

ФЕЙК КАК ЯВЛЕНИЕ СОВРЕМЕННОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА В АСПЕКТЕ ЖУРНАЛИСТСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

А. Р. Марфицына

Южно-Уральский государственный университет, г. Челябинск, Российская Федерация

В практике современных СМИ все чаще приходится встречать такое явление, как «фейк». Под этим термином принято понимать недостоверность предлагаемой медиа или журналистами информации независимо от ее типа и вида. Частотность выявленных прецедентов позволяет утверждать, что в настоящее время сформировался такой сегмент профессиональной деятельности работников СМИ, как фейковая журналистика. Автор напрямую увязывает возникновение подобной ситуации с функционированием феномена шоу-цивилизации. Особое внимание уделяется анализу возможностей и издержек сетевого информационного пространства в сравнении с традиционными СМИ (газеты, журналы, радио, телевидение, информационные агентства). Сегодня очевидны те издержки и проблемы в части достоверности информации, которые постоянно возникают в их деятельности в связи с активным использованием сети как источника сведений, фактов, данных, мнений и суждений. Существующая проблема определяет актуальность исследования, ведь она касается вопроса доверия к журналистике как со стороны аудитории, так и со стороны тех, кто обучается основам данной профессии в вузах. В связи с этим целью исследования является обоснование необходимости контекстного применения ситуации фейковизации для эффективности профессионального обучения, а также применение методов распознавания фейковой информации, способствующих раскрытию ее неадекватных коннотаций с реальностью, внедрение в профессиональную практику приемов защиты и противостояния подобному типу информационного манипулирования.

Методологическую основу исследования составили труды российских и зарубежных ученых в области современного информационного пространства. В ходе работы над статьей в части определения способов распознавания фейковой информации автором были применены такие методы научного познания, как анализ и обобщение. В части обсуждения результатов исследования, формулирования выводов был применен метод синтеза.

В результате в статье предложено обоснование возможной эффективности использования фейков как методического наглядного материала, а также конкретные и возможные в реализации обучающие журналистские практики с активным использованием фейков как базового эмпирического материала, основанного на опыте не только современных СМИ, но из иных видов коммуникационного обмена информацией. Автор статьи также дает рекомендации по использованию в процессе обучения будущих журналистов новейших научных и прагматически ориентированных работ отечественных и зарубежных теоретиков и практиков СМИ.

Ключевые слова: фейк, шоу-цивилизация, СМИ, обучение, журналистика, информация, правдивость.

Введение

В современном медиадискурсе понятие «фейк» применяется довольно часто. Контекст его употребления в основном сводится к обсуждениям, сфокусированным на проблемах информационного противостояния, неверном использовании сведений, фактов, суждений, откровенной дезинформации и тому подобных примет интенсификации циркулирующих в медиапространстве начала XXI века информационных потоков.

Рамки фейковизации в работе СМИ всех видов и типов размыты, что дает основание использовать в теории журналистики такой дискуссионный термин, как «постправда». Становится ясно, что один из главных онтологических принципов работы журналиста – «достоверность информации» – подвергается давлению со стороны действующих СМИ, а также находится на стадии критической ревизии. Ее суть можно уподобить явлению из теории физики, известному как «квантовая логика».

Другими словами, изменяющийся контекст (в случае с журналистикой – событийный, политический, экономический, военный и т. п.), в рамках которого развивается какое-либо явление или ситуация, влияет как на их оценку, так и на принципы возможного анализа. То есть динамика «правил игры» коррелируется с тем, в каких конкретных условиях происходит сама «игра».

Обзор литературы

Заявленная в данной статье проблематика в современном теоретическом дискурсе актуализируется в ряде работ отечественных и зарубежных исследователей, прежде всего в книгах и статьях С. Н. Ильченко [1, 2]. Среди иностранных ученых, обратившихся к заявленной нами теме, мы опираемся на труды Ж. Бодрийяра [3], Г. Дебора [4], Н. Постмана [5], М. Маклюэна [6]. Существенным в нашей разработке темы представляется описание манипулятивных возможностей сетевых каналов воздействия на аудито-

рию, которое дает ряд авторов [7–9], а также анализ некорректных методов работы с информацией и элементарной защиты от подобного воздействия [10–15].

