Алина Евгеньевна Дятлова

Санкт-Петербургский государственный университет

al.dyatlova92@yandex.ru

**Инфоцыгане vs. журналисты: кто победит?**

Зачастую людям лень использовать критическое мышление и предпринимать настоящие действия для решения своих вопросов, чем успешно пользуются т.н. «инфоцыгане», строящие многомиллионный бизнес на доверии аудитории и дающие заработать и журналистам, распутывающим создаваемую ими фейковую информацию.

Ключевые слова: инфоцыгане, фейковые новости, интервью, мистификация в медиа.

«Инфоцыганство» стало словом месяца в конце 2021 – начале 2022 гг. с подачи Ксении Собчак, выпустившей 15.12.2021 г. программу «Как инфоцыгане продают воздух: разбираем схемы продаж и их курсы», а 03.01.2022 г. – интервью «Елена Блиновская: о том, как устроен бизнес, реальных заработках и восторге от себя», которое, судя по комментариям к выпуску про инфоцыган, ждали очень многие. Более 8 млн просмотров у программы про инфоцыган и более 10 млн – у интервью демонстрируют, что данная тема является злободневной, а последствия её источника расходятся как круги по воде: огромное количество медийных персон решили «хайпануть» на актуальном вопросе и включились в огромный мировой диалог (про интервью с Блиновской говорили и за границей, а также даже те, кто не знает ни её, ни её продукт).

Инфоцыганство тесно связано с понятиями фейка и мистификации, которую С. Н. Ильченко определяет как «приём с использованием информации, которую невозможно ни подтвердить, ни опровергнуть. Как правило, мистификация применяется журналистом, не обладающим достоверным знанием о чём-либо или о ком-либо» [2: 5]. О. С. Иссерс отмечает, что «фейк – аналог английского слова fake, которое в современном словоупотреблении чаще всего фигурирует в значениях trick ‘хитрость, обман, подделка, фальсификация, подлог’, но также и swindle ‘шутка, шалость’. Глагол fake означает ‘мошеннически манипулировать, чтобы предмет воспринимался в лучшем виде или не таким, каким он на самом деле является’» [3: 113]. Как мы видим, смысловые оттенки обоих слов схожи, поэтому мы смело можем утверждать, что в интервью с Еленой Блиновской К. Собчак предприняла попытку изобличения фейковой информации с налётом мистификации с помощью фактов и конкретных примеров.

VUCA-мир с обилием Интернета, информации и иллюзий, которые он создаёт, подвёл большое число впечатлительных людей к тому, что есть некое волшебное средство, которое позволит разрешить все их вопросы с помощью изменения хода мыслей. Дополнительное влияние оказал документальный фильм «Тайна» (2006 г.), в котором обобщены некоторые идеи «философии нового мышления», в частности – способность человека силой мысли влиять на окружающую реальность. К 2020-м гг. имеется огромное количество людей, верящих в фейковую и мистическую информацию, огромное количество коучей, которые транслируют инфоцыганство и небольшое количество профессиональных журналистов, которые с помощью фактов, по-настоящему экспертных комментариев и расследований пытаются разрешить проблему противостояния лжи и правды, заставить аудиторию критически мыслить и доверять проверенной информации, а не фейковым новостям.

Данная ситуация показывает, что актуальными остаются как вопрос о том, каким образом в мире, где до сих пор подавляющее большинство жаждет хлеба и зрелищ, оставаться критически мыслящим и независимым от фейковой информации человеком, в то время как «наша восприимчивость к информации или дезинформации зависит не столько от рациональной оценки её достоверности, сколько от нашей эвристичности или интуиции» [4], так и попытки выработать осознание, что «фейк является коммуникационной стратегией и практикой организаций, включая коммерческие и государственные, которые ведут борьбу с чуждой им идеологией и стремятся дискредитировать персоны, компании и целые страны, получая при этом политические дивиденды и/или оплаченные заказы» [1: 252].

Литература

1. Ершов Ю. М. Феномен фейка в контексте коммуникационных практик // Вестник Томского гос. ун-та. Филология. 2018. № 52. С. 245–256.

2. Ильченко С. Н. Фейк-контроль, или Новости, которым не надо верить: как нас дурачат СМИ. Ростов н/Д., 2021.

3. Иссерс О. С. Медиафейки: между правдой и мистификацией // Коммуникативные исследования. 2014. № 2 (2). С. 112–123.

4. Sloman S. & Fernbach P. The Knowledge Illusion. Why We Never Think Alone. Riverhead Books. 2017.