



ЖУРНАЛИСТИКА

Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика. 2024. Т. 24, вып. 2. С. 212–219
Izvestiya of Saratov University. Philology. Journalism, 2024, vol. 24, iss. 2, pp. 212–219
<https://bonjour.sgu.ru> <https://doi.org/10.18500/1817-7115-2024-24-2-212-219>
EDN: DJSIYK

Научная статья
УДК 070.1+[316.37:316.7]

Инаковость индивидуального бытия человека в условиях фейковой реальности

М. Аббуд

Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы, Россия, 117198, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6

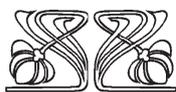
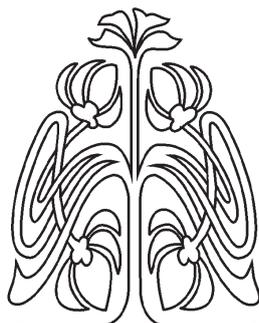
Аббуд Мохаммед Вахаб Аббуд, аспирант кафедры теории и истории журналистики, muhamedaboud19@gmail.com, <https://orcid.org/0009-0006-2309-1824>

Аннотация. В статье рассматривается феномен фейка и его влияние на индивидуальное бытие человека. В условиях тотальной манипуляции общественным мнением происходит ограничение свободы мысли. Задыхаясь от информационного гипер потока, человек утрачивает способность к демаркации истины и лжи. Взяв на вооружение идеологический лозунг «Это совсем другое», признавая важность, оправданность двойных стандартов, фейковая реальность для индивида стала выбором меньшего из двух зол. С одной стороны, истина, свобода и ответственность, что означает по-настоящему быть, но что требует от человека приложения огромного багажа усилий к осмысленному существованию. С другой стороны, девальвация указанных ценностей до уровня «своей правды», благоустроенной несвободы и снижения градуса ответственности до состояния «иметь» или «слыть», что позволяет человеку безболезненно плыть по течению, быть всегда с большинством, не выходить за рамки зоны комфорта. Анализируются данные исследований отечественных и зарубежных авторов, изучающих указанный феномен. Обозначаются ключевые проблемы, связанные с природой фейка, роль средств массовой информации и новых медиа, приводится авторская дефиниция этого понятия. В рамках данной статьи фейк понимается как инструмент идеологической диверсии, выступая маркерной характеристикой текста на предмет его несоответствия истине. Психологические особенности среднестатистического «нормального» человека, продуцирующего ложь и готового принимать ложь за правду, его готовность «бежать от информации», придавать статус истины тому, что является только мнением, некритическое доверие к различного рода экспертам позволяют современному потребителю информации максимально совмещать субъективную оценку реальности с реальностью, созданной всемогущими медиа. Делается вывод о том, что фейк, имея различные формы существования, есть идеологический инструмент манипулирования индивидуальным и надиндивидуальным сознанием, а сам человек оказывается погруженным в новую для него фейковую реальность.

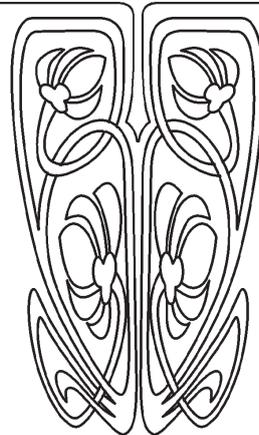
Ключевые слова: фейк, реальность, фейковая реальность, постправда, информация, идеология, человек

Для цитирования: Аббуд М. Инаковость индивидуального бытия человека в условиях фейковой реальности // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика. 2024. Т. 24, вып. 2. С. 212–219. <https://doi.org/10.18500/1817-7115-2024-24-2-212-219>, EDN: DJSIYK

Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0)



НАУЧНЫЙ
ОТДЕЛ





Article

Otherness of individual existence in the context of fake reality

M. Abbud

Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba, 6 Miklukho-Maklaya St., Moscow 117198, Russia
Mohammed Abbud, muhamedaboud19@gmail.com, <https://orcid.org/0009-0006-2309-1824>