Методы исследования

Мы опираемся на исследования С. Н. Ильченко, который рассматривал в научных публикациях тему развития, институализации фейковой журналистики, а также то, каким образом и по какой причине у медиа и журналистов возникает в этом потребность, а следовательно, какие последствия имеет эта тенденция для профессионального сообщества. Данная статья представляет анализ конкретных кейсов, которые применяются в процессе обучения студентов-бакалавров и студентов-магистрантов по направлению «Журналистика». Это и является главной темой исследования. Предметом описания и анализа выступают конкретные варианты использования фейков и принципов фейковизации журналистской деятельности, с которыми приходится сталкиваться студентам в процессе обучения.

Важным аспектом методологии является участие будущих журналистов в процесс реального медиапроизводства. На основе полученного опыта наблюдений в рамках обучения в вузе, анализа адаптации обучающихся в вузовской и профессиональной среде можно сделать вывод, что большая часть из них, являясь студентами старших курсов, стремится к самореализации в будущей профессии посредством интенсивного прохождения предусмотренных стандартом обучения производственных практик и совмещения учебы с профессиональной деятельностью, которая так или иначе связана с получаемой в вузе специальностью.

Цель исследования состоит в том, чтобы обосновать необходимость и возможность контекстного использования ситуации фейковизации в современных СМИ для повышения эффективности обучения студентов-журналистов, с одной стороны, а с другой – в наглядной демонстрации методики, с помощью которой можно в значительной степени не только дезавуировать фейки как явление информационного пространства, но и предложить инструменты, средства, тактики и стратегии, которые способствуют созданию в журналистской деятельности линии обороны от непроверенной, недостоверной, лживой, а порою и вовсе клеветнической информации, выводимой в публичный дискурс посредством СМИ всех видов и типов.

Методология работы основывается на обобщении и анализе практического преподавания автором ряда специальных дисциплин, реализуемых в высших учебных заведениях Челябинска. В наше исследование включены некоторые положения, которые были изложены С. Н. Ильченко. В целом же представленный текст является оригинальным

и самостоятельным исследованием номинированной в его заголовке проблемы.

Хронология работы опирается на логику движения исследовательской мысли автора, который основывает теорию «фейковой журналистики» на тех фундаментальных выводах, которые происходят из трактовки такого явления как «шоу-цивилизация». Оно и предопределяет логику появления практики использования фейков в современной журналистике.

Результаты и дискуссия

Шоу-цивилизация как особый вариант организации информационных потоков в современном мире предполагает приоритет визуальных каналов распространения сведений в процессе коммуникации. «Картинка» доминирует в номенклатуре возможных факторов влияния на вероятное восприятие излагаемых фактов аудиторией. Известная поговорка «Лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать» в контексте наших рассуждений может считаться вербализированной формулой манипулятивного воздействия со стороны СМИ на окружающий их социум. С точки зрения технологического обеспечения подобной ситуации наглядным доказательством ее возможностей является неоспоримое наличие в любом из нынешних IT-гаджетов дисплея, то есть экрана, на который и проецируется почти стопроцентно практически вся поступающая на данный прибор связи информация.

Ее форматирование обусловлено прежде всего видом исходного материала (фото, видео или аудиозапись, текст, инфографика и т. д.), но главным вариантом представленного на дисплее изображения является для индивидуума (или группы индивидуумов) визуальный канал. Проще говоря, реципиент в любом из вариантов ВИДИТ информацию, даже если он ее читает. Подобная повсеместная ситуация в сфере массовых коммуникаций и дает возможность утверждать, что визуальный канал восприятия информации не только преобладает и предопределяет характер эмоциональной и рациональной реакции адресата получаемых сведений, но и фактически «отсекает» от него иные, альтернативные пути доступа к информации. Последние чаще всего связаны с тем, что принято именовать «традиционной системой СМИ».

Данные факторы являются объективным обстоятельством, влияющим на процесс организации обучения студентов-журналистов на бакалавриате и в магистратуре. Использование гаджетов в процессе проведения занятий всех форматов и форм обучения (за исключением методов академического контроля) несомненно усложняет работу преподавателя и при чтении лекций, и при использовании контактных форм обучения, ориентированных на прагматические аспекты профессии, чаще всего в форме практических занятий и творческих студий.

Некритическое восприятие буквально льющихся из гаджетов потоков информации (по пре-

имуществу, избыточной и бесполезной) в сочетании с иллюзией возможности нахождения оперативного ответа на все возникающие по ходу конкретного занятия вопросы и проблемы – вот те альфа и омега нынешнего состояния студента как реципиента тех сведений, которые пытается донести до него преподаватель. Запретительными мерами, так же как и игнорированием данных бытовых примет процесса обучения, с подобными привычками обучающихся трудно справиться. Здесь-то и может сыграть свою методическую роль тот самый корпус фейковой информации, которая сегодня в изобилии наводнила пространство знаний.

