

ЖУРНАЛИСТСКАЯ ПРАКТИКА JOURNALISTIC PRACTICE

УДК 070.11

DOI 10.17150/2308-6203.2018.7(3).361-370



Суходолов Александр Петрович

Доктор экономических наук, профессор, ректор
Байкальский государственный университет,
664003, Российская Федерация, г. Иркутск, ул. Ленина, 11,
e-mail: rector@bgu.ru

Alexander P. Sukhodolov

D.Sc. in Economics, Professor, Rector
Baikal State University,
11 Lenin Str., Irkutsk, 664003, Russian Federation,
e-mail: rector@bgu.ru

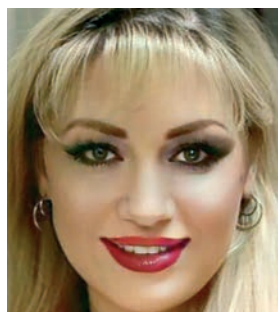


Кудлик Елизавета Сергеевна

Старший преподаватель
Кафедра русского языка как иностранного, Иркутский
государственный университет, 664003, Российская
Федерация, г. Иркутск, ул. Ленина, 8, e-mail: liseron@mail.ru

Elizaveta S. Kudlik

Senior Lecturer
Department of Russian as a Foreign Language, Irkutsk State
University, 8 Lenin Str., Irkutsk, 664003, Russian Federation,
e-mail: liseron@mail.ru



Антонова Алла Борисовна

Кандидат филологических наук, доцент
Кафедра русского языка как иностранного, Иркутский
государственный университет, 664003, Российская
Федерация, г. Иркутск, ул. Ленина, 8, e-mail: allabb@yandex.ru

Alla B. Antonova

PhD in Philology, Associate Professor
Department of Russian as a Foreign Language, Irkutsk State
University, 8 Lenin Str., Irkutsk, 664003, Russian Federation,
e-mail: allabb@yandex.ru

ПРАНК-ЖУРНАЛИСТИКА КАК НОВЫЙ ЖАНР В РОССИЙСКОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Аннотация. В статье предпринимается попытка теоретического осмысления феномена пранк-журналистики. Обосновывается необходимость новых форматов поиска информации в условиях информационной войны. Раскрывается понятие «пранк» в широком смысле, а также проводится анализ данного явления в психологическом, социокультур-

ном и правовом аспектах, дается психологический и социальный портрет личности пранкера. В статье описан процесс эволюции телефонного розыгрыша сначала в молодежную субкультуру, а затем в новый жанр журналистики. Представлены особенности субкультуры пранка в антропологическом аспекте и охарактеризовано ее освещение в массмедиа. Рассмотрены некоторые аспекты зарождения пранк-журналистики в российском медиапространстве, а также приведены примеры пранк-журналистики в западном медиапространстве. Констатируются причины появления политического пранка в российском медиапространстве. Предложены основания для сравнения деятельности пранкера и журналиста, а также описан этический компонент пранк-журналистики. Кратко рассматриваются этапы работы над пранком. Определяется роль личного фактора в деятельности пранк-журналиста на примере основателей русского интеллектуального пранка в России Алексея Столярова (Лексус) и Владимира Кузнецова (Вован). Приводятся примеры известных пранков из недавно вышедшей книги Вована и Лексуса «По ком звонит телефон?». Даются критерии отнесения пранка к инструментам создания фейковых новостей на примере пранка о погибших в «Зимней вишне», распространенного украинским пранкером. Пранк рассматривается в дихотомии — как информационный терроризм и как разновидность «факт-журналистики». Приводится оценка данного явления представителями профессионального журналистского сообщества и медийными лицами. Формулируются выводы относительно места пранк-журналистики в современном медиапространстве.

Ключевые слова. Пранк, пранкер, субкультура, розыгрыш, медиапространство, пранк-журналистика.

