

## СОЦИОЛОГИЯ · SOCIOLOGY

Вестник МИРБИС. 2025. № 4 (44). С. 170–182.  
Vestnik MIRBIS. 2025; 4 (44):170–182.

Научная статья  
УДК: 004.89  
DOI: 10.25634/MIRBIS.2025.4.19

### Фейк-ньюс как феномен эпохи диджитал

Валерий Леонидович Музыкант<sup>1</sup>, Александр Владимирович Овруцкий<sup>2</sup>

**Аннотация.** Актуальность теоретического исследования определяется массовым и технологичным производством и распространением фейк-ньюс и появлением информационных войн как феномена деструктивного информационного воздействия в последние десятилетия. Эта ситуация маркирует кризисный этап в развитии системы массовой коммуникации, трансформирует социальный институт журналистики, снижает доверие населения к СМИ и власти, что обуславливает социальный заказ на разработку эффективных инструментов купирования и коррекции фейковой коммуникации.

Анализ специальной литературы направлен на раскрытие содержания понятий «фейк-ньюс» и «информационная война». Описаны различные подходы к определению фейковых новостей, рассмотрены их структурные компоненты и различные виды, направления фактчекинга (выделены четыре основных направления диагностики фейк-ньюс), выявлены аудиторные и медийные факторы массового распространения ложной информации в СМИ. Фейк-ньюс рассматриваются как базовый инструмент информационных войн.

Показано, что информационные войны становятся важнейшим фактором реализации внешней политики с использованием механизмов СМИ. Приведены примеры, иллюстрирующие положение о том, что широкое распространение практик информационных войн связано с двумя основными причинами: появлением новых цифровых медийных технологий и высокой экономической эффективностью данных информационных технологий (информационная война значительно дешевле реальной).

Показаны различия в определении целей информационной войны и объектов такого вида взаимодействия. Сделан вывод о том, что применительно к журналистике можно обозначить два различных подхода к анализу информационных войн: 1) информационная война является антагонистом журналистики, противоречит ее основным профессиональным принципам и стандартам (классическое противопоставление журналистики и пропаганды); 2) журналистские практики включаются в инструментарий информационной войны (позитивистский подход).

**Ключевые слова:** фейк-ньюс, информационная война, структура фейка, виды фейков, фактчекинг, СМИ, инструменты информационной войны.

**Для цитирования:** Музыкант В. Л. Фейк-ньюс как феномен эпохи диджитал / В. Л. Музыкант, А. В. Овруцкий. DOI: 10.25634/MIRBIS.2025.4.19 // Вестник МИРБИС. 2025; 4:170–182.

Original article

### Fake news as a Phenomenon of the Digital Age

Valery L. Muzykant<sup>3</sup>, Aleksandr V. Ovrutsky<sup>4</sup>

**Abstract.** The relevance of this theoretical study is determined by the mass and technological production and dissemination of fake news and the emergence of information warfare as a phenomenon of destructive information influence in recent decades. This situation marks a crisis stage in the development of the mass communication system, transforms the social institution of journalism, and reduces public trust in the media and government, which creates a social demand for the development of effective tools to mitigate and correct fake communications.

This analysis of specialized literature aims to uncover the meaning of the concepts of «fake news» and «information warfare.» Various approaches to defining fake news are described, their structural components and various types are examined, as well as fact-checking approaches (four main areas of fake news diagnostics are identified), and audience and media factors in the mass dissemination of false information

1 Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы, Москва, Россия. [vmouzyka@mail.ru](mailto:vmouzyka@mail.ru), <https://orcid.org/0000-0001-9422-351X>

2 Российский государственный социальный университет. Москва, Россия.

3 Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba, Moscow, Russia. [vmouzyka@mail.ru](mailto:vmouzyka@mail.ru), <https://orcid.org/0000-0001-9422-351X>

4 Russian State Social University, Moscow, Russia.

in the media are identified. Fake news is viewed as a fundamental tool of information warfare.

It is shown that information warfare is becoming a crucial factor in the implementation of foreign policy through the use of media mechanisms. Examples are provided illustrating the proposition that the widespread use of information warfare practices is due to two main factors: the emergence of new digital media technologies and the high cost-effectiveness of these technologies (information warfare is significantly cheaper than real warfare). Differences in defining the goals of information warfare and the objects of this type of interaction are demonstrated. It is concluded that, with regard to journalism, two different approaches to analyzing information warfare can be identified: 1) information warfare is antagonistic to journalism, contradicting its fundamental professional principles and standards (the classic opposition between journalism and propaganda); 2) journalistic practices are incorporated into the toolkit of information warfare (the positivist approach).