Опыт использования тех методов, которые будут описаны далее, демонстрирует факт того, что их применение предпочтительнее на старших курсах (3 – 4), то есть тогда, когда профессиональный багаж будущего журналиста уже включает и теоретические, и практические представления о будущей профессии, понимание ее особенностей, сложностей. Также важно взять во внимание и фактор социализации обучающегося, который обычно связан не только с приобретением знаний, но и с определенным жизненным опытом.

Стартовой точкой на пути использования фейков в обучении студентов-журналистов должно выступать знакомство с самим понятием и с его типологической интерпретацией. В данной статье мы сознательно не акцентируем внимание на этом аспекте, так как он уже был изложен нами ранее. Более важной является необходимость обозначить метод демонстрации вариантов присутствия фейков в практике СМИ всех статусов и видов. Проанализировав конкретные примеры из эфирного и текстового контента печатных СМИ, радио, телевидения и интернет-изданий, преподаватель должен акцентировать внимание обучающихся на сомнительной достоверности журналистских материалов, непроверенных фактах и сведениях, неточностях в цитатах и датах, – на всем том, что порождает недоверие большинства аудитории к деятельности как самих средств массовой информации, так и журналистов. Тем более что обострившаяся за последние два – три года ситуация информационного противостояния дает немало очевидных «иллюстраций».

Практическое знакомство студентов с фейковой журналистикой лучше всего начинать самому преподавателю, который сможет на конкретных примерах объяснить подоплеку того или иного события, факта, явления, деятельности конкретного политика и т. п. При этом комментарии для студентов должны обладать максимальной степенью доказательности и наглядности.

Закреплением материала может стать аналитический разбор примеров. После этого стоит перейти к теоретическому разъяснению социально-психологического фундамента этого явления. Проще говоря, не подчеркивать наличие в деятельности сознательно культивируемого сегмента

фейковой информации (он по умолчанию предполагается в реальности), а расширить в сознании студентов границы обозреваемого явления за счет толкования таких категорий, как «ложь», «правда», «достоверность», «доверие».

Действенным инструментом демонстрации возможностей объективной оценки информации в медийном пространстве может выступить совместный просмотр и обсуждение фильмов, посвященных деятельности СМИ и журналистам, особенно тех, где возникает ситуация использования или продвижения фейковой информации. Например, фильм американского режиссера Барри Левинсона «Хвост виляет собакой (Плутовство)» (1997); «День радио» (2008); «День выборов»; «Мисс миллионерша» (1988); «Я и другие» (1971). Просмотр кинокартин даст возможность проанализировать опыт фейковизации информации в разное время, что в свою очередь позволит усилить дидактический момент в подготовке студентов-журналистов, показав всю глубину и серьезность проблематики, связанной с некорректной интерпретацией фактов, явлений, сведений, событий, происходящих от манипулятивных намерений тех, кто практикует «фейковую журналистику».

В качестве обязательной контрольной работы по теме можно использовать чтение популярных книг известных исследователей и практиков в области журналистики, в которых описаны принципиальные модели отношения работников СМИ к информации. Например, «10 заповедей журналистики» Эрика Фихтелиуса, «Универсальный журналист» Дэвида Рэнделла. Также можно отметить работу Алена де Боттона «Новости. Инструкция для пользователя» [15]. Полезным может быть изучение материалов, посвященных анализу и теоретическому осмыслению уже свершившихся грандиозных информационных манипуляций [3–6].

Дальнейшее развитие навыков критического восприятия информации и статуса ее источников может основываться на журналистской практике в различных видах и типах СМИ. Например, на практическом занятии студенты выполняют задание по поиску, выявлению, а главное – доказательству фейкового характера того или иного сообщения. Материалом для этого может стать информация, опубликованная в печатных СМИ, информационных агентствах. Особый интерес у обучающихся вызовут примеры, представленные на современном телевидении, ибо совершенно очевидно, что именно оно практикует визуализацию новостей, когда стандарты информационной деятельности касаются обязательного наличия видеоматериалов, аранжирующих любой материал, выходящий в эфир. Некомпетентность, недобросовестность и спешка – вот те обстоятельства работы тележурналистов, которые могут стать почвой для появления значительного количества фейков. Это порождает недоверие к телеинформа-

ции со стороны зрительской аудитории, которое мы наблюдаем сегодня.