Информация о статье. Дата поступления 03 апреля 2018 г.; дата принятия к печати 05 июля 2018 г.; дата онлайн-размещения 10 июля 2018 г.

PRANK JOURNALISM AS A NEW GENRE IN RUSSIAN MEDIA LANDSCAPE

Abstract. The article aims at theorizing the phenomenon of prank journalism. The authors explain the need for new formats of searching for information in the context of information wars. The concept *prank* is defined in general, at the same time it is analyzed in the psychological, socio-cultural and legal aspects, a psychological and social image of a prankster is drawn.

The article describes the process of a prank phone call evolving first into a youth subculture and then into a new genre of journalism. The aspects of the prank subculture are described from the viewpoint of anthropology and its media coverage is characterized. Some aspects of the beginnings of prank journalism in the Russian media space are considered, Examples of prank journalism in the Western media space are given. The article states reasons for the introduction of political prank in the Russian media space. The article offers basis for comparing a prankster's and journalist's activities, and describes the ethical component of prank journalism. The article gives a brief characteristic of stages of creating a prank. The role of the personal factor in a prank journalist's job is defined as exemplified by Alexey Stolyarov (Lexus) and Vladimir Kuznetsov (Vovan), the founders of the Russian intellectual prank.

Examples of some well-known pranks from the recently published book by Vovan and Lexus *For Whom the Phone Rings?* are given. The article

offers criteria for rating pranks as instruments for creating fake news as exemplified by the prank about the victims in the Kemerovo Winter Cherry mall, disseminated by a Ukrainian prankster. The prank is considered in a dichotomy: as information terrorism and as a kind of fact journalism. The article states how the prank is characterized by professional journalists and media people. The article makes a conclusion about the place of prank journalism in the modern media space.

Keywords. Prank, prankster, subculture, trick, media landscape, prank journalism.

Article info. Received April 03, 2018; accepted July 05, 2018; available online July 10, 2018.

Введение

В настоящее время странами коллективного Запада в отношении России ведется неприкрытая информационная война. С одной стороны, в мировом медиапространстве Россия демонизируется. С другой стороны, в европейских странах, в США и на Украине нарушаются принципы свободной прессы применительно к российским журналистам: им отказывают в аккредитации, их высылают из страны, оказывают на них психологическое давление, осуществляют их уголовное преследование.

Традиционные зарубежные и российские средства массовой информации ведут поиск новых форматов подачи информации, иногда совершенно неожиданных, что требует быстрой и адекватной реакции политических деятелей. Так, в современном медиапространстве сформировался новый жанр, который может быть определен как политическая пранк-журналистика. В российском информационном пространстве этот жанр имеет своих ярких представителей.

Само слово «пранк» (англ. *prank* — шалость, проделка, розыгрыш, проказа) является заимствованием из английского языка и обозна-

чает телефонный розыгрыш. Людей, которые этим занимаются, называют *пранкерами* (ср. в англ. *prankster* — a person who plays pranks) [1]. На основе этого слова в русском языке образовалась целая группа однокоренных слов и устойчивых выражений: *пранкануть*, *пранкерство*, *лайт-пранк*, *технопранк* (нарезка голосов известных людей), *русский интеллектуальный пранк* (для обозначения политического пранка), *пранк алфавитом*, *пранк песней в СМС*, *ММС*, *пранкота*, *скайп-пранк* (*видеопранк*, *осуществленный с помощью программы «Скайп»*) и т. д. Образование новых слов и включение этой лексики в состав словосочетаний свидетельствуют об активном освоении данного заимствования системой русского языка, что, в свою очередь, говорит об интересе общества к данному явлению.

