РБК: [сайт]. – 2021. – URL: https://www.rbc.ru/politics/02/05/2021/608e6c2f9a79476073cdb7a8?%3Futm_source=facebook&utm_medium=social&fbclid=IwAR2DoRXCooPWij_M6cNz1rg8dpAgBxUuz3vbzLb2y-TdYrEOsc1IDYpwRWs (дата обращения: 12.05.2021). – Текст: электронный.

7. Гонтермахер, Б. Япония объявила в розыск двух граждан России по подозрению в причастности к землетрясению 2011 года / Б. Гонтермахер. – Текст: электронный // Панорама – сатирическое издание. – 2021 – URL: https://panorama.pub/news/yaponiya-obyavila-v-rozysk-dvux-grazhdan-rossii-po-podozreniyu-v-prichastnosti-k-zemletryaseniyu-2011-goda (дата обращения: 29.04.2021).

8. Демидов, А. Захарова ответила главе МИД Британии словами святого Антония / А. Демидов. – Текст: электронный // Газета.ru : [сайт]. – 2021. – URL: https://www.gazeta.ru/politics/news/2021/05/02/n_15933386.shtml (дата обращения: 12.05.2021).

9. Ключникова, К. А. Феномен fake news в современных СМИ США / К. А. Ключникова. – Текст: электронный // Век информации (Сетевое издание). – 2019. – Т. 3 – № 3 (8). – DOI: https://doi.org/10.33941/age-info.com33(8)3.

10. Кобзев, В. Феномен успеха Панорамы в том, что они опережают события, а не делают «фейковые новости», как кажется некоторым / В. Кобзев. – Текст: электронный // Facebook : [сайт]. – 2021. – URL: https://www.facebook.com/kabzon642642/posts/4262952520432227 (дата обращения: 29.04.2021).

11. Лассуэлл, Г.Д. Техника пропаганды в мировой войне: перевод с англ. / Г.Д. Лассуэлл; РАН. ИНИОН. Центр социал. научн.-информ. исследований, Отд. политической науки, Отд. социологии и социальной психологии ; сост. и переводчик В.Г. Николаев ; отв. ред. Д.В. Ефременко ; вступ. Статья Д.В. Ефременко, И.К. Богомолова. – Москва, 2021. – 237 с. – URL http://inion.ru/site/assets/files/6020/2021_lassuell.pdf (дата обращения: 29.04.2021).

12. Макаренко, Г. Как российские СМИ вмешались в предвыборную гонку во Франции / Г. Макаренко. – Текст: электронный // РБК : [сайт]. – 2017. – URL: https://www.rbc.ru/politics/14/02/2017/58a2f9f79a7947fedea4a566 (дата обращения: 18.01.2021).

13. Негров, Е. О. Фейк как системообразующий признак политического дискурса: трансформация основных трансляторов / Е. О. Негров. – Текст: непосредственный // Политика постправды в современном мире : Сборник материалов по итогам Всероссийской научной конференции с международным участием «Политика постправды и популизм в современном мире» 22–23 сентября 2017 года / ред. О. В. Попова. – Санкт-Петербург, 2017. – С. 151–154.

14. Прошина, М. В. Fake news как новый тренд в политических коммуникациях / М. В. Прошина. – Текст: непосредственный // Дискурс-Пи. – 2019. – № 3 (36). – С. 164–171. – DOI: 10.24411/1817-9568-2019-10311.

15. Роскомнадзор принял меры к 1670 сайтам за фейки // Известия : [сайт]. – 2020. – URL: https://iz.ru/1103009/video/roskomnadzor-prinial-mery-k-1670-saitam-za-feiki (дата обращения: 10.01.2021). – Текст: электронный.

16. Рубенштейн, Б. XX съезд Республиканской партии США развенчал культ личности Дональда Трампа / Б. Рубенштейн. – Текст: электронный // Панорама – сатирическое издание. – 2020. – URL: https://panorama.pub/51895-xx-sezd-respublikanskoj-partii.html (дата обращения: 10.07.2021).

17. Что такое фейковые новости и как за них будут наказывать? // Официальный сайт Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации. – 2019. – URL: http://duma.gov.ru/news/29982/ (дата обращения: 17.01.2021). – Текст: электронный.