Abstract. The article considers the phenomenon of fake and its influence on the individual existence of a person. In circumstances where public opinion is entirely manipulated, the freedom of thought is constrained. Overwhelmed by the excessive influx of information, an individual gradually loses the capacity to distinguish between what is true and false. Having embraced the ideological slogan "This is completely different" and acknowledged the importance, the acceptability of double standards, opting for a fabricated reality becomes a choice of the lesser evil for an individual. On the one hand, there exists truth, liberty, and accountability, which necessitates considerable effort for a meaningful existence. On the other hand, the devaluation of these values to the level of "one's own truth," comfortable conformity, and a reduction in the degree of accountability to the status of "possessing" or "maintaining one's reputation" enables an individual to seamlessly conform to the prevailing consensus, without stepping out of the comfort zone. The data from domestic and foreign researchers studying this phenomenon are analyzed. Key issues related to the nature of fake, the roles of mass media and new media are identified, the author's definition of this concept is provided. In the context of this article, a "fake" is interpreted as a means of ideological manipulation, serving as a defining feature of a text regarding its deviation from the truth. The typical psychological traits of an "average" individual, who generates untruths and is open to accepting them as facts, his/her inclination to "avoid information", attributing truthfulness to what is essentially an opinion, and showing unquestioning faith in diverse experts, enable contemporary information consumers to merge their personal perception of reality with the constructed reality presented by influential media sources. It is concluded that a fake, having various forms of existence, is an ideological tool for manipulating individual and supra-individual consciousness, while individuals find themselves immersed in a new fake reality.

Keywords: fake, reality, fake reality, post-truth, information, ideology, individual

For citation: Abbud M. Otherness of individual existence in the context of fake reality. *Izvestiya of Saratov University. Philology. Journalism*, 2024, vol. 24, iss. 2, pp. 212–219 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/1817-7115-2024-24-2-212-219>, EDN: DJSIYK

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

Информация, не совпадающая с истиной (ложь, заблуждение, неполнота знаний), сопровождает человечество на всем протяжении его эволюционного развития. Удовлетворительные объяснения миропорядка или отдельно происходящих событий со временем утрачивают свое свойство быть знаниями, адекватными действительности. На смену старым знаниям приходят новые, которые, в свою очередь, становятся старыми или устаревшими, и их заменяют на новейшие (подлинные?) знания о реальности.

XXI в. отличается от других столетий многом. Одной из отличительных свойств нашего времени стало молниеносное распространение информации. Сегодняшний индивид буквально живет информацией, купается в ней. Информация закрепила за собой статус ценности самой по себе, и в этих условиях свободный доступ к информации стал одним из критериев приемлемого уровня жизни человека.

Второй отличительной чертой, связанной с феноменом информации, нужно назвать информационный бум, который захлестнул индивидуальное и надиндивидуальные сознания человека и общества. И если, по меткому выражению Эриха Фромма, человек двадцатого столетия осуществлял бегство от свободы [1], предпочитая иметь, а не быть [2], то современный человек бежит сегодня от потока информации, которой становится с каждым днем не только несоизме-

римо больше, но и все чаще и чаще навязывается ему в качестве жизненно важного, необходимого, обязательного. И здесь стоит отметить, что количество (информации), нарушая второй закон диалектики, не переросло в свое качество. Более того, сегодня приходится констатировать, что уровень потребляемого информационного контента, его соответствие объективной реальности варьируется в диапазоне от истины до прямой, неприкрытой лжи.

Погруженный в искусственную среду (вторая природа человека), человеческий индивид определяет свой распорядок дня, сообразуясь с той информацией, которая в его представлении является наиболее существенной и значимой. Немалую долю в формировании его представлений о реальности играют, помимо традиционных СМИ (телевидение, радио, печать), так называемые новые медиа (мессенджеры, социальные сети, видеохостинги, интернет-издания и пр.). Первые (классические СМИ) пытаются быть вторыми (новыми медиа), играя по правилам и на площадках последних. Вторые (новые медиа) все больше осваивают для себя функции создания, упаковки и распространения информации. Но и те, и другие, используя всю мощь интернет-технологий и коммуникаций, стали или остаются для современного человека посредником, проводником (сталкером) в мире политики, экономики, культуры.



Примеряя на себя роль креатора, владыки, медиатора и актора, современные практики журнализма стали не просто управлять общественным мнением, но и формировать его. При этом так называемые независимые, свободные средства массовой коммуникации, являясь по большей части проводниками чьих-либо интересов, все чаще оказываются агитаторами, пропагандистами, манипуляторами общественного мнения. Поэтому актуальной задачей современных исследований СМИ становится изучение феномена фейка (лживых новостей) и способов противодействия им со стороны тех средств массовой коммуникации, которые остаются работать в границах журналистской этики.

