

## ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ СТАТЬЯ

СПЕЦИФИКА ФЕЙКОВЫХ НОВОСТЕЙ  
В СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ ИНТЕРНЕТ-СМИ**Алексей Евгеньевич Кузьмин<sup>а</sup>**  
**Анастасия Алексеевна Кузина<sup>б</sup>**

EDN: UEBSLA

**а** Северо-Западный институт управления – филиал**Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации**  
**б** Челябинский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации

**Аннотация:** Статья посвящена актуальной проблеме современности – распространению недостоверных информационных сообщений в современном российском интернет-пространстве. Анализируются теоретические аспекты феномена фейковых сообщений: основные понятия и инструменты распространения. В условиях обострения информационной войны количество фейковой информации непрерывно увеличивается. Авторы провели социологический опрос и интервью с рядом экспертов, а также изучили конкретные кейсы влияния фейковых новостей на аудиторию. Авторы подтвердили свое предположение о негативном влиянии дезинформации на психоэмоциональное состояние аудитории, выявив основные каналы ее распространения. По итогам интервью с рядом представителей экспертного сообщества, специализирующихся на данной проблеме, были разработаны авторские рекомендации по определению и маркированию недостоверной информации в Интернете. Цель фейков – манипулирование общественным мнением, что объясняет резко эмоциональный характер этих материалов. Такого рода сообщения представляют информацию в упрощенном и адаптированном виде, понятном для аудитории. Это становится причиной их быстрого и широкого распространения. В этой связи крайне важно повышать уровень медиаграмотности и популяризировать ее базовые навыки среди пользователей информационного контента, помогая им развивать критическое мышление. Объединение усилий общества, направленных на разоблачение фейков, пока не приносит плоды: число фейков растет, и уменьшение их количества вряд ли предостережется возможным. Но авторы уверены, что данный подход все же позволит в определенной степени обезопасить аудиторию Интернета.

**Ключевые слова:** фейковые новости, информация, интернет-СМИ, социальные сети

**Дата поступления статьи в редакцию:** 27 июня 2024 года.

## SPECIFICS OF FAKE NEWS IN MODERN RUSSIAN ONLINE MEDIA

RESEARCH ARTICLE

**Aleksey E. Kuzmin<sup>a</sup>**  
**Anastasia A. Kuzina<sup>b</sup>****а** North-West Institute of Management – branch of the Russian Presidential  
Academy of National Economy and Public Administration**б** Chelyabinsk branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration

**Abstract:** The article discusses a pressing contemporary issue: the spread of unreliable information on the modern Russian internet. The authors examine the theoretical aspects of the fake news phenomenon, including its fundamental ideas and methods of propagation. Fake information is becoming more and more prevalent in the context of the escalating information war. As part of their research, the authors interviewed several experts and performed a sociological survey. They also looked at particular instances of how fake news affected the audience. The findings identified the primary channels of disinformation's spread and supported the hypothesis that it has a detrimental effect on the audience's psycho-emotional state. Based on their interviews with some experts, the authors created guidelines for recognizing and classifying unreliable online content. Fake news is meant to influence public opinion, which explains why these materials are so emotionally charged. Information presented in such messages is adapted and simplified so that the audience can understand it. This explains their quick and extensive distribution. Raising media literacy levels and encouraging the development of fundamental media literacy skills in information content consumers is crucial in this respect, as it helps in cultivating critical thinking abilities. Despite society's collective efforts to expose fakes, the number of fakes is increasing, and it doesn't appear that this trend will stop. However, the authors are optimistic that this strategy will still allow for some degree of Internet user protection.

**Keywords:** fake news, information, online media, social networks

**Received:** June 27, 2024.

## Введение

Современное общество невозможно представить без Интернета. Однако нередко публикуемый и тиражируемый в Сети материал оказывается мистификацией. Фейковые новости как феномен стали широко обсуждаться в 2017 году, однако само понятие существует давно. Так, А.П. Назаретян в своей работе «Психология стихийного массового поведения» разъясняет механизм информационной мистификации на примере из истории Средневековой Руси [Назаретян, 2001. С. 106].

Число фейковых новостей растет с каждым годом, несмотря на усилия государства и экспертного сообщества. Многие исследователи, а также органы власти ведут разработку методов борьбы с недостоверной информацией, создают нормативно-правовую базу с целью пресечения тиражирования подобных сведений. На фоне последних внешнеполитических событий, связанных с Россией, был принят Федеральный закон от 4 марта 2022 года № 32-ФЗ «О внесении изменений в Уголовный кодекс Российской Федерации и статьи 31 и 151 Уголовно-процессуального кодекса Российской Федерации». Данный акт ввел уголовную ответственность за распространение ложной и недостоверной информации, имеющей общественное значение. В Федеральном законе от 31 марта 2023 года № 408-ФЗ «О внесении изменения в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»» уточнена процедура привлечения к ответственности за тиражирование недостоверных сведений. Принятие этих мер говорит об актуальности проблемы распространения фейков и их влияния на общественное мнение (как в мировом масштабе, так и на страновом уровне), которая требует детального изучения.

