

■ ■ ■ Функционирование псевдо-новости в полях телевидения и Интернета: типология, практики, социальные эффекты

Ефанов А.А.

Оренбургский государственный университет, Оренбург, Российская Федерация.

Аннотация. В статье проводится авторское обоснование феномена псевдо-новости как дискретно существующей разновидности новости. Определяется, что, будучи формально (по структуре) построенным как новостное послание (аналогичные композиция, стилистика, основные элементы, диалектический ответ на триаду вопросов: «что», «где», «когда»), псевдо-новостное сообщение содержательно противоречит главным признакам новости (объективности, достоверности, отражению текущей действительности). Предлагается авторская типология – дифференциация явлений псевдо-новости на фейк и постправду. Если фейк может являться следствием непреднамеренности действий медиаконтролеров (погоня за сенсацией, низкий уровень профессионализма, проявляющийся в отсутствии навыков верификации фактологических данных), то постправда представляет собой результат спланированной деятельности. Делается вывод, что системное конструирование явлений псевдо-новости в конечном итоге приводит к депрофессионализации, дискредитации работников сферы медиа и деинституционализации журналистики, усиливая «кризис доверия» к СМИ.

Ключевые слова: новость, псевдо-новость, фейк, постправда, СМИ, телевидение, Интернет

Для цитирования: Ефанов А.А. Функционирование псевдо-новости в полях телевидения и Интернета: типология, практики, социальные эффекты // *Коммуникология*. 2018. Том. 6. №1. С. 156-165. DOI 10.21453/2311-3065-2018-6-1-156-165.

Сведения об авторе: Александр Александрович Ефанов, кандидат социологических наук, доцент кафедры связей с общественностью и журналистики Оренбургского государственного университета. Адрес: 460018, г. Оренбург, пр-т Победы, 13. E-mail: yefanoff_91@mail.ru.

Статья поступила в редакцию: 15.02.2018. *Принята к печати:* 20.02.2018.

Современное медиапространство функционирует в условиях усиления скорости коммуникационных процессов, порождающих «волны» информационного шума. В этой связи все более очевидным становится размывание границ между правдой и ложью, медиагероями и медиаврагами, в результате чего в поле медиа все чаще возникают *псевдо-новости*. Однако до настоящего времени в контексте социогуманитарных наук (социологии, политологии, коммуникологии) учеными не выделялось дискретно оформившееся медиакоммуникационное явление, получившее статус псевдо-новости. Отличие псевдо-новости от другого

проявления медийной квазиреальности – фактоида – заключается в следующем: если в первом случае подразумевается имитация новости (как формы послания СМИ), то во втором – имитация факта. Иными словами, псевдо-новостное сообщение строится на оперировании фактоидами – недостоверными или ложными сведениями (как непроверенными, так и заведомо сфальсифицированными). При этом псевдо-новость может представлять собой как прямое (в том числе непреднамеренное) дезинформирование (фейк), так и тенденциозность освещения событий – смещение акцентов, замалчивание деталей, искусственная героизация или, напротив, стигматизация, усиление эмоционального ряда ввиду отсутствия или нехватки фактологических данных (постправда).

Хронологически первым было подвержено научному обоснованию явление фейка (в переводе с английского языка лексема «fake» означает «поддельный, фальшивый, ложный, фиктивный, ненастоящий, подложный, притворный»), которое стало предметом медиакоммуникационных исследований с начала 2010-х годов [Рочевцов: 210-212]. Основной платформой для «фейковизации» О.С. Иссерс называет Интернет, а среди причин указывает на быструю скорость подачи контента: «В современных онлайн-медиа она такова, что у авторов, редакторов, контент-менеджеров просто нет времени на проверку фактов и достоверности таких новостей. Сенсационное сообщение первым уходит в новостные ленты и распространяется по Сети со скоростью света, а оттуда проникает в другие медиа – телевидение и газеты» [Иссерс: 118].

