

ПОЛИТИЧЕСКИЕ ФЕЙКИ КАК ПРОБЛЕМА СОВРЕМЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

Сью Минло, *магистр*

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова
(Россия, г. Москва)

DOI:10.24412/2500-1000-2022-3-2-215-217

Аннотация. Фэйки – это новости или пропаганда, которые вводят общественность в заблуждение ложной информацией с целью достижения политического, экономического, рыночного или психологического удовлетворения и выгоды, включая преднамеренную дезинформацию или мистификации, распространяемые через традиционные новостные СМИ или онлайн-социальные сети. Эти ложные сведения обычно распространяются журналистами, получающими льготы за свои репортажи, – практика, известная как журналистика с чековой книжкой. Эти истории увеличили количество фальшивых или желтых новостей и часто возвращаются в виде дезинформации в социальные сети, превращаясь в негативный цикл. Актуальность темы в возросшей значимости и проблемы донесения неправды по средствам СМИ. Теоретическая значимость в недостатке исследований, а практическая в возможности применения результатов в практической деятельности.

Ключевые слова: Китай, СМИ, новости, обман.

Бывший президент США Дональд Трамп часто использовал термин "фейк" для обозначения СМИ, которые негативно отзывались о нем [1], и такое же явление наблюдается во всех странах, создавая все более антагонистичное и разделенное демократическое общество. Фальшивые новости сопровождаются броскими заголовками, новостными историями с целью увеличения аудитории или обмена в сети [2], а также основанными на фактах или субъективно спровоцированными фальшивыми новостями, и все это для достижения своих полемических целей. Фальшивые новости, подобно бандам с заголовками, рассчитывают на доходы от рекламы, независимо от того, соответствует ли содержание действительности или нет [3]. Легкость, с которой фальшивые новости могут принести доход от рекламы и усиливать политическую поляризацию, связана с распространением фальшивых новостей через Facebook из-за повсеместного распространения социальных сетей. Анонимные сайты, не идентифицируют своих создателей или редакторов, также могут стать средой для распространения фальшивых новостей, поскольку авторов фальшивых новостей трудно привлечь к ответственности.

Актуальность фальшивых новостей возросла в политике постправды. Для медиа-организаций способность привлекать зрителей на свои сайты необходима для получения дохода от рекламы в Интернете. Размещение историй с фальшивым содержанием, привлекающим пользователей, приносит пользу рекламодателям и повышает рейтинги. Легкий доступ к доходам от рекламы в Интернете, усиление политической поляризации и популярность социальных сетей (в основном ленты Facebook) связаны с распространением фальшивых новостей, которые конкурируют с законными новостными сообщениями [4]. Кроме того, правительства в некоторой степени участвуют в производстве и распространении фальшивых новостей, чтобы уменьшить влияние своих врагов.

Фальшивые новости подрывают законную работу СМИ и усложняют журналистам освещение основных новостей.

В исследовании ЕС [4], опубликованном Информационно-коммуникационным отделом ЕС, говорилось, что российская и китайская вакцинная дипломатия "следует логике игры с нулевой суммой и сочетает дезинформацию и манипулятивные усилия, направленные на подрыв доверия к

вакцинам западного производства". Как официальные китайские СМИ, так и прокремлевские СМИ усилили упоминания о якобы побочных эффектах западных вакцин, искажая и сенсационизируя сообщения международных СМИ и связывая смертельные случаи с вакцинами Pfizer-BioNTech в Норвегии, Испании и других странах, говорится в докладе, в котором также приводится 100 примеров из России. И Кремль, и Пекин отрицают ложные информационные утверждения ЕС.

В августе 2021 года Центральный отдел пропаганды Коммунистической партии Китая провел телеконференцию, на которой заявил, что начнет кампанию по "борьбе с вымогательством новостей и фальшивыми новостями". Кампания будет против "незаконной новостной деятельности" информационных агентств и их сотрудников, онлайн-платформ, публичных счетов, а также общественных организаций и частных лиц, и будет проводиться совместно десятью государственными ведомствами, включая Центральное управление пропаганды, Центральное управление интернет-информации, Верховный народный суд, Верховную народную прокуратуру, Министерство промышленности и информационных технологий, Министерство общественной безопасности, Государственное управление налогообложения, Государственное управление рыночного надзора, Государственное управление радио, кино и телевидения и Государственное управление экономики. Государственное управление по надзору за рынком, Государственное управление по радио, кино и телевидению и Всекитайская ассоциация журналистов [5].