Цель исследования – проанализировать специфику распространения фейковых новостей в современных интернет-СМИ (на примере интернет-СМИ России) и разработать рекомендации для определения и маркирования фейковых новостей в Сети.

## Понятие «фейковая новость» в современных российских исследованиях

В наши дни любую катастрофу, вооруженное противостояние или террористический акт сопровождает вброс дезинформации, которая провоцирует панику среди населения и, как следствие, приводит к политической дестабилизации.

Проблема фейковых новостей рассматривалась многими учеными. Г.Г. Почепцов изучал манипулятивное воздействие на сознание людей через интернет-СМИ [Почепцов, 2000]. Ряд российских исследователей [Дворянкин, 2021; Манойло, 2018; Панарин, 2001; Расторгуев, 2006; Соловьев, 2010]

исследовали манипулирование с помощью информационных войн. Г. Пенникук и Д.Г. Рэнд посвятили свою статью исследованию психологии фейковых новостей, отметив ряд особенностей их распространения [Pennyscook, Rand, 2021]. В ряде других работ предложена современная классификация фейковых новостей [Красовская, Гуляев, Юлина, 2019; Максименков, 2020].

В своих исследованиях Г.Г. Почепцов акцентирует внимание на технологиях ведения информационных войн. В книге «Современные информационные войны» автор последовательно описывает историю становления и развития методов информационной войны, а также детально анализирует трансформации в информационном поле во время медийных конфликтов [Почепцов, 2000].

Модернизация инфраструктуры Интернета способствовала становлению и развитию онлайн-платформ, таких как социальные сети, интернет-издания, мессенджеры и т.д. Для распространения фейковых новостей образовалась благоприятная информационная среда, способствующая росту аудитории. В связи с этим некоторые исследователи связывают термин «фейковая новость» с интернет-пространством. Л.Н. Синельникова предлагает использовать термин «фейк-новости» для обозначения «незаконных коммуникативных действий в интернете и создания поддельных веб-сайтов, которые трудно отличить от реальных» [Синельникова, 2014. С. 97]. А.П. Суходолов определяет понятие «фейковая новость» как «сообщение, стилистически созданное как настоящая новость, но ложное полностью или частично» [Суходолов, 2017. С. 89].

Если обращаться к определению, которое было предложено Словарем Кембриджского университета<sup>1</sup>, то фейковые новости можно определить как ложные истории, похожие на новостные материалы, распространяемые в Интернете или через другие средства массовой информации. Обычно они создаются с целью влияния на политические взгляды или в юмористических целях.

В российском законодательстве фейковые новости определяются как информация, которая распространяется под видом достоверных сообщений, создавая угрозы причинения вреда гражданам или их имуществу, массового нарушения общественного порядка, а также функционирования ключевых инфраструктурных объектов<sup>2</sup>.

Базовые характеристики и дефиниции фейковых новостей доказывают факт манипулятивной

1 <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/fake-news>

2 Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27 июля 2006 года № 149-ФЗ (последняя редакция). *Российская газета*. 2006. № 165 (29.07.2006).

## Информационная политика

направленности данного явления. Таким образом, остается актуальным вопрос о воздействии фейков на общественное мнение. По какой причине у аудитории сохраняется повышенный интерес к фейковым новостям? Обычный читатель или пользователь Всемирной сети часто не способен без помощи эксперта отличить достоверную информацию от недостоверной. Это объясняется тем, что фейковая новость в большинстве случаев носит характер громкой сенсации, призванной вызвать у читателя или зрителя эмоциональный отклик. Поэтому официальная, основывающаяся только на фактах, традиционная информация вызывает меньший интерес у аудитории. Новые медиа позволяют не только узнавать новости о мире, но и моментально делиться ими, комментировать, оценивать.