Примерно с 2016 г., после президентских выборов в США, в дискурсе повседневности во весь голос заявил о себе феномен «fake news».

Быстро облетев земной шар, слово фейк (и сочетание с этим словом) стало широкоупотребимым термином для обозначения всего, что так или иначе не соответствует реальному положению дел. Приведем небольшой список терминов, составляющих семантическое поле понятия «фейк». Это ложь, обман, подделка, симулякр, манипуляция, фальшивка, ненастоящий, фиктивный (фикция), иллюзия, вымысел, миф, выдумка, фантазия, маскировка, имитация, подражание, искажение, симулирование (симуляция), дезинформация, недостоверность, заблуждение, пропаганда.

Приведенный перечень можно продолжить, включив в него не только термины, несущие негативную оценку происходящего, но и те, что содержат положительную коннотацию и связаны с феноменом фейка по смыслу. Это реальность, истина, факт, событие. Не будет преувеличением сказать, что современные потребители информации, если не ежедневно, то достаточно часто, произносят термин «фейк», характеризуя тем самым свое отношение к информации и степень своего доверия к ней.

Казалось бы, по прошествии нескольких лет такой значимый термин должен быть зафиксирован (четко и однозначно определен) уже на уровне словарных определений. Однако приходится констатировать, что в серьезных, академических словарях такого определения нет. На страницах Википедии термин «фейк» больше связывают, как неологизм, появившийся в русском сегменте интернета, сразу с несколькими смыслами, например, с так называемой фиктивной личностью, ложными новостями, контрафактом и пр. [3]. Словарь синонимов В. Тришина приводит в качестве

аналогичных понятию «фейк» такие термины, как ложь, неправда, обман, подделка, фальсификация [4]. В Словаре современной лексики фейк определяется как подделка, фикция, второй или более зарегистрированный аккаунт, являющийся недостоверной копией аккаунта пользователя [5]. Подделкой, нелегальной копией, определяет фейк Универсальный толковый словарь И. Мостицкого [6]. Собственно, это все словарные определения, которые удалось обнаружить на просторах интернета в свободном доступе.

В чем здесь причина? Почему, являясь широкоупотребимым термином в языковой практике политиков, экономистов, культурологов, критиков, блогеров, экспертов, обывателей и прочих, сам термин остается достаточно неопределенным? Примем за утверждение следующее. Феномен фейка изучается на научном уровне, и изучается достаточно активно. Для подтверждения этого тезиса достаточно обратиться к публикациям отечественных и зарубежных ученых. Например, основная функция фейка – намеренное введение в заблуждение с целью получения политической, финансовой, какой-либо еще выгоды; к такому заключению чаще всего приходят в зарубежных исследованиях, корпус которых на сегодня содержит внушительный объем накопленных знаний [7, 8].

Общепризнанным является тот факт, что у фейка есть предшественники, например феномен «газетной утки», которая, в свою очередь, может быть в статусе юмористического, развлекательного, сатирического новостного события, в то время как фейк – сугубо серьезное, «взрослое» творение. Дорогу фейку пробивает и феномен постправды, постистины (post-truth), т.е. обстоятельств, при которых объективные факты становятся менее значимыми при формировании общественного мнения, а сама истина идет после обращения к эмоциям и субъективных убеждений.

Поиск научных работ в Едином каталоге диссертаций РГБ, находящихся в свободном доступе, показывает, что работ, посвященных в той или иной степени феномену фейка, не так уж и много. По крайней мере, научных исследований, в заглавии которых содержался бы термин «фейк», нет до сих пор. Отметим далее некоторые из них, а также рассмотрим значимые (по мнению автора статьи) журнальные публикации в научных периодических изданиях.

Проводя лингвистический анализ политического медиадискурса Китая, Т. Н. Лобанова описывает структуру, характеристики и дискурсивные практики новых феноменов транслирова-



ния информации – фейка и постправды, заявляя о том, что «феномены постправды (post-truth), фейк-ньюс (fake-news) и сопутствующие ... виртуальные, электронные ... дигитальные войны (digital wars)» появились в научной методологии с 2016 г. [9, с. 34].

