

ОТЛИЧИЯ ПРАВДИВОЙ ИНФОРМАЦИИ ОТ ЛЖИВОЙ В СОВРЕМЕННЫХ СМИ

Научная статья

Заславнов Д.А.^{1,*}

¹ Донской Государственный Технический Университет, Шахты, Российская Федерация

* Корреспондирующий автор (zaslavnov[at]gmail.com)

Аннотация

Проблема лжи (обмана) всегда занимала важное место в социальной жизни и сознании людей, получая теоретическое осмысление в философско-этических и религиозных учениях, в таких науках, как этика, логика, психология. Ложь является уникальным феноменом социальной действительности и социокультурных традиций.

В настоящее время ложь присутствует во всех аспектах человеческих взаимоотношений, в тех или иных пропорциях.

Вследствие чего возникает естественная потребность в определении и отделении «фальшивой» информации от достоверной с целью поиска, установления и сохранения истины. Этот вопрос является жизненно и социально важным не только для политических организаций, но и для обычных пользователей сети, читающих новости и стремящихся быть в курсе не только политических событий, но и современных тенденций развития общества вообще.

В данной статье даются определения таких понятий, как ложь, обман, фейк. Приводится и показывается на примерах материалов видеоблогов, посвященных автотранспортной тематике, ряд отличительных характеристик правдивой информации от ложной.

Ключевые слова: ложь, обман, видеоблог, фейк, отличия правдивой информации от ложной, признаки правдивой информации.

DISTINGUISHING OF TRUE AND FALSE INFORMATION IN MODERN MEDIA.

Research article

Zaslavnov D.A.^{1,*}

¹ Don State Technical University, Shakhty, Russian Federation

* Corresponding author (zaslavnov[at]gmail.com)

Abstract

The problem of lies (deception) has always occupied an important place in the social life and consciousness of people, receiving theoretical understanding in philosophical, ethical and religious teachings, in such sciences as ethics, logic, psychology. Lie is a unique phenomenon of social reality and sociocultural traditions.

Today, lies are present in all aspects of human relationships in various proportions.

As a result, there is a natural need to identify and separate a «false» information from a reliable one in order to find, establish and preserve the truth. This issue is significantly important not only for political organizations, but also for ordinary users of the web for reading the news and being aware of not only political events, but also modern trends in the societal development in general.

This article defines such concepts as lies, deception, fake. Some distinctive characteristics of truthful and false information are given and shown in examples of video blogs about automobile transportation.

Keywords: lies, deception, video blog, fake, distinguishing true and false information, signs of truthful information.

Введение

Проблема лжи (обмана) всегда занимала важное место в социальной жизни и сознании людей, получая теоретическое осмысление в философско-этических и религиозных учениях, в таких науках, как этика, логика, психология.

Однако до сих пор данная проблема еще недостаточно изучена. Философы зачастую рассматривают особенность проявления лжи как неотъемлемую составляющую человеческих коммуникаций. «Ложь проникла во все сферы человеческого бытия, люди не только создают для лжи беспристрастные возможности, но и имеют ложь одним из своих начал, нет такого вида социальной деятельности, где бы ни встречался обман», — считает современный исследователь феномена лжи Д.И. Дубровский [2, С. 22].

Ложь является уникальным феноменом социальной действительности и социокультурных традиций. Современный социолог Н. Смелзер справедливо отмечает, что в таких институтах общества, как государство, экономическая система, политические связи, семья, средства массовой информации и т.д., феномен лжи проявляется в результате их коммуникативности [8, С. 589].

Далее, взглянем на определения данного феномена. Определения терминов лжи, обмана, неправды можно найти, прежде всего, в трудах философов и психологов, а также в толковых словарях.

Ложь – это прежде всего действие, которым человек вводит в заблуждение окружающих. Акт лжи человек совершает умышленно, без предварительного уведомления о своих целях. Со стороны жертвы отсутствует отчетливо выраженная просьба не раскрывать неправды [10]. В толковом словаре В.И. Даля можно найти следующее определение данного понятия: «Ложь - то, что солгано, слова, речи, противные истине. Лгать - врать, говорить или писать ложь, неправду, противное истине» [1, С. 241].