Вследствие этого можно отметить несколько негативных последствий влияния фейковых новостей на общественное мнение:

1) дезинформация «загрязняет» информационную среду и подрывает доверие аудитории к сообщениям СМИ в целом;

2) ложная информация оказывает негативное влияние на критическое мышление человека и способствует развитию «клипового мышления», которое характеризуется поверхностным восприятием, то есть неспособностью самим анализировать информацию;

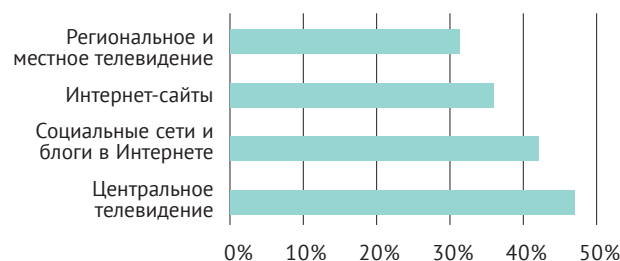
3) фейковые новости негативно влияют на психику, формируя у людей ощущение тревоги и неопределенности.

Одним из основных инструментов распространения фейков являются «вирусные технологии». Этот инструмент позволяет создавать сообщение, содержащее недостоверные факты, используя особые выразительные средства языка: восклицания, фразы-провокации, воздействующие на эмоциональное состояние человека (подробнее см.: [Николаева, 2019]). Наиболее характерная форма распространения фейков – слухи. Если раньше по причине нераспространенности Интернета слухи передавались лишь на уровне сплетен, разговоров, печатных изданий, то в настоящее время возникли новые каналы коммуникации (анонимные телеграм-каналы, непроверенные сайты, закрытые сообщества). Распространено также использование фейковых новостей в операциях информационной войны с целью перехвата и дальнейшего использования необходимой информации у противника.

Поверивший фейкам пользователь делится с близким кругом людей собственным эмоциональным отношением к полученной информации, тем самым передавая ее в виде «эмоционального кода». Чаще всего именно таким образом происходит распространение ложных сведений.

## Рисунок 1. Результаты опроса ВЦИОМ о медиапотреблении в 2021 году

Figure 1. Results of the VCIOM survey on media consumption in 2021



Одним из основных каналов распространения фейков на сегодняшний день являются социальные сети, охватывающие все больше сфер повседневной жизни общества. По данным ВЦИОМ, чаще всего россияне читают новости в социальных сетях (39%) и в СМИ (38%)<sup>3</sup>. Также, согласно недавним исследованиям, представленным для наглядности на диаграмме, 1,47% россиян узнают новости политической направленности в первую очередь из программ центрального телевидения, 40% – из социальных сетей и блогов в Сети, 36% – из материалов новостных интернет-сайтов и 30% – из передач регионального и местного телевидения (рисунок 1). Из этого следует, что главными источниками информации в нашей стране служат телевидение, социальные сети и блоги, а также новостные интернет-сайты (об особенностях фейковых новостей на российском ТВ и в интернет-СМИ см.: [Зуйкина, Соколова, 2019]). Стоит отметить, что среди пользователей социальных сетей и новостных сайтов превалирует молодежная аудитория (примерно 20 и 45% соответственно)<sup>4</sup>.

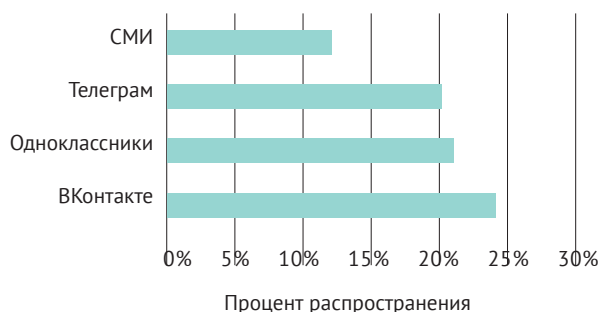
Согласно исследованию издания «Лапша Медиа», в 2022 году средняя продолжительность жизни фейка составила 4,7 дня. По сравнению с 2021 годом, в 2022 году количество новостей, включающих фейковую информацию, выросло в шесть раз (подробнее об изменениях в российской медиасреде в указанный период см.: [Дементьева, Газизов, 2022]). По данным экспертов, самые популярные каналы, распространяющие фейки, – это мессенджер «Телеграм», социальные сети «ВКонтакте» и «Одноклассники». Причем на упомянутые социальные сети в совокупности приходится 45% всех фейковых новостей, 20% распространяются в «Телеграме» (рисунок 2).

<sup>3</sup> Медиапотребление и активность в интернете. ВЦИОМ. <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/mediapotrebienie-i-aktivnost-v-internete?ysclid=lofze3qu94332996617>

<sup>4</sup> Что читают россияне? ВЦИОМ. <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/chto-chitayut-rossiyane?ysclid=lofuyrcevf249221394>

## Рисунок 2. Распространение фейковых сообщений в Интернете

Figure 2. Spread of fake news on the Internet



Социальные сети являются одним из главных источников распространения дезинформации во многом благодаря таким опциям, как лайк и репост. Они используются не только для того, чтобы выразить одобрение / неодобрение тому или иному материалу, но и служат психологическим инструментом, призванным привлечь внимание общества к интересующей теме.