С.Н. Ильченко впоследствии уточняет, что фактор целеполагания при «фейковизации» «со стороны представителя медиа не является необходимым условием для квалификации полученной от него информации как фейка. То есть во все не обязательно видеть в факте появления фейка на полосе газеты или журнала, в радио- или телеэфире, на сайте информагентства злой умысел, в соответствии с которым автор сообщения намеренно исказил событийную фактуру, свидетельства очевидцев, статистику и цифры» [Ильченко: 25-26; Blokhin, Ilchenko: 10]. Иными словами, медиафейк является следствием журналистской депрофессионализации, особенно отчетливо проявляющейся в поле Интернета, в результате чего наблюдается усиленное медиа-тиражирование информации, не соответствующей «каноническим» признакам объективности и достоверности. Вероятно, подобная проблема возникает из-за неумения сотрудников некоторых веб-изданий работать с фактологической информацией, отсутствия навыков верификации полученных данных.

Свидетельством прямого фейка можно считать размещенное 11 октября 2017 года на информационном портале «Комсомольская правда» сообщение о смерти знаменитого оперного певца Д. Хворостовского (легенда мировой сцены скончалась на 5 недель позднее – 22 ноября). Псевдо-новость моментально появилась на десятках новостных лент, в том числе на сайте телеканала «360» (аффилированной структуры ВГТРК).

Информацию вскоре опровергли концертный директор М. Хилдрю («*Это полная неправда! Он жив и находится дома*»), а также супруга певца Ф. Хворостов-

ская («Мой муж в порядке и счастливо спит рядом со мной!!! К черту людей, пишущих такие вещи!!!»)¹. После этого сообщения о якобы смерти Д. Хворостовского были быстро отовсюду удалены, а репортер «Комсомольской правды» извинилась перед семьей, объяснив, что при подготовке материала она оперировала так называемой «инсайдерской» информацией – ссылаясь на личные, не до конца проверенные источники.

Однако необходимо отметить, что псевдо-новость смогла вызвать резкий и устойчивый интерес, поскольку «органично» (в понимании журналистов, разместивших фейк) вписывалась в нарративную историю об оперном певце, «сенсационно» дополняя ее (информация о состоянии здоровья Д. Хворостовского и его борьбе с неизлечимой болезнью систематически появлялась как в эфире телеканалов, так и на страницах Интернет-агентств).

Что касается второй разновидности псевдо-новости, понятие постправды (*post-truth*), появившись в 1992 году после публикации эссе С. Тезича в журнале «The Nation» («Мы, свободные люди, добровольно приняли решение, что хотим жить в некоем мире постправды») [Flood], стало по версии экспертов «Оксфордского словаря» [Палий: 153-157.] главным и наиболее употребительным словом 2016 года как в публикациях СМИ (на протяжении всего электорального марафона Д. Трампа и после его победы на выборах [Ефанов 2017: 40-44]), так и в работах ученых – социологов, политологов, лингвистов. При этом научному осмыслению данный феномен подвергали преимущественно зарубежные исследователи.

Концептуализация явления постправды в российской науке принадлежит С.В. Чугрову. В контексте политической социологии и коммуникологии он характеризует постправду как «особую квазиреальную среду», «постмодернистскую девиацию, деформированное и стереотипизированное состояние сознания, в котором стереотипы уже оторвались от реальных образов». По мнению ученого, «постправда – это некий контекст, модальность, ситуация, которые делают возможным распространение ложных новостей, причем не предполагающих за это ответных санкций. В таком модальном (релятивистском) контексте не имеет значения, правдива ли новость или нет. Важно, чтобы она соответствовала двум условиям: эмоциональному настрою потребителя информации и политическим целям коммуникатора» [Чугров: 46]. На основе стереотипизированного медиавосприятия формируется «общество постправды».

Пример конструирования явления постправды в медиа-повестке 2017 года связан с обвинением руководства радиостанции «Эхо Москвы» в сотрудничестве с западными организациями и Госдепом США со стороны журналистов ВГТРК. Так, 11 октября в эфире «России 24» в вечерний прайм-тайм вышел материал, по форме напоминающий аналитический обзор, хронометраж которого соста-

¹ Супруга Дмитрия Хворостовского: Он жив, лежит рядом со мной в кровати // Комсомольская правда: <https://www.kp.ru/daily/26739/3770632/> (дата обращения: 25.01.2018).