Обман – это дезинформация, ложное сообщение, которое передается определенному человеку или определенной группе лиц. Обманутый человек принимает за истинное, подлинное, верное, справедливое, правильное, прекрасное (и наоборот) то, что таковым не является. Понятие обмана логически противостоит понятию правды. Что касается определения неправды, то оно несколько шире понятия «ложь». Прежде всего, неправда – это намеренная ложь. Однако неправдой также является и непреднамеренное заблуждение, и хитроумная фальсификация, и утонченное лицемерие, и ханжество окультуренного обывателя, и «правда» предыдущего исторического этапа [2, С. 14].

В трудах Пола Экмана понятию обман дается следующее определение: обман – это всегда умышленное действие. Если же человек лжет ненамеренно, пусть он и говорит неправду, его нельзя назвать лжецом. Понятия «ложь», включает в себя не только искажение или подмену истины (сообщение ложной информации), но и сокрытие правды (умолчание о чем-либо существенном в данной ситуации). [10, С. 4].

Обман, как намеренное действие чаще всего выражает эгоистическое обособление, разрыв, нарушение общности, недоверие, враждебные отношения к другим или неподлинное общение, в котором доминируют прагматические цели. Лживость есть порок, который разрушительно влияет на всякую добродетель [2, С. 15].

Обман – защиты собственных интересов. По своей природе она является безнравственной. При обмане лишь создается видимость соблюдения нравственных и других социальных норм [9, С. 96].

Обман – ложное, неверное сообщение, которое обладает способностью ввести в заблуждение того, кому оно адресовано. Однако следует различать обман, как действие субъекта, который преследует определенные интересы, и обман, как результат, т.е. как действие, которое достигло своей цели, так как зачастую это действие оказывается неэффективным: обман можно распознать, разоблачить [2, С. 11].

Таким образом, можно сделать вывод, что понятия ложь, обман и неправда разделяются и рассматриваются психологами как отдельные категории с разными функциями. Но в целом, несмотря на разнообразие понятий, можно выделить одну главную характеристику – это искажение правды с целью личной выгоды.

В современных СМИ ложь реализуется в виде фейка. Фейк – это замаскированная под правду полностью или частично ложная новость [3], [4], [6], [7].

Проблеме лжи и фейков в СМИ посвящены работы таких авторов, как Ильченко С. Н. «Фейковая журналистика. Спецкурс: учеб. Пособие», Распопова Е. С. «Фейковые новости: информационная мистификация: учеб. Пособие», Пономарева Н. Ф. «Фейковые новости в информационной войне», а так же Дмитрия «Goblin'a» Пучкова «Как нас обманывают СМИ. Манипуляция информацией».

В вышеупомянутой работе С. Н. Ильченко и Д. Пучкова уделяется внимание проблеме лжи и правды в журналистике, свойствам фейка, а так же отличиям таких понятий, как манипуляция, агитация, пропаганда и реклама между собой. В данной работе предлагается следующее определение понятия фейк: «Фейк – это опубликованное в СМИ журналистское сообщение, которое содержит непроверенную, недостоверную информацию. Данная информация не соответствует реальным фактам и эмпирической действительности» [5].

Основные результаты

В предыдущей статье [3] был рассмотрен внешний облик фейка, и основное внимание было уделено именно характерным отличительным признакам именно ложной информации по отношению к правдивой. В данной же статье мы подробно рассмотрим наоборот – отличия и характерные черты именно правдивой информации по отношению к ложной. Данные признаки показаны на материале видеоблогов, посвященных тематике автотранспортных средств.

Признаки достоверной информации:

1. Описание реальной ситуации. («Это денюжки, за УАЗик. Нет, мы не скажем сколько. Мы просто показываем, что мы его покупаем – не отняли, ниче, мы его покупаем» [11]. В данном фрагменте неподготовленной устной речи видеоблоггера из видео освящается факт покупки ретроавтомобиля, что также показывается и на видео, в качестве наглядного доказательства).

2. Использование конкретных имен, фамилий, ссылок на лица и организации, предоставляющие информацию («... там где приемник лежал в коробке, я нашел вот такую тетрадь. В которой хозяин вот таким вот почерком переписал всю инструкцию по эксплуатации этого автомобиля. Такой вот самиздат, представляете? Просто каллиграфическим почерком все переписано. И так вся тетрадка ... Вот, и посередине этой тетрадки, я обнаружил вот такой листок. Это интересный артефакт, вот такая вот справка. А. Выдана правлением Рязанцевского сельпо, а, Луговскому Николаю Николаевичу, в том что он, что... в том, что им куплена в Рязанцевском сельпо автомашинка Москвич 403, двигатель, шасси, кузов. Вот такая вот справка, представляете? 2 декабря 64 года. Ну, на самом деле по номеру там понятно, что машина ноября месяца 64 года. Ну, вот такой вот интересный артефакт» [12]. В данном случае, речь идет о первом хозяине автомобиля москвич 403ИЭ и информации, которая содержится в его тетради. То, что речь идет не о вымышленной и придуманной «какой-то» там личности доказывается документом, удостоверяющим факт покупки автомобиля. А также и личной информации о владельце, которая содержится в данной справке. Достоверность, в свою очередь, справки показывает совпадающий с содержащейся в ней номер кузова автомобиля на самом автомобиле).