Истоки пранка

Пранк берет свое начало из телефонного хулиганства — явления, существовавшего со времен широкого распространения телефонной связи. Например, в одной из газет хулиган дал объявление с таким текстом: «Породистая сука разродилась парой очаровательных щенят. Отдадим щенят немецкой овчарки в

добрые руки бесплатно. Кобель тоже породистый». И оставил номер мобильного телефона. Заинтересовавшиеся люди стали звонить по указанному в объявлении номеру, но выяснилось, что на том конце виртуального провода находился счастливый отец, чья жена недавно родила двойню. Один из таких звонивших потом рассказал, что он, любящий животных человек, по неосторожности поверил в бесплатный сыр и решил попытаться счастья, а в ответ получил негативную реакцию доведенного до нервного срыва владельца ца этого номера [2].

По мнению психологов, неумный, грубый, непродуманный розыгрыш способен нанести жертве телефонного хулигана тяжелую психологическую травму. Анализируя мотивацию звонящего, можно определенно утверждать, что есть люди, которые посредством таких шуток мстят за свои личные обиды; у кого-то это объясняется комплексом неполноценности или неудовлетворенности, у кого-то — общим уровнем культуры, а кто-то, вне зависимости от возраста, просто балуется.

Пранк как молодежная субкультура

Со временем целью таких розыгрышей стало желание не только вызвать у жертвы ответную реакцию, но и записать ее и распространить. На этом этапе можно говорить о пранке как об особой молодежной субкультуре и о пранкерах как о представителях данного движения.

В России это молодежное течение имеет некоторые особенности. Если в странах Запада пранк является скорее комедийным жанром, используемым на радиостанциях в

развлекательных целях, то в сообществе российских телефонных хулиганов основная цель пранка — запись эмоциональных высказываний жертвы с авторским (креативным) использованием часто ненормативной лексики.

Представляется очень интересным проследить эволюцию того, как сомнительное с точки зрения общественных норм морали немногочисленное молодежное движение стало явлением российского информационного пространства, получившим неоднозначную оценку национального журналистского сообщества и некоторую популярность среди населения.

Субкультура телефонного розыгрыша сформировалась к 2004 г., когда был создан официальный сайт российских пранкеров www.prank.ru. В двухтысячных пранкерство стало увлечением молодежи в возрасте от 15 до 29 лет, организовавшей целое сообщество пранкеров в России под названием «Возьми трубку и зажги мир». В 2005 г. был даже создан гимн пранкеров с одноименным названием, а само движение стало предметом изучения российских антропологов.

По М. Д. Алексеевскому, молодежная субкультура пранкеров характеризуется высокой степенью закрытости сообщества, использованием ников, сокрытием своих контактных данных. Такое поведение участников сообщества объясняется, с одной стороны, боязнью преследования со стороны так называемых жертв, с другой стороны, тем, что, узнав истинный мотив пранкеров, жертва получает возможность потерять потенциал для дальнейшей разработки, если перестанет

эмоционально реагировать на провокацию пранкера [3, с. 403].

Пранкеры работают командами, а в некоторых случаях имеет место распределение обязанностей: один готовит проект атаки на жертву, другой разговаривает по телефону, третий отвечает за техническую часть проекта.

Как правило, членом субкультуры пранкеров является молодой человек или подросток (мужского пола) из благополучной семьи со средним или высоким доходом, в половине случаев с личным автотранспортом, получающий высшее образование.

В субкультуре пранкеров существует культ «великих жертв». Обычно «великой жертвой» становится одинокий пожилой человек с нестандартным ярким речевым поведением, эмоционально реагирующий на действия пранкеров. Среди самих пранкеров существует мнение, что «великими жертвами» пранка становятся люди с дефицитом общения, который не позволяет им иначе взглянуть на ситуацию и выйти из игры пранка. Описан случай, когда члены субкультуры собрали деньги на операцию пожилой женщине, над которой пранковали несколько лет [3].

Впервые о субкультуре пранкеров в российских СМИ упоминается на страницах журнала «Хакер» за 2003–2004 гг. Первые статьи носили непредвзятый характер, однако в дальнейшем интерес журналистов вызывала не столько субкультура пранкеров, сколько медийные жертвы телефонных розыгрышей, а среди журналистов преобладал «панически-морализаторский подход к освещению их деятельности» [3, с. 405].