вил 6 минут. А сразу после выхода в телевизионный эфир материал был размещен на официальном Youtube-канале ВГТРК¹.

Предваряя сюжет, ведущий в кадре, применяя обличительную риторику (и при этом совершая множество оговорок во время чтения подводки, – вероятно, озвучивая чужой, специально подготовленный и выверенный текст), пытается заранее расставить акценты: *«Проводят пропаганду в России, организуют сбор информации и пытаются сформировать прозападную позицию в преддверии президентских выборов. Все это про зарубежные НКО, которые, как оказалось, весьма тесно сотрудничают с «Эхо Москвы». Конец сентября. Теплая встреча в прохладном Оренбурге. За закрытыми дверями беседуют представители российской радиостанции и западных организаций, таких как французская «Репортеры без границ» и немецкий «Фонд Р. Боша». Тема разговора – о финансировании молодых отечественных блогеров и журналистов из, скажем так, «оппозиционно настроенных». Еще одно свидетельство того, на что обратили внимание в Совете Федерации. Некоммерческие структуры с серым финансированием для дестабилизации российского общества становятся опаснее, чем немного-немало, а группировка ИГИЛ (запрещенная в РФ террористическая организация)».*

Затем обозреватель, рассказывая, что шеф-редактор «Эха Москвы» в Оренбурге М. Курников и журналисты федеральной редакции «Эха Москвы» А. Плющев и Т. Фельгенгауэр *«встречали американцев, французов и немцев с распростертыми объятиями»*, сопровождает свой монолог фотографиями сидящего в кресле М. Курникова, немецкой журналистки и короткого видеоряда зала ожидания аэропорта (при этом совсем не оренбургского, а на кадрах вообще отсутствовали вышеупомянутые персоны), создающий так называемый «эффект обоев». Как признались респонденты – журналисты оренбургских СМИ (возраст: 30-70 лет), участвующие в данной встрече, – в ходе проведенного авторского исследования «Постправда федеральных СМИ» методом полуструктурированного интервью (n=10) в декабре 2017 года: *«Американцы уже везде мерещатся федералам. Их не было, как и французов. На конференцию приехала единственная журналистка из Германии, которая рассказывала, можно ли сегодня быть фрилансером – работать на несколько СМИ одновременно и при этом ни от кого не зависеть»* (респондент № 3).

Сразу после этого обозреватель ВГТРК безапелляционно восклицает: *«На конференции говорили о кризисе журналистики. Мол, в России все плохо!»* Данный тезис также опровергли респонденты авторского исследования: *«Никто так не заявлял. Обсуждали, как нужно работать печатникам и телевизионщикам в эру Интернета. Рассматривали, какие темы волнуют сегодня аудиторию»* (респондент № 5).

¹ Эхо Госдепа. Радиостанция «Эхо Москвы» попалась на сотрудничестве с западными НКО // Youtube: https://www.youtube.com/watch?time_continue=1&v=gLUDLmykaOY (дата обращения: 25.01.2018).

Впоследствии в материале ВГТРК дается аудиофрагмент выступления Т. Фельгенгауэр на конференции с крупным ее фото во весь экран: *«Если журналист допекает настолько, что не хочется больше игнорировать, тогда мы знаем, что есть Роскомнадзор и есть Следственный комитет»*. Судя по всему, фраза была вырвана из контекста. Кроме того, в отличие от видео, технически аудиоряд оказывается намного проще смонтировать, чего аудитория может никогда не заметить.

В продолжение обозреватель резюмирует: *«Выход собравшиеся видят в укреплении критически настроенных СМИ за счет иностранных денег. Обсуждают деятельность Кашина и Навального»*. Очередной тезис также был оспорен экспертами исследования: *«Никто нам денег не предлагал. А критически настроенными СМИ обязаны быть – просто большинство, к сожалению, научились так работать. Знаю, что на следующий день «эховцы» ходили на митинг Навального, но в день форсайт-сессии никто туда никого не агитировал»* (респондент № 9).

