

УДК 32.019.51

О. Н. Иванищева

Фейковые новости как новая форма пропаганды

Обозначены критерии новой формы пропаганды — фейковых новостей. Рассмотрены приемы пропаганды войны, представленные в статье Г. Ласвель «Техника пропаганды в мировой войне». Цель статьи — соотнести критерии пропаганды в ее классическом представлении с фактами фейковых новостей.

Ключевые слова: журналистика, пропаганда, фейковые новости.

O. N. Ivanishcheva. Fake news as a new form of propaganda

The purpose of the article is to relate the criteria of propaganda in its classic view with the facts of fake news, considering the problem of the relationship between propaganda and fakes from another point of view. We discuss the methods of war propaganda, presented in the article «Propaganda technique in the world war» by H. Lasswell. The criteria for a new form of propaganda, fake news, are presented.

Keywords: journalism, propaganda, fake news.

Осмысление современного состояния медиапространства неизменно приводит к вопросу о важнейшем принципе теории журналистики — ее объективности. Понятно и общеизвестно, что соблюдение следующих позиций чрезвычайно актуально: важна информация; информация должна быть доступна; коммуникация будет эффективна тогда, когда есть реакция на информацию; массовая коммуникация должна позитивно влиять на общество. При этом совершенно ясно, что чем дальше, тем чаще возникают следующие вопросы: какая может быть реакция на информацию, если мы не знаем, насколько она истинна, не знаем, манипулируют нами или нет; каково может быть влияние СМИ на общество, если развитие новых информационных технологий усиливает дисперсность публичности?

Чтобы «собрать» публику, СМИ усиливают элемент давления, словесной бомбардировки, пропаганды, который приводит к появлению информационных войн. Поэтому обращение к истории пропаганды так актуально [8; 10].

По мнению У. Липмана, «для ведения пропаганды необходимо установить барьер между обществом и событием. Доступ к реальному событию должен быть ограничен до того, как обыватель начнет создавать разумную и комфортную, с его точки зрения, псевдообстановку» [3, с. 61—62].

Г. Ласвель, обобщив практику современного ему воздействия пропаганды, первым начал рассматривать ее как базовую составляющую массовых коммуникаций. Пропаганда для него в определенном смысле тождественна демократии, так как только на основе пропагандистского убеждения демократия может добиваться поддержки масс, не прибегая к насилию. В этом смысле пропаганда — значительно более экономный способ достижения целей.

В работе «Техника пропаганды в мировой войне» (1927) Г. Ласвель перечисляет приемы пропаганды войны: 1. Чтобы возбудить в народе ненависть против врага, изображайте противника алчным и жестоким зачинщиком войны. Изображайте неприятеля как препятствие к достижению лелеемых идеалов и мечтаний всего народа в целом и каждого составляющего его члена в отдельности. 2. Придавайте своему противнику сатанинские качества: он оскорбляет нравы нации и ее чувство самоуважения. А возбужденная таким образом ненависть должна поддерживаться уверениями, что алчный, жестокий, чинящий всюду препятствия и сатанински настроенный враг будет в конце концов побежден. 3. Главным способом поддержания дружеских отношений с союзником должны быть наши напряженные усилия в деле продолжения войны и выражение нашего искреннего одобрения тех целей войны, которые преследуются нашим союзником. 4. Для деморализации неприятеля замените старую вражду его населения к вашей стране какую-нибудь новой враждою [2, с. 166—167].

Мысли о пропаганде, высказанные учеными в начале XX века, оказываются, по нашему мнению, чрезвычайно актуальными, о чем свидетельствуют обращения современных исследователей медиа к вопросам правдивых и лживых сообщений (фейков). Фейки можно

считать новой формой пропаганды. Г. Ласвель в работе ставит «общий тактический вопрос — об отношении пропаганды к правде... пропаганда таит много обмана» [2, с. 175].

Так, в книге «The World News Prism» авторы В. Хэчтен и Дж. Скоттон утверждают, что в современном мире особенно размыта разница между правдой и пропагандой [9]. Рассуждая о границе между пропагандой и не-пропагандой, авторы книги показывают роль радиостанции «Голос Америки» в процессе окончания «холодной войны» и разрушения «железного занавеса». В современном мире ключевым вопросом становится вопрос о том, пропагандистским ли инструментом должен быть «Голос Америки» или надежным источником точных беспристрастных новостей. Появляются мнения, что обычные пропагандистские приемы могут быть с большей эффективностью заменены материалами, улучшающими имидж страны, что является долгосрочным, но важным способом формирования «власти идей» [9, с. 221]. Ситуация усугубилась с обретением Интернета статуса «места битвы». Пропаганда постепенно перешла и в эту область, хотя изначально Интернет воспринимался как место обмена свободными мыслями [9, с. 222].

