

Секция «33.1 Телевидение в актуальной парадигме современности: от художественной классики и истории до новых аудиовизуальных медиа»

## **Феномен фейковых новостей в современном медиaprостранстве**

**Научный руководитель – Левкович Валерия Александровна**

*Томила Валерия Витальевна*

*Студент (бакалавр)*

Донецкий государственный университет, Филологический факультет, Кафедра журналистики, Донецк, Россия

*E-mail: valeriatomilina1@gmail.com*

Проблема фейковых новостей в современном медиaprостранстве стала одной из наиболее заметных и одновременно сложных проблем для телевидения. Если раньше оно воспринималось как главный источник информации с высоким уровнем доверия, то сегодня оно существует в перегруженной среде, где повестку формируют не только редакции, но и блогеры с алгоритмами платформ. В результате информация распространяется быстрее, а этапы проверки сокращаются или игнорируются. Телевидение оказывается в ситуации, где нужно одновременно удержать зрителя, адаптироваться к новым условиям и при этом сохранить профессиональные стандарты, что делает проблему фейковых новостей особенно острой и, можно даже сказать, условно невыполнимой для современной телевизионной журналистики.

В научной литературе предпринимаются попытки уточнить содержание и границы понятия «фейковая новость». Например, А. П. Суходолов определяет фейковую новость как «сообщение, стилистически созданное как настоящая новость, но ложное полностью или частично» [4]. Это определение достаточно точно демонстрирует главную особенность фейка: он копирует форму журналистского материала, но при этом не соответствует действительности. Внешне это может быть полноценный новостной сюжет с убедительным заголовком и «правильной» структурой – всё выглядит профессионально. Но содержание либо искажено, либо полностью вымышлено.

Однако, несмотря на кажущуюся ясность этого определения, само понятие «фейковая новость» до сих пор оставляет множество вопросов. В цитируемой статье Суходолова приводится мнение представителя МИД РФ М. Буякевича: «...никто из нас толком не попытался определить – что такое fake news, как они отличаются от false information или desinformation? Нет четких критериев определения и методологии этого понятия» [4]. Отсутствие полноценных критериев действительно усложняет и научный анализ, и правовое регулирование данной сферы. Более того, термин «фейк» всё чаще используется в политических высказываниях как инструмент дискредитации оппонентов. Иногда им обозначают любую нежелательную информацию. И это тоже проблема.

Для телевидения ситуация усложняется тем, что любой фрагмент эфира может быть вырезан и распространён вне контекста. Развитие deepfake ещё больше усиливает проблему: зрителю всё сложнее отличить подлинную запись от поддельной. Только в 2024 году количество видеодипфейков выросло втрое, а аудиодипфейков – в десять раз. Уже зафиксированы случаи хищения миллионов с помощью подмены лиц и голосов руководства компаний. Как отмечают С. О. Севостьянова и С. С. Кравцов, технология «ставит перед обществом сложные вопросы о доверии к цифровой информации» [3]. Визуальное доказательство, которое раньше воспринималось как гарантия истины, больше таковым не является. Это создает благоприятную почву для распространения фейковых новостей.

Показательным примером дезинформации являются публикации в социальных сетях, сопровождаемые поддельными фотографиями, видеороликами или ссылками на псевдо-

источники. Так, в 2024 году в интернете появились поддельные видео с участием губернатора Кузбасса Ильи Середюка и других региональных чиновников, которым приписывались провокационные заявления о закрытии шахт и мобилизации горняков. Позднее выяснилось, что ролики были созданы на основе реальных выступлений: оригинальные записи смонтировали, а аудиодорожку сгенерировали нейросети, что полностью исказило первоначальный смысл сказанного [1]. Нередко такие материалы распространяются через специально созданные аккаунты или от имени «очевидцев» события, что усиливает доверие аудитории. Именно такие явления, как отмечает М. И. Максименков, и называют фейками: «фотографии, сделанные в фотошопе, специально созданные видеоролики пользователя или вымышленные ложные новости, которые трудно отличить от истинных» [2].

В ответ на распространение фейков применяются различные меры: создаются алгоритмы для проверки информации и принимаются законы, регулирующие работу новостных сервисов и использование нейросетей. Однако решающим фактором остается медиаграмотность аудитории и профессиональная ответственность журналистов. Без внимательного отношения к источникам, без соблюдения стандартов проверки фактов и без внутреннего критического анализа проблему невозможно решить полностью – можно лишь минимизировать риски.

Если подводить итог, то феномен фейковых новостей показывает, что в современном медиапространстве происходят глубокие изменения. Телевидение перестало быть единственным источником информации – теперь оно вынуждено конкурировать с интернетом и подстраиваться под онлайн-среду. В таких условиях на первый план выходят качество журналистики, прозрачность источников и способность сохранить доверие зрителей. Именно это становится главной задачей телевидения в эпоху быстрых новостей и развития искусственного интеллекта.

### Источники и литература

- 1) Комсомольская правда: <https://www.kem.kp.ru/online/news/6548764/>
- 2) Максименков М.И. Фейковые новости: актуализация проблемы в России // Коммунология: электронный научный журнал. 2020. Т. 5. № 3. С. 55–66.
- 3) Севостьянова С.О., Кравцов С.С. Технологии создания Deepfake и методы их выявления // Юристъ-Правоведъ. 2025. № 2 (113). С. 212–217.
- 4) Суходолов А.П. Феномен «фейковых новостей» в современном медиапространстве // Евроазиатское сотрудничество: гуманитарные аспекты. 2017. № 1. С. 89–91.