Для конституирования подобной позиции журналисты обращаются к мнению эксперта – некоего юриста И. Ремесло, заявившего, что «Эхо Москвы» *«проводит глубоко антигосударственную политику. И если мы посмотрим на источники их финансирования и на их доходность, то увидим, что там сплошные убытки»*. А затем в кадре вновь появляется ведущий, который, применяя обличительную риторику, восклицает: *«По сути, самый настоящий иностранный агент, который работает, даже не скрываясь. Подсчитано – только в прошлом году «Эхо» получило больше трех миллионов рублей от своих зарубежных друзей. <...> В общем, торговали настоящим информационным оружием по умеренным тарифам. Вот только в реестр Минюста умудрились не попасть»*. Эксперты, в свою очередь, отмечают: *«Я не являюсь поклонником «Эха». Мне с профессиональной точки зрения иногда любопытна их интерпретация событий. Как и у любого нынешнего СМИ, там тоже есть свои «герои» и перегибы. Но обвинять их и называть иноагентом кажется голословным. Наверное, это было сделано на общей волне «охоты на ведьм» – поисков и борьбы с иностранными агентами»* (респондент № 6).

О конструировании постправды можно судить и по тенденциозно подобранным деталям: использованию личного фотоархива М. Курникова из его социальных сетей во время пребывания в США, исторической параллелизации визита шеф-редактора «Эха Москвы» в Оренбурге в Фергюсон, *«где три года назад были беспорядки вокруг убийства белым полицейским афроамериканца»*. Для полного подтверждения своей «правоты» обозреватель выдвигает еще один аргумент: *«А еще Курников работает на радио «Свобода», которое финансируется США»*. Вероятно, автор рассчитывал, что из-за отрицательной коннотации лексемы «США» (в конституировании антизападных установок основополагающую роль сыграли именно отечественные СМИ) в сознании россиян произойдет конструирование образов журналистов «Эха Москвы» как нарушителей, предателей, антипатриотов.

Завершается материал выводом обозревателя, оперирующего риторикой неразумности: «Раньше иностранные НКО и СМИ, которые получают западные деньги, действовали плюс / минус осторожно, но теперь, когда до выборов полгода, атакуют фактически в лоб. Вот только, если все «шито белыми нитками», то и верится в западные «в кавычках» ценности как-то с трудом». После этого в отводке ведущий (вновь с оговорками) делает заключение: «Пожалуй, тут только и остается, что развести руками. Ну, и вспомнить поговорку про «соринку в глазу», которой для американских властей с их-то бровнями стали российские RT и Sputnik».

Согласно типологии тактик эмоционального воздействия в политическом дискурсе Н.Б. Руженцевой, стратегия диффамации «Эха Москвы» со стороны ВГТРК сочетала в себе несколько взаимосвязанных прямых тактик: тактику разоблачения (демаскировку) и тактику создания образа врага [Руженцева]. Однако необходимо отметить, что изначально типология тактик эмоционального воздействия была разработана ученым при исследовании стратегий дискредитации и диффамации политических акторов, где медиа выполняли роль посредника – своего рода «волеизъявителя». Противостояние ВГТРК и «Эха Москвы» показало, что в настоящее время в поле медиа протекают аналогичные политические процессы, а сами СМИ могут рассматриваться как полноценные политические силы (но, пользуясь терминологией Г.М. Маклюэна, фактически представляют собой идеологический «протез» [Маклюэн] своих учредителей, – как правило, бизнес-структур или политических акторов).