Одним из основных каналов распространения фейковой информации служат онлайн-СМИ. Основной закон, регулирующий деятельность СМИ в Российской Федерации («О средствах массовой информации» от 27 декабря 1991 года № 2124-1), касается и онлайн-СМИ.

## Методы исследования и анализируемые кейсы

В рамках исследования авторами был проведен опрос в форме интернет-анкетирования среди аудитории старше 18 лет по теме осведомленности о фейках. Количество респондентов составило 500 человек. Для достоверной выборки с уровнем надежности 95 % и допустимой погрешностью в 5 % необходимый минимальный размер выборки оценивается в 383 респондента. Анкета содержала десять вопросов, включая вопросы социологического блока. В результате опроса выяснилось, что

большинство опрошенных (42 %) читают новости несколько раз в неделю, примерно четверть опрошенных (23 %) – несколько раз в день. У большинства опрошенных (59 % – часто, 35,4 % – редко) достоверность изложенных фактов в новостях вызывает сомнения; 5,6 % опрошенных считают, что информационные сообщения и новости всегда правдивы. Термин «фейковые новости» (fake news) знаком практически каждому респонденту (89 %). Однако если говорить о Законе, который предусматривает наказание за распространение ложной информации, многие (73,6 %) лишь «слышали» о нем, 9 % респондентов не знают о существовании такого документа. По мнению 73 % опрошенных, фейковые новости наносят значительный вред обществу, 9 % респондентов считают, что фейковые новости безвредны. Отвечая на вопрос о намеренной или непреднамеренной публикации недостоверных новостей, 30 % опрошенных выразили уверенность в случайности публикации, однако почти 66 % считают такие публикации намеренными (**рисунок 3**).

На основании данных опроса можно сделать вывод, что 73 % граждан чаще всего черпают информацию на интернет-ресурсах и сталкиваются с фейками в социальных сетях, сайтах и блогах, что подтверждает тезис о том, что именно интернет-порталы являются главными каналами распространения дезинформации.

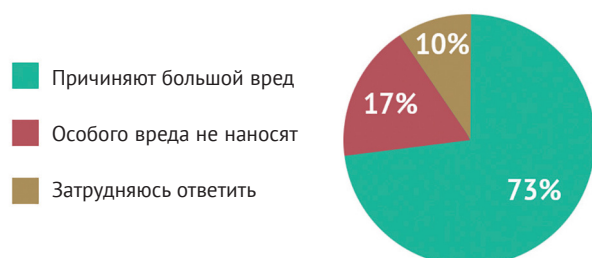
Для определения специфики фейковых новостей в российских интернет-СМИ необходимо выбрать фейковые новости, которые получили значительное распространение за счет российских интернет-СМИ и социальных сетей.

Анализ новостных сводок показал, что большинство фейков за последние три года связано с политическими вопросами, специальной военной операцией и темами медицины и здравоохранения (прежде всего новой коронавирусной инфекции и вакцинации от нее). В связи с этим рассмотрим случаи их распространения.

## Рисунок 3. Результаты опроса на тему осведомленности граждан о fake news

Figure 3. Findings from a poll on public awareness of fake news

КАК ВЫ СЧИТАЕТЕ, ФЕЙКОВЫЕ НОВОСТИ НАНОСЯТ КАКОЙ-ЛИБО ВРЕД ОБЩЕСТВУ?



СУДЯ ПО ВАШЕМУ ОПЫТУ, ГДЕ МОЖНО ЧАЩЕ ВСЕГО СТОЛКНУТЬСЯ С ФЕЙКОВЫМИ НОВОСТЯМИ?



## Информационная политика

30 октября 2023 года в проукраинских каналах появилась новость о том, что Украина нанесла ракетный удар по Севастополю и Сакам. Однако данная новость оказалась фейком, и на самом деле в Крыму сработала система ПВО. Как отметил губернатор Севастополя Михаил Развожаев в своем телеграм-канале, было сбито несколько воздушных целей. Серьезных повреждений домов и инженерных коммуникаций нет, как и перебоев с электроснабжением. Данная новость была опубликована на телеграм-канале «Obozrevatel.ua», однако впоследствии фейк был разоблачен редакцией KP.RU в рамках совместного проекта с «Лапша Медиа».