Как утверждает Н. Э. Щупкин, термин «фэйк-ньюс» встречается не только в публикациях СМИ, но и в научных работах [10]. Последние акцентируют внимание на проблеме распространения дезинформации в традиционных и новых медиа, когда все более существенным становится то, что выглядит или звучит убедительно, а менее существенным все то, что функционирует в статусе истины (правды). Проблема сегодня стоит настолько остро, что приходится признавать наличие феномена фейк-индустрии, которая девальвирует роль экспертного сообщества, порождает массовое падение уровня доверия к СМИ, обеспечивает жизнеспособность «постправды». Например, большинство пользователей интернета посещают любимые веб-ресурсы, чтобы поднять себе настроение, посмотреть и почитать именно то, что им нравится, а также узнать какие-либо новости. Подавляющее большинство из них знают, что такое фейк, сталкиваются с ним в интернете, однако продолжают некритично потреблять информацию, положительно реагируя на кликбейтные заголовки из области политики, шоу-бизнеса и медицины [10, с. 18].

Более того, значительная доля российских граждан, как показало исследование ВЦИОМ 2022 г., не отличает фейковую реальность от достоверной, не видя разницы между государственными информационными агентствами, тематическими интернет-порталами и записями на стене в социальных сетях [11, с. 12].

Тотальная цифровизация социального пространства, которая привела к свободному транслированию практически любой информации, как это ни парадоксально звучит, породила систему, где событие, которого не было, или искаженное событие (и то, и другое есть фейк) сегодня свободно циркулируют в информационном пространстве без ущерба для себя даже после своего опровержения [12, с. 137]. Ошибки (неумышленное искажение информации) и намеренный обман (так называемые фейки-ошибки, фейки-обманки), возникающие в силу небрежного отношения автора к источникам или явного умысла выгодоприобретения, порождают реальность, удобную как для тех, кто ее создает, так и для тех, кто готов проживать в этой самой реальности.

Фейк – современная дефиниция дезинформации и лжи. Здесь следует выделить «фактоид» – несуществующий факт, который после публикации в формате сведений, описываемых событиями или просто высказываний получает живую реакцию вовлеченной аудитории. Сегодня в силу разгоняющегося процесса фабрикация громких, сенсационных новостей он породил ответную реакцию со стороны различных, но заинтересованных социальных групп, в виде возникновения индустрии фактчекинга [13].

На основе анализа медиаресурса Factcheck.kz, имеющего свой Телеграмм-канал, можно предположить, что сегодняшний потребитель информации встречается с различными видами достоверной и большей частью недостоверной информации, выраженной в формате заявления, высказывания о событии, новости, приведенных данных, цитаты, изображения, съемки или документа. Остановимся на них чуть подробнее.

«Правда» – информация полностью подтверждается открытыми данными, т.е. верификация приведенных фактов может быть проверена из открытых источников. Правда и истина выступают в этом случае в качестве синонимичных понятий.

«Большой частью правда» – высказывания и иные форматы информации содержат некоторую долю неточности, округление цифр, устаревшие или неактуальные данные, но в целом не искажают объективную картину восприятия какого-либо явления.

«Техническая ошибка» – автор сообщения в силу невнимательности совершил неточность (допущена ошибка в конкретной цифре или данных), но в целом источники проверяемы, легко находятся, текст логичен и не содержит иных противоречий. Стоит заметить, что до определенного времени техническая ошибка на этом ресурсе носила название «полуправда».

«Ложь» – данные не подтверждаются из надежных и/или открытых источников, носят характер антинаучных высказываний, в тексте присутствуют неверное представление информации, устаревшие данные, заявление сделано на основе сфальсифицированных или несуществующих данных, т.е. прямая констатация факта, что информация не соответствует действительности. Ложь здесь выступает как антипод истины.

«Манипуляция» – в таких публикациях данные вырваны из контекста, «бьют» по чувствам, не инициируют обращения к логике, факты преувеличены или их роль преуменьшена. Такие сообщения могут оказывать влияние на общественное мнение, повышают или понижают



статус персоналий, ограничивают читателя в доступности к первоисточнику информации; подлинные данные перемежаются с ложными; приводятся «сырые», непроверенные данные; сами заголовки сообщений являются кликбейтными (так называемые желтые заголовки, цель которых привлечь внимание с целью увеличения количества просмотров).

