

ФЕЙКОВАЯ ЖУРНАЛИСТИКА КАК ЭЛЕМЕНТ СОВРЕМЕННОЙ ШОУ-ЦИВИЛИЗАЦИИ

Статья посвящена анализу нового явления в современной медиасфере — фейковой журналистике, в основе которой лежит использование так называемых «фейков». Они, по мнению автора статьи, являются альтернативой фактам и точным данным. Обращение журналистов к фейкам — закономерное проявление такого современного феномена, как шоу-цивилизация.

К л ю ч е в ы е с л о в а: журналистика; фейк; достоверность; факт; шоу-цивилизация; история; СМИ.

Предсмертный роман итальянского писателя Умберто Эко «Нулевой номер» достаточно очевидно продемонстрировал тот процесс профессиональной журналистской деятельности, который мы можем идентифицировать как «фейковую журналистику». Ее суть заключается в использовании фейков как основного инструмента конструирования контента того или иного медиа безотносительно к его коммуникативной природе. Сегодня фейк из исключения, свидетельствующего о непрофессионализме и недобросовестности его творца, превратился во вполне приемлемый метод создания информационного пространства и предельного насыщения оно тем, что в профессиональной среде принято именовать «информационным шумом», т. е. совокупностью неструктурированных и необработанных фактов, сведений, суждений, мнений, статистических данных и цифр и т. д. Все чаще и чаще звучат утверждения практиков в разных странах и на разных дискуссионных платформах о том, что как власти, так и обществу необходима не правда, а правдоподобная информация.

При подобных тенденциях развития отечественной журналистики (как, впрочем, и мировой) можно с достаточной степенью определенности констатировать: на место «журналистики факта» приходят «правдоподобная журналистика», «журналистика мнений» и, наконец, «журналистика впечатлений». Последняя еще не так очевидно проявляет себя в разных коммуникационных средах, но первыми сигналами о том, что она стучится в дверь нашего журналистского цеха, стало повсеместное распространение фейков.

Сегодня мы можем выделить следующие *типы фейков*:

— поддельные фотографии, прошедшие обработку в соответствующих компьютерных программах коррекции изображения с целью повышения их мнимой достоверности;

- видеоролики, смонтированные из уже использованного исходного материала, снятого не в то время и не в том месте, которые они призваны имитировать;
- в принципе — любые фальшивые новости, как правило, имеющие неаутентичную видеоиллюстрацию;
- личные страницы в социальных сетях, созданные от имени других людей с непременным использованием фотоизображения «хозяина» страницы;
- фальшивые аккаунты в «Твиттере», для которых также характерно наличие заимствованного фотопортрета.

Все подобные варианты вольной интерпретации информации (визуальной и вербальной) свидетельствуют о серьезных противоречиях, которые обнаруживаются в функционировании изначальной информации по различным каналам массовой коммуникации.

Показательна в этом смысле история с крупнейшей в США испаноязычной телекомпанией Univision. Ее руководство приобрело 40 % акций сатирического сайта The Onion, который специализируется на публикации фейковых новостей. Сумма сделки составила около 100 млн долл., как сообщают интернет-источники со ссылкой на солидное издание — британскую газету The Financial Times. Очевидна в данном случае попытка конвергенции субъекта телебизнеса с коммуникационными возможностями Сети, которая и является основным источником поставки фейковой информации в сферу традиционных СМИ.

Характерна и траектория развития ресурса The Onion. Он появился в 1988 г. в качестве печатной газеты, в 2013 г. ее издание было прекращено и владельцы целиком переключились на развитие своего сайта. Аудитория проекта составляет около 10,6 млн пользователей. Подобная схема сегодня характерна для мировой медиасистемы в целом, что и описано в книге Кена Доктора «Ньюсономика: Двенадцать трендов, которые меняют новости» (М., 2013). Нас в подобном прогностическом подходе поражает тот факт, что исследователь новых принципов создания новостного контента практически игнорирует вопрос о его достоверности, допуская возможность появления фейков в медиaprостранстве. Принципы оперативности и наглядности для такого псевдопрофессионального подхода оказываются важнее, нежели правдивость и объективность информации.

Здесь стоит отметить, что появление фейков в СМИ — характерная черта мировой журналистики, эта черта возникла в медиасфере тогда, когда вся система функционирования информации подверглась технологической деформации, которая привела к серьезным социально-психологическим последствиям для аудитории. Заключаются они в том, что скорость и визуальная наглядность «картинки» становятся более важным источником новостных впечатлений, нежели простое вербальное или текстовое сообщение. Более того, в комбинациях «звук + картинка», «текст + картинка» именно визуальная составляющая является доминантной. Подобная ситуация — это следствие возникновения в мировом информационном пространстве такого явления, как шоу-цивилизация.