Также громким фейком стала новость от 4 ноября 2023 года о том, что в Ростове-на-Дону произошло восемь взрывов, как писали об этом в украинских каналах. На самом деле это ложная информация, и ни о каких взрывах или инцидентах не сообщали ни местные СМИ, ни представители власти. А настоящая причина громких звуков в городе – салюты, которые запустил кто-то из ростовчан на левом берегу реки Дон. Видео фейерверка опубликовали во многих местных сообществах<sup>5</sup>.

Выборы Президента РФ в марте 2024 года также спровоцировали новую волну фейковых сообщений. Так, 23 января 2024 года в неофициальных российских и проукраинских СМИ появился заголовок: «На пунктах сбора подписей за выдвижение Владимира Путина на Дальнем Востоке начали выдавать повестки в зону СВО». Но, как позже оказалось, данная новость была очередным фейком, о чем говорят многочисленные ошибки в якобы выданной повестке.

Цель представленных фейков – посеять панику среди аудитории и враждебность к противоположной стороне. Данные новостные повестки рассылались по самым уязвимым информационным каналам, вследствие чего получили массовые репосты, личные обсуждения и переписки.

Нередко фейковые новости направлены на демонизацию одной из сторон конфликта. Примером может быть фейк, распространившийся в феврале 2023 года, о том, что в Волгограде ходят две украинки и предлагают попробовать духи с ядом. Однако впоследствии областное ГУ МВД опровергло эти сведения. Если обратить внимание на разбор этой истории, то можно заметить несколько интересных фактов: новость никак не подтверждается официальными источниками, основная форма распространения – слухи, при лексическом разборе заметны двусмысленные значения и призыв к распространению. Но данная ситуация успела вызвать панику и

страх среди аудитории, после чего люди еще долгое время распространяли данное сообщение, не обращая своего внимания на важные тонкости.

Другая наиболее популярная тема для распространения фейков – коронавирусная инфекция COVID-19. Данная тема являлась актуальной на протяжении трех лет и остается таковой и сейчас. С самого момента появления информации о данном заболевании, впервые диагностированном в Китае, в Интернете сразу же возникли и первые фейки о нем. Связано это было и с тем, что речь идет о новой болезни, и со скоростью распространения вируса не только в Китае, но и в других государствах. Генпрокуратура России за год выявила в Сети свыше 300 фейков с момента начала пандемии<sup>6</sup>.

Как мы уже отмечали ранее, фейковые новости снова получили популярность с началом вакцинации в России. Распространение они получили не только в социальных сетях и мессенджерах, но и в интернет-СМИ. Одним из них является фейковая информация о платной вакцинации в г. Тюмени. Данную новость опубликовал главный новостной источник региона, 72.ru. В опубликованном материале была описана история местной жительницы, которая хотела пройти ревакцинацию, но в ответ услышала от врачей: «Бесплатные вакцины закончились, остались платные, предназначенные для иностранцев, за 730 рублей». Вскоре после публикации Департамент здравоохранения Тюменской области опроверг данную информацию. Женщина, которая обратилась в больницу с желанием ревакцинироваться, настаивала на вакцине «Спутник Лайт». Но оказалось, что в поликлинике закончились бесплатные вакцины «Спутник Лайт», поэтому медики предложили ей прививку однокомпонентным препаратом, которую ставят платно иностранцам. С этого момента и возник слух о платной вакцинации, несмотря на факт о том, что вакцинация против коронавируса для граждан России является добровольной и бесплатной. Иностранцы получают вакцину платно.

Обращаясь к манипулятивным стратегиям, которые применяются при создании фейковых новостей, можно выделить несколько основных направлений: апелляция к эмоциям (использование сенсационных заголовков, шокирующих изображений, которые вызывают яркие чувства у читателей); использование «авторитетных» источников; создание ложного контекста (искажение фактов); призыв к действию (фейковые новости зачастую используются для изменения реальной ситуации в пользу одного из субъектов, например, в предвыборных кампаниях, бизнес-структурах и т.д.). Анализ манипулятивных стратегий, используемых при создании

5 В Ростове-на-Дону прогремело восемь взрывов. *Лапша Медиа*. <https://lapsha.media/feiky/v-rostove-na-donu-programelo-vosemvzryvov/?ysclid=lolm0rzaju952736050>

6 <https://tass.ru/obschestvo/8303517>

фейковых новостей, играет большую роль в распознавании и противостоянии дезинформации. Понимание принципов их работы может стать ключевой точкой в критическом анализе информации для принятия обоснованных решений.

Таким образом, анализ представленных выше случаев распространения недостоверной информации показал, что большая часть фейков распространяется преимущественно в социальных сетях и интернет-СМИ. В последнее время такие издания тщательнее относятся к публикуемой информации, что во многом связано с принятием Закона о защите информации. Однако это не мешает распространению фейков в Сети, авторы которых изобретают все новые способы их тиражирования.