**Key words:** Fake news, information warfare, fake news structure, fake news types, fact-checking, media, information warfare tools.

**For citation:** Muzykant V. L. Fake news as a Phenomenon of the Digital Age. By V. L. Muzykant, A. V. Ovrutsky. DOI: 10.25634/MIRBIS.2025.4.19. *Vestnik MIRBIS*. 2025; 4:170–182 (in Russ.).

## Введение

Темы фейковых новостей и информационных формационного процесса может создавать или войн стали в последние десятилетия популярны- распространять ложную информацию. Однако ми предметами научных исследований в комму- негативные последствия фейков никогда не были никативистике и объектом общественной крити- столь очевидными и драматичными, как в цифро- ки в адрес журналистики и СМИ. Доминирующая вую эпоху.

точка зрения по этому вопросу является трактовка фейк-ньюс и информационных войн как «вели- чайшей угрозы демократии», «темной стороны журналистики» и проявления кризиса либераль- ньюс, затронувшее практически все СМИ без ис- ключения, существенно снизило доверие обще- ства к властям и медиа [Zhou 2020].

Историк Якоб Солль прослеживал практики фейковой информации задолго до изобретения Гутенбергом печатного станка в 1439 году, а с воз- никновением и распространением книгопечата-

Отчасти предвосхищая сегодняшнюю ситуацию, Уолтер Липпманн в 1919 году в колонке для The Atlantic писал, что пропаганда ставит перед современным обществом проблему защиты новой системы. Массовое распространение фейк- востей — источника общественного мнения — от ньюс, затронувшее практически все СМИ без ис- порчи, необходимости разрабатывать средства для выявления лжи [там же]. В противном случае общественное мнение становится фиктивной ка-

тегорией, объектом манипуляции, по сути, симу-

ляром свободы слова, выбора, мнений.

Профессиональное сообщество пока плохо понимает актуальное состояние и последствия такой ситуации. Практически не разрабатывают для массового распространения. Захватывающиеся проактивные действия для гармонизации ин- воображение истории о морских чудовищах и формационного ландшафта. Массовому произ- ведьмах, или заявления о том, что грешники от- водству и распространению фейк-ньюс способ- ветственны за стихийные бедствия стали одними ствуют и более глубокие причины, не связанные из первых фейков, имеющих более-менее массо- напрямую с циклами развития СМИ или аудитор- вую аудиторию читателей [Kalsnes 2018].

Источники датируют появление термина «фейк-ньюс» 1890-ми годами. Газеты Cincinnati Commercial Tribune, Kearney Daily Hub и Buffalo Commercial стали использовать этот термин в статьях в 1890 и 1891 годах для обозначения ложной информации [там же].

На наш взгляд, существует большое число различных причин (социальных, экономических, психологических, психиатрических и информационных), почему конкретный человек или субъект ин-

предстает как совокупность интерсубъективных

текстов (коллаж), каждый из которых является ин-

терпретацией других. Множественность интер- др.), почему конкретный человек или субъект ин-

претаций априори предполагает допустимость

различных фактов, оценок и выводов. Специфика подготовленные сведения провокационного и ситуации постмодерна состоит в отсутствии как резонансного характера, обладающие тенденций универсального повествующего метаязыка, так и процедур традиционной легитимации знания [Муха 2012].

### Методологические основы исследования

Исследование базируется на институциональном подходе к журналистике. Актуальный этап развития института рассматриваем как кризисный, трансформирующий нормативы профессиональных практик и повышающий конфликтогенность социума. К дисфункциям системы относим массовое распространение практик фейк-ньюс, отсутствие эффективных способов купирования последних и технологизацию конфликтного информационного взаимодействия до уровня информационных войн. Во всех обозначенных примерах журналистика выступает поставщиком профессиональных практик, инструментов и технологий, которые в деформированном виде начинают эффективно работать в принципиально иной для родовой категории сфере.

Обозначенные дисфункции приводят к напряжению и разрыву социальных отношений, формированию злочестивых паттернов конфликтного взаимодействия, резкому снижению доверия общества к различным социальным институтам. Анализ проведен на метауровне и направлен на фиксацию научных представлений о фейк-ньюс в эпоху диджитал.

