

ДЕКОНСТРУИРУЯ ФЕЙКИ

Золян, С.Т., Пробст, Н.А., Сладкевич, Ж.Р., Тульчинский, Г.Л., 2021.

Фейки: коммуникация, смыслы, ответственность. Коллективная монография / Под ред. Г.Л. Тульчинского. Санкт-Петербург: Алетей. 288 с. ISBN 978-5-00165-301-1

Татьяна Цвигун, Алексей Черняков

*Балтийский федеральный университет
им. И. Канта – Калининград (Россия)*

В 2018 году мировую научную общественность потряс масштабный скандал: философ Питер Богоссян, математик Джеймс Линдси и специалист по литературе эпохи Возрождения Хелен Плакроуз публично заявили о том, что на протяжении двух лет под псевдонимами и вымышленными именами подавали в ведущие академические журналы откровенно сфальсифицированные научные статьи, пытаясь тем самым продемонстрировать инфляцию экспертной оценки в сфере социальных наук и катастрофический рост некритического отношения к публикуемым научным материалам. На момент раскрытия мистификации четыре из двадцати поданных к публикации статей были напечатаны, три – приняты к публикации, еще семь находились на стадии рассмотрения (Voronin 2018). Следует отметить, что «научная диверсия» Богоссяна, Линдси и Плакроуз лишь один из самых публичных, но далеко не единственный кейс в данной области. Так, по оценкам журнала Nature, в плагиате и фальсификации научных данных замешано до трети современных исследователей: «Из опрошенных журналом семи тысяч ученых 33 процента признались в нарушении научной этики. Причем чем старше научный работник, тем чаще он готов пойти на искажение данных или подгонку



результатов» (Enikeeva 2018). После обнародования своего социально-научного эксперимента Богоссян, Линдси и Плакроуз были обвинены в нарушении академической этики, а перед научным комьюнити встал серьезный вопрос, требующий многостороннего осмысления: почему современное общество стало столь проницаемо для *fake news* и каковы перспективы дальнейшего поддержания социальной конвенции в области публичных коммуникаций?

Рецензируемая коллективная монография «Фейки: коммуникация, смыслы, ответственность», вышедшая в Санкт-Петербургском издательстве «Алетейя», продолжает серию коллективных монографий в рамках международного научного проекта «Механизмы смыслообразования и текстуализации в социальных нарративных и перформативных дискурсах и практиках», который с 2018 года реализуется под руководством профессора С.Т. Золяна на базе Балтийского федерального университета им. И. Канта (Калининград, Россия). Книга подготовлена международным коллективом исследователей из Санкт-Петербургского, Гданьского и Балтийского федеральных университетов С.Т. Золяном, Н.А. Пробстом, Ж.Р. Сладкевич и Г.Л. Тульчинским. В аннотации монография определена как опыт «междисциплинарного анализа коммуникативно-цивилизационной природы феномена фейков и постправды», в центре внимания авторов – фейк как значимый структурный элемент новейшей смысловой картины мира и особая прагмасемантическая форма накопления, транслирования и осмысления социального опыта.

Изучение фейков в контексте феномена «постправды», наряду с исследованием языковых и коммуникативных новаций «эпохи COVID-19», можно отнести к числу наиболее стремительно развивающихся в последние годы научных тематик. Так, только библиография к рецензируемой книге включает (по примерным подсчетам) около сотни российских и иностранных научных исследований и интернет-публикаций, в заголовках которых так или иначе присутствуют слова «фейк», «кликбейт», «постправда», «бот» и т.п. Вместе с тем следует сказать, что научный интерес к проблеме фейков до сих пор носит по преимуществу специализированный узкопредметный характер: к этому проблемному полю обращаются в первую очередь социологи, а также теоретики и практики медиа. И в этом смысле есть все основания считать монографию «Фейки: коммуникация, смыслы, ответственность» одной из первых успешных попыток взгляда на фейки под меж- и кроссдисциплинарным углом зрения, в котором на равных взаимодействуют методы философии, социальной семиотики, лингвистики, теории коммуникации, а сам феномен фейка, рассмотренный с привлечением обширного корпуса примеров из современной массовой коммуникации, переводится из сферы чистого «праксиса» в области семиозиса и герменевтики.