Пранк в правовом и социокультурном аспектах

Чем ярче ответная реакция жертвы пранка, тем удачнее, успешнее пранк. К пранкерам применялись эпитеты с негативной коннотацией: телефонные террористы, сетевые монстры. Шли дискуссии о необходимости строгого наказания за подобные развлечения, но факт телефонного хулиганства является сложно доказуемым, потому что пранкер при общении с жертвой ведет себя настойчиво, но неагрессивно, тогда как жертва проявляет агрессию, угрожая расправой и используя ненормативную лексику русского языка. В целом за телефонное хулиганство ответственности не предусмотрено. Наказание может зависеть от того, чем обернулся розыгрыш.

Рассматривая правовой аспект пранкерства, необходимо сказать, что правоохранительные органы уделяют ему достаточно внимания и прикладывают немало усилий по пресечению хулиганских действий пранкеров, в том числе используя высокоразвитые современные технологии. Современное оборудование позволяет определить местонахождение, а зачастую и личность пранкера в интервале от нескольких минут до нескольких часов. В зависимости от степени важности или опасности звонка пранкер может предстать перед законом, но ввиду сложностей с формированием доказательной базы таких прецедентов в России не было. Возможно, это также связано с тем, что медийные жертвы пранков воспринимают пранк как средство пиара и повышения своих «медийных активов», что может быть отнесено к проявлению так называемой PR-аддикции, подробно

описанной в статье А. П. Суходолова и М. П. Рачкова «PR как “наркотик”, или еще раз о PR-журналистике и ее праве на существование» [4].

По рассказам пранкеров, самое интересное — это общение со звездами шоу-бизнеса, потому что их реакция в большинстве случаев абсолютно не совпадает с их публичным имиджем. Примерами таких пранков являются розыгрыши в отношении Ксении Собчак, Анастасии Волочковой, Лолиты Милявской и др.

Могут ли быть связаны подобные розыгрыши с серьезными политтехнологиями, если пранкеры разыгрывают политических деятелей, государственных чиновников, и можно ли утверждать, что за завесой пранка скрыты серьезные политические силы? Связь пранкерства с серьезными политтехнологиями явно не просматривается. Вероятнее всего, пранкерство — это прием, которым можно воспользоваться для затягивания своего оппонента в какую-либо игру, скомпрометировать недальновидного конкурента, оппонента, заставить его рассказать о том, о чем он никогда не заявил бы публично.

Пранк как новый жанр журналистики

Так что же такое пранк в настоящее время? Новый жанр журналистики? Ведь сегодня речь идет и о, скажем, трэвел-журналистике [5], и уже о так называемой фрик-журналистике [6]. Почему не может быть пранк-журналистики? В западном медиапространстве термин «пранк-журналистика» существует уже давно. Так, статья политического репортера ABC News Криса Гуда, опубликованная в одном из старей-

ших литературных журналов США The Atlantic в марте 2011 г., называлась «Пранк-журналистика во всей своей красе» («Prank Journalism at its best» (перевод наш. — *Авт.*)) [7] и рассказывала о пранке Эдварда фон Клоберга III — «самого бессовестного лоббиста в Вашингтоне», по мнению журнала Spy [8]. Клоберга разыграли еще в 1992 г., телефонный розыгрыш был подробно описан в одном из номеров упомянутого журнала¹.

Выход пранка в российское медийное пространство связан с обострением внешнеполитической ситуации, с конфликтом на Украине и с давлением западных стран на Россию. Основателями пранка как нового журналистского жанра в российском медиапространстве стали Владимир Кузнецов и Алексей Столяров, известные под никами Вован и Лексус. Они вышли из субкультуры пранка: Лексус является одним из создателей сайта пранкеров, начал заниматься пранком с 13 лет, Вован занимается пранком с 2007 г. и признается сообществом лучшим пранкером России.