### Результаты исследования

В общем виде, под «фейковой новостью» понимается сообщение, стилистически созданное как настоящая новость, но являющееся полностью или частично ложной [Суходолов 2017]. Отечественные специалисты по информационным войнам К. С. Стригунов, А. В. Манойло и Ф. Го определяют фейки более узко, вводя в определение целевые факторы. Фейк, на их взгляд, — это информационные вбросы, содержащие в себе специально подготовленные сведения провокационного и резонансного характера [Стригунов 2022, 98; Зеленова 2023].

Е. Поздняков дополняет определение фейка медицинскими характеристиками, полагая, что базовой характеристикой феномена является наличие в информации выраженного потенциала для распространения. В его интерпретации политические фейковые новости — это информационные вбросы, содержащие в себе специально

подготовленные сведения провокационного и резонансного характера, обладающие тенденций к самомодификации и вирусному распространению, а также ставящие своей целью дискредитацию конкретного государства или его политического деятеля [Поздняков 2023, 131–135].

Исследователи фейковых новостей В. Л. Музыкант и Янь Яогуан к диагностическим критериям изучаемой номинации относят три основных: подлинность информации, намерение нанести ущерб и степень вреда от ложного сообщения [Музыкант 2025, 404].

Подлинность означает наличие или отсутствие недостоверных утверждений; намерение отражает цель распространения или передачи фейковых новостей, например, введение в заблуждение, развлечение общественности или получение прибыли; степень вреда указывает на уровень негативного воздействия на общественность или индивида.

Такой подход позволяет, например, вычленить как несоответствующие параметрам фейка, как правило, безобидные сатирические новости, главной целью которых является развлечение аудитории. Они не имеют цели нанести ущерб, хотя и зачастую основаны на ложной информации.



**Рис.** Классификация фейков: от сатиры и пародии до сферикованного контента с целью причинения вреда

Источник: Журналистика, «фейковые новости» и дезинформация: Руководство для академической и профессиональной подготовки журналистов / UNESCO 2019; ФГАОУ ВО «ЮУрГУ (НИУ) 2019.162 с. С. 10, рис. 4. ISBN: 978-92-3-400027-7. Текст: электронный. URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf000371785> (дата обращения 05.09.2025)

Отметим, что фейковость текста может распологаться на семантической шкале от абсолютной чистоты до ситуации, в которой фактическая информация интегрируется с ложной. Иными словами, в ряде случаев отнести новость к фейковой не представляется возможным не только для обычного потребителя массовой информации, но и для специалиста, по крайней мере, без использования специальных методов фактчекинга. Например, в социально-психологических исследованиях В. Рубина было показано, что потенциальная возможность человека распознавать обман в коммуникации лишь немногим превосходит среднюю вероятность: экспериментальные показатели уровня распознавания обмана находятся в диапазоне 55–58 %, при средней точности 54 % [Rubin 2010, 4]. Автор также отмечает, что даже после «разоблачения» фейк-мемы могут продолжать активно распространяться уже в других медиапродуктах (демотиваторы, песни, стикеры, анимация и т. д.). Цифровые технологии дают фейковой информации существенный приоритет в скорости, стоимости создания и распространения, в сравнении с медиатекстами классических СМИ, производство которых регламентировано профессиональными нормами (фактчекинг, гейткипинг, этические нормы и т. д.). Поэтому в абсолютном большинстве случаев фейковая информация первоначально возникает в интернет-пространстве, главным образом в социальных сетях, мессенджерах, форумах и лишь затем может попадать в классические медиа. Кроме выигрыша в скорости создания социальные сети способствуют усилиению практического

Структурно фейковый текст, как правило, несет в себе существенный невербальный компонент — это одно из требований к современной массовой информации. В настоящее время в Сети практически нет новостных сообщений без визуализации. Иными словами, фейковый характер текста, фейком может быть, как визуальный, так и аудиальный компонент текста.

Например, для создания ложного смысла могут использоваться стоковые фотографии, инструменты фотошопа, картинки компьютерных игр, картины из старых художественных фильмов, постановочные сцены, соответствующее звуковое сопровождение и др. Особым воздействием обладают технологии дипфейка, позволяющие с помощью специальных программ создавать ложные видео/ аудио тексты или когда настоящий ролик снабжается смонтированной аудиодорожкой.

Отличить полученный материал от истинного практически невозможно, и требуется специальная техническая экспертиза. Визуальный и эмоциональный посыл сообщения и формирует у аудитории определенный ракурс восприятия действительности, апеллирует к определенным эмоциям и поведенческим реакциям [Минаева 2022].

В. Макашова выделяет в качестве отдельной номинации «фейк-мемы», раскрывая их как историю или байку, имеющих вирусное распространение и высокий потенциал для закрепления в онлайн-коммуникациях [Макашова 2023, 226].