«Сатирические новости» – первоисточник информационного контента является проектом, специализирующимся на публикации сатирических, юмористических, выдуманных сообщений. Потребляемая информация сопровождается дисклеймером (предупреждением), который явно обнаруживается в самой публикации, в описании сайта, профиля аккаунта. То есть потребитель информации предупрежден о статусе публикации. Другое дело, что перепечатка подобных сообщений очень часто опускает указанный дисклеймер, что и вводит последующую аудиторию в заблуждение.

«Развод» – вводящая в заблуждение публикация, направленная на раскрытие пользовательской информации, банковской тайны, стимулирование приобретения ненужных товаров и пр.

«Не доказано» – информация носит спорный характер, нет возможности опровергнуть или доказать ее, она непроверяема в силу закрытости источников, сложности методологии, верификации и прочих обстоятельств.

Наконец, «фейк» – абсолютно ложная история, затрагивающая общественно значимые темы, созданная для массового распространения в целях увеличения трафика, дискредитации или обеливания кого- или чего-либо. У такого сообщения, как правило, отсутствует подлинный автор, его невозможно установить, так же как и первоисточник, но можно установить проводников и уровень ретрансляции [14].

Как видим из приведенного списка, фактчекеры разводят между собой понятия «фейк», «ложь», «манипуляция».

В рейтинге достоверности ресурса «Проверено.Медиа» ранжирование информации на достоверную и недостоверную оказывается еще более значительным. Информация делится на: Правду, Большею частью правду, Скорее всего, правду, Неправду, Большею частью неправду, Скорее всего, неправду, Полуправду, Эту не точно, Вырванную из контекста, Неверную атрибуцию цитаты, Верную цитату, Искраженную цитату, Сатирическую новость, Легенду, Мошенничество, Заблуждение, Фейк. Здесь фейк – ложный факт или утверждение, в основе

которого лежит намеренный подлог, фальсификация. Злая воля (намеренный подлог) отличает его, таким образом, от Неправды, которая также есть ложный факт или утверждение [15].

Данные примеры показывают нам стремление фактчекеров отграничить феномен фейка от неправды или лжи. Насколько оправданна такая градация, покажет время, но определение последних как преднамеренное искажение истины явным образом делает фейк и ложь (неправду) «единоутробными» сущностями.

Один из русскоязычных ученых, работающих за рубежом, утверждает, что такие стороны жизни человека, как мораль, промышленное производство, культура, косметика, информация, геополитика и прочие, абсолютно потонули в фейках, редуцируя объективную реальность для человека в фейковую реальность: «...люди в современных промышленно развитых странах живут в фейкореальности» [16]. Психологическая особенность человека – использовать фейки для личной выгоды, продуцируя нарратив, в котором укоренено моральное фарисейство, давление обстоятельств или мнимое нахождение вне морали (по ту сторону добра и зла), если эта выгода будет превышать ущерб от наказания.

По мнению ученого, именно эта психологическая склонность сознания человека фундирует фейковую реальность, в которой желает пребывать индивид. Этому способствуют коренные изменения европейской культуры двадцатого столетия, когда были поставлены под сомнения два основополагающих принципа восприятия реальности, а именно признание того, что сознание человека отражает объективную реальность, и того, что хранилищем полученных данных являются символы. Реализм и символизм, за которыми стояли вера и обычная мораль, стали заменяться философией субъективизма, проникшей глубоко в культуру и выдавшей своеобразную индульгенцию на нарушение морально недопустимого искажения реальности. Как кажется, «морально недопустимое искажение реальности», как ничто лучше, характеризует фейк и более широко – фейковую реальность.

Появилась реальность по собственным правилам, признание мира симулякров (образы без оригинала или, по Платону, копия тени) гиперреальностью превратила реальность в фейковую. Завершил дело переход человека от символического контакта с реальностью к образному, виртуальному контакту с ней. Последний тип контакта непосредственно влияет на эмоции и блокирует критическое мышление. Отсюда мас-



совый отказ от чтения (символическое освоение реальности) в пользу поглощения информации в виде клипа, мультяшных сериалов, коротких видеосюжетов и пр.

