DOI: 10.22394/2070-8378-2018-20-6-77-81

ФАЛЬШИВЫЕ НОВОСТИ КАК ИНСТРУМЕНТ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОТИВОБОРСТВА

ЛЮДМИЛА ЕФИМОВНА ИЛЬИЧЕВА, доктор политических наук, профессор кафедры управления проектами и программами, директор Центра государственно-частного партнерства Института государственной службы и управления Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (119606, Российская Федерация, Москва, проспект Вернадского, 84). E-mail: le.ilicheva@migsu.ranepa.ru

АНДРЕЙ ОЛЕГОВИЧ КОНДРАШОВ, журналист, политический обозреватель, первый заместитель генерального директора

Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания (ВГТРК) (125040, Российская Федерация, Москва, 5-я ул. Ямского поля, 22). E-mail: press-centre@vgtrk.com

Аннотация: После многочисленных скандалов, связанных с выборами президента США в 2016 году, словосочетание «фальшивые новости» постепенно стало общеупотребительным. Поскольку в западных средствах массовой информации неоднократно заявлялось о том, что фальшивые новости распространяли российские граждане, для того чтобы повлиять на исход выборов американского президента, само это понятие стало орудием, дискредитирующим Россию в глазах мирового сообщества. В настоящей статье рассмотрена его история, а также процесс закрепления в массовом сознании словосочетания «фальшивые новости». Авторы делают сравнительный анализ содержания этого термина, указывая на его отличие от традиционных приемов пропаганды, и определяют границы понятия, отделяя фальшивые новости от некачественных журналистских материалов. Фейковые новости могут иметь сразу несколько целей. Тренд коммерциализации изданий и жесткая конкурентная среда, возникшая с ростом популярности новых медиа, вынуждает публиковать непроверенные материалы, иногда даже заведомо ложные, но имеющие перспективу стать популярными. Поэтому для СМИ публикация фальшивых новостей имеет, в первую очередь, экономическую ценность. Ложные новости, благодаря современным технологиям, коснулись большинства населения; следовательно, у них есть большой потенциал для того, чтобы быть эффективным инструментом информационной войны. Современные исследователи массовых коммуникаций все чаще приходят к выводу, что хотя фейковые новости широко распространены, их влияние на общественное мнение невелико, тогда как меры по борьбе с такими новостями могут иметь негативный эффект.

Ключевые слова: гибридные войны, масс-медиа, массовая коммуникация, пропаганда, информационное противоборство, фальшивые новости, кликбейт

Статья поступила в редакцию 1 октября 2018 года.

Ильичева Л.Е., Кондрашов А.О. Фальшивые новости как инструмент информационного противоборства. *Государственная служба.* 2018. № 6. С. 77–81.

FAKE NEWS AS A TOOL OF INFORMATION WARFARE

LYUDMILA E. ILYICHEVA, Dr. Sci. (Politics), Professor of the Chair of Project and Program Management, Director of the Center for Public-Private Partnership

Institute of Public Administration and Civil Service

Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (84, prospekt Vernadskogo, Moscow, Russian Federation, 119606). E-mail: le.ilicheva@migsu.ranepa.ru

ANDREI O. KONDRASHOV, Journalist, Political Observer, First Deputy General Director

All-Russian State Television and Radio Broadcasting Company (22, 5-ya ul. Yamskogo polya, Moscow, Russian Federation, 125040). E-mail: press-centre@vgtrk.com