Под шоу-цивилизацией мы понимаем современную систему информационных связей в социуме, которые характеризуются противоречивыми отношениями между экранной реальностью и эмпирической действительностью вследствие

того, что в электронных СМИ происходит однонаправленное формирование виртуальной реальности в масштабах общей человеческой цивилизации, независимо от географического или иного фактора. Яркий пример таких противоречий — события 11 сентября 2001 г. и их последующая интерпретация в медийном сообществе. Весь мир вроде бы «видел» террористический акт и крушение двух башен Всемирного торгового центра в прямом эфире в режиме онлайн. Эти кадры стали визуальным символом мирового Зла под названием «терроризм», а также — неким эмоциональным оправданием для последующих решительных действий США и их союзников в Афганистане. И какие бы логические построения и доказательства не приводились впоследствии теми, кто сомневается в общепринятой версии трагических событий 11 сентября, главным возражением и контраргументом являются кадры прямого эфира с горящими и рушащимися башнями ВТЦ.

Актуальность сообщения в условиях шоу-цивилизации имитируется не только за счет непроверенных и невыверенных сведений, имен, фактов, но и за счет фактора наглядности. Здесь аудитория оказывается во власти визуальных впечатлений, организуемых соответствующим способом с использованием неаутентичных, постановочных кадров или подобранных по принципу визуального соответствия фрагментов частных записей, записей с камер наружного наблюдения, видеорегистраторов, а то и просто взятых из видеархивов. Совокупность подобных условий и обстоятельств, в которых трудятся сегодня журналисты, и порождает такое явление, которое мы определяем как «журналистика фейков», или «фейковая журналистика».

Показательно, что одной из первых жертв в информационной жизни стала историческая журналистика, или та медиадетальность, которая связана с рассказами о прошлом. Вопрос адекватности и достоверности сведений, фактов, видеоиллюстраций в современных журналистских материалах на историческую тему сегодня является актуальным и важным в контексте тех интерпретаций прошлого, которые все чаще появляются в медийной и общественной повестке дня. Своеобразной отправной точкой здесь стала юбилейная дата — 100-летие начала Первой мировой войны. Она породила каскад документальных телесериалов «на заданную тему».

Их отличительной чертой явилось активное использование кинохроники. Анализ использованных видеоматериалов позволил сделать вывод о несоответствии демонстрируемого визуального ряда закадровому тексту, в котором излагается событийная канва военных действий, а также об использовании анахронического подхода к отбору иллюстрирующих фрагментов (авторы документальных телесериалов использовали в монтаже хроники фрагменты, относящиеся к совершенно другим историческим периодам XX в.). Фактически можно утверждать, что мы имеем дело с процессом фейкизации документального телевизионного кинематографа, когда «на словах» излагаются факты, имена, событийная последовательность хода войны, а в кадре телезрителям предъявляется совсем иная «картинка».

Строго говоря, массовой аудитории, наверное, подобная дотошность критического отношения исследователей к проблеме адекватности и достоверности может показаться чрезмерной. Однако в журналистской профессии такие «допущения»

вольного обращения с исходным видеоиллюстративным материалом так или иначе приводят к снижению критериев фактологической правды, что неминуемо продуцирует снижение требовательности при подготовке не только материалов на историческую тематику, но и тех материалов, которые связаны с современностью. Процесс фейкизации новостной журналистики стал реальностью медийного пространства. Чаще всего он выражается в принципе подбора исторической кинохроники для создания журналистского материала, программы, проекта на тему определенных событий прошлого, в выборе «похожего» по внутрикадровому содержанию видеоиллюстративного материала (желательно с датировкой примерно того же периода, что и главный сюжет). И тогда уже не важно, что на пленке Председатель Реввоенсовета товарищ Л. Д. Троцкий принимает парад войск Всеобуча, а за кадром диктор читает текст о том, что войсками, которые штурмовали мятежный Кронштадт в марте 1921 г., командовал Михаил Тухачевский.