Что касается социальных эффектов, явление постправды в отношении «Эха Москвы» раскололо общество на два лагеря. Результаты дискурс-анализа комментариев в социальной сети «Facebook» показали, что 57 % пользователей, вероятно, интуитивно осознавая ирреальность конструкта, оперировали риторикой иронии: «Хорошая политическая реклама – и тем, и другим!» (Анна ***); «Что за ересь?! Осталось только сжечь на костре. Но для начала надо решить – кого?!» (Анатолий ***); «Поди, и глушить начнут. Это мы проходили, но правдивую песню, как известно, не задушишь, не убьешь» (Сергей ***); другая часть (43 %) поверила в истинность псевдо-новости, в результате чего придерживалась риторики порицания: «Теперь понятно, за чей счет сей «демократический» банкет» (Владимир ***); «Они никакие не журналисты, а самые настоящие шпионы» (Ольга ***); «По-моему, налицо продажа Родины» (Геннадий ***); «Пора остановить этот беспредел – результат тлетворного влияния Запада!» (Лариса ***).

Деструктивным последствием воздействия псевдо-новости можно считать усиление карательных установок в обществе, успешное манипулирование сознанием лиц, имеющих психические отклонения. Так, спустя пару недель после выхода материала ВГТРК в эфир и его обсуждения в социальных сетях на Т. Фельгенгауэр было совершено нападение – неизвестный проник в столичный офис «Эха Москвы» и ударил ведущую ножом в шею. Позднее на допросе злоумышленник по имени Б. Гриц заявил, что имел с ведущей некую «телепатиче-

скую связь» («Она была у меня в голове...»)¹. Что касается состояния здоровья Т. Фельгенгауэр, после длительной реабилитации ведущая вернулась к активной жизни и работе.

Еще одним ярким примером явления постправды можно считать медиарепрезентацию выступления школьника из Нового Уренгоя в Бундестаге. Несмотря на то, что 19 ноября 2017 года в Германии в День скорби Николай на основе изученной биографии погибшего немецкого солдата апеллировал к необходимости сохранения мира во всем мире, поскольку война жестока и беспощадна по отношению ко всем ее участникам («*Всякий, кто заглянул в стекленеющие глаза солдата, умирающего на поле боя, хорошо подумает, прежде чем начать войну. <...> Я искренне надеюсь, что на всей земле восторжествует здравый смысл и мир больше никогда не увидит войн*»)², ряд новостных ресурсов (всего – 47 материалов в Интернете), вырвав фрагмент выступления школьника из контекста, интерпретировали речь как попытку оправдать фашизм. Об этом можно судить по заголовкам изданий, содержащих обличительную риторику (с акцентом на лексему «фашизм», поскольку в историческом сознании россиян прочно закрепилась отрицательная коннотация данной политической идеологии): «*Российский школьник заступился за фашистов*»; «*Школьник из Нового Уренгоя оправдал фашистов*»; «*В школе Нового Уренгоя воспитали фашиста*»; «*Российский школьник, уехав в Германию, встал на сторону фашистов*» и др.

После этого на Николая была открыта откровенная «травля» со стороны пользователей социальных сетей, где данное видео (тенденциозно смонтированное) было размещено, с призывами наказать родителей и учителей, воспитавших «фашиста»: «*Позор! Куда смотрели родители и учителя?!*» (Алла ***); «*Родителей – под суд, учителей – уволить!!!*» (Елена ***); «*Таких родителей надо лишать прав на воспитание*» (Николай ***); «*Вот такой результат патриотического воспитания в современных школах*» (Игорь ***); а самого школьника – депортировать: «*Выдворить из страны этого «европеоида»!*» (Юрий ***); «*Ему не место в России*» (Алексей ***); «*Пусть не возвращается, предатель*» (Ирина ***); угрожая в том числе физической расправой: «*Выбить надо из него эту дурь*» (Олег ***); «*Опасно, если мы с ним повстречаемся на пути*» (Сергей ***).

В отличие от истории с медиа-противостоянием ВГТРК и «Эха Москвы», в данной ситуации удалось избежать применения насилия. Во многом это связано с доминированием оправдательной риторики в медиа-повестке со стороны политических акторов, имеющих высокий «кредит доверия» в обществе. В под-

¹ На журналистку Татьяну Фельгенгауэр напали с ножом прямо в редакции «Эха Москвы» // Meduza: <https://meduza.io/feature/2017/10/23/napadenie-na-zhurnalistku-eha-moskvy-tatyanu-felgengauer-glavnoe> (дата обращения: 25.01.2018).

