Екатерина Анатольевна Зверева

Тамбовский государственный университет им. Г. Р. Державина

[katya9\_2001@mail.ru](mailto:katya9_2001@mail.ru)

**Антифактчекинговые проекты в цифровой медиасреде: высмеивание достоверности**

Актуальность работы обусловлена поиском адекватных характеристик феномена фактчекинга, что связано с расширением современной эмпирической базы. Материалом исследования являются антифактчекинговые проекты, высмеивающие собственную достоверность и приучающие другие СМИ и аудиторию пользователей к критическому осмыслению информации.

Ключевые слова: фактчекинг, антифактчекинговые проекты, достоверность, критическое мышление.

Исследователи современного медиапространства правомерно обращают внимание на необходимость формирования навыка критического восприятия информации как для сотрудников СМИ, так и для аудитории, «чтобы озадачиться проверкой достоверности, прежде чем распространить ее, скажем, в социальных сетях» [1: 79]. При изучении проблемы достоверности информации используется термин «фактчекинг», который рассматривается как процесс проверки сведений, их соответствия действительности, выявление фактов искажения реальности [4: 7]. Однако феномен фактчекинга в российском медиапространстве проявляется в одновременном существовании как фактчекинговых структур («Проверено.медиа», «Лапшеснималочная», «Фактограф» и др.), так и антифактчекинговых проектов, сознательно подрывающих веру в собственную достоверность. Создатели проектов, высмеивающих самих себя, считают, что таким образом учат СМИ и читателей быть внимательнее и проверять информацию. Примером данного подхода в отечественной практике является ИА «Панорама», откровенно предупреждающее о том, что все их публикации – это пародийные новости, не претендующие на формирование реальной картины мира (ИА «Панорама». <https://panorama.pub/disclaimer.pdf>).

Сайт ИА «Панорама» сравнивают с американским собратом – «самым лучшим источником новостей в Америке» порталом The Onion, содержащим постоянно обновляемые публикации, фото- и видеоматериалы с нулевой достоверностью. По мнению исследователя К. А. Карякиной, отдельные материалы The Onion, по сути оставаясь юмористическими, могли стать потенциальной правдой [3]. Например, информация о появлении новой Куклы Барби с «непритязательной фигурой» отчетливо отвечает современным западным трендам гендерной идентичности, отрицания женственности как преимущества и вполне может стать правдой. И если в сети уже есть подборки на тему «Люди, которые всерьез поверили в новость с Onion», то «Панорама» тоже может похвастаться коллекцией «попаданий» с радиусом действия от рядовых пользователей социальных сетей до членов Государственной Думы и известных журналистов, пересказывающих явно выдуманные новости [3: 75].

В отечественном сегменте интернета тренд антидостоверности поддерживает сетевое издание Fognews со своим «нестандартным взглядом на новости» (Fognews. <https://fognews.ru/o-redakcii>), хотя недавно редакция заявила о трансформации формата – от выдуманных новостей к реальным, но в сатирическом ключе. Антифактчекинговым проектом является и «ресурс абсурдных новостей» Smixer, практикующий замену информационной составляющей новостей литературно-творческой, время от времени основанной на реальных событиях. Smixer создает фактоиды и не скрывает, что «именно делать новости – наша профессия» (Smixer. <https://smixer.ru/o-pro>).

Таким образом, феномен фактчекинга порождает антифактчекинговые проекты, высмеивающие собственную достоверность и приучающие другие СМИ и аудиторию к критическому осмыслению информации, к формированию навыка проверки источника и его достоверности.

Литература

1. Бейненсон В. А. Проверка достоверности информации в условиях новых медиа: проблемы и возможности // Журналистика в системе альтернативных источников информации. Нижний Новгород, 2017. С. 76–85.
2. Зверева Е. А. Феномен фактчекинга в парадигме синергетики // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2021. № 1 (39). С. 68–80.
3. Карякина К. А. Актуальные формы и модели новых медиа: от понимания аудитории к созданию контента // Медиаскоп. 2010. Вып. № 1. URL: <http://www.mediascope.ru/актуальные-формы-и-модели-новых-медиа-от-понимания-аудитории-к-созданию-контента>. (дата обращения: 9.01.2022).
4. Соколова Д. В. Фактчекинг и верификация информации в российских СМИ: результаты опроса // Вестник Московского ун-та. Серия 10. Журналистика. 2018. № 4. С. 3–25.