Abstract: In connection with the numerous scandals surrounding the election of the US President in 2016, the phrase ‘fake news’ has gradually become common. Since the Western media repeatedly stated that the fake news was spread by Russian citizens to influence the outcome of the election of the American president, the very concept became an instrument discrediting Russia in the eyes of the world community. This article presents the history of this concept, describes the gradual process of how the phrase ‘fake news’ was fixed in the mass consciousness. The authors make a comparative analysis of the content of this term, pointing to its difference from traditional methods of propaganda, and define the boundaries of the concept, separating fake news from low-quality journalistic materials. Fake news can have multiple goals. The trend of commercialization of periodical magazines and a tough competitive environment that has arisen with the growing popularity of new media, forcing to publish unverified materials, sometimes even knowingly false, but with the prospect of becoming popular. Therefore, for the media publication of fake news is, first of all, economic value. False news, thanks to modern technology, has affected the majority of the population; therefore, they have great potential to be an effective tool of information warfare. Modern researchers of mass communications are increasingly coming to the conclusion that, although fake news is widespread, its impact on public opinion is small, while measures to combat such news can have a negative effect.

Keywords: hybrid wars, mass media, mass communication, propaganda, information warfare, fake news, clickbait

The article was received on October 1, 2018.

Ilyicheva, L. E., Kondrashov A. O. Fake news as a tool of information warfare. *Gosudarstvennaya sluzhba*. 2018. № 6. P. 77–81. In Russian

Введение

В последнее десятилетие такое явление, как распространение в средствах массовой информации (СМИ) заведомо ложных материалов или «фальшивых» («фейковых)» новостей с целью получения выгоды, получило широкое распространение. Какова же причина и последствия этого?

Понятие «фальшивые новости» («фейковые», ложные) является достаточно молодым. В английском языке словосочетание «fake news» впервые встречается во второй половине XIX века[1]. Общеупотребительным оно становится только в XXI веке. Этот термин часто встречается в публикациях после выборов президента США в 2016 году. Именно в связи с этим событием в средствах массовой информации начинают появляться сообщения об опасности фальшивых новостей. Нередко это словосочетание используется наряду с термином «постправда». И то, и другое понятие отражает особенности современного информационного противоборства. Некоторые специалисты называют распространение фейковых новостей одним из проявлений эпохи постправды – этапа в развитии постиндустриального общества, который характеризуется информационной манипуляцией, заменой ее правдивости и объективности эмоциональностью и ангажированностью.

Часть научного сообщества считает нецелесообразным рассматривать фейковые новости как отдельный термин, так как подача ложной информации всегда была присуща пропаганде – еще до появления новостей как таковых. Как бы то ни было, приравнивать фальшивые новости к пропаганде не следует. Они далеко не всегда являются инструментом пропаганды. Определение «фальшивые новости» шире понятия «пропаганда», хотя часто оно становится орудием политической борьбы.

Фальшивые новости и их влияние на население в период выборов президента США в 2016 году

Только за 2017 год употребление понятия «фальшивые новости» увеличилось на 365%[2]. В 2016 во время президентской гонки в США практически непрекращающийся поток ложных новостей был направлен против Хиллари Клинтон и Дональда Трампа. После ряда опросов выяснилось, что с фальшивыми новостями в предвыборный период столкнулся каждый четвертый американец. Также обнаружилось, что распространение ложных новостей сопряжено с развитием социальных сетей – именно они стали одним из главных каналов их передачи.

В наше время для большого количества населения социальные сети являются приоритетным источником информации. При этом ее потребление через социальные сети меняет то, как пользователь воспринимает информационное сообщение. Чаще всего ему достаточно видеть только заголовок и краткую выдержку из статьи, чтобы сформировать свое мнение. Для некоторых пользователей сам факт того, что их знакомый опубликовал статью на своей странице, будет достаточным для того, чтобы доверять ей – на источник в таких случаях иногда не обращается внимания.

Это справедливо, разумеется, в отношении не всех интернет-пользователей. Исследование, опубликованное в одном из изданий Американской экономической ассоциации, посвященное распространению фальшивых новостей через социальные сети, показало, что во время выборов 2016 года социальные сети были важным, но не ключевым источником новостей для многих американцев – только 14% опрошенных исследователями называли их основным источником информации о кандидатах. В социальной сети Facebook было зафиксировано 30 млн перепостов ложных новостных сообщений в поддержку Дональда Трампа и 8 млн – в поддержку Хиллари Клинтон. Данные исследования говорят о том, что среднестатистический взрослый американец в последние три месяца перед выборами сталкивался с одной или несколькими фальшивыми статьями в день и доверял только половине из них. Изучаемые были склонны доверять новостям, поддерживающим того кандидата, который им изначально был симпатичен [Alcott, Gentzkow, 2017. P. 217–222].