В войне слов журналисты зачастую становятся заложниками своих принципов. Находясь в оппозиции, журналисты, например, арабских стран получают ярлык американских или антиамериканских пропагандистов. Как показано в исследовании, опубликованном в книге «Глобальный журналист в XXI веке», арабские журналисты просто не придерживаются ценностей журналистики США, во всяком случае теоретически. После десятилетий, когда арабские журналисты были орудием пропаганды своих правительств, они играют роль сродни модели, принятой в Юго-Восточной Азии, — модели «журналистики развития» (development journalism) [11, с. 439].

Что происходит в современном медиапространстве, почему фейки получили такое распространение, почему СМИ утратили доверие общества? Проблема современного медиапространства состоит, по нашему мнению, в медиадистрибуции информации, в дисперсной публике (пространственно разделенных людей). Кроме того, в условиях избытка информации ценностью становятся заметность и время. За это и борются средства массовой информации: быть заметными и супербыстрыми.

Заметность приводит к созданию собственной информации (фейки). Эта проблема уже настолько обозначилась, что о ней стали писать ведущие качественные медиа. На сайте BBC Russian на запрос «фейки» вышло 238 результатов, и это только за последние 4 года.

Наше время организация «Репортеры без границ» называет эрой постправды, дезинформации и фейковых новостей. В последнее время многие критиковали даже Facebook за неспособность разобраться с распространением фальшивых новостей. Были мнения, что победа Трампа зависела от сообщений Facebook.

В научной и учебной литературе, на форумах и съездах журналистов в последние годы обсуждается вопрос, как распознать фейки (см., например [7]).

Но недостаточно изученным является следующий аспект: как новое явление соответствует критериям «старой» пропаганды. Рассмотрим эти критерии по отношению к фейкам.

Критерий 1. Изобразить неприятеля как препятствие к достижению целей.

Тысячи мигрантов из Центральной Америки, идущие караваном из Гондураса в США, вызвали панику и фейковую новость о том, что движение каравана спонсируют демократы и Сорос. Нет ничего необычного в обвинениях Сороса: полагают, что 88-летний миллиардер приложил руку к организации «Женского марша», проведенного в знак протеста после инаугурации Трампа [1]. Цель такого фейка очевидна: опорочить республиканцев и администрацию Трампа.

Критерий 2. Придавать противнику отвратительные качества.

Фейковые фотографии, якобы подтверждающие брутальность полиции в Каталонии, широко использовались сторонниками независимости Каталонии [4]. Противник в данном случае — правительство Испании.

Критерий 3. Поддерживать дружеские отношения с союзником.

3500 публикаций, содержащих «кремлевскую пропаганду», — столько сумели вычислить в газетах и интернете сотрудники веб-сайта EUvsDisinfo, в задачи которого входит отслеживание и разоблачение неверных сведений, распространяемых Москвой. Отсчет идет с 2015 года, когда Евросоюз начал специальную кампанию по борьбе с дезинформацией, распространяемой Кремлем. Ее ведет Европейская служба внешних связей. Борьба с кремлевской пропа-

гандой — дело важное, и в 2018 году сайт получил свой собственный бюджет в более миллиона евро. Однако в марте 2018 года EUvsDisinfo был вынужден отозвать из своей базы данных три публикации голландских СМИ, изначально признанных кремлевской пропагандой [5]. Такая борьба с пропагандой проводится при поддержке союзников. Каких — догадаться несложно.

Критерий 4. Заменить старую вражду на новую.

В центре предвыборных дискуссий в последнее время все чаще находится вопрос об иммиграции. Например, в Италии в ноябре 2017 года бывший коммунист, а ныне видный деятель входящей в коалицию Берлускони партии «Лига Севера» Маттео Сальвини и ряд его коллег распространили в своих аккаунтах сообщение о том, что проживающая в городе Падуя на северо-востоке Италии девятилетняя мусульманская девочка была выдана родственниками замуж за 35-летнего мужчину и в результате его действий попала в больницу. После официального опровержения корпуса карабинеров Сальвини признал, что ошибся, и удалил информацию [6].

Учитывая вышеизложенное, фейки можно считать новой формой пропаганды. Но не все так однозначно. Во-первых, надо различать фальшивые новости и то, что просто является плохой журналистикой. Во-вторых, не все фейки можно и нужно считать пропагандой. Так, одна из главных «уток», которые разоблачает сайт EUvsDisinfo, — это заметка издания Sputnik о том, что старейшему проголосовавшему на выборах президента России 122 года. Известно, что Sputnik поддерживает Кремль, но как именно эта новость (даже если она фальшива) распространяет ключевые пророссийские сигналы? [5].

Библиографический список

1. «Караван беженцев» из Гондураса, идущих в сторону США, вызвал волну фейковых новостей в соцсетях. URL: <https://www.bbc.com/russian/features-45967825> (дата обращения: 26.10.2018).