Под пранк-журналистикой подразумевается отдельная разновидность лайт-пранка, направленная не столько на розыгрыш жертвы, сколько на получение от нее необходимой информации, зачастую недоступной для получения другим образом. Результаты такого пранка обычно публикуются в СМИ или в Сети.

В первую очередь интересы пранкеров сосредоточились на политической сфере, а жертвами пранка стали высокопоставленные чиновники

¹ Hello, I am calling on behalf // Spy magazine. 1992. Vol. 6. P. 56–60.

бывшего советского пространства, а также функционеры международных организаций (ВАДА, ООН). В своей книге, вышедшей в 2018 г., пранкеры рассказывают не только об осуществленных пранках, но и об искусстве общения с первыми лицами государства и другими ньюсмейкерами.

Редкая неделя в информационном пространстве России и стран бывшего постсоветского пространства обходится без упоминания имен Вована и Лексуса. Они утверждают, что на подготовку к пранку на геополитическую тему требуется время, в течение которого проводится работа над интервью, анализируются публичные выступления человека, за которого пранкеры собираются себя выдавать. Интернет позволяет получить любую информацию по тематике пранка: дипломатические соглашения, официальные оценки, позиции разных стран и международных организаций.

Трудность представляет поиск контактов жертвы политического пранка. Однако зачастую качественно продуманный алгоритм действий и телефоны, находящиеся в открытом доступе (телефоны приемных), позволяют разыграть данный сценарий так, что жертва сама выходит на пранкеров. В некоторых случаях необходимый контакт добывается через сложную цепочку участников.

Непосредственно в процессе розыгрыша пранкеру необходимо вести непринужденный диалог, учитывая настроение и психологические особенности человека, от которого нужно получить информацию.

Алексей Столяров и Владимир Кузнецов в политических пранках не используют технических средств изменения голоса, а свой успех объ-

ясняют тем, что большинство людей, с одной стороны, не обладают способностью распознавать голоса, с другой — становятся жертвой своих собственных невнимательности и доверчивости.

Деятельность пранкера в какой-то степени сродни деятельности журналиста. В многочисленных интервью герои русского пранка говорят, что их день похож на обычный день журналиста: они следят за новостями, осуществляют мониторинг интернет-пространства в поисках актуальных и общественно значимых тем и потенциальных героев. Пранкеры понимают, что их деятельность не вписывается в этику журналиста: они не представляются, не имеют официального удостоверения, не согласовывают текст интервью, потому что это противоречило бы сути пранка.

При этом российские пранкеры верны определенному внутреннему этическому кодексу: в их деятельности есть гражданско-патриотическая позиция. Их цель — разговорить жертву и получить интересную информацию из первых рук, не навредив дипломатическим отношениям РФ с другими странами.

Как в каждом неординарном явлении, в пранке есть свои антигерои. В этом отношении показателен недавний фейк о 300 погибших в Кемерове, созданный и распространенный украинским пранкером и интернет-троллем под псевдонимом Евгений Вольнов (настоящее имя Никита Кувиков). Евгений Вольнов позвонил в отдел судмедэкспертизы города Кемерова, представился сотрудником МЧС и убедил сотрудника, а затем и начальника морга в том, что из «Зимней вишни» привезут 300 погиб-

ших. Пранкер Вольнов утверждал, что хотел спровоцировать протесты против российской власти. «Образно говоря, неконтролируемое распространение фейковых новостей способно провоцировать своего рода “информационные теракты”» [9, с. 162], а пранкер в этом случае становится «информационным террористом». Когда пранк раскрылся, он вызвал бурю негодования в российском обществе. Данный пример наглядно показывает, что пранк может служить инструментом для создания фейка. Несмотря на то что подобные фейки попадают в информационное пространство, они так и остаются безнравственными розыгрышами и не могут быть квалифицированы как жанр журналистики. «Между тем “журналистика факта” должна решительно выступить против “паражурналистики фейка”» [9, с. 165].