В качестве развернутого предупреждения, устанавливающего подвижность смысловых контуров обсуждаемой проблемы, книгу открывают материалы круглого стола, состоявшегося в 2019 году в г. Светлогорске (Калининградская область, Россия), участие в котором, кроме непосредственно авторов монографии,

приняли специалисты в области лингвистики, истории, философии, политологии В.Е. Чернявская, А.А. Тесля, В.Э. Согомонян, С.Ю. Куликов и М.В. Ильин (*Раздел I «Вступление: фейки – тексты, смыслы, люди»*). Перед участниками круглого стола стояла задача осмыслить фейки как логико-семантическое и прагма-семантическое явление, в частности обсудить возможность рассмотрения фейков с позиций разных теорий истинности и соотношения понятий «фейк» и «ложь», а также определить коммуникативные координаты фейкового высказывания. Принципиальной является установка дискутантов на плюралистичность позиций и убежденность в невозможности – в силу подвижной социально-коммуникативной природы исследуемого явления – дать некие универсальные и окончательные дефиниции понятию «фейк». В данном разделе книги обсуждаются трактовки фейка с позиций «грамматики говорящего», модальности и контекста (С.Т. Золян), достоверности/недостоверности и признания «авторитетным сообществом» (Г.Л. Тульчинский), адресата, ситуации и структуры реальности (А.А. Тесля), коммуникативно-медиального формата высказывания как фактора «выдвижения содержания» (В.Е. Чернявская), «ложного события» в публичном дискурсе как «подражания правде» (В.Э. Согомонян), юридической квалификации высказывания (С.Ю. Куликов). Представленная в разделе полифония точек зрения приводит авторов к выводам о социопрагматической природе фейка – о том, что фейковость «не связана непосредственно с критерием истинности» (с. 46–47) и должна быть соотносена «не столько с содержанием высказывания, сколько с теми намерениями, которые адресат приписывает адресанту – это либо злонамеренность, стремление нанести кому-то ущерб..., либо, напротив, с намерением адресанта добиться незаслуженной выгоды» (с. 47).

Второй раздел монографии «*Смысл фейка и фейк смысла*» делает акцент на изучении фейков в аспекте их коммуникативной природы, исследует роль эмоционально-оценочных факторов в смыслообразовании, а также предлагает развернутый анализ современной медиасреды, выступающей для постправды и фейков в качестве «цивилизационного фона». Как подчеркивают исследователи, фейк есть *rag excellence* феномен *смысла*, который, в свою очередь, представляет собой «принципиально человеческое проявление, измерение бытия» (с. 53); а следовательно, изучение фейков немыслимо без обращения к анализу смыслообразования в процессах коммуникации. Аналитической рамкой для описания фейковой коммуникации избрана классическая модель коммуникативного акта, с позиций которой точками отсчета для фейка признаются, во-первых, коммуникативные интенции адресанта (как актора и автора высказывания), поскольку «в намерениях создателей фейков могут входить изменения в представлениях, оценках, образе мыслей, взглядах и поведении малых и больших социальных групп – вплоть до некоего социума в целом» (с. 56), во-вторых, контент сообщения и канал его транслирования (который сам по себе способен продуцировать доверие либо недоверие к сообщаемой информации) и, наконец, позиция адресата. Прагматиче-

ская специфика фейковой коммуникации, по мысли авторов, во многом определяется тем, что она (коммуникация) обязательно предполагает наличие некоего «Третьего» – «наадресата», или «институционального адресата» (С.Т. Золян), который, «находясь в позиции „внеадресности“ третьей стороны, в „ауте“ по отношению к адресанту и адресату, способен устанавливать „мета-смысл“ коммуникации и используемых в ней сведений»; однако и этот «Третий», отмечают исследователи, «также может быть объектом манипуляции, иногда – фейковой» (с. 63). Так, информационная война, как правило, имеет своим непосредственным адресатом именно эту «третью инстанцию», стоящую над сторонами конфликта, а целью – «переинтерпретировать» противника в чьих-то глазах в условиях масштабного «конфликта интерпретаций». Существенную роль в формировании «фейковых смыслов», по наблюдениям авторов монографии, играет воздействие на эмоционально-оценочную сферу человека: будучи потенциально семиотизируемым, социальный опыт под влиянием фейковых сообщений меняет эмоциональное отношение современных потребителей информационного контента к каналам публичной коммуникации, в том числе снижая доверие к официальным источникам информации и формируя новые «публичные мифы». Происходит масштабный перенос акцентов с транслирования социальных значений на презентацию уникальных личностных переживаний, важнейшая роль в которой отводится высказываниям «от первого лица» в социальных сетях Instagram, Facebook, YouTube и др., результатом чего становится «алармизация» и «хорпоризация» новых медиасред и порождаемых ими форм общественного мнения.