3. В случае видеоблога – наглядность информации. («Самым ярким в фургоне является задняя дверь. Она состоит из двух половинок. Это показатель того, что автомобиль ранний. Так как позже появилась односторчатая с газовыми упорами. Механика! Про герметичность говорить не приходится. Да и пирожкам то пофиг, они не дышат. Но! Конструкторы все равно учли особенности конструкции, аэродинамику и сместили выхлопную трубу в бок. Бак остался снизу, в попе» [13]. В данном случае наглядное описание автомобиля сопровождается соответствующим видеорядом, который показывает, о чем идет речь в данный момент).

4. Развенчание, разоблачение ярлыков и стереотипов, описание фактов реальных, использование исторических справок. («Итак, 434-ый является прямым потомком 427-го, который ведет свою родословную.. стоп. Все они являются прямыми потомками 408-го. От этого и внешность понятная и узнаваемая. 408-й был очень модным парнем и за границей крайне популярным. Лыбтесь-лыбтесь. Да, советское ведро было очень популярно. Но то было давно. Так вот, из 8-го по наработанной схеме и стали делать фургоны. Но сначала делали универсалы. Ну простите, я же должен об этом рассказать. Так вот, универсал на базе 408-го был 426-й – это ясно? Унификация была высочайшая! Главное

отличие – крыша там, дверь. Вы запутались? Этот гробик уже на базе 412-го. Забывайте про 408-й» [13]. В данном фрагменте автор разоблачает стереотип о том, что в СССР были ужасные автомобили – «Советское ведро», в частности марки «Москвич», и доказывает это приведением реально существующих фактов. Автомобили марки «Москвич» были очень популярны за границей, выпускались под брендом Scaldia и Moskvitch Elite, пользовались успехом. В 1969 году из 101836 выпущенных Москвичей, Советский Союз покинуло 64767 машин. Успех данного автомобиля также подтверждался неоднократным признанием прекрасного дизайнера и победами на спортивных соревнованиях).

5. Преобладание естественных эмоций автора, его отношения к предмету видеоблога. Здесь имеют место как положительные, так и отрицательные оценки автором предмета его обзора, радость и огорчение, обзор объекта с разных сторон и точек зрения. Фейковую же информацию характеризует фальсификация фактов и событий, где в подаче информации доминирует нагнетание обстановки и пессимистический тон повествования. («Блин, это такое ощущение, я не знаю, вот хозяин этой машины, вот, есть ему смысл завидовать, понимаете... Никому не упали все вот эти кроссоверы, вся эта пыль. И главное, он в таком хорошем состоянии, ты садишься на эту машину, слушай, и вот, не то чтобы слезы наворачиваются, но трогает, это очень трогательная тачка. Прямо до глубины души. Ну круто!» [14]. Автор описывает свои ощущения от поездки на автомобиле, на видео видно, что автора действительно растрогала данная поездка. Цели и причины фальсификации и подмены каких-либо фактов или ощущения отсутствуют).

6. Реальность, действительность и общеизвестность предмета, о котором идет речь. В случае исследуемых видеоблогов – описание реальных, существующих автомобилей, представленных в видео. («...Звук. Чем отличается 433 Москвич от 434-го? Только двигателем и коробкой. На 33-м от 408-го Москвича. У нас же – УЗАМ 412, ровесник мамонтов. Только мамонты умерли, а УЗАМ – нет...» [13]) В данном видео речь идет не о «сенсационном», редком и уникальном объекте, который можно фальсифицировать или выдать другой объект за него. Здесь речь идет конкретно о реально существующем и всем известном автомобиле Москвич-434. Данные автомобили общеизвестны широкому кругу лиц, а так же всегда есть возможность сравнить повествование с реальными фактами и характеристиками предмета видеоблога).