Ски любой информации (эффект «эхо-камеры»), сокращают физическую и психологическую дистанцию между людьми, предоставляют широкие возможности для обмена, пересылки, голосования и просмотра, а также поощряют пользователей участвовать в онлайн-новостях и обсуждать их [Jamieson 2008, 230–233].

В научном дискурсе пока еще не представлена целостная типология фейков. Вместе с тем накоплен определенный опыт практической работы по диагностике и коррекции фейк-ньюс. Приведем в качестве примера рабочей классификации приемов и эффектов рассматриваемого феномена на аналитический материал российской организации, специализирующейся на работе с информационными процессами. Специалисты Развязательного агентства «Р-ТЕХНО» относят к такой информации: дискредитацию властей, деморализацию общества или конкретных социальных групп (например, военнослужащих), демонизацию (расчеловечивание противника), доведение до абсурда (снижение значимости информации), сравнение («было — стало», что часто провоцирует негативные эмоции у аудитории), использование для подтверждения ложной информации авторитетного источника, отвергивание, провоцирование, контролируемую утечку, перехват повестки.

К разновидности абсурдизации можно отнести такую коммуникативную интернет-стратегию как троллинг, понимаемый как злая или абсурдная шутка. Исследователи отмечают, что троллинг является популярной формой виртуальной

коммуникации, а его цели состоят в социальной фактических деталей события может занимать провокации, издевательстве или подстрекатель- длительное время, критичное для ритмики цифровой журналистики, когда медиановости, зач- стве [Макашова 2023, 226]. Полагаем, что фейко- чевые новости при прочих равных имеют большую стью, могут предвосхищать наступление самого информационную привлекательность для мас- события, а счет идет на минуты.

свой аудитории, так как они нагружены эмо- Поэтому для соблюдения стандартов новост- циональным содержанием, вызывают интерес и ной цифровой журналистики (оперативность непосредственную реакцию аудитории. Иссле- поиска, производства и распространения инфор- дования показывают, что фейковые новости, осо- мации) сегодня стали активно использоваться ав- бенно затрагивающие чувствительные темы на- томатизированные технологии фактчекинга [Не- циональных чувств, международных отношений, ренц 2021]. В общем виде проверка новостей на исторических вопросов и др. имеют тенденцию предмет отнесения к фейковым включает: 1) ана- к быстрому распространению, активизируя эмо- лиз содержащихся в них ложных сведений, 2) ана- циональную реакцию пользователей [Музыкант лиз стиля написания текста (например, количе- 2025]. Как правило, рост их числа происходит в ство слов, экспрессивная лексика, манипулятив- кризисные периоды.

Например, за несколько месяцев президент- рас пространения и 4) анализ степени достовер- ской избирательной кампании в США 2016 года ности источника информации. К диагностиче- появилось много фейк-ньюс, наиболее популяр- ским характеристикам фейка исследователи от- ные из которых собрали 8 711 000 репостов. Для носят истинность информации, намерения ком- сравне ния — в это же время 20 самых обсужда- муникатора (включая скрытые) и отнесенность емых предвыборных сюжетов 19 крупнейших информации к новостному типу [Zhou 2020].

новостных сайтов США набрали лишь 7 367 000 Анализ информационной динамики может вы- откликов [Zhou 2020]. Очевидны негативные по- ступать хорошим диагностическим критерием следствия фейк-ньюс для жизнедеятельности фейк-ньюс. Например, новость, появившаяся в любого общества. Кроме политических (мани- социальных сетях как целенаправленный фейк, пуляция электоральными предпочтениями) и и «органичная» информация имеют различные социально-психологических последствий (тре- частотные кривые появления и распростране- вога, паника и другие негативные эмоции и, со- ния, свидетельствующие, например, о наличии ответствующие им формы поведения), фейковые ботов, искусственном «подогреве» информации новости могут иметь негативные экономические и попытке быстро запустить «информационный следствия. Так, ложное сообщение, что 44-й пре- каскад». Отметим, что любые способы проверки зидент США Барак Обама был ранен в результа- замедляют информационный процесс, что иногда те взрыва, вызвало падение фондового рынка, а негативно воспринимается медиаменеджерами. ущерб составил 130 миллиардов долларов.