Выявление фейковой информации, представленной в эфире радиостанций, требует особого подхода обучающихся, развитой аудиальной интуиции, которая способствует выявлению в процессе знакомства с радиоинформацией ее неадекватности посредством анализа речевых особенностей эфирных спикеров.

Главным требованием, предъявляемым к будущим журналистам в процессе работы над заданием по разоблачению медийных фейков, является принципиальное НЕИСПОЛЬЗОВАНИЕ интернета для определения недостоверного характера информации. Контроль за выполнением подобного требования невозможен в технологических рамках современных принципов академического обучения, и потому соблюдение его остается на совести обучающихся, что также является неким элементом борьбы с ложью в журналистской практике. Вспомним здесь название одной из новелл американского писателя Роберта Шекли «Честность – лучшая политика».

Выявление фейков, размещенных в сети интернет, можно определить как наиболее эффективный вариант работы с подобными некорректными и неадекватными принципами работы с исходной информацией. Однако в процессе использования данного сегмента медиасистемы стоит обратить внимание студентов на него именно как на источник недостоверной информации и выявить прямую связь между Сетью и «традиционными» СМИ, использующими интернет в качестве источника.

Далее одним из наиболее сложных заданий, ориентированных на определение фейков в современной журналистской практике, является упражнение, суть которого сводится к выявлению некачественной информации в интернете. Задание необходимо выполнить, используя альтернативные каналы распространения информации, но не сетевые ресурсы. А для повышения возможной успешности в выполнении задания подобного характера следует, на наш взгляд, расширить для учащихся возможный перечень новейших изданий на тему фейков.

Логическим продолжением методики антифейкового обучения студентов может стать более сложное задание. Его суть состоит в следующем: студентам необходимо составить список из 5 – 7 фейков исторического характера. Для выполнения задания они могут применять любые источники информации. Но главным требованием к выполнению задания является обязательное указание на те источники, которые «помогли» обучающемуся как обнаружить фейк, так и «раскрыть» его. Задание предполагает письменное выполнение с последующим публичным обсуждением в группе.

Опыт использования вышеописанных методов обучения с применением «фактора фейка» позволяет отметить, что подобного характера упражнения

повышают эффективность контактов с обучающимися, стимулируют их к выполнению учебных заданий и освоению приемов противостояния методам работы, используемым в некачественной журналистике. С. Н. Ильченко во время одного из обсуждений вариантов исторических фейков, предложенных студентами, получил наглядный пример того, как важен аналитический подход ко всему, что мы знаем и узнаем. Один из студентов привел в качестве фейка утверждение о том, что Советский Союз вступил во Вторую мировую войну 22 июня 1941 года. На первый взгляд, утверждение соответствует истине. Однако в ходе дискуссии все присутствующие на занятии пришли к консолидированному мнению: это дата – дата начала Великой Отечественной войны советского народа. А вступлением во Вторую мировую войну можно считать либо начало освободительного похода Красной Армии в Западную Белоруссию и Украину 17 сентября 1939 года, либо начало советско-финской войны 1939–1940 гг. (30 ноября). Таким образом, был выявлен некорректный характер первоначального суждения на историческую тему.

Выводы

Анализ, проведенный в ходе исследования методов использования явления фейка в современной журналистике непосредственно в процессе обучения, может быть представлен разными форматами. Подобная методика должна использоваться как на теоретических, так и на практических занятиях. Важно принять во внимание и тот факт, что непосредственная практическая деятельность самих СМИ и журналистов будет (по крайней мере, в ближайшей перспективе) поставлять все более возрастающее количество «учебных» материалов в виде фейков всех видов и типов. Их нужно не только знать и различать, но и уметь им противостоять. Однако это тема наших последующих теоретических и практических разработок.

Литература

1. Ильченко, С. Н. Фейковая журналистика как элемент современной шоу-цивилизации / С. Н. Ильченко // Журналистика цифровой эпохи: как меняется профессия : материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 14–15 апреля 2016 г.). – Екатеринбург : Уральский федеральный университет, 2016. – С. 110–112.
2. Ильченко, С. Н. Фейковая журналистика / С. Н. Ильченко // Спецкурс : учебное пособие. – М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 309 с.
3. Бодрийяр, Ж. Дух терроризма. Войны в заливе не было / Ж. Бодрийяр ; пер. с фр. А. Качалова. – М. : РИПОЛ классик, 2016. – 224 с.
4. Дебор, Г. Общество спектакля / Г. Дебор ; пер. с фр. С. Офертас и М. Якубович ; ред. Б. Скуратов ; послесловие А. Кефал. – М. : Логос, 2000. – 184 с.