Влияние фальшивых историй на мнение электората стало предметом другого исследования. Аналитический центр PewResearch в декабре 2016 года опубликовал результаты опроса, согласно которому 64% взрослых американцев признались, что фальшивые новости вызвали смятение в их представлениях о текущих событиях; 24% опрошенных утверждали, что ложные новости обнаружили у них некоторое смятение и 11% сказали, что подобные сообщения вызвали незначительное смятение[3].

Таким образом, хотя и опрометчиво было бы считать фальшивые новости решающим фактором в победе Дональда Трампа, но нельзя отрицать того, что они оказали определенное влияние на общественное мнение. Очевидно, что ложные новости благодаря современным технологиям кос-

1 *Agrawal A.* Where fake news came from – and why some readers believe it. *Los Angeles Times*, 2016: http://www.latimes.com/nation/la-na-fake-news-guide-2016-story.html

2 *Hunt J.* «Fake news» named Collins Dictionary's official Word of the Year for 2017. *Independent.* 2017: http://www.independent.co.uk/news/uk/home-news/fake-news-word-of-the-year-2017-collins-dictionary-donald-trump-kellyanne-conway-antifa-corbynmania-a8032751.html

3 *Carey B.* 'Fake News': Wide Reach but Little Impact, Study Suggests. *The New York Times*, 2018: https://nytimes.com/2018/01/02/health/fake-news-conservative-liberal.html

нулись большинства американского населения; следовательно, у них есть большой потенциал для того, чтобы быть эффективным инструментом информационной войны.

История фальшивых новостей

Распространение заведомо ложной информации на протяжении истории человечества являлось инструментом пропаганды. Известен случай, когда ложная информация привела к кровопролитию. В XV веке в Италии проповедник-францисканец обвинил местное еврейское население в пропаже маленького мальчика. За обвинением последовали казни и пытки, которых не смог остановить даже приказ Папы Римского[4]. Столь же вопиющую ложь против еврейского народа распространяла машина пропаганды нацистской Германии.

Сама форма фальшивого новостного сообщения появилась с распространением печати. В 1755 году португальское землетрясение стало одним из главных инфоповодов того времени, и католическая церковь использовала его в распространении религиозных сообщений, согласно которым причина природной катастрофы – человеческие грехи; тем самым землетрясение становилось божественной карой. Религиозные памфлеты, рассказывающие о праведниках, которые выжили при землетрясении, глубоко возмутили Вольтера, который стал одним из первых борцов с фальшивыми новостями. Значительную часть своего времени он посвятил борьбе с подобного рода ложными религиозными сообщениями.

Фальшивые новости использовались как инструмент пропаганды против британской власти во время войны за независимость США. Газетные заголовки пестрели сообщениями о том, что на британцев работают целые отряды индейцев и наемников из разных стран. В XIX веке переживает расцвет «желтая» журналистика, а вместе с ней и фальшивые новости. Для нью-йоркской газеты «Sun» публикация шести очерков о жизни на Луне, оставшихся в истории как «Большое лунное надувательство», стала залогом успеха и обеспечила увеличение тиража для периодического издания[5].

Популярность этой «утки» запустила механизм погони за сенсациями, и если сенсацию не удавалось заполучить, то ее могли просто выдумать либо каким-то образом приукрасить действительность. Постепенно фальшивые новости перестали иметь политический характер и из инструмента пропаганды превратились в способ увеличения прибыли.