Стоит отметить, что «реальность» в работах отечественных ученых изучается в различных ее аспектах. Реальность выделяют информационную, коммуникативную, социальную, социокультурную, правовую, антропологическую, объективно-виртуальную (виртуальную), дополненную, смешанную и даже цветовую. Поэтому фейковая реальность есть одна из сторон субъективной реальности человека. Главное, что следует помнить, – реальность обязывает, фундирует человека на совершение поступков.

В этом смысле представляет интерес работа А. А. Черняк, который рассматривает проблему реальности как основание поступка. Фундаментальной чертой современности, по мнению автора, является плюрализм, который стоит на пути формирования единой картины мира. Совершение должного (поступка) предшествует знанию об этой реальности. Решимость на должный поступок заключается в готовности действовать в пользу другой экзистенции [17].

При этом, однако, не следует забывать, что фейковая реальность остается полем тотальной манипуляции индивидуальным и надындивидуальным сознанием. В диссертационном исследовании «Манипуляция сознанием» М. Ф. Сиразетдинова отмечает, что проникновение СМИ и коммуникации в личное и социальное пространство, глобализация (и деглобализация? – автор) все более приводит к тому, что диалоговое взаимодействие и углубление взаимопонимания находит применение, главным образом, в сфере реализации интересов частных субъектов. Автор высказывает мысль о том, что технологии манипуляции сознанием совершенствуются и в сегодняшних условиях применяются целенаправленно, в то время как проблема возрастающей интенсивности манипулятивного воздействия на сознание тесно связана с противоречиями общественной жизни. При этом фиксируется, что теоретическая неразработанность проблемы манипуляции негативно сказывается на решении практических проблем взаимоотношений личности и общества [18].

Исследователь доказывает, что манипуляция сознанием представляет собой целенаправленное скрытое психологическое воздействие, редуцирующее целостность манипулируемого к объекту и одновременно симулирующее его субъектность. Последнее замечание, как думается, очень важно для понимания природы фейка, где фейк

может характеризоваться уже как морально недопустимое искажение реальности, при котором субъективная реальность подменяет собой реальность объективную.

М. Ф. Сиразетдинова выделяет две группы основания для возможности манипуляции: антропологические и социальные, в которых существуют уровни универсально-общие и специфически-особенные. Этапами манипуляции являются: 1) обход сознательного контроля; 2) внедрение нерелексируемых идей в сознание; 3) взаимодействие привнесенного содержания с бессознательными структурами; 4) изменение сознательной активности в ожидаемом (для манипулятора) направлении [18].

Автор также отмечает, что манипуляция может играть как положительную, так и отрицательную роль в становлении личности и воспроизводстве социального. В современном обществе технологии манипуляции проникли во все сферы общественной жизни, приобрели системный характер воздействия на индивидуальное и надындивидуальное сознание. Предпочтительной альтернативой манипуляции, по заверению автора исследования, является внутренний диалог и введение диалогического принципа в повседневные общественные отношения.

К сказанному остается добавить следующие соображения, которые в рамках данной статьи носят гипотетический характер.

При анализе феномена фейка, с последующей дефиницией этого понятия, для начала нужно определить, какие берутся основания для анализа указанного феномена. Иными словами, как должен восприниматься фейк: как отдельно взятый самостоятельный предмет (явление, феномен, сущность), или разговор должен идти о качестве такого? Как видится, в первом случае существует проблема гипостазирования понятия с последующим отрывом от возможности его объективного исследования. Поэтому следует говорить о фейковых новостях, а не о новостных фейках. В этом случае придается изначальный смысл англоязычному «fake news» – ложные (лживые) новости. Ложь, как мы помним, намеренное искажение истины.

Далее, фейк следует считать феноменом идеологическим. Идеология, во-первых, есть система убеждений, ценностей и политических взглядов, определяющих общественное (миро)воззрение и дающая ориентиры для действий; во-вторых, идеология есть совокупность теоретических концепций, использующихся для объяснения, описания и оправдания социальных явлений, а также формирования



политических, экономических и культурных убеждений; в-третьих, это совокупность установок, которые определяют отношение человека к миру, его мировоззрение и ценностные ориентиры. Такие установки влияют на его поведение и действия в обществе.