В этом контексте повышается роль фактчекинга. Регламент проверки фактов, который первоначально был разработан в классической журналистике, всегда основывался на сравнении исследуемого текста с информацией из надежного источника/источников или подтверждения иными способами проверяемого факта. По сути, это была ручная проверка, которая также могла использовать экспертные или краудсорсинговые инструменты. Однако, применительно к современному этапу развития журналистики (цифровая журналистика) такая методология весьма ограничена. Во-первых, далеко не всегда у журналиста есть еще один подтвержденный источник информации. Во-вторых, установление

стями относят введение цензуры на информационный контент (такие практики уже начинают использоваться в различных странах), а также Методы формирования медиаграмотности многообразны. Выделим создание образовательного гообразны. Создания фейков и направленного на формирование критического мышления как эффективного фильтра для фейк-ньюс [Современная информационная война 2022].

Примером такого образовательного контента является передача Тимофея Ви «Фейк-контроль» на канале СоловьевLive. В преамбуле передачи говорится, что ее автор «рассказывает о самых

жирных фейках, связанных со спецоперацией, сти (NetzDG) сайты и социальные сети должны за проводимой РФ. Смотрите, распространяйте и не 24 часа удалить весь признанный фейковым кондайте себя обмануть». Программа имеет высокие тент. В литературе уже описаны ситуации, когда рейтинги и, безусловно, выполняет важные социальные функции.

Отметим, что в нашей стране активно используется весь ассортимент методов диагностики и ненависть» [Kalsnes 2018]. В США для борьбы с купирования фейков. В частности, создана законодательная база, устанавливающая правовую ответственность за распространение в средствах массовой информации, а также в информационно-телекоммуникационных сетях заведомо недостоверной общественно значимой информации, под видом достоверных сообщений. Пакет федеральных законов от 18 марта 2019 года предполагает запрет на публикацию недостоверной общественно значимой информации, распространяемой под видом правдивых сообщений и административную ответственность, в случае нарушения<sup>1</sup>. Санкции включают блокировку ресурсов с фейковой информацией и систему штрафов.

Перспективным, на наш взгляд, являются профессиональные объединения журналистов других медиаспециалистов. Например, международное профессиональное объединение журналистов Global Fact-Checking Network (GFCN) — ведущая платформа Глобального Юга по верификации информации и обучению фактчекингу. Россия является одним из организаторов платформы. Площадка позволяет журналистам оперативно проверять факты и укреплять доверие аудитории к своим материалам, участвовать в подготовке независимых специалистов по фактчекингу, а также разрабатывать единых профессиональные стандарты проверки информации.

В 2023 Минпросвещения России запустило проект по развитию медиаграмотности школьников, в рамках которого открыты медиаклассы и разработаны методические комплексы, направленные на формирование навыков диагностики фейков и поиска достоверной информации.

Аудиторные методы формирования медиаграмотности используются в рамках правительенной программы ряда стран Европы<sup>2</sup>. Согласно немецкому закону о борьбе с разжиганием ненависти

в Германии под действие этого закона попадали безобидные сатирические материалы, которые

были ошибочно определены как «разжигающие фейками были опробованы экономические ограничения или полный запрет на рекламу. В КНР одним из направлений борьбы с фейк-ньюс является формирование национального социального рейтинга существующего и активно развивающегося в стране национального социального рейтинга. Вместе с тем отметим, что, несмотря на

большой диапазон методов диагностики и купирования фейк-ньюс, проблема далека от своего ре-

шения. Технологии производства фейковой информации не стоят на месте и сегодня опережают технологии борьбы с ложной информацией. Вероятно, проблема требует системного подхода и использования всего ассортимента методов борьбы с фейками.

Фейковые новости являются одним из ключевых инструментов информационной войны. Еще в III веке до н.э. китайский военный стратег и мыслитель Сунь-Цзы в своей работе «Искусство войны» писал, что «Война — это путь обмана. Поэтому, если вы можете что-то сделать, покажите, что вы не можете этого сделать. Если вы собираетесь вести свою армию, покажите, что вы бездействуете.

Если вы рядом, покажите, что вы далеко; а если вы далеко, покажите, что вы близко» [Сунь-Цзы 2021, 69, 154].

Активное распространение практик информационных войн связано с двумя основными факторами: во-первых, наличием на сегодняшний день медиальных и компьютерных ресурсов для организации системного и технологичного воздействия на массовое сознание (коммуникативная эффективность); во-вторых, высокой экономической

1 Шестеркина Л. П. Фактчекинг и верификация / Л. П. Шестеркина, А. В. Красавина, Е. М. Хакимова. Челябинск : ЮУрГУ, 2021. 64 с. ISBN: 978-5-696-05227-4. EDN: YRYLZH.