В мае 2019 года парламент Сингапура принял Закон о борьбе с фальшивыми новостями - новый закон, который дает правительственным чиновникам возможность приказывать сайтам социальных сетей размещать предупреждения рядом с сообщениями, которые власти сочтут ложны-

ми, и даже требовать удаления контента. Компании и частные лица, признанные виновными в нарушении закона, будут оштрафованы на 1 миллион сингапурских долларов и приговорены к 10 годам тюремного заключения [6].

Во время эпидемии COVID-19 многие люди принимали неверные решения, основываясь на фальшивых новостях, например, "рисовый пик" в марте 2020 года. В ответ на вспышку многие страны Юго-Восточной Азии ввели запрет на экспорт, ходили слухи, что Вьетнам и Таиланд приостановят поставки риса в Гонконг. Несмотря на разъяснения представителей деловых кругов и Совета потребителей, во многих районах все еще наблюдалась паническая скупка риса, а полки супермаркетов были расхвачены.

Facebook является самым серьезным источником дезинформации в Малайзии: как прокитайские официальные СМИ, так и антикоммунистические группы постоянно публикуют в Facebook крайне провокационные и преувеличенные заголовки в видео, статьях и новостных сообщениях. Хотя и гонконгская полиция, и протестующие прибегали к чрезмерной силе во время антикитайской кампании, многие сообщения и комментарии к антикитайским новостям в подавляющем большинстве содержат антипротестные и прокитайские голоса, причем большинство сообщений опирается на сообщения официальных СМИ Гонконга и Китая, но антикитайские СМИ, такие как Epoch Times, не признаются местными китайскими СМИ в качестве "официальной информации", и поэтому в них меньше голосов сторонников протеста. Исследование также показало, что некоторые известные страницы Facebook синхронизируют и перекрестно делятся одними и теми же сообщениями, чтобы усилить сообщение, включая некоторые контент-фермы, и даже объединяются для проведения кибератак.

Библиографический список

1. Серова С.А. Политические фейки в региональных средствах массовой информации: источники их появления и механизмы распространения // Мир науки, культуры, образования. – 2022. – №1 (92). – С. 339-341.

2. Галяшина Е.И. «Фейкинг» как новая угроза медиабезопасности: лингвоюридический аспект.
3. Плотникова А.М., Цыганов Т.В. «Пандемия неверия»: коронавирусный контекст критики власти в практике лингвистической экспертизы // Политическая лингвистика. – 2022. – №1 (91).
4. Бубякин М.Ю., Ильина Я.А. Анализ решений создания системы экспресс-анализа информационного события // Состав редакционной коллегии и организационного комитета. – 2022.
5. Марчан К.В., Тулупов В.В. От информационного противостояния и давления – к информационной войне. – 2022.
6. Фан В. Профессиональная этика журналиста в КНР: культурно-философские и исторические аспекты // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. – 2022. – Т. 1. – №1 (37). – С. 35-46.

POLITICAL FAKES AS A PROBLEM OF MODERN JOURNALISM

Xu Mingluo, Master
Lomonosov Moscow State University
(Russia, Moscow)

Abstract. *Fakes are news or propaganda that mislead the public with false information for political, economic, market or psychological gratification and gain, including deliberate misinformation or hoaxes disseminated through traditional news media or online social networks. These falsehoods are usually spread by journalists receiving favors for their reporting, a practice known as checkbook journalism. These stories have increased the amount of fake or yellow news and often come back in the form of misinformation on social media, becoming a negative cycle. The relevance of the topic is in the increased importance and problem of delivering untruths through the media. Theoretical significance in the lack of research, and practical in the possibility of applying the results in practice.*

Keywords: *china, media, news, deception.*