² Школьник из Нового Уренгоя рассказал в Бундестаге, что не все немецкие солдаты хотели воевать. В России его обвинили в оправдании нацизма // Meduza: <https://meduza.io/feature/2017/11/20/shkolnik-iz-novogo-urengoya-rasskazal-v-bundestage-chto-ne-vse-nemetskie-soldaty-hoteli-voevat-v-rossii-ego-obvinili-v-opravdanii-natsizma> (дата обращения: 25.01.2018).

держку Николая и на его защиту встали министр образования и науки РФ О. Васильева, уполномоченный при Президенте по защите прав ребенка А. Кузнецова, а также пресс-секретарь Президента Д. Песков, призвав прогрессивную общественность перестать «упражняться в человеконенавистничестве»¹ (всего вышло 76 материалов: из них на телевидении – 24, в Интернете – 52).

Результаты проведенного исследования позволяют конституировать псевдо-новость как дискретно существующую разновидность новости. Будучи формально (по структуре) построенным как новостное послание (аналогичные композиция, стилистика, основные элементы, диалектический ответ на триаду вопросов: «что», «где», «когда»), псевдо-новостное сообщение содержательно противоречит главным признакам новости (объективности, достоверности, отражению текущей действительности). Основное отличие двух типов псевдо-новости заключается в следующем: если фейк может являться следствием непреднамеренности действий медиаконтролеров (погоня за сенсацией, низкий уровень профессионализма, проявляющийся в отсутствии навыков верификации фактологических данных), то пост-правда представляет собой результат спланированности техник, конечной целью которых становится осознанная дезинформация аудитории. В конечном итоге системное конструирование явлений псевдо-новости приводит к депрофессионализации, дискредитации работников сферы медиа и деинституционализации журналистики, усиливая «кризис доверия» [Ефанов 2018: 536-537] к СМИ.

Источники

Ефанов А.А. (2018). «Кризис доверия» к телевидению // *Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия*. Сборник материалов международной научно-практической конференции. М.: МедиаМир; Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова.

Ефанов А.А. (2017). Эволюция стратегий репрезентации политического образа Дональда Трампа на российском телевидении // *Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика*. № 3.

Иссерс О.С. (2014). Медиафейки: между правдой и вымыслом // *Коммуникативные исследования*. № 2.

Ильченко С.Н. (2016). Фейк в практике электронных СМИ: критерии достоверности // *Медиаскоп*. № 4.

Маклюэн Г.М. (2003). Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева; Зacl. ст. М. Вавилова. М.: КАНОН-пресс-Ц; Кучково поле.

Палий О.Л. (2016). «Post-truth»: история слова года (2016) по версии Оксфордского словаря английского языка // *Безопасность, личность, общество: социально-правовые аспекты*. Сборник статей по материалам Всероссийского круглого стола. СПб.: Издательский дом «Петрополис».

Руженцева Н.Б. (2004). Дискредитирующие тактики и приемы в российском политическом дискурсе: Монография. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. пед. ун-та.

Чугров С.В. (2017). Post-truth: трансформация политической реальности или саморазрушение либеральной демократии? // *Полис*. Политические исследования. № 2.

¹ Песков осудил травлю ямальского школьника // Российская газета: <https://rg.ru/2017/11/21/peskov-osudil-travliu-iamalskogo-shkolnika.html> (дата обращения: 25.01.2018).

Blokhin I.N., Ilichenko S.N. (2015). Fake as a Format of Modern Journalism: the Information Reliability Problem // *Indian Journal of Science and Technology*. Vol. 8.

Flood A. (2017). "Post-truth" Named Word of the Year by Oxford Dictionaries // *The Guardian*: <https://www.theguardian.com/books/2016/nov/15/post-truth-named-word-of-the-year-by-oxford-dictionaries> (accessed: 22.01.2018).

Pocheptsov G. (2017). The Origins of Fake and Alternative Facts Can Help Us Understand the Concept of Post-Truth // *Russian Journal of Communication*. Vol. 9. № 2.