В России сегодня существует несколько этических кодексов журналистов, и их соблюдение «является добровольным, и допущенные нарушения могут быть осуждены только самим журналистским сообществом» [10]. Тем не менее пранкер без внутренних морально-нравственных принципов никогда не станет высокопрофессиональным журналистом. После этого случая пранкеры Вован и Лексус объявили о разработке законопроекта, предусматривающего наказание для всех, кто распространяет в Сети неправдивую информацию, тем самым в очередной раз продемонстрировав свою гражданско-патриотическую позицию.

На сегодняшний момент бесспорно то, что проект Вована и Лексуса стал ярким явлением российского медиапространства, получив при-

знание представителей профессионального сообщества, находящихся на противоположных идеологических полюсах. Так, Д. К. Киселев, журналист, генеральный директор международного информационного агентства «Россия сегодня», назвал это явление русским интеллектуальным пранком, подчеркнув тем самым глубину и компетентность авторов данного жанра. В этом с ним солидарен и А. А. Венедиктов, главный редактор радиостанции «Эхо Москвы», высказавший свое уважение к работе, проделываемой пранкерами при подготовке своих проектов. Положительная оценка деятельности пранк-журналистов отражена и в высказываниях других медийных лиц: так, известный телеведущий Д. Дибров называет пранкеров санитарями леса, делающими важное дело по лишению известных личностей чрезмерной заносчивости, писатель С. Минаев — лакмусовой бумажкой нашего общества, депутат ГД РФ Н. Поклонская — безразличными гражданами [11, с. 3].

Стоит отметить тот факт, что в российском медиапространстве у Алексея Столярова и Владимира Кузнецова последователей пока не появилось, что объясняется сложностью этого вида деятельности, а также особой ролью личного фактора в пранк-журналистике. Тем не менее можно утверждать, что сегодня в отечественном информационном пространстве утверждается новый жанр — пранк-журналистика, представляющая собой микс классического журналистского расследования и новых способов получения информации в виде тщательно продуманных телефонных розыгрышей.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Hornby A. S. *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English* / A. S. Hornby. — Oxford : Oxford University Press, 1995. — 1366 p.
2. Изчобан И. Пранкерство — розыгрыш или преступление? / И. Изчобан // Эхо : обществ.-полит. газ. — 2015. — 3 марта.
3. Алексеевский М. Д. «Возьми трубку и зажги мир...» (молодежное сообщество пранкеров в России) / М. Д. Алексеевский // Молодежные субкультуры Москвы / сост. Д. В. Громов. — М., 2009. — С. 401–439.
4. Суходолов А. П. PR как «наркотик», или еще раз о PR-журналистике и ее праве на существование / А. П. Суходолов, М. П. Рачков // Вопросы теории и практики журналистики. — 2016. — Т. 5, № 2. — С. 179–186. — DOI: 10.17150/2308-6203.2016.5(2).179-186.
5. Кривцов Н. В. Трэвел-журналистика: специфика направления и его проблемы / Н. В. Кривцов // Вопросы теории и практики журналистики. — 2017. — Т. 6, № 3. — С. 347–365. — DOI: 10.17150/2308-6203.2017.6(3).347-365.
6. Третьяков В. Т. Как стать знаменитым журналистом. Курс лекций по теории и практике современной русской журналистики : учеб. пособие / В. Т. Третьяков. — М. : Ладомир, 2016. — 623 с.
7. Good Ch. Prank Journalism at its best [Electronic resource] / Ch. Good // *The Atlantic*. — 2011. — Mode of access: <https://www.theatlantic.com/politics/archive/2011/03/prank-journalism-at-its-best/73002>.
8. Джекет Дж. Зачем нам стыд? Человек vs. общество : пер. с англ. / Дж. Джекет ; ред. Н. Нарциссова. — М. : Альпина нон-фикшн, 2016. — 244 с.
9. Суходолов А. П. «Фейковые новости» как феномен современного медиапространства: понятие, виды, назначение, меры противодействия / А. П. Суходолов, А. М. Бычкова // Вопросы теории и практики журналистики. — 2017. — Т. 6, № 2. — С. 143–169. — DOI: 10.17150/2308-6203.2017.6(2).143-169.
10. Бакшин В. Основы журналистики : учеб. пособие / В. Бакшин. — М. : Флинта, 2009. — 56 с.
11. Кузнецов В. Вован и Лексус. По ком звонит телефон / В. Кузнецов, А. Столяров. — СПб. : Питер, 2018. — 384 с.