Одной из ключевых идей монографии является представление о том, что фейки, становясь важнейшей составной частью смысловой картины мира современного социума, выступают как мощный мифогенный фактор. В третьем разделе монографии *«Семантика и прагматика фейков»* демонстрируется, как фейки, живущие в «серой зоне „полуправды“» (с. 90), занимают место пропаганды и способствуют подмене «правды» «постправдой» и «лжеправдой». Всё это, по наблюдениям авторов, формирует благоприятную почву для развития в обществе множества конспирологических теорий, мифогенез которых вписывается в «ткань социокультурной реальности». Ведущая роль в этих прагмасемантических процессах принадлежит визуальному (фото- и видео-) контенту, который вытесняет из области социально значимых смыслов традиционные смыслообразующие нарративы, транслируемые в устной и письменной вербальной форме. Сознание современного человека фрагментируется «образами реальности», продуцируемыми установками на сериальность, «сеттинг», индивидуальное таргетирование информации, что «в сочетании с ускорением трансформаций смысловой картины мира в медиа... порождает существенный дискомфорт и запрос на относительно стабильную смысловую картину мира» (с. 101) и одним из своих результатов имеет переформатирование механизмов исторической памяти и символической политики. Подобное переформатирование, согласно позиции исследователей,

наблюдается и в новой прагматике медиасред, нарастающий информационный шум в которых выдвигает на первый план «борьбу за реципиента» и «монетизацию коммуникативного процесса в глобальных медиа» (с. 109), главным средством достижения чего становится использование технологий кликбейта. Третий раздел книги завершается развернутым анализом истинности, нормативности и оценочности как семантических операторов в применении к изучению фейковых сообщений – в результате проведенного анализа авторы монографии приходят к заключению о том, что «анализ фейков стимулирует расширение логико-семантического анализа» и, как следствие, существенно корректирует представление об основных проблемах эпистемологии, логики и методологии науки (с. 126).

Рассмотрению «праксиса» фейков – созданию и репрезентации фейковой информации в актуальной медиасреде – посвящен четвертый раздел монографии *«Технологии и применения фейков в медийной презентации и трансляции информации»*. В данном разделе исследуется такой феномен современных медиатехнологий, как создание и продвижение медиаресурсов, специализирующихся на генерации фейкового контента. К их числу авторы монографии относят развлекательные и пародийные «псевдоновостные» интернет-порталы (польский ASZdziennik, российское псевдоинформгентство «Панорама»), виральную, т.е. максимирующуюся под нерекламные сообщения, рекламу (наиболее ярким примером чего служит прошедший в России в 2012 году международный фестиваль рекламы и дизайна «Фейкстиваль»), мошеннические и фальшивые веб-приложения (блокировщики рекламы, приложения для похищения личных данных интернет-пользователей и др.), поддельные аккаунты и персональные страницы в соцсетях, программные средства создания фейкового аудио- и видеоконтента. Отдельное место в «медиапространстве фейков» занимают информационные войны, которые исследуются в монографии с позиции «конфликта интерпретаций»; «речь, – подчеркивают авторы, – идет о так называемых информационных войнах "второго уровня", когда участники и их цели не очевидны, и требуются специальные аналитические усилия для понимания содержания конфликта, его желаемых и фактических результатов» (с. 153), своеобразные проявления «soft power» или «smart power». Как отмечают исследователи, информационные войны подобного рода, в отличие от более прямолинейных и однонаправленных информационных действий типа пропаганды, манипуляций и слухов, преследуют более «сильные» практические цели, нежели традиционное убеждение или (пере)формирование общественного мнения, и стимулируют определенные действия, необходимые для разрешения конкретных проблем. Для таких информационных войн, активно использующих технологии создания и транслирования фейков, характерна невыевленность (или неочевидность) акторов, а также сложность в установлении объектов и самой прагматики информационного воздействия, что актуализирует в их отношении «проблему Третьего» – той «высшей инстанции», к которой обращен информационный посыл и которая, предположительно, рас-

полагает возможностями и ресурсами для разрешения конфликта. Рассмотренные в книге примеры современных информационных войн со всей очевидностью иллюстрируют всё возрастающую роль внешних информационных контекстов в глобальном информационном пространстве, воздействие которых становится определяющим в механизмах внутренних и внешних политик современных государств и, среди прочего, оказывает прямое влияние на трансформации и деформации исторической памяти.