Особенность фальшивых новостей в современном мире

В XX веке в журналистике все больше возрастала ценность объективности и информативности. Это время распространения качественных изданий, для которых репутация была важнее сенсаций. Однако XXI век снова поставил под угрозу деятельность качественных СМИ. Тиражи бумажных изданий стали падать, как и доход от рекламы. Начался процесс дигитализации прессы. Традиционным СМИ пришлось вступить в конкуренцию с онлайн-ресурсами.

Новые технологии позволяют практически любому человеку создать собственное СМИ. С популяризацией блогов, а затем и социальных сетей, ситуация только усугубилась. «Желтизна» в интернет-СМИ не менее развита, чем в бумажной прессе, только для онлайн-изданий есть свой термин, описывающий тенденциозность в подаче информации: «кликбейт». Этим термином обозначается веб-контент, авторы которого ради получения доходов от онлайн-рекламы жертвуют качеством и точностью информации[6]. Для кликбейта характерны сенсационные заголовки или привлекательные иллюстрации, помогающие получить большее число кликов по ссылке. Таким образом, цель в данном случае – не донести смысл наилучшим образом, а убедить максимальное количество пользователей перейти на страницу с материалом. Кликбейт-заголовки обычно недоговаривают суть информационного повода и допускают искажение смысла текста.

Фальшивые новости очень часто являются кликбейтом. Это понятие, в отличие от современного понимания термина «фальшивые новости», редко было связано с политикой. Чаще всего кликбейтовые заголовки обещают рассказать очередную «шокирующую правду» о той или иной знаменитой личности или о лечении какого-либо недуга. Ситуация менялась постепенно, а в 2016 году в связи с выборами президента Америки фальшивые новости стали ассоциироваться с полноценной угрозой.

На сегодняшний день теме фальшивых новостей в СМИ уделяется еще больше времени и места. Проблема состоит в том, что этим термином определенно начали злоупотреблять. Данное понятие подхватил Дональд Трамп, называя фейковыми новостями практически любой журналистский материал, критикующий его действия. В январе 2018 года он даже присудил «премию фейковых СМИ» материалам таких каналов и изданий, как New York Times, Washington Post, ABC и CNN. В некоторых случаях эти СМИ действительно преподносили некорректную информацию; в основном это случалось из-за неточных прогнозов или ошибок в перво-

4 *Soll J.* The Long and Brutal History of Fake News. *Politico.* 2016: https://www.politico.com/magazine/story/2016/12/fake-news-history-long-violent-214535

5 Там же.

6 *Бабкин С.* Что такое кликбейт и как он прижился в России. *Lookatme.* 2015: http://www.lookatme.ru/mag/how-to/inspiration-howitworks/211165-clickbait-grammar

источнике новости, и журналисты это признавали и опубликовывали опровержение.

В подобных ситуациях называть СМИ источником фальшивых новостей все же будет некорректным, но в то же время это позволяет дискредитировать издание, неугодное политику идеологически. Таким образом, сам термин «фальшивые новости», который уже отложился в массовом сознании как угроза, становится оружием в политической борьбе. Несбывшийся прогноз аналитика не является фальшивой новостью, как и ошибка журналиста, к которой опубликовано опровержение. Подобные ошибки, которые, к сожалению, в журналистской практике встречаются нередко, позволяют конкуренту поставить на издании клеймо источника ложных новостей. Так аудитория теряет доверие к изданию и находит другие источники информации.

Это подводит нас к самой сути проблемы фальшивых новостей. До сих пор неясно, что именно может считаться такой новостью. К примеру, сайты The Onion и Интерсакс в целях сатиры публикуют полностью выдуманные материалы, мимикрирующие под настоящие журналистские жанры. Формально это может являться фальшивой новостью, но цель этих материалов, в первую очередь, развлекательная и рекреационная. В то же время фальшивые новости, встречающиеся на сомнительных сайтах, привлекают пользователя сенсацией, якобы правдивой информацией.