2 Final report of the High Level Expert Group on Fake News and Online Disinformation. Текст : электронный. // European Commission : официальный сайт. 12.03.2018. URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation> (дата обращения 05.09.2025).

эффективностью используемых технологий. В сложности и метапредметности исследуемого литературе применительно к информационной феномена.

войне даже используется термин «дешёвая война» (War on the Cheap) — «один миллион доллара и двадцать человек, проводя компьютерные атаки, могут обеспечить успех, сопоставимый с действиями многотысячной группировки войск» [Кандауров 2022].

Отечественные исследователи Вепринцев В. Б., Манойло А. В., Петренко А. И., Фролов Д. Б. определяют информационную войну как противоборство в мировом и локальном информационном пространстве, осуществляемое насилиственными методами и приемами воздействия на информационно-психологическую сферу противника с целью решения стратегических задач [Операции информационно-психологической войны... 2019, 450].

Российский политолог Панарин И. Н. уточняет объекты такого противоборства и характер последствий. Автор предлагает понимать под «информационной войной» комплексное действие на систему государственного и военного управления противостоящей стороны, на её военно-политическое руководство, которое уже в мирное время приводило бы к принятию благоприятных для стороны инициатора информационного воздействия решений, а в ходе конфликта полностью парализовало бы инфраструктуры управления противника» [Панарин 2004, 284].

Баньковская Ю. Л. подчеркивает комплексный характер целевых эффектов и раскрывает анализируемое понятие как форму конфликта, направленного на достижение экономических, политических и социокультурных целей посредством комплекса информационных мероприятий, действующих на противостоящую сторону [Баньковская 2022].

Отметим, что анализ специальной литературы показывает большое разнообразие авторских интерпретаций категорий, расширительные или, наоборот, редукционные подходы к пониманию ее содержания. Появляются многочисленные смежные номинации, требующие соотнесения с родовым понятием и вносящие дополнительное значение для понимания. Показательно, что в практике теоретических разработок, как правило, не отражается различие в понимании феномена «информационной войны».

Сегодня термин «информационная война» используется для обозначения противоборства в информационной сфере и средствах массовой информации, направленного на достижение различных политических целей для обозначения военного противоборства в военной информа-

ционной сфере в целях достижения односторонних преимуществ при сборе, обработке и использовании информации на поле боя (в военных операциях и сражениях) [Кандауров 2022]. Таким образом, информационные войны могут преследовать как внешние, так и внутренние цели. К внешним относят подрыв морально-психологического состояния общества в целом и военно-политических ложащих, в частности, а к внутренним — активацию протестной активности, снижение лояльности общества к властям, деконсолидацию общества [Карпиленя 2022].

Зачастую различным образом определяются объекты информационных войн. Чаще всего, к таковым относят: общественность в широком смысле этого термина (некое большинство активной части общества, способное создать критическую массу желаемых изменений), лидеров общественного мнения (референтные лидеры), а также какие-либо конкретные социальные группы населения и т. д. Например, по мнению А. А. Самохина, непосредственными целями информационных атак, как правило, становятся высшие эшелоны власти и относящиеся к ним структуры [Самохин 2022].

Ю. Баньковская выделяет четыре подхода к исследованию информационных войн [Баньковская 2022]. 1. Геополитический — предлагающий рассматривать информационную войну как форму межгосударственного конфликта, главной целью которого становится достижение превосходства в различных сферах жизнедеятельности общества. 2. Психологический подход — фокусирующий внимание на индивидуальном и массовом сознании, раскрывает манипулятивные технологии и инструменты. 3. Коммуникативный подход — фиксирует информационную войну как коммуникативную технологию, раскрывая медиийные факторы воздействия. 4. Военный подход — репрессивного числа теоретических исследований в зентирирует информационную войну в ракурсе оружия противоборства («информационные оружия» и т. д.).

Анализируя развитие технологий информационной войны, как правило, особо выделяют иракскую войну 2003 года. В рамках принятой на тот момент в США военной доктрины с метафоричным названием «Шок и трепет», медийные аспекты войны впервые стали рассматриваться властями в качестве равноправных с непосредственными военными действиями. Война должна была иметь «привлекательную» визуальную картинку для различных целевых аудиторий (население страны, внешний мир, противник), а медийные воздействия были организованы как целостная и мультимедийная кампания.