Авторы статьи провели ряд интервью с представителями науки, журналистами и специалистами в сфере медиатехнологий, посвященных проблеме распространения фейков. В них приняли участие медиатехнологи Николай Камнев и Ярослав Федосеев, заместитель генерального директора АНО «Диалог регионы» Тимофей Ви (Т.В. Васильев) и профессор СПбГУ С.С. Бодрунова. Экспертам было предложено ответить на открытые вопросы о распространении фейковой информации. Цель интервью – собрать актуальные мнения специалистов, которые регулярно сталкиваются с дезинформацией в своей работе.

По мнению опрошенных экспертов, наиболее популярными площадками для распространения недостоверной информации являются социальные сети («ВКонтакте» и «Одноклассники») и мессенджеры (WhatsApp, Telegram). Если оценивать распространение по количеству репостов сообщений с фейками, то в 2024 году здесь лидировала «ВКонтакте».

По вопросу о том, должны ли СМИ и социальные сети нести равную социальную ответственность за распространение фейков, участники интервью не пришли к единому мнению (под «социальной ответственностью» в данном случае понимается моральная и этическая ответственность популяризатора информации перед обществом). Социальные сети, как указывали некоторые из собеседников авторов, обладают меньшим уровнем ответственности, так как не отвечают за создаваемый контент, а СМИ обязаны проверять источники информации. Кроме того, эксперты отмечали, что социальные сети зачастую не имеют полномочий для борьбы с фейками. Однако в 2021 году вступили в силу изменения в Федеральный закон от 27 июля 2006 года № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации». По новым нормам, владельцы социальных сетей обязаны блокировать запрещенный и неуместный контент. Ужесточены и требования к СМИ – за распростра-

нение фейковых новостей им грозит блокировка. Если раньше издания несли лишь социальную ответственность за такие действия, то теперь она получила правовую основу.

Эксперты пришли к консенсусу по вопросу о дальнейшей динамике числа фейковых новостей: их количество будет неизбежно возрастать. Специалисты связывают данную тенденцию с тем, что число пользователей Всемирной сети продолжает увеличиваться, создаются новые интернет-платформы и в целом информационная повестка меняется ежесекундно.

Медиаграмотность и информационная грамотность граждан стали не менее важной темой для обсуждения. Эксперты пришли к единому мнению по поводу того, что медиаграмотность может помочь сформировать информационную гигиену и снизить риск формирования устойчивых медиаэффектов, связанных с потреблением недостоверной или односторонней информации.

Медиаграмотность – это навыки и умения, которые позволяют аудитории анализировать и оценивать потребляемую информацию в разных видах медиа, в том числе и интернет-СМИ. На сегодняшний день количество фейковой информации продолжает увеличиваться в геометрической прогрессии, поэтому для аудитории как никогда важно развивать и осваивать навыки медиаграмотности.

## Результаты исследования

Участие представителей профессионального сообщества в анализе проблемы изучения фейковых новостей в интернет-СМИ дало нам возможность сформулировать несколько рекомендаций для пользователей Рунета о том, как поступать с сомнительной и фейковой информацией:

1. Внимательно изучите источник информации. Распространены случаи, когда в веб-адресах сайтов с новостной информацией присутствуют ошибки в орфографии или используются редкие доменные расширения, такие как netPlus или netSave, – скорее всего, данные сайты являются фейковыми, и не стоит пользоваться ими. Существует полезная система перепроверки медиаконтента, созданная информационным агентством Ruptly (партнер телеканала RT). Также можно установить специализированные расширения для браузеров, которые помогут в определении фейков.

2. Посвятите какое-то время выбору медиа и перепроверке публикуемой ими информации; также обратите внимание на политическую пристрастность медиа. Сознательно сформируйте разнообразный круг из обозримого, удобного Вам количества источников. Старайтесь оставаться в этом круге (например, с помощью приложений

## Информационная политика

для формирования лент для чтения) и только иногда критически просматривайте ленты соцсетей, чтобы немного расширить свой «фильтр-пузырь» (filter bubble).

3. Анализируйте и проверяйте факты. Правдивые новости написаны с опорой на достоверные факты (например, статистические данные), включают цитаты экспертов и т.д. Если материал не содержит их, то стоит задаться вопросом «почему?».

4. Проверяйте подлинность изображений. Существуют приложения и специальное программное обеспечение, которые позволяют проверять сгенерированные нейросетями изображения. Это, например, такие сервисы, как AI or Not, Yandex.Images.