5. Postman, N. Amusing Ourselves to Death / N. Postman // Public Discourse in the Age of Show Business. – N. Y. : Penguin Books, 1985. – 184 p.
6. McLuhan, M. The Global Village. Transformations in World Life and Media in the 21st Century / M. McLuhan, B. R. Powers. – N. Y. ; Oxford : Oxford University Press, 1989. – 220 p.
7. Барбук, Р. Интернет-революция / Р. Барбук – М. : Ад Маргинем Пресс, 2015. – 128 с.
8. Вайнерчук, Г. Информационный удар. Как сделать, чтобы в шумном медиамире услышали именно тебя / Г. Вайнерчук – СПб. : Питер, 2015. – 240 с.
9. Энциенсбергер, Г. Индустрия сознания. Элементы теории медиа / Г. Энциенсбергер. – М. : Ад Маргинем Пресс. 2016. – 96 с.
10. Байаржон, Н. Краткий курс интеллектуальной защиты / Н. Байаржон ; пер. с фр. И. А. Кондаковой ; под ред. О. Г. Андреевой. – М. : Кучково поле, 2015. – 384 с.
11. Николаев, К. Интеллектуальный инсульт. Как в мире роботов остаться человеком и не потерять себя / К. Николаев, Ш. Абдуллаева. – СПб., 2015. – 259 с.
12. Фексеус, Х. Искусство манипуляции. Не дай себя обмануть / Х. Фексеус ; пер. с швед. Е. Хохловой. – М. : АСТ, 2015. – 304 с.
13. Kitty, A. Don't believed. How lies become news disinformation A. Kitty. – N. Y., 2005. – 416 p.
14. Hausman, C. Lies We Live By. Defeating Double-Talk and Deception in Advertising, Politics, and the Media / C. Hausman. – N. Y. ; London : Routledge, 2000. – 229 p.
15. Боттон, А. де. Новости. Инструкция для пользователя / А. де Боттон ; пер. с англ. В. А. Вебера. – М. : Э, 2016. – 352 с.

Марфицына Арина Родионовна – преподаватель кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью, Южно-Уральский государственный университет (Челябинск), e-mail: marfitynaar@susu.ru. ORCID 0000-0002-7174-1442

Поступила в редакцию 22 февраля 2021 г.

DOI: 10.14529/ssh210214

FAKE AS A PHENOMENON OF THE MODERN INFORMATION SPACE IN THE ASPECT OF JOURNALISTIC EDUCATION

A. R. Marfitycna

South Ural State University, Chelyabinsk, Russian Federation

In the practice of modern media, it is increasingly necessary to meet such a phenomenon as fake. Under this term, it is customary to understand the unreliability of the information offered by the media or journalists, regardless of the type. The frequency of the identified precedents suggests that such a segment of professional activity of media workers as fake journalism has now been formed. A show civilization phenomenon the author directly links such a situation with the functioning. Particular attention is paid to the analysis of the possibilities and defects of the network information space in comparison with traditional media (newspapers, magazines, radio, television, news agencies). Today, we observe the problems in terms of the reliability of information that constantly arise in connection with the active use of the Web as a source of information, facts, data, opinions and judgments. The existing problem determines the relevance of the study, because it concerns the issue of trust in journalism both on the part of the audience and on the part of those who study the basics of this profession in universities. In this regard, the aim of the study is to substantiate the need for contextual application of the situation of fakeization for the effectiveness of vocational training. The study also observes the use of methods for recognizing fake information that contribute to the disclosure of its inadequate connotations with reality, the introduction into professional practice of methods of protection and opposition to this type of information manipulation.

In this situation, the main point of training at the bachelor's and master's degrees is the development of methods for identifying fakes, revealing their inadequate connotations with reality, and introducing methods of protecting and countering this type of information manipulation into professional practice.

Provided the methodological basis of the study. The works of Russian and foreign scientists in the field of modern information space. In the course of work on the article in terms of deter-

mining the methods of recognizing fake information, the author applied such methods of scientific knowledge as analysis and generalization. In terms of discussing the results of the research, formulating conclusions, the synthesis method was applied.