Согласиться с тем, что фейк есть идеологический инструмент, можно, если принять очевидный факт идеологического многообразия и идеологической дисперсии в любом современном обществе, в котором консервативная (коммунистическая, либеральная, анархистская и др.) идеология вполне уживается в одном и том же сознании индивида, например, с идеологией потребления, иждивенчества, автономного существования и пр. Задача любой идеологии – оправдать существующее положение вещей (в первую очередь, социальных отношений) или указать путь их обновления либо исправления таких отношений. Поэтому фейк в самом широком смысле был и остается идеологическим инструментом.

Способов донесения фейковой информации достаточно много, но все их можно свести к следующему положению. Любой фейк, как и любая информация, есть текст. Даже графические изображения, рисунки требуют некоего пояснения, а значит, содержат в себе определенный пояснительный или сопроводительный текст. Появление так называемого *deep fake* (глубинный, глубокий фейк), который мог возникнуть исключительно в связи с развитием широкополосного интернета, компьютерных технологий, программного обеспечения и применения искусственного интеллекта, также является дальнейшим развитием способа подачи текстовой информации, а не возврата к первобытному состоянию сознания дотекстовой эпохи, являясь еще более действенным способом (чем «чистый» текст) донесения смыслов до аудитории.

Рабочей дефиницией фейка становится в этом случае один из аспектов, а именно фейк как инструмент идеологической диверсии, выступающий маркерной характеристикой текста на предмет его несоответствия истине.

Кто использует подобный инструментарий и какие цели преследуются при этом, это уже тема отдельного разговора, вторичного по отношению к феномену фейка. Например, блогер использует фейк для привлечения аудитории и увеличения количества просмотров; правящая партия берет его на вооружение, чтобы объяснить социальные противоречия наличием внешних и внутренних врагов; крупная фармацевтическая корпорация делает ставку на фейк с целью отстроиться от

своих конкурентов и т.д. То есть границы использования фейка разрослись настолько, что можно с полным правом говорить о феномене фейковой реальности.

Основными чертами фейковой реальности выступают следующие черты. Это сугубо искусственное образование, относится к духовной (нематериальной) сфере жизнедеятельности человека, имеет опосредованное отношение к реальности, осваивая последнюю через информацию о ней. Погруженный в информационную среду, человек «видит» правду (но не истину) через призму своих убеждений, с готовностью воспринимая ложную или искаженную версию реальности. В условиях тотальной манипуляции общественным мнением в такой реальности происходит ограничение свободы мысли. Задыхаясь от информационного гиперпотока, человек утрачивает способность к демаркации истины и лжи. Взяв на вооружение идеологический лозунг «Это совсем другое дело», признавая важность, оправданность двойных стандартов, фейковая реальность для индивида стала выбором меньшего из двух зол: с одной стороны, истина, свобода и ответственность, что значит по-настоящему быть; с другой стороны, девальвация указанных ценностей до уровня «своей правды», комфортной несвободы и снижения градуса ответственности до состояния «иметь» или «слыть». Как итог, человек смирился с морально допустимым искажением реальности.

Таким образом, фейк как понятие воспринимается многомысленно. Человек эпохи информационного общества понимает под ним ложь, неправду, частичное искажение истины, юмористическое сообщение, подделку, дезинформацию и пр. Фейк как термин закрепился в дискурсе повседневности и стал объектом научных исследований как за рубежом, так и в работах российских ученых. В более узком значении главной функцией фейка называется намеренное введение в заблуждение потребителя информационного контента с целью извлечения политической или экономической (финансовой) выгоды. Львиную долю в формировании и устойчивое функционирование фейковой реальности вносят традиционные СМИ, а также новые медиа.

В современных условиях человек постепенно утрачивает связь с реальностью. В ситуации избыточного потребления информации он становится объектом манипуляции различных сил. Виртуальная реальность (информационные симулякры) все более подменяют реальность подлинную, аутентичную, превращаясь для человека в реальность фейковую.



Причин для этого несколько. Это и психологические особенности среднестатистического «нормального» человека с его внутренней готовностью продуцировать ложь и принимать ложь за правду. Это и его готовность к «бегству от информации» (свободы) в условиях гиперпоточности последней. Это и придание статуса истины и правдивости мнению в условиях укоренившейся постмодернистской концепции множества истин. Это и легализация, придание легитимности квази-экспертам, различного рода паранаучным деятелям, чья экспертность определяется количеством подписчиков в социальных сетях. Это и усиливающаяся девальвация научного экспертного сообщества.