18. Allcott, H. Social media and fake news in the 2016 election / H. Allcott, M. Gentzkow. // Journal of Economic Perspectives. – 2017. – № 31 (2). – Pp. 211–236.

19. Assange: WikiLeaks a trouvé des informations sur Macron dans des emails de Clinton // RT France: [сайт]. – 2017. – URL: https://francais.rt.com/france/33403-wikileaks-macron-clinton-email-assange (дата обращения: 18.01.2021).

20. Bhaskaran, H. Contextualizing Fake News in Post-truth Era: Journalism Education in India / H. Bhaskaran, H. Mishra, P. Nair. – Текст: непосредственный // Asia Pacific Media Educator. – 2017. – № 27 (1). – Pp. 41–50.

21. Collisson, W. Ethics in the News Podcast: Misinformation in the mainstream media. //Ethical Journalism Network. 2021. Available at: http://ethicaljournalismnetwork.org/tag/fake-news (accessed: 25.04.2018).

22. Gentzkow, M. Media Bias and Reputation / M. Gentzkow, J. M. Shapiro. – Текст: электронный // NBER Working Paper No. w11664. – 2005. – URL: https://ssrn.com/abstract=819825 (дата обращения: 11.01.2021).

23. Lazarsfeld, P. Mass Communication, Popular Taste, and Organized Social Action / P. Lazarsfeld, R. Merton. – New York : JohnWileyandSons, Inc., 2004. – 432 p. – Текст: непосредственный.

24. Levy D. Reuters Institute Digital News Report / N. Newman, R. Fletcher, A. Kalogeropoulos, D. A. L. , R. K. Nielsen. – Reuters Institute for the Study of Journalism, 2017. – URL: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf (дата обращения: 18.01.2021). – Текст: электронный.

25. Newman, N. Reuters Institute Digital News Report / N. Newman, R. Fletcher, A. Kalogeropoulos, D. A. L. Levy, R. K. Nielsen. – Reuters Institute for the Study of Journalism, 2018. – URL: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/digital-news-report-2018.pdf (дата обращения: 18.01.2021). – Текст: электронный.

26. Quand internet a de la mémoire : Emmanuel Macron est-il le candidat de SFR Presse et Altice? // RT France : [сайт]. – 2017. – URL: https://francais.rt.com/france/33751-emmanuel-macron-candidat-altice-patrick-drahi (дата обращения: 18.01.2021). – Текст: электронный.

27. Readout of the telephone conversation between President Charles Michel and Russian President Vladimir Putin // European Council. Council of the European Union. – 2021. – URL: https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2021/03/22/readout-of-the-telephone-conversation-between-president-charles-michel-and-russian-president-vladimir-putin/ (дата обращения: 11.05.2021).

28. Ries, T. E. Edelman Trust Barometer Global Report 2018 / T. E. Ries, D. M. Bersoff, C. Armstrong, S. Adkins, J. Bruening. – URL: https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2018-10/2018_Edelman_Trust_Barometer_Global_Report_FEB.pdf. (дата обращения: 18.01.2021). – Текст: электронный.

29. Sapir, J. Que signifie la candidature d'Emmanuel Macron? // Sputnik France. – 2017. – URL: https://fr.sputniknews.com/points_de_vue/201702131030063097-france-elections-candidature-macron/ (дата обращения: 18.01.2021). – Текст: электронный.

30. Siegel, B. Facebook turns over thousands of Russia-linked ads to Congress / B. Siegel. – Текст: электронный // abcNEWS. – 2017. – URL: https://abcnews.go.com/Politics/facebook-turns-thousands-russia-linked-ads-congress/story?id=50226525 (дата обращения: 12.05.2021).

31. Zoonen, L. I-Pistemology: Changing truth claims in popular and political culture / L. Zoonen. – Текст: непосредственный // European Journal of Communication. – 2012. – № 27. – Pp. 56–67. – DOI: 10.1177/0267323112438808.