5. Проверяйте другие источники, которые публикуют эту же новость. Преимущество имеют интернет-издания, которые имеют лицензию от Роскомнадзора. Если они также сообщают об этом факте, то это хороший знак.

6. При обнаружении фейка не распространяйте его. Сообщите о фейке на платформе, где вы его нашли, опубликуйте опровержение или поделитесь ссылкой на первоисточник.

## Заключение

Фейковая информация оказывает деструктивное влияние на аудиторию. Недостоверные сообщения «загрязняют» информационную среду, формируют недоверие аудитории в целом к новостным материалам СМИ, оказывают негативное влияние на критическое мышление, способствуют развитию

«клипового мышления» и, наконец, негативно влияют на психику людей посредством формирования у общества пессимистических взглядов. Данные опроса подтвердили факт того, что чаще всего такая информация распространяется с помощью социальных сетей и новостных сайтов в Сети. Главной особенностью фейков является их ярко выраженная эмоциональная окраска, целью которой является манипулирование массовым сознанием для провоцирования паники и конфликтных ситуаций в обществе. Несмотря на совместные усилия экспертного сообщества и государств в борьбе с фейками, их количество не уменьшается, однако разработка единой стратегии в определении фейковой информации, а также повышение медиаграмотности создадут возможность для построения безопасной медиасреды.

Эти усилия сталкиваются с объективными трудностями. Несмотря на то, что большинство участников проведенного авторами опроса часто встречаются с фейками в СМИ, они не пытаются тщательнее выбирать информационные ресурсы, чтобы исключить недостоверные новости. Люди продолжают верить фейковой информации, не имея возможности ее верифицировать, и, как следствие, больше доверяют источникам фейковой информации, чем реальной. Эта особенность несколько снижает эффективность предложенных рекомендаций, однако в долгосрочной перспективе их реализация, как мы уверены, принесет свои плоды.

## Литература

- Дворянkin О.А. Информационная война в сети Интернет. *Молодой ученый*. 2021. № 6 (348). С. 146–151. EDN: WSWMUV
- Дементьева К.В., Газизов Р.Р. Трансформация российского цифрового медиaprостранства в 2022 г. (структурные и содержательные особенности). *Коммуникативные исследования*. 2023. Т. 10. № 1. С. 72–84. [https://doi.org/10.24147/2413-6182.2023.10\(1\).72-84](https://doi.org/10.24147/2413-6182.2023.10(1).72-84). EDN: LQNGNH
- Зуйкина К.Л., Соколова Д.В. Специфика контента российских фейковых новостей в Интернете и на телевидении. *Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика*. 2019. № 4. С. 3–22. <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.4.2019.322>. EDN: XCCERJ
- Красовская Н.Р., Гуляев А.А., Юлина Г.Н. Фейковые новости как феномен современности. *Власть*. 2019. Т. 27. № 4. С. 79–82. <https://doi.org/10.31171/vlast.v27i4.6589>. EDN: PTIMTC
- Максименков М.И. Фейковые новости: актуализация проблемы в России. *Коммуникология: электронный научный журнал*. 2020. Т. 5. № 3. С. 55–66. EDN: AQFBWK
- Манойло А.В. Информационные войны и психологические операции. Руководство к действию. Москва: Горячая линия – Телеком, 2018.
- Назаретян А.П. Психология стихийного массового поведения: лекции. Москва: ПЕР СЭ, 2001.
- Николаева А.В. Языковые особенности фейковых публикаций. *Верхневолжский филологический вестник*. 2019. № 3 (18). С. 55–59. <https://doi.org/10.24411/2499-9679-2019-10482>. EDN: DMWUAW
- Панарин И.Н. Информационная война и власть. М.: Мир безопасности, 2001.
- Почепцов Г.Г. Информационные войны. М.: Рефл-бук; Киев: Ваклер, 2000.
- Расторгуев С.П. Информационная война. Проблемы и модели: экзистенциальная математика. Москва: Гелиос APB, 2006.
- Синельникова Л.Н. Информационная война ad infinitum: украинский вектор. *Политическая лингвистика*. 2014. № 2. С. 95–101. EDN: SNACGZ
- Соловьев А.В. Информационная война: понятие, содержание, перспектива. *Пространство и Время*. 2010. № 2 (2). С. 75–81. EDN: OOPQYV
- Суходолов А.П. Феномен «фейковых новостей» в современном медиaprостранстве. *Евразийское сотрудничество: гуманитарные аспекты*. 2017. № 1. С. 93–112. EDN: YROEZO
- Pennycook G., Rand D.G. The Psychology of Fake News. *Trends in Cognitive Sciences*. 2021. No. 25 (5). P. 388–402. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2021.02.007>. In English