7. Модель построения самого блога и его заголовки не соответствуют модели «жесткой новости». То есть не претендуют на обладание «сенсационным» характером и обликом. «Жесткая новость» – это термин журналистики. Это новость с громким заголовком [3]. Она отвечает на вопросы: Что? Где? Как? Когда? Почему? и т.д. (Пример заголовка: «Тест драйв Москвич 412» [14]). По названию видео мы можем убедиться, что речь будет идти не о чем-либо вымышленном, нереальном или поддельном. Само видео посвящено не «журналистским сенсациям», а именно тест-драйву и обзору автомобиля).

Остается ответить на очень важный вопрос «Почему фейки и ложь так широко распространены в медиапространстве и обществе?»

Если обратиться к психологии и рассматривать ложь в качестве инструмента, то можно сформулировать следующий вывод.

Ложь – это средство защиты и реализации интересов отдельных личностей, групп, классов, народов и государств. Обман – это одна из форм проявления социальных противоречий. Обман выражает эгоистическое обособление, конкуренцию, неподлинное объединение, всевозможные способы достижения интересов и целей с помощью других, за счет других или вопреки желаниям других. Ложь, по своей сути, явление социальное. Человек лжет главным образом другому человеку и другим людям. И даже в том случае, когда человек лжет самому себе, он, сознательно или нет, имеет в виду других. Человек играет роль перед самим собой, чтобы потом играть эту роль перед другими.

Заключение

В заключение подведем следующие итоги:

– Фейк – это поддельная информация. Она маскируется под настоящую, правдивую информацию, и тем самым обманывает людей;

– В данной статье показаны характерные свойства правдивой информации. Знание данных свойств поможет отличить вымысел и дезинформацию от информации настоящей, достоверной, и избежать обмана.

Благодарности

Профессору кафедры «Мировые языки и культуры»,
Доктор. филол. н., профессор Матвеева Галина
Григорьевна

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование. Но рецензент или автор статьи предпочли не публиковать рецензию к этой статье в открытом доступе. Рецензия может быть предоставлена компетентным органам по запросу.

Acknowledgement

The author expresses their gratitude to Professor of the Department of «World Languages and Culture», PhD in Philology, Matveeva Galina Grigorevna

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are peer-reviewed. But the reviewer or the author of the article chose not to publish a review of this article in the public domain. The review can be provided to the competent authorities upon request.

Список литературы / References

1. Заславнов Д.А. Внешний облик фейкового сообщения / Д.А. Заславнов // Russian Linguistic Bulletin. - 2021. - №2 (26). - URL: <https://rulb.org/archive/2-26-2021-june/vneshnii-oblik-feikovogo-soobshcheniia> (дата обращения: 14.07.2022). - DOI: 10.18454/RULB.2021.26.2.14
2. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка в 4-х тт (мал.) / В.И. Даль - Москва: АСТ, 1955. - Т. 2.

3. Дубровский Д.И. Обман. Философско-психологический анализ. / Д.И. Дубровский — М.: Изд-во РЭИ, 1994. — 117 с.
4. Ильченко С.Н. Фейковая журналистика. Спецкурс : учеб. пособие / С.Н. Ильченко. — Москва; Берлин : ДиректМедиа, 2019 – 370 с.
5. Ильченко С.Н. Как нас обманывают СМИ. Манипуляция информацией/ С.Н. Ильченко, Д.Ю. Пучков – Санкт-Петербург: Питер, 2019 – 260 с.
6. Пономарев Н.Ф. Фейковые новости в информационной войне / Н.Ф. Пономарев // Филология в XXI веке. — 2019. — № 2 (4). — С. 54—64.
7. Распопова Е.С. Фейковые новости: информационная мистификация: учеб. пособие / Е.С. Распопова, Е.Н. Богдан. — Москва: Аспект Пресс, 2018 – 112 с.
8. Смелзер Н. Социология. / Н. Смелзер — М.: Феникс, 1994. — 688 с.
9. Щербатых Ю. Искусство обмана. Популярная энциклопедия / Ю. Щербатых - Москва: Эксмо, 2005. - 720 с.
10. Экман П. Психология лжи. Обмани меня, если сможешь / П. Экман - СПб: Питер, 2010. - 159 с.
11. Юрий Гагельсторм и Алексей, Ретрорембаза – РРБ Гараж. Новая гаражная находка. Первый гражданский УАЗ. / Youtube.com - URL: <https://youtu.be/8dhhgDOcfZA> (дата обращения: 22.04.2022)
12. Станислав Цибульский. Москвич на Москвичах - Проект завершен! Реставрация Москвича-403ИЭ 1964 г.в. / Youtube.com - URL: <https://youtu.be/-5xLEmH4ut4> (дата обращения: 28.03.2022)
13. Иван Зенкевич PRO автомобили - Москвич 434 / Youtube.com - URL: <https://youtu.be/qFooGAG4npM> (дата обращения: 25.03.2022)
14. Константин Заруцкий, AcademeG - Тест драйв Москвич 412 / Youtube.com - URL: <https://youtu.be/TcQGRCVQEoc> (дата обращения: 06.04.2022)