THE PHENOMENON OF FAKE NEWS OF THE INFORMATION / DIGITAL SOCIETY IN THE DISCOURSE OF NETWORK EXISTENCE

Akhmadeev K. N., Ufa State Petroleum Technological University, Ufa, komly1990@gmail.com

Bresler M. G., Ufa State Petroleum Technological University, Ufa, bremmaster@yandex.ru

The article is devoted to the study of such a current phenomenon as fake news or "fake news". The paper is based on the thesis about understanding the category of fake news as a phenomenon

of modern society in the categories of information / network society, in which a significant part of communications takes a network form. In connection with the emergence of opportunities for a wide range of people to create and distribute an information product at the stage of the formation of the information society, the process of creating fictional, fake news has become widespread. The authors analyze the reaction of users of the social network Facebook to the materials of the satirical publication, as an example of axially determined perception of information. The article reveals the differences in the perception of false news by the elite of society (the upper classes) and the younger generation of the middle classes. The author defines the attitude of the young generation of centinials to fake news as a trend in the perception of information in the future. The paper uses the information and communication method, which is a development of the structural and functional approach, which allows us to identify the structure of communication links between various actors. A discourse analysis of some Internet platforms was made, as well as the reaction of reposts of materials from there on the social network Facebook.

Key words: Fake News, values, probability, cluster, network community, network logic.

References

1. Ahmadeev, K. N. & Bresler, M. G. (2021). Analiz Fake News v diskurse setevogo bytiya [Analysis of Fake Nevs in the discourse of network existence]. *Pol'zovatel'skij kontent v sovremennoj kommunikacii: Sbornik materialov I Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii (CHelyabinsk, 22–23 aprelya 2021 g.) / sost. I. V. Topchii* [User Content in Modern Communication: Collection of Materials of the I International Scientific and Practical Conference (Chelyabinsk, April 22–23, 2021) / comp. I. V. Topchii]. Chelyabinsk, Izdatel'stvo CHelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta, pp. 273–276. (in Russ.)

2. Bebich, D. & Volarevich, M. (2018). Novye problemy – starye resheniya? Kriticheskij vzglyad na doklad Ekspertnoj gruppy vysokogo urovnya Evropejskoj komissii o fejkovyh novostyah i onlajn dezinformacii [New problems - old solutions? A Critical Look at the European Commission High Level Panel Report on Fake News and Online Disinformation]. *Vestnik Rossijskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Politologiya* [RUDN Journal of Political Science], Moscow, 20 (3), pp. 447–460. (in Russ.)

3. Baudrillard, J. (2016). Vojna v zalivy kotoroj ne bylo: perevod s franc. Kachalov, A. [The Gulf War Did Not Take Place] *Sig.ma*, available at: https://syg.ma/@exsi-exsistencia/zhan-bodriiiar-voiny-v-zalivie-nie-bylo (accessed: 30.04.2021).

4. Vojtovich, A. (2018). Franciya reshila ob"yavit' vojnu fejkovym novostyam. [France decided to declare war on fake news]. *BBC News*, available at: https://www.bbc.com/russian/features-43342599 (accessed: 18.01.2021). (in Russ.)

5. Glava diplomatii ES nazval Rossiyu «opasnym sosedom» (2021). [EU head of diplomacy calls Russia "dangerous neighbor"]. *RBK*, available at: https://www.rbc.ru/rbcfreenews/605b09fa9a794744edc99783 (accessed: 11.05.2021). (in Russ.)

6. Kalukov, E. (2021). Glava MID Britanii predlozhil G7 vmeste borot'sya s fejkami iz Rossii [The British Foreign Minister invited the G7 to fight fakes from Russia together]. *RBK*, available at: https://www.rbc.ru/politics/02/05/2021/608e6c2f9a79476073cdb7a8?%3Futm_source=facebook&utm_medium=social&fbclid=IwAR2DoRXCooPWij_M6cNz1rg8dpAgBxUuz3vbzLb2y-TdYrEOsc1IDYpwRWs (accessed: 12.05.2021). (in Russ.)

7. Gontermaher, B. (2021). YAponiya ob"yavila v rozysk dvuh grazhdan Rossii po podozreniyu v prichastnosti k zemletryaseniyu 2011 goda [Japan has put two Russian citizens on the wanted list on suspicion of involvement in the 2011 earthquake]. *Panorama – satiricheskoe izdanie.* [Panorama], available at: https://panorama.pub/news/yaponiya-obyavila-v-rozysk-dvux-grazhdan-rossii-po-podozreniyu-v-prichastnosti-k-zemletryaseniyu-2011-goda (accessed: 29.04.2021). (in Russ.)