As a result, the article proposes a substantiation of the possible effectiveness of the use of fakes as a methodological visual material. It also proposes specific and possible training journalistic practices with the active use of fakes as a basic empirical material based on the experience of not only modern media, but from other types of communication exchange information. The author of the article also gives recommendations on the use of the latest scientific and pragmatically oriented works of domestic and foreign theorists and media practitioners in the process of teaching future journalists.

Keywords: fake, show civilization, media, education, journalism, information, truthfulness.

References

1. Il'chenko S.N. Fejkovaja zhurnalistika kak jelement sovremennoj shou-civilizacii [Fake Journalism as an Element of Modern Show Civilization] // *Zhurnalistika cifrovoj jepohi: kak menjaetsja professija: materialy Mezhdunar. nauch.-prakt. konf.* (Ekaterinburg, 14–15 aprelja 2016 g.). – Ekaterinburg: Ural'skij federal'nyj universitet, 2016. S. 110–112.
2. Il'chenko S.N. Fejkovaja zhurnalistika [Fake Journalism] // *Spekurs: uchebnoe posobie*. M.; Berlin: Direkt-Media, 2019. 309 s.
3. Bodrijar Zh. Duh terrorizma. Vojny v zalive ne bylo [The Spirit of Terrorism. There Was no War in the Gulf]; per. s fr. A. Kachalova. M.: RIPOL klassik, 2016. 224 s.
4. Debor G. Obshhestvo spektaklja [Society of the Spectacle]; per. s fr. S. Ofertas i M. Jakubovich; red. B. Skuratov; posleslovie A. Kefal. M.: Logos, 2000. 184 s.
5. Postman N. Amusing Ourselves to Death // *Public Discourse in the Age of Show Business*. N.Y.: Penguin Books, 1985. 184 p.
6. McLuhan M., Powers B.R. The Global Village. Transformations in World Life and Media in the 21st Century. N.Y.; Oxford: Oxford University Press, 1989. 220 p.
7. Barbuk R. Internet-revoljucija [Internet Revolution]. M.: Ad Marginem Press, 2015. 128 s.
8. Vajnerchuk G. Informacionnyj udar. Kak sdelat', chtoby v shumnom mediamire uslyshali imenno tebjja [Information Blow. How to Make Sure that you are Heard in the Noisy Media World]. SPb.: Piter, 2015. 240 s.
9. Jencensberger, G. Industrija soznaniya. Jelementy teorii media [Industry of Consciousness. Elements of Media Theory]. M.: Ad Marginem Press. 2016. 96 s.
10. Bazarzhon N. Kratkij kurs intellektual'noj zashhity [A Short Course in Intellectual Protection]; per. s fr. I.A. Kondakovoj; pod red. O.G. Andreevoj. M.: Kuchkovo pole, 2015. 384 s.
11. Nikolaev K., Abdullaeva Sh. Intellektual'nyj insult. Kak v mire robotov ostat'sja chelovekom i ne poterjat' sebja [Intellectual Stroke. How to Stay Human in the World of Robots and not Lose Yourself]. SPb., 2015. 259 s.
12. Fekseus H. Iskusstvo manipuljacii. Ne daj sebja obmanut' [The Art of Manipulation. Don't Let Yourself be Fooled]; per. s shved. E. Hohlovoj. M.: AST, 2015. 304 s.
13. Kitty A. Don't Believed. How Lies Become News Disinformation. N.Y., 2005. 416 p.
14. Hausman C. Lies We Live By. Defeating Double-Talk and Deception in Advertising, Politics, and the Media. N.Y.; London: Routledge, 2000. 229 p.
15. Botton A. de. Novosti. Instrukcija dlja pol'zovatelja [News. User Manual]; per. s angl. V.A. Vebera. M.: Je, 2016. 352 s.

Arina R. Marfityna – lecturer of the Department of Journalism, Advertising and PR, Chelyabinsk, South Ural State University (Chelyabinsk), e-mail: marfitynaar@susu.ru

Received February 22, 2021

ОБРАЗЕЦ ЦИТИРОВАНИЯ

Марфицына, А. Р. Фейк как явление современного информационного пространства в аспекте журналистского образования / А. Р. Марфицына // Вестник ЮУрГУ. Серия «Социально-гуманитарные науки». – 2021. – Т. 21, № 2. – С. 105–110. DOI: 10.14529/ssh210214

FOR CITATION

Marfityna A. R. Fake as a Phenomenon of the Modern Information Space in the Aspect of Journalistic Education. *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Social Sciences and the Humanities*, 2021, vol. 21, no. 2, pp. 105–110. (in Russ.). DOI: 10.14529/ssh210214