■ ■ ■ Fakes on Television and Internet: typology, practices, social effects

Aleksandr A. Yefanov

Orenburg State University, Orenburg, Russian Federation.

Abstract. The author substantiates the phenomenon of pseudo-news as a discrete version of the news. It is determined that, being formally (structured) constructed as a news message (similar composition, stylistics, basic elements, dialectical answer to the triad of questions: 'what', 'where' and 'when'), the pseudo-news report is contentiously contrary to the main signs of news (objectivity, reliability, reflection of current reality). The author suggests the typology for differentiation of pseudo-news phenomenon into fake and post-truth. If the fake can be the result of the unintentional actions of media controllers (the pursuit of sensation, the low level of professionalism, manifested in the lack of skills in verifying the factual data), then post-truth is the result of planned techniques, the ultimate goal of which is the conscious disinformation of the audience. It is concluded, that the systemic design of pseudo-news phenomenon ultimately leads to deprofessionalization, malpractice of media and deinstitutionalization of journalism, reinforcing the 'crisis of confidence' in the media.

Keywords: news, pseudo-news, fake, post-truth, media, television, Internet

For citation: Yefanov A.A. Fakes on Television and Internet: typology, practices, social effects. *Communicology (Russia)*. 2018. Vol. 6. No. 1. P. 156-165. DOI 10.21453/2311-3065-2018-6-1-156-165.

Inf. about the author: Aleksandr Aleksandrovich Yefanov, Cand. Sc. (Soc.), Associate Professor of the department of public relations and journalism of Orenburg State University. Address: 460018, Orenburg, Pobedy Av., 13. E-mail: yefanoff_91@mail.ru.

Received: 15.02.2018. *Accepted:* 20.02.2018.

References

Yefanov A.A. (2018). 'Crisis of Trust' to Television. *Journalism in 2017: Creativity, Profession, Industry*. Collection of Materials of the International Scientific and Practical Conference. Moscow: MediaMir; Faculty of Journalism of Lomonosov Moscow State University (In Rus.).

Yefanov A.A. (2017). Evolution of Strategies for Representing the Political Image of Donald Trump on Russian Television. *Proceedings of Higher Educational Institutions. Sociology, Economy, Policy*. No. 3 (In Rus.).

Issers O.S. (2014). Mediafairs: between Truth and Fiction. *Communicative Research*. No. 2 (In Rus.).

Ilchenko S.N. (2016). Fake in the Practice of Electronic Media: the Criteria of Reliability. *Mediascope*. No. 4 (In Rus.).

McLuhan G.M. (2003). Understanding Media: External Expansion of a Person / Transl. by V. Nikolayev; ed. by M. Vavilov. Moscow: Canon-press, Kuchkovo pole (In Rus.).

Paliy O.L. (2016). 'Post-truth': the History of the Word of the Year (2016) according to the Oxford English Dictionary. *Security, Personality, Society: Social and Legal Aspects*. Collection of Articles on the Materials of the All-Russian Round Table. St. Petersburg: Publishing House Petropolis (In Rus.).

Ruzhentseva N.B. (2004). Discrediting Tactics and Techniques in Russian Political Discourse: Monograph. Ekaterinburg: Publishing House of Ural State Pedagogical University (In Rus.).

Chugrov S.V. (2017). Post-truth: the Transformation of Political Reality or the Self-destruction of Liberal Democracy? *Polis (Political Studies)*. No. 2. (In Rus.).

Blokhin I.N., Ilchenko S.N. (2015). Fake as a Format of Modern Journalism: the Information Reliability Problem. *Indian Journal of Science and Technology*. Vol. 8.

Flood A. (2017). "Post-truth" Named Word of the Year by Oxford Dictionaries. *The Guardian*: <https://www.theguardian.com/books/2016/nov/15/post-truth-named-word-of-the-year-by-oxford-dictionaries> (date of the application: 22.01.2018).

Pocheptsov G. The Origins of Fake and Alternative Facts Can Help Us Understand the Concept of Post-Truth. *Russian Journal of Communication*. 2017. Vol. 9. No. 2.