REFERENCES

1. Hornby A. S. *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English*. Oxford University Press, 1995. 1366 p.
2. Izchoban I. Pranking — is it a trick or a crime? *Ekho = Echo*, 2015, March 3. (In Russian).
3. Alekseevskii M. D. Pick up the receiver and paint the town red... (the Russian youth society). In Gromov D. V. (ed.). *Molodezhnye subkul'tury Moskvy* [Moscow youth subcultures]. Moscow, 2009, pp. 401–439. (In Russian).
4. Sukhodolov A. P., Rachkov M. P. PR as a «drug» or again about PR-journalism and its right to existence. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2016, vol. 5, no. 2, pp. 179–186. DOI: 10.17150/2308-6203.2016.5(2).179-186. (In Russian).
5. Krivtsov N. V. Travel Journalism: Characteristic Aspects and Challenges of the Genre. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2017, vol. 6, no. 3, pp. 347–365. DOI: 10.17150/2308-6203.2017.6(3).347-365 (In Russian).
6. Tre't'yakov V. T. *Kak stat' znamenitym zhurnalistom. Kurs lektsii po teorii i praktike sovremennoi russkoi zhurnalistiki* [How to Become a Famous Journalist. A Series of Lectures on the Theory and Practice of Modern Russian Journalism]. Moscow, Ladomir Publ., 2016. 623 p.
7. Good Ch. Prank Journalism at its best. *The Atlantic*, 2011. Available at: <https://www.theatlantic.com/politics/archive/2011/03/prank-journalism-at-its-best/73002>.
8. Jacquet J. *Is Shame Necessary? New Uses for an Old Tool*. New York, Pantheon books, 2015. (Russ. ed.: Jacquet J.; Nartsissova N. (ed.). *Zachem nam styd? Chelovek vs. obshchestvo*. Moscow, Al'pina non-fikshn Publ., 2016. 244 p.).

9. Sukhodolov A. P., Bychkova A. M. Fake news as a modern media phenomenon: definition, types, role of fake news and ways of taking measures against it. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2017, vol. 6, no. 2, pp. 143–169. DOI: 10.17150/2308-6203.2017.6(2).143-169. (In Russian).

10. Bakshin V. *Osnovy zhurnalistiki* [Journalism Basics]. Moscow, Flinta Publ., 2009. 56 p.

11. Kuznetsov V., Stolyarov A. *Vovan i Lexus. Po kom zvonit telefon* [Vovan and Lexus. For whom the phone rings?]. Saint Petersburg, Piter Publ., 2018. 384 p.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ

Суходолов А. П. Пранк-журналистика как новый жанр в российском информационном пространстве / А. П. Суходолов, Е. С. Кудлик, А. Б. Антонова // Вопросы теории и практики журналистики. — 2018. — Т. 7, № 3. — С. 361–370. — DOI: 10.17150/2308-6203.2018.7(3).361-370.

FOR CITATION

Sukhodolov A. P., Kudlik E. S., Antonova A. B. Prank Journalism as a New Genre in Russian Media Landscape. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2018, vol. 7, no. 3, pp. 361–370. DOI: 10.17150/2308-6203.2018.7(3).361-370.