## References

- Dementieva K.V., Gazizov R.R. Transformation of the Russian digital media space in 2022 (structural and substantive features). *Kommunikativnyye issledovaniya*. 2023. Vol. 10. No. 1. P. 72–84. [https://doi.org/10.24147/2413-6182.2023.10\(1\).72-84](https://doi.org/10.24147/2413-6182.2023.10(1).72-84). EDN: LQNGNH. In Russian
- Dvoryankin O.A. Information warfare on the internet. *Molodoy uchenyy*. 2021. No. 6 (348). P. 146–151. EDN: WSWMUV. In Russian
- Krasovskaya N.R., Gulyaev A.A., Yulina G.N. Fake news as a phenomenon of modernity. *Vlast*. 2019. Vol. 27. No. 4. P. 79–82. <https://doi.org/10.31171/vlast.v27i4.6589>. EDN: PTIMTC. In Russian
- Maksimenkov M.I. Fake news: updating the problem in Russia. *Kommunikologiya: elektronnyy nauchnyy zhurnal*. 2020. Vol. 5. No. 3. P. 55–66. EDN: AQFBWK. In Russian
- Manoylo A.V. Information warfare and psychological operations. Call to action. Moscow: Goryachaya liniya – Telekom, 2018. In Russian
- Nazaretyan A.P. Psychology of spontaneous mass behavior: lectures. Moscow: PER SE, 2001. In Russian
- Nikolaeva A.V. Language features of fake publications. *Verkhnevolzhskiy filologicheskij vestnik*. 2019. No. 3 (18). P. 55–59. <https://doi.org/10.24411/2499-9679-2019-10482>. EDN: DMWUAW. In Russian
- Panarin I.N. Information warfare and power. Moscow: Mir bezopasnosti, 2001. In Russian
- Pocheptsov G.G. Information wars. Moscow: Refl-book; Kyiv: Vakler, 2000. In Russian
- Rastorguev S.P. Information warfare. Issues and models. Existential Mathematics. Moscow: Gelios ARV, 2006. In Russian
- Sinelnikova L.N. Information warfare ad infinitum: the Ukrainian vector. *Politicheskaya lingvistika*. 2014. No. 2. P. 95–101. EDN: SNACGZ. In Russian
- Soloviev A.V. Information war: concept, content, prospect. *Prostranstvo i Vremya*. 2010. No. 2 (2). P. 75–81. EDN: OOPQYV. In Russian
- Sukhodolov A.P. The phenomenon of «fake news» in the modern media space. *Yevroaziatskoye sotrudnichestvo: gumanitarnyye aspekty*. 2017. No. 1. P. 93–112. EDN: YROEZO. In Russian
- Zuykina K.L., Sokolova D.V. Content specifics of Russian fake news on the internet and on television. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika*. 2019. No. 4. P. 3–22. <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.4.2019.322>. EDN: XCCERJ. In Russian

## ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ:

**Алексей Евгеньевич Кузьмин**, кандидат политических наук, доцент кафедры государственного и муниципального управления

Северо-Западный институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (Российская Федерация, 199178, Санкт-Петербург, Средний проспект Васильевского острова, 57). Email: kuzmin-ae@ranepa.ru

<https://orcid.org/0000-0001-8007-7232>

**Анастасия Алексеевна Кузина**, студент

Челябинский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (Российская Федерация, 454077, Челябинск, ул. Комарова, 26). E-mail: kuzina-aa@ranepa.ru

<https://orcid.org/0009-0000-8403-9073>

**Для цитирования:** Кузьмин А.Е., Кузина А.А. Специфика фейковых новостей в современных российских интернет-СМИ. *Государственная служба*. 2025. № 3. С. 92–99.

## INFORMATION ABOUT THE AUTHORS:

**Aleksey E. Kuzmin**, Candidate of Sci. (Political Sciences), Associate Professor of the Department of State and Municipal Administration

North-West Institute of Management – branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (57, Sredny prospect, Vasilievsky Island, St. Petersburg, 199178, Russian Federation). Email: kuzmin-ae@ranepa.ru

<https://orcid.org/0000-0001-8007-7232>

**Anastasia A. Kuzina**, student

Chelyabinsk branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (26, Komarova St., Chelyabinsk, 454077, Russian Federation). E-mail: kuzina-aa@ranepa.ru

<https://orcid.org/0009-0000-8403-9073>

**For citation:** Kuzmin A.E., Kuzina A.A. Specifics of fake news in modern Russian online media. *Gosudarstvennaya sluzhba*. 2025. No. 3. P. 92–99.