Отметим, что эта война имела своеобразную «фейковую увертюру». За два месяца до ее начала госсекретарь США Колин Пауэлл выступил с докладом об иракском «химическом оружии», продемонстрировав многочисленным дипломатам и журналистам пробирку с белым порошком — якобы содержащей запрещенное вещество массового поражения. Видео и фото выступления чиновника вызывали сильные эмоциональные реакции страха, тревоги и гнева в разных странах. Но, как оказалось впоследствии, у Ирака никогда не было химического оружия, а пробирка Пауэлла содержала обычный стиральный порошок. Фейк «пробирка Пауэлла» до сих пор является мемом, символизирующим ложь и лицемерие в политике.

Приведем еще один пример медийной составляющей первой иракской войны. Газета «The Washington Post» 3 октября 2008 г. опубликовала объявление министерства обороны США о курсе для частных подрядчиков в Ираке по производству медиапродуктов (политические материалы, новости, развлекательные программы и социальная реклама для иракских СМИ), обеспечивающих поддержку страны со стороны местного населения. Бюджет проекта на то время составил 300 млн долларов.

В Ближневосточных войнах США впервые использовали массовые видеофейки, технику освещения войны «в реальном времени» в формате журналистского репортажа, инструмент «контролируемой утечки» и технологию информационной поддержки военных кампаний как до ее начала (подготовка американцев к войне), так и во время активных боевых действий [Зеленова 2023, 226].

Еще одной знаковой вехой в развитии технологий информационных войн стало так называ-

емое «Панамское досье 2016». Цель этой информационной кампании, судя по всему, состояла в дискредитации высокопоставленных лиц разных стран путем публикации и тиражирования прокомментированных материалов — конфиденциальных документов, попавших в руки журналистов-расследователей. Компрометирующая информация была связана с многомилицонными финансовыми операциями в офшорных зонах.

Уникальность кампании состояла в использовании новой и очень простой структурной схемы, которая сейчас является универсальной в информационных войнах: на первом этапе вброс

информации, а далее начинается этап «информационной тишины» [там же]. Затем такой цикл мог повторяться много раз, формируя определенную установку (ожидание) массовой аудитории на очередную порцию компромата, и исподволь активируя реакцию на негативную информацию. Последующие операции, такие как «Допинговый скандал WADA», «Дело об Аргентинском кокаине» и другие также были основаны на простой двухступенчатой схеме «вброс — период информационных войн: на первом этапе вброс

Сегодня практики информационной войны получили свое технологическое и методологическое развитие. Технологии искусственного интеллекта, data-аналитика, использование маркетинговых технологий для формирования желательного для одной из сторон социального поведения таких практик. Инструменты информационной войны разнообразны и пока еще до конца не типологизированы. К основным информационным практикам можно отнести: создание фейковых новостей; флуд; «темный постинг»; хейтерство; компрометацию; автоматическую генерацию персонализированного контента; хакерство; намеренные утечки информации;

посев (массовую публикацию одного контента от лица разных источников); постинг в отзывах, комментариях, чатах, сайтах; работу с фрилансерами и ЛОМами; имитацию авторитетного источника; использование ботов и агрегаторов компромата; создание «информационного шума» (информационные элементы, затрудняющие или исказжающие смысл текста); пранк; использование технологий событийных и арт-коммуникаций и др.

Одно из направлений информационной войны, основанное на анализе больших данных с помощью алгоритмов искусственного интеллекта (алгоритмических ботов и троллей-имитаторов), получило обозначение «Вычислительная пропаганда» (Computational Propaganda) и включает в себя генерацию контента, таргетирование и интенсивное распространение дезориентирующей информации, также основано на фейк-ньюс [Van состояния 2022].

Сегодня можно приблизительно зафиксировать распространенность таких технологий и инструментов. Американские исследования показывают, что от 9 до 15 % активных аккаунтов социальной сети Twitter являются ботами, предположительно миллионы социальных ботов участвовали в онлайн-дискуссиях по тематике предвыборов в США в 2016 и 2020 годах [Zhou 2020].

Отметим, что технологии информационной войны являются частью внешней политики и активно разрабатываются, и используются всеми ключевыми субъектами мировой политики. По информации из открытых источников, еще в 2012 году Служба внешней разведки РФ провела три закрытых конкурса на исследование и разработку систем мониторинга блогосферы и формирования общественного мнения с помощью массового распространения информации в соцсетях [Базенков 2013].

В качестве основных задач информационной безопасности в пространстве социальных сетей специалисты выделили: обнаружение информационных атак (определение узлов, с которых производится атака; оптимальное размещение сигналных элементов); предотвращение информационных атак (оценка затрат атак на объекты и затраты на их защиту); формирование и разрушение различных сетей (социальных/информационных); обнаружение сообществ злоумышленников (например, террористов), отслеживание активности злоумышленников [там же].