В создавшихся условиях человек все больше утрачивает способность отличать правду от лжи, отказывается от попыток постижения истины, признает ее множественность или относительность, выстраивает для себя такой конструкт жизнедеятельности, в котором субъективная оценка реальности будет максимально совпадать с реальностью, созданной всемогущими медиа.

Список литературы

1. Фромм Э. Бегство от свободы. М. : Академический Проект, 2007. 271 с.
2. Фромм Э. Иметь или быть. М. : АСТ, 2007. 126 с.
3. Фальшивые новости // Википедия. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Фальшивые_новости (дата обращения: 12.06.2023).
4. Фейк / Словарь синонимов ASIS. В. Н. Тришин. 2013 // Академик.ру. URL: https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_synonims/387676/фейк?ysclid=lsd7y1wj3u510048973 (дата обращения: 02.06.2023).
5. Словарь современной лексики, жаргона и сленга. 2014 // Академик.ру. URL: <https://argo.academic.ru/5518/фейк> (дата обращения: 05.06.2023).
6. Фейк / Универсальный дополнительный практический толковый словарь. И. Мостицкий. 2005–2012 // Академик.ру. URL: https://mostitsky_universal.academic.ru/5720/фейк?ysclid=lsd9ir7l8o339965681 (дата обращения: 31.05.2023).
7. Ecker U. K. H., Lewandowsky S., Cook J., Schmid P., Fazio L. K., Brashier N., Kendeou P., Vraga E. K., Amazeen M. A. The psychological drivers of misinformation belief and its resistance to correction // *Nature Reviews Psychology*. 2022. № 1. P. 13–29. <https://doi.org/10.1038/s44159-021-00006-y>
8. Pennycook G., Rand D. G. The Psychology of Fake News // *Trends in Cognitive Sciences*. 2021. Vol. 25, iss. 5. P. 388–402. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2021.02.007>
9. Лобанова Т. Н. Лингвистический анализ китайского политического медиадискурса: структура, характеристики и дискурсивные практики : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Мытищи, 2020. 48 с.
10. Шупкин Н. Э. Специфика распространения фейковых новостей в интернете (на примере г. Волгоград) // *Наука и мир*. 2023. № 5 (117). С. 17–18.
11. Гафиатулина Н. Х. Влияние фейковой реальности в пространстве массовой коммуникации на социальное здоровье // *Актуальные проблемы моделирования, проектирования и прогнозирования социальных и политических процессов в мультикультуральном пространстве современного общества : материалы VI Всерос. науч. конф. (с междунар. участием) молодых ученых. Ростов-на-Дону : Фонд науки и образования, 2022. С. 9–13. EDN: MPPKQA*
12. Скобелева В. В., Трепалина Н. Е. Проблема точности и объективности информации в эпоху цифровизации информационного пространства // *Новые тренды журналистики и медиакommunikаций / отв. ред. Д. В. Неренц. М. : РГГУ, 2022. С. 135–139.*
13. Новиков Р. И. Победители реальности: генезис фейковых новостей // *Евразийское Научное Объединение*. 2021. № 7–3 (77). С. 206–209. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5168554>, EDN: HEHWGC
14. Что означают наши вердикты // *Factcheck.kz*. URL: <https://factcheck.kz/f-a-q/> (дата обращения: 13.06.2023).
15. Рейтинг достоверности // *Проверено.Медиа*. URL: <https://clck.ru/34pw5A> (дата обращения: 31.10.2022).
16. Субботский Е. В. Фейкореальность. Наша жизнь в мире симулякров // *Психологическая газета*. URL: <https://psy.su/feed/10465/?ysclid=lsd9qjcm2e731988796> (дата обращения: 07.06.2023).
17. Черняк А. А. Проблема реальности как основания поступка: экзистенциально-феноменологический подход : автореф. дис. ... канд. филос. наук. Екатеринбург, 2016. 29 с.
18. Сиразетдинова М. Ф. Манипуляция сознанием: социально-философский анализ : автореф. дис. ... канд. филос. наук. Уфа, 2016. 22 с.

Поступила в редакцию 10.09.2023; одобрена после рецензирования 25.10.2023; принята к публикации 05.02.2024
The article was submitted 10.09.2023; approved after reviewing 25.10.2023; accepted for publication 05.02.2024