8. Demidov, A. (2021). Zaharova otvetila glave MID Britanii slovami svyatogo Antoniya [Zakharova replied to the British Foreign Minister with the words of St. Anthony]. *Gazeta.ru*, available at: https://www.gazeta.ru/politics/news/2021/05/02/n_15933386.shtml (accessed: 12.05.2021). (in Russ.)

9. Klyuchnikova, K. A. (2019). Fenomen fake news v sovremennyh SMI SHA [Fake News Phenomenon in modern USA Media]. *Vek informacii (Setevoe izdanie)* [Information Age (online media)], T. 3, 3 (8). DOI: https://doi.org/10.33941/age-info.com33(8)3. (in Russ.)

10. Kobzev, V. (2021). *Fenomen uspekha Panoramy v tom, chto oni operezhayut sobytiya, a ne delayut «fejkovye novosti», kak kazhetsya nekotorym* [The phenomenon of Panorama's success is that they are ahead of events, and do not make "fake news", as it seems to some]. Available at: https://www.facebook.com/kabzon642642/posts/4262952520432227 (accessed: 29.04.2021). (in Russ.)

11. Lasswell, H. (2021). *Tekhnika propagandy v mirovoj vojne* [Propaganda technique in the World War]. Moskow, Institut nauchnoy informatsii po obshchestvennym naukam RAN, INION RAN, 237 p, available at: http://inion.ru/site/assets/files/6020/2021_lassuell.pdf (accessed: 18.01.2021). (in Russ.)

12. Makarenko, G. (2017). Kak rossijskie SMI vmeshalis' v predvybornuyu gonku vo Francii [How Russian media intervened in the election race in France]. *RBK*, available at: https://www.rbc.ru/politics/14/02/2017/58a2f9f79a7947fedea4a566 (accessed: 18.01.2021). (in Russ.)

13. Negrov, E. O. (2017). Fejk kak sistemoobrazuyushchij priznak politicheskogo diskursa: transformaciya osnovnyh translyatorov [Fake as a system-forming feature of political discourse: transformation of the main translators]. *Politika postpravdy v sovremennom mire : Sbornik materialov po itogam Vserossijskoj nauchnoj konferencii s mezhdunarodnym uchastiem «Politika postpravdy i populizm v sovremennom mire» 22–23 sentyabrya 2017 goda* [User Content in Post-truth politics in the modern world: Collection of materials on the results of the All-Russian scientific conference with international participation "Post-truth politics and populism in the modern world" September 22-23, 2017]. St. Petersburg, pp. 151–154. (in Russ.)

14. Proshina, M. V. (2019). Fake news kak novyj trend v politicheskih kommunikaciyah [Fake News as a New Trend in Political Communication]. *Nauchnyy zhurnal Diskurs-Pi* [Diskurs-Pi], 3 (36), pp. 164–171. DOI: 10.24411/1817-9568-2019-10311. (in Russ.)

15. Roskomnadzor prinyal mery k 1670 sajtam za fejki (2020). [Roskomnadzor takes action against 1,670 sites for fakes]. *Izvestiya* [News], available at: https://iz.ru/1103009/video/roskomnadzor-prinial-mery-k-1670-saitam-za-feiki (accessed: 10.01.2021). (in Russ.)

16. Rubenschtein, B. (2020). *XX s"ezd Respublikanskoj partii SSHA razvenchal kul't lichnosti Donal'da Trampa* [XX Congress of the US Republican Party debunked the personality cult of Donald Trump]. *Panorama – satiricheskoe izdanie* [Panorama]. available at: https://panorama.pub/51895-xx-sezd-respublikanskoj-partii.html (accessed: 10.01.2021). (in Russ.)

17. CHto takoe fejkovye novosti i kak za nih budut nakazyvat'? (2019). [What is fake news and how will they be punished for it?]. *Oficial'nyj sajt Gosudarstvennoj Dumy Federal'nogo Sobraniya Rossijskoj Federacii* [The State Duma]. Available at: http://duma.gov.ru/news/29982/ (accessed: 17.01.2021). (in Russ.)