Подобные сообщения могут приводить к манипуляции пользователями – например, с помощью яркого сенсационного заголовка, который 1) совсем не соответствует статье, 2) не соответствует частично, 3) приукрашивает ее содержимое, 4) меняет ее контекст. Для привлечения внимания могут быть использованы иллюстрации, имеющие или весьма опосредованное отношение к материалу статьи, или вовсе для него не подходящие.

Само содержание статьи может не иметь ничего общего с правдой, а реальный инфоповод описываться в контексте, не соответствующем действительности. Сенсационные выводы, сделанные из реальной ситуации или из сказанных кем-то слов, также могут быть глубоко опосредованными. Некоторые специалисты считают, что рассматривать этот термин столь широко не стоит, потому что любой неверно спрогнозированный или недобросовестно составленный журналистский материал оказывается фальшивой новостью[7].

Значительная часть фальшивых информационных сообщений, которые передавались в период президентской гонки в США в 2016 году, имела один источник: небольшой город в Македонии, где было зарегистрировано более сотни сайтов с ложными новостями[8]. Значительное количество материала поддерживало Трампа. Одна из самых популярных фальшивых новостей – сообщение о том, что кандидата от республиканцев поддерживает Папа Римский Франциск. Администратор этих сайтов заявил в интервью, что причина, по которой фейковые новости, поддерживающие Трампа, преобладали над информационными сообщениями, которые поддерживали Клинтон, не имеет политического подтекста – просто первые пользовались большей популярностью[9].

До сих пор фальшивые новости, в первую очередь, являются не инструментом политической борьбы, а источником дохода. Авторы таких новостей чаще всего не пытаются склонить на свою сторону общественное мнение, но хотят создать сенсацию, которая привлечет больший трафик. Поскольку сообщения на политические темы, особенно в период таких крупных событий, как выборы, пользуются не меньшей популярностью, чем сплетни про звезд, представители власти часто становятся персонажами фальшивых новостей.

Согласно исследованию Дартмутского колледжа, несмотря на то, что приблизительно каждый четвертый американец во время президентской гонки 2016 года посещал сайты с фейковыми новостями, большая часть таких посещений пришлась на 10% от общего количества респондентов[10]. Именно эти 10% оказались теми, чей идеологический бэкграунд был наиболее консервативным. Следовательно, можно сказать, что их мнение было уже на стороне Трампа.

Современные исследователи массовых коммуникаций все чаще приходят к выводу, что хотя фейковые новости широко распространены, их влияние на общественное мнение невелико, тогда как меры по борьбе с такими новостями могут иметь негативный эффект[11]. Так, социальные сети из удобных для пользователей источников информации могут превратиться в место, где распространяются преимущественно развлекательные и не имеющие общественной ценности материалы.

---

7 *Nelson J.* Is fake news a fake problem. *Columbia journalism review.* 2017: https://www.cjr.org/analysis/fake-news-facebook-audience-drudge-breitbart-study.php

8 *Subramanian S.* Inside the Macedonian fake-news complex. *Wired.* 2017: https://www.wired.com/2017/02/veles-macedonia-fake-news

9 Там же.

10 *Guess A., Nyhan B., Reifler J.* Selective Exposure to Misinformation: Evidence from the consumption of fake news during the 2016 U.S. presidential campaign. *Dartmouth college,* 2018: http://www.dartmouth.edu/Knyhan/fake-news-2016.pdf

11 *Carey B.* 'Fake News': Wide Reach but Little Impact, Study Suggests. *The New York Times,* 2018: https://nytimes.com/2018/01/02/health/fake-news-conservative-liberal.html; *Nelson J.* Is fake news a fake problem. *Columbia journalism review,* 2017: https://www.cjr.org/analysis/fake-news-facebook-audience-drudge-breitbart-study.php

В связи с тем, что западные власти уже не раз обвиняли Россию в распространении ложной информации, деятельность российских интернет-СМИ также может пострадать. Можно говорить о том, что фальшивые новости и стремление различных политических акторов обвинять других в их распространении может привести к ужесточению интернет-цензуры и неоправданной блокировке информативного интернет-контента[12].