2. Ласвель Г. Техника пропаганды в мировой войне / сокращенный перевод с английского в обработке Н. М. Потапова с предисловием М. Гуса. М.; Л.: Гос. изд-во. Отд. военной лит., 1929. 199, [1] с. URL: <https://dlib.rsl.ru/viewer/01008479520#?page=1> (дата обращения: 25.10.2018).

3. Липпман У. Общественное мнение. М.: Институт фонда «Общественное мнение», 2004. 384 с.

4. «Особая жестокость» полиции в Каталонии: правда или вымысел? URL: <https://www.bbc.com/russian/features-41776585> (дата обращения: 26.10.2018).

5. Смотряев М. Что такое глубокие фейки и как с ними бороться. URL: <https://www.bbc.com/russian/features-43645446> (дата обращения: 24.10.2018).

6. Харрисон П. На избирателей в Италии обрушилась волна фейков и дезинформации. URL: <https://www.bbc.com/russian/features-43271724> (дата обращения: 26.10.2018).

7. Cooke N. A. Fake News and Alternative Facts. Information Literacy in a Post-Truth Era. Chicago: ALA Editions, 2018. 84 p.

8. Fake news: an exhibition on the importance of accurate journalism URL: <https://www.theguardian.com/artanddesign/2018/aug/27/history-of-fake-news-journalism-exhibition-boone-county> (дата обращения: 26.10.2018).

9. Hachen W. A., Scotton J. F. The world news prism. Challenges of digital communication. 8th Edition Chichester: Wiley Blackwell, 2014. 249 p.

10. Posetti J., Matthews A. A short guide to the history of 'fake news' and disinformation. URL: https://www.icfj.org/sites/default/files/2018-07/A%20Short%20Guide%20to%20History%20of%20Fake%20News%20and%20Disinformation_ICFJ%20Final.pdf (дата обращения: 26.10.2018).

11. The Global Journalist in the 21-st Century. Ed. By Weaver D. H. & Willnat L. New York, London: Routledge, 2012. 585 p.

References

1. «*Karavan bezhentshev*» iz Gonduras, idushchikh v storonu SSHA, vyzval volnu feykovykh novostey v sotssetyakh [The «refugee caravan» from Honduras, heading for the United States, caused a wave of fake news on social networks]. (In Russ.). Available at: <https://www.bbc.com/russian/features-45967825> (accessed 26.10.2018).

2. Lasvel' G. *Tekhnika propagandy v mirovoy voyne / sokrashchenny perevod s angliyskogo v obrabotke N. M. Potapova s predisloviyem M. Gusa*. [Technique of propaganda in a world war, abridged translation from English in the treatment of N. M. Potapov with a preface by M. Gus]. Moscow; Leningrad: State. publishing house Separate military lit., 1929. 199, [1] p. (In Russ.). Available at: <https://dlib.rsl.ru/viewer/01008479520#?page=1> (accessed 25.10.2018).

3. Lippman U. *Obshchestvennoye mneniye* [Public opinion]. Moscow, Institute of the Public Opinion Foundation, 2004. (In Russ.).

4. «*Osobaya zhestokost'» politzii v Katalonii: pravda ili vymysel?* ["Special cruelty" of the police in Catalonia: truth or fiction?] (In Russ.). Available at: <https://www.bbc.com/russian/features-41776585> (accessed 26.10.2018).

5. Smotryayev M. *Chto takoye glubokiye feyki i kak s nimi borot'sya* [What are deep fakes and how to deal with them]. (In Russ.). Available at: <https://www.bbc.com/russian/features-43645446> (accessed 24.10.2018).

6. Kharrison P. *Na izbirateley v Italii obrushilas' volna feykov i dezinformatsii* [A wave of fakes and misinformation hit the voters in Italy. (In Russ.). Available at: <https://www.bbc.com/russian/features-43271724> (accessed 26.10.2018).

7. 7. Cooke N. A. *Fake News and Alternative Facts. Information Literacy in a Post-Truth Era*. Chicago: ALA Editions, 2018. 84 p.

8. *Fake news: an exhibition on the importance of accurate journalism*. (In Engl.). Available at: <https://www.theguardian.com/artanddesign/2018/aug/27/history-of-fake-news-journalism-exhibition-boone-county> (accessed 26.10.2018).

9. Hachen W.A., Scotton J.F. *The world news prism. Challenges of digital communication*, 8th Edition. Chichester, Wiley-Blackwell, 2014, 249 p.

10. Posetti J., Matthews A. *A short guide to the history of 'fake news' and disinformation*. (In Engl.). Available at: https://www.icfj.org/sites/default/files/2018-07/A%20Short%20Guide%20to%20History%20of%20Fake%20News%20and%20Disinformation_ICFJ%20Final.pdf (accessed 26.10.2018).

11. *The Global Journalist in the 21-st Century*. Ed. By Weaver D.H. & Willnat L. New York, London, Routledge, 2012. 585 p.