18. Allcott, H. Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives,* 31 (2), pp. 211–236.

19. RT France (2010). Assange : WikiLeaks a trouvé des informations sur Macron dans des emails de Clinton. *RT France*. Available at: https://francais.rt.com/france/33403-wikileaks-macron-clinton-email-assange (accessed: 18.01.2021).

20. Bhaskaran, H., Mishra, H. & Nair, P. (2017). Contextualizing Fake News in Post-truth Era: Journalism Education in India. *Asia Pacific Media Educator,* 27 (1), pp. 41–50.

21. Collisson, W. (2021). Ethics in the News Podcast: Misinformation in the mainstream media. *Ethical Journalism Network*. Available at: http://ethicaljournalismnetwork.org/tag/fake-news (accessed: 25.04.2018).

22. Gentzkow, M. & Shapiro, J. M. (2005). Media Bias and Reputation. *NBER Working Paper No. w11664.* Available at: https://ssrn.com/abstract=819825 (accessed: 11.01.2021).

23. Lazarsfeld, P. (2004). *Mass Communication, Popular Taste, and Organized Social Action*. New York, John Wileyand Sons, Inc.*,* 432 p.

24. Levy, D., Newman, N., Fletcher, R., Nielsen, R. & Kalogeropoulos, A. (2017). Reuters Institute Digital News Report 2017. *Reuters Institute for the Study of Journalism.* Oxford, 136 p. Available at: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf (accessed: 18.01.2021).

25. Newman, N. Levy, D., Fletcher, R., Nielsen, R. & Kalogeropoulos (2018). Reuters Institute Digital News Report. *Reuters Institute for the Study of Journalism*. Oxford, 144 p. Available at: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/digital-news-report-2018.pdf (accessed: 18.01.2021).

26. Quand internet a de la mémoire : Emmanuel Macron est-il le candidat de SFR Presse et Altice? (2017). *RT France*. Available at: https://francais.rt.com/france/33751-emmanuel-macron-candidat-altice-patrick-drahi (accessed: 18.01.2021).

27. Readout of the telephone conversation between President Charles Michel and Russian President Vladimir Putin (2021). *European Council. Council of the European Union*. Available at: https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2021/03/22/readout-of-the-telephone-conversation-between-president-charles-michel-and-russian-president-vladimir-putin/ (accessed: 11.05.2021).

28. Ries, T. E. 2018 (2018). *Edelman Trust Barometer Global Report.* Available at: https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2018-10/2018_Edelman_Trust_Barometer_Global_Report_FEB.pdf. (accessed: 18.01.2021).

29. Sapir, J. (2017). Que signifie la candidature d'Emmanuel Macron? *Sputnik France*. Available at: https://fr.sputniknews.com/points_de_vue/201702131030063097-france-elections-candidature-macron/ (accessed: 18.01.2021).

30. Siegel, B. (2017). Facebook turns over thousands of Russia-linked ads to Congress. *abcNEWS*. Available at: https://abcnews.go.com/Politics/facebook-turns-thousands-russia-linked-ads-congress/story?id=50226525 (accessed: 12.05.2021).

31. Zoonen, L. (2012). I-Pistemology: Changing truth claims in popular and political culture. *European Journal of Communication*, 27, pp. 56–67. DOI: 10.1177/0267323112438808.

Ахмадеев Камиль Наилевич – кандидат политических наук, доцент кафедры международных отношений, истории и востоковедения, Уфимского государственного нефтяного технического университета. Россия, Уфа.

ORCID 0000-0003-3674-9091

komly1990@gmail.com

Бреслер Михаил Григорьевич – кандидат философских наук, доцент кафедры международных отношений, истории и востоковедения, Уфимского государственного нефтяного технического университета. Россия, Уфа.

ORCID 0000-0001-6985-8919

bremmaster@yandex.ru

БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ СТАТЬИ

Ахмадеев К. Н., Бреслер М. Г. Феномен fake news информационного / цифрового общества в дискурсе сетевого бытия // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2021. № 3 (41). С. 91–102. DOI: 10.47475/2070-0695-2021-10311.

Akhmadeev K. N., Bresler M. G. The phenomenon of fake news of the information / digital society in the discourse of network existence // Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija. 2021. No 3 (41), pp. 91–102. DOI: 10.47475/2070-0695-2021-10311.