Проблемное поле исторической журналистики в ближайшей перспективе будет, несомненно, расширяться, если учесть наступающий 100-летний юбилей двух российских революций 1917 года. Первой «фейковой ласточкой» здесь стал документальный телефильм «Кронштадт. 1921», в котором представлена спорная и недостоверная версия трагических событий, приведших к смене политического курса в советской России: от «военного коммунизма» к НЭПу. Однако вместо объективного изложения сути этой исторической драмы аудитория получила зрелище, основанное практически на единственном источнике — мемуарах одного из участников тех трагических событий. Можно с сожалением прогнозировать, что скоро зрители вновь увидят аналогичные эфирные продукты «фейковой» журналистики на тему истории.

Данная тема заслуживает отдельной научной статьи или даже целой монографии. Пока же мы фиксируем очевидный для нас имитационный характер подобного подхода к информации. Упрощая непростую схему и методы манипулирования вниманием и эмоциями аудитории, мы можем сказать, что для журналистов, создателей фейков, важнее нанести некий эмоционально-интеллектуальный удар, чем сообщить *точную* информацию. Грех приблизительности чреват существенными последствиями, а недостаток информации, в том числе и визуальной, может спровоцировать рост панических настроений, особенно после трагических эксцессов, приведших к многочисленным человеческим жертвам. Весь мир мог наблюдать подобную реакцию через несколько дней после террористической атаки в Париже 13 ноября 2015 г., когда людей, вышедших на улицы французской столицы, охватила тотальная паника от взрыва петарды, и они толпой устремились бежать, как говорится, «куда глаза глядят».

В случае противоречий между наглядностью иллюстраций и правдивостью вербализованной информации крайне важна позиция профессионалов, т. е. самих журналистов. Показательной в подобном дискуссионном тренде оказалась программа «Субботний вечер с Владимиром Соловьевым», вышедшая в эфир 1 ноября 2015 г., буквально на следующий день после крушения российского «боинга» над Синаем. В этой программе участвовал представитель французского журналистского сообщества, экс-сотрудник известного агентства «Франс Пресс» Дмитрий

де Кошко. За его плечами 33-летний опыт работы в этом солидном медиагиганте, у которого весьма высокая репутация поставщика достоверных и проверенных новостей по всему миру. Когда спор зашел об объективности журналистов в освещении тех или иных событий, то месье де Кошко произнес весьма показательную фразу: «Объективность — другое слово для нас, журналистов. Нам в нашей работе нужны только две вещи: источники и сбалансированная информация».

На первый взгляд в подобном определении не содержится существенного противоречия. Однако термин «объективность» в отношении какого-либо процесса или явления подразумевает отказ от субъективности и определяет стремление к адекватному соотношению показанного или рассказанного с реальным положением дел. Термин «сбалансированность» уже несет в себе некий оценочный момент, заключающийся в том, что баланс должен кто-то определить, обозначить, наконец, реализовать в действительных обстоятельствах сбора первичной информации. Далее в выступлении Дмитрия де Кошко прозвучала ключевая для обозначенной нами проблемы фраза: «Для того чтобы гражданское общество нормально функционировало, нам нужна *полная, правдоподобная информация*. С экономической точки зрения надежная информация важнее».

Доказательства этого тезиса были получены вскоре после трагических событий, связанных с терактом в Париже в ноябре 2015 г. Они снова заставили вспомнить о фейковой природе многих новостей. Например, сообщение о том, что подсветка Эйфелевой башни была отключена в знак траура по погибшим во французской столице 13 ноября 2015 г. На самом деле подсветка была просто отключена в соответствии с ранее утвержденным графиком. Показательно, что до сих пор не установлено и точное число погибших. Отсутствие полноценных видеосвидетельств произошедшей трагедии также создает возможность для ее фейковой интерпретации.

Бороться с подобными тенденциями необходимо хотя бы в целях профессионального самосохранения и из-за опасения потери репутации журналистской деятельности как социально значимого деяния. Но методы сопротивления фейкам, варианты их разоблачения и опровержения — это тема последующих научных размышлений. А сегодня весь мир в очередной раз убедился в том, как легко и свободно можно формировать фейковое информационное пространство — два отечественных пранкера (март 2016 г.) в буквальном смысле слова «развели» адвоката Надежды Савченко на то, чтобы последний потребовал от своей подзащитной прекратить голодовку и согласиться на возможный обмен с Украиной. Случай этот — еще одно наглядное доказательство того, что в современной медиакультуре имитация воспринимается как более правдоподобная информация, чем объективные и проверенные данные, сообщаемые обществу честными и квалифицированными журналистами.

Статья поступила в редакцию 19.05.2016 г.