

Орлова А.О.

*Научный руководитель — ст. преподаватель каф. ЭТиМК Е.В.Зеленова  
Муromский институт (филиал) федерального государственного образовательного  
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
E-mail: ana.orlova10@gmail.com*

### **Фейк-ньюс как инструмент формирования картины мира**

Взгляды на мир у каждого человека складываются из личного опыта, наблюдения за окружающими, и, конечно же, при собственном анализе. Но так как мы живём в эпоху информационного общества, где самым распространённым продуктом, потребляемым человеком является информация – нельзя отрицать влияние средств массовой информации на формирование картины мира, отражающей определённую совокупность ценностей. СМИ моделируют события и явления окружающего мира, тем самым активно преобразовывая реальность и формируя новую – медийную реальность.

Медиа-картина отражает процессы постоянного изменения политической, экономической, социальной и культурной реальности, становящейся всё более комплексной, информационно насыщенной и сложной для восприятия и описания [4]. Она формируется как традиционными средствами массовой информации, такими как телевидение, радио, пресса, так и новыми медиа: социальные сети, блогосфера, виртуальные сообщества и др.

В свою очередь, медиа контролируется государством, так как дает право на осуществление медиатеатральности разным компаниям. Становится очевидным, что транслируемая в массы информация контролируется государством. И оно, не стесняясь, манипулирует через медиа общественным сознанием.

Манипуляция базируется на фрагментировании информационного потока, многоканальности и скорости доставки информации. События подаются разнородным потоком, исключая возможность полного понимания и восприятия картины мира в целом, с ее упрощениями и искажениями [2].

В этой ситуации увеличилось количество «поддельных новостей» (или как их ещё называют – «фейковых»). Ложная информация оказывает негативное влияние на сознание аудитории и приводит к нарушению отношений между людьми, принятых норм и правил в обществе, ценностей и традиций. В результате, высокая проникающая способность фейковых новостей, уникальная способность практически мгновенно охватывать большие аудитории, овладевать сознанием людей и управлять им, заставили отнести фейковые новости в разряд «абсолютного оружия» [3].

Фейк-ньюс (от англ. fake «фальшивка») – это информационный вброс, содержащий в себе специально подготовленную информацию заведомо провокационного и резонансного характера. При этом сам фейк может содержать как заведомо ложную, так и истинную (проверяемую) информацию, вырванную из контекста конкретной беседы, разговора или выступления [3]. Его цель – создать ажиотаж вокруг мнимого информационного повода, отвлекая внимание читателей или аудитории от действительно значимых для них событий. Соответственно, намеренное производство подобных новостей является одним из способов манипуляции массовым сознанием.

Механизмы распространения фейковых новостей предельно просты: фейки, содержащие информацию заведомо провокационного характера, оказывающую сильное («взрывное») влияние на эмоциональную сферу граждан, распространяются в обществе так называемым «вирусным» способом – благодаря эффекту «эмоционального заражения». При этом основным инструментом распространения фейковых новостей становятся так называемые «вирусные» технологии, отвечающие за передачу эмоционально окрашенной информации, преобразованной в так называемый «эмоциональный код» [3].

Фейковые новости также могут быть использованы в операциях информационной войны (информационных операциях) с целью перехвата информационной повестки у противника и

подчинения сознания противника своей воле. Так, например, Россия оказалась втянута в информационную войну, развёрнутую Западом и Киевом. В связи с этим спецоперация сопровождается провокациями и множеством фейков.

В пятницу, 8 апреля 2022 года состоялся круглый стол Экспертного института социальных исследований (ЭИСИ) «Информационная война против России: технологии, реакция, результат». Эксперты оценили ход информационной войны, развернутой Западом и Киевом против России, ее цели, промежуточные итоги и влияние на общественные настроения внутри страны.

Результаты социологического исследования, представленные в ходе дискуссии, показывают, что Западу не удастся разрушить ментальный образ государства в сознании россиян. Ключевой эффект информационной войны — не разобщение, а сплочение, наблюдаемое в российском обществе. По данным социологов, порядка 90% граждан фиксируют отдельные проявления информационной войны против России, а 61% респондентов сталкивались с сообщениями, в которых роль страны и российской армии в событиях на Украине презентуется в негативном ключе. Абсолютное большинство опрошенных заявляют, что увиденные материалы являются лживыми. Лишь порядка 10% граждан склонны доверять подобной информации и считать её правдивой. Дискуссия, таким образом, показала, что продолжающаяся информационная война не достигает своих целей. Российское общество не только не разобщается и не деморализуется, а, напротив, демонстрирует сплочение вокруг ключевых политических институтов [1].

Говоря о роли фейк-ньюс в формировании картины мира, следует сказать, что современное медийное пространство функционирует в условиях усиления скорости коммуникационных процессов. В связи с чем происходит стирание границ между фактами и фейками, в результате чего подрывается демократическая система общества, возрастает отсутствие доверия, как к журналистике, так и властным структурам и, что самое важное, усиливается общественная разобщенность и снижается уровень гражданской солидарности.

### Литература

1. «В ЭИСИ обсудили масштабы информационной войны Запада против РФ». [Электронный ресурс], URL: <https://regnum.ru/news/3559615.html> (дата обращения: 09.04.2022)
2. Комаров Е.Н. К вопросу о роли СМИ в формировании медиа-картины мира, [Электронный ресурс], URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-rol-i-smi-v-formirovanii-media-kartiny-mira> (дата обращения: 09.04.2022).
3. Манойло А.В. О современных технологиях вирусного распространения фейковых новостей. [Электронный ресурс], URL: <http://ruspolitology.ru/content/10391/> (дата обращения: 07.04.2022).
4. Рогозина И.В. Функции и структура медиа-картины мира // Методология современной психолингвистики: сб. ст. Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2003. [Электронный ресурс], URL: <https://iling-ran.ru/library/voprosy/2.pdf> (дата обращения: 09.04.2022).