Книгу завершает раздел *«Персоналогия (антропология) фейков: поэтика и парресия»*, в котором применительно к фейкам обсуждаются проблемы авторства, вымысла и коммуникативной ответственности. Обращение к этому кругу вопросов позволяет перевести проблему истины и вымысла в широкий контекст речевых актов, в том числе художественных (литературных). С опорой на концепции Д. Льюиза, Дж. Сёрля, М. Фуко и др. исследователи погружают феномен фейковости в сферу прагматической, где его репрезентациями выступают проблемы авторства как «имени» и «функции от текста», прагматики политического дискурса и далее – вплоть до интерпретации категорий «автор», «читатель», «текст» и др. в теоретической поэтике. В последующем переходе от поэтики к прагматике социальных коммуникаций авторы монографии декларируют принцип парресии (М. Фуко), или «запроса на ответственность», как возможной альтернативы засилью фейков в современном информационном пространстве. «В современном цифровизованном информационном обществе, – заключают исследователи, — позитивная парресия — не привилегия немногих, а нравственный тестирующий долг „берущих слово“. Можно сказать, что античная парресия возвращается в новом формате» (с. 234).

В заключительной части монографии авторы приходят к следующему выводу: «Представления о правде формируются в социальной коммуникации, являются ее продуктом, формируя смысловую картину мира, свойственную данному социуму, сообществу. Факторы возникновения и проявления фейков достаточно разнообразны. Некоторые в той или иной степени использовались в политической коммуникации всегда: пропаганда, осмеяние, дезинформация, прямой обман и другие хорошо известные формы манипулирования. Но некоторые факторы связаны именно с возможностями цифровых информационных технологий. <...> Каждый блогер, каждый пользователь вносит свой контент, свое понимание и свою правду. <...> Современного автора информации интересует не соответствие реальности, а соответствие поставленной перед ним задачи воздействия. А перед троллями, заполонившими мировую сеть, зачастую ставятся вполне конкретные политические и бизнес-задачи провокации, диффамации, в лучшем случае — задачи отвлечения внимания от сути обсуждаемого» (с. 237). Это одновременно и диагноз, поставленный современному информационному обществу и трендам его развития, и обозначение путей преодоления «кризиса доверия к информации», и декларирование дальнейшей программы научного исследования

феноменологии фейков – исследования, переводящего, казалось бы, сиюминутное и заслуживающее скорее осуждения, чем анализа, явление современной публичной коммуникации в область серьезного и разностороннего академического осмысления.

ЛИТЕРАТУРА

- Воронин, Н., 2018. *Научный скандал года: ученые писали фейк-исследования, чтобы разоблачить лженауку*. <https://www.bbc.com/russian/features-45751968>
- Еникеева, А., 2018. *Фейки в науке: ученые идут на подлог ради идеалов и славы*. <https://ria.ru/20180627/1523427646.html>

REFERENCES

- Voronin, N., 2018. *Nauchnyj skandal goda: uchenye pisali fejk-issledovaniya, chtoby razoblachit' lzhenauku*. <https://www.bbc.com/russian/features-45751968>
- Enikееva, A., 2018. *Fejki v nauke: uchenye idut na podlog radi idealov i slavy*. <https://ria.ru/20180627/1523427646.html>

DECONSTRUCTING FAKES

Zolyan, S., Probst N., Sladkiewicz Zh., Tulchinskii G., 2021.
Fakes: Communication, Meanings, Responsibility / Grigorii Tulchinskii,
ed. St. Petersburg: Aleteia. ISBN 978-5-00165-301-1

✉ **Dr. Tatiana Tsvigun, Assoc. Prof.**

RSCI (RINC) SPIN-code: 1647-8860, AuthorID: 77302
Immanuel Kant Baltic Federal University
14, A. Nevsky St.
236016 Kaliningrad, Russia
E-mail: TTSvigun@kantiana.ru

✉ **Dr. Alexey Chernyakov, Assoc. Prof.**

Web of Science ResearcherID: A-6566-2017
Immanuel Kant Baltic Federal University
14, A. Nevsky St.
236016 Kaliningrad, Russia
E-mail: ACHernyakov@kantiana.ru