Список литературы на английском языке / References in English

1. Zaslavnov D.A. Vneshnij oblik fejkovogo soobshcheniya [The appearance of a fake message] / D.A. Zaslavnov // Russian Linguistic Bulletin. - 2021. - №2 (26). - URL: <https://rulb.org/archive/2-26-2021-june/vneshnii-oblik-fejkovogo-soobshcheniia> (accessed: 14.07.2022). - DOI: 10.18454/RULB.2021.26.2.14 [in Russian]
2. Dal V.I. Tolkovyj slovar' zhivogo velikorusskogo yazyka v 4-h tt (mal.) [Explanatory dictionary of the living Great Russian language in 4 vols (small)] / V.I. Dal - Moscow: AST, 1955. - V. 2. [in Russian]
3. Dubrovsky D.I. Obman. Filozofsko-psihologicheskij analiz. [Deception. Philosophical and psychological analysis]. / D.I. Dubrovsky - M.: Publishing house RAY, 1994. - 117 p. [in Russian]
4. Ilchenko S.N. Fake journalism. Special course: textbook. allowance / S.N. Ilchenko. - Moscow; Berlin: DirectMedia, 2019 - 370 p. [in Russian]
5. Ilchenko S.N. How the media deceive us. Manipulation of information / S. N. Ilchenko, D.Yu. Puchkov - St. Petersburg: Peter, 2019 - 260 p. [in Russian]
6. Ponomarev N.F. Fejkovyve novosti v informacionnoj vojne [Fake news in the information war] / N.F. Ponomarev // Filologiya v XXI veke [Philology in the XXI century]. — 2019. — No. 2 (4). — pp. 54—64. [in Russian]
7. Raspopova E.S. Fejkovyve novosti: informacionnaya mistifikaciya: ucheb. posobie [Fake news: information hoax: textbook] / E.S. Raspopova, E.N. Bogdan. - Moscow: Aspect Press, 2018 - 112 p. [in Russian]
8. Smelzer N. Sociologiya [Sociology]. / N. Smelzer - M.: Phoenix, 1994. - 688 p. [in Russian]
9. Shcherbatykh Yu. Iskusstvo obmana. Populyarnaya enciklopediya [The Art of Deception. Popular encyclopedia] / Yu. Shcherbatykh - Moscow: Eksmo, 2005. - 720 p. [in Russian]
10. Ekman P. Psihologiya lzhi. Obmani menya, esli smozhesh' [Psychology of lies. Lie to me if you can] / P. Ekman - St. Petersburg: Peter, 2010. - 159 p. [in Russian]
11. Yuriy Gagel'storm i Aleksej, Retrorembaza – RRB Garazh. Novaya garazhnaya nahodka. Pervyj grazhdanskij UAZ. [Yuri Gagelstorm and Alexey, Retrorembaza - RRB Garage. New garage find. First civilian UAZ] / Youtube.com - URL: <https://youtu.be/8dhhgDOcfZA> (accessed: 22.04.2022) [in Russian]
12. Stanislav Cibul'skij. Moskovich na Moskovichah - Proekt zavershyon! Restavraciya Moskvicha-403IE 1964 g.v. [Stanislav Tsibul'skiy. Moskovich on Moskovich - The project is completed! Restoration of Moskvich-403IE 1964] / Youtube.com - URL: <https://youtu.be/-5xLEmH4ut4> (accessed: 28.03.2022) [in Russian]
13. Ivan Zenkevich PRO avtomobili - Moskvich 434 [Ivan Zenkevich PRO cars - Moskvich 434] / Youtube.com - URL: <https://youtu.be/qFooGAG4npM> (accessed: 25.03.2022) [in Russian]
14. Konstantin Zarutsky, AcademeG - Test drayv Moskvich 412 [Test drive Moskvitch 412] / Youtube.com - URL: <https://youtu.be/TcQGRCVQEoc> (accessed: 06.04.2022) [in Russian]