Впоследствии это может привести к развитию феномена «пузыря фильтров» – явления, которое отражает современную тенденцию к персонализации интернет-контента. Поисковые системы и социальные сети задействуют технологии, благодаря которым пользователю на основе уже прочитанного и просмотренного предлагают материалы, близкие его предпочтениям. Тем самым он уже не встречает мнение, отличающееся от его точки зрения; от этого его кругозор сужается, и критическое мышление перестает развиваться[13].

Таким образом, фальшивые новости могут иметь сразу несколько целей. Тренд коммерциализации изданий и жесткая конкурентная среда, возникшая с ростом популярности новых медиа, вынуждает публиковать непроверенные материалы, иногда даже заведомо ложные, но имеющие перспективу стать популярными. Поэтому для СМИ публикация фальшивых новостей имеет, в первую очередь, экономическую ценность. Некоторые СМИ создаются исключительно для получения доходов от публикации ложной информации, как, например, македонская «фабрика» фейковых новостей, чьи новости о том, что Ирландия принимает беженцев «режима Трампа», или о том, что Хиллари Клинтон якобы финансирует ИГИЛ, тиражировались некоторыми крупными масс-медиа, минуя должный факт-чекинг, потому что целью издателей было опубликовать новость как можно быстрее.

Несмотря на то, что ложные новости чаще всего публикуются для привлечения внимания читателей (а не с целью повлиять на общественное мнение), они определенно использовались для получения результата, желаемого определенными акторами. Например, в период проведения референдума о членстве Великобритании в Европейском союзе (2016 год) в британских СМИ неоднократно появлялись сообщения о том, какая выгода будет у Великобритании после выхода из ЕС. Одна часть таких материалов ссылалась на прогнозы экономистов и аналитиков, а другая – показывала некоторые цифры как непреложный факт и позиционировалась как инсайдерская информация (например, предполагалось, что после выхода из Европейского союза Национальная служба здравоохранения будет получать 350 тыс. фунтов еженедельно).

Все же говорить о том, что фейковые новости являются полноценным и самостоятельным инструментом пропаганды, нельзя. Скорее, это явление времени, следствие погони СМИ за сверхдоходами и желанием иметь конкурентное преимущество, ведущее к участившимся случаям непрофессионализма и попустительства, нежели к расчетливым манипуляциям сознания.

Заключение

В заключение можно сказать, что термин «фальшивые новости» приобрел гораздо большее влияние, чем само явление. Фейковые новости существовали в разных вариациях на протяжении всей истории человеческой цивилизации и в своей самой примитивной форме не представляют никакой опасности. Игра с фактами, контекстом всегда будет элементом информационной борьбы. Современные СМИ так или иначе всегда ангажированы. То, что приписывают ложным новостям, в той или иной степени может присутствовать и в публицистических материалах качественных СМИ.

Повышенное внимание к фальшивым новостям говорит больше о том, как современное общество потребляет информацию. Консервативно настроенные американцы, желавшие воспринимать сообщения исключительно о своем кандидате, были готовы посещать фейковые сайты, невзирая на то, что написанное там могло не соответствовать действительности. Стремление современного пользователя оставаться в своей зоне информационного комфорта стало основной причиной распространения фальшивых новостей, которые оказались эффективнее в качестве источника дохода от рекламы, нежели как способ получения политических дивидендов.

12 *Nelson J.* Is fake news a fake problem. *Columbia journalism review.* 2017: https://www.cjr.org/analysis/fake-news-facebook-audience-drudge-breitbart-study.php

13 *Weisberg J.* Bubble trouble. *Slate*, 2011: http://www.slate.com/articles/news_and_politics/the_big_idea/2011/06/bubble_trouble.html

References

Alcott H., Gentzkow M. Social media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives.* 2017. Vol. 31(2). P. 211–236. In English