### Обсуждение

Дискуссионным вопросом является вопрос о перспективах использования искусственного интеллекта в практиках купирования фейк-ньюс. В области компьютерных вирусов сложилось мнение, что чаще всего антивирусное программное обеспечение появляется как ответ на появление конкретного вируса, т. е. всегда запаздывает

не способно предвосхищать появление новых угроз. Вероятно, по крайней мере на первых рах, применительно к фейк-ньюс мы будем находиться в аналогичной ситуации. Фейковые технологии (технологии производства и распространения) будут опережать цифровые технологии диагностики и купирования. Иными словами, для сопротивления фейк-ньюс и поддержка теоретических и практических изысканий в этой области.

Фактчекинг с точки зрения методологии цекаивает, что от 9 до 15 % активных аккаунтов лесообразно рассматривать как интегративный показатель, базирующийся как минимум на четырех факторах: коммуникатор (репутация), текст (содержание, стиль, маркёры дезинформации и т. д.), распространитель (медиа или измеримая реакция некоторых групп как индикатор фейка),

коммуникативная ситуация (маркеры неорганичной информации, информационные каскады, массовые информационные вбросы за короткий временной промежуток и т. д.).

В специальной литературе описываются лишь явные негативные последствия фейк-ньюс. На наш взгляд, существует ряд латентных последствий, которые нуждаются в рефлексии и эмпирическом исследовании. Например, рост объема дезинформации (фейки активируют другие фейки, дезинформационные каскады), поляризация и радикализация общественного мнения и др.

Отдельной темой являются отсроченные эффекты воздействия фейк-ньюс. Даже тогда, когда фейк распознан, обозначен автор и/или распространитель понес законную ответственность, у аудитории могут сохраняться негативные следы фейков, и это также отдельная перспективная тема для коммуникативных исследований.

### Заключение (Выводы)

Зафиксирована достаточно высокая терминологическая волатильность категории «фейк-ньюс», базирующаяся на расширительном и редукционном подходах. В первом случае возникают многочисленные семантические смешения, когда, например, к фейкам относят самую разнообразную информацию — от сатирических текстов до невежественных заявлений последователей теорий заговора. Полагаем, что наиболее надежными индикаторами фейк-ньюс являются: 1) объем ложной информации (достаточно

минимального объема); 2) негативная интенци- профессиональным принципам и стандартам ональность текста (намерение автора ввести в (классическое противопоставление журнали- заблуждение аудиторию); 3) получение доходов стики и пропаганды); второй подход базируется от рекламы или повышение информационного на понимании специфики постинформационного охвата (как правило, тексты с фейк-ньюс являются онного общества, относительности категорий рейтинговыми, собирают большую аудиторию «правда» и «истина» в пространстве современности и дают высокий показатель включенности в кон-ной массовой коммуникации.

тент), а также 4) дополнительная цель в подрыве Индустриализация в производстве и распро- общественного доверия к конкретным институ- странении фейк-ньюс усиливает конфликтность там. Последний индикатор может не присутство- в различных сферах взаимодействия (межгосу- вать в целеполагании автора фейк-ньюс.

Применительно к коммуникологии можно также маркирует кризисный этап в развитии ком- обозначить два различных подхода к анализу ин- муникологии, проявляющейся, в том числе, в по- формационных войн, которые являются антаго- иске нового места и путей развития социальных нистом журналистики, противореча ее основным институтов в изменившемся мире.

#### Список источников

1. Базенков 2013 — Базенков Н. И. Обзор информационных систем анализа социальных сетей / Н. И. Базенков, Д. А. Губанов // Управление большими системами : сборник трудов, № 41, 2013, pp. 357–394. Текст : электронный. URL: <https://www.mathnet.ru/link/s/61ecf1c6e88dff836ec5a5cf0b418bfb/ubs658.pdf> (дата обращения 17.09.2025).
2. Баньковская 2022 — Баньковская Ю. Л. Информационные войны современного мира. EDN: SMVPXC // Вестник Самарского государственного технического университета. Серия: Философия. 2022; 3: 75–80. ISSN: 2658-7750; eISSN: 2782-4268.
3. Ван 2022 — Ван Ч. СМИ в условиях информационной войны DOI: 10.24412/2500-1000-2022-3-2-188-191. EDN: GXLZZU // Международный журнал гуманитарных и естественных наук = International Journal of Humanities and Natural Sciences. 2022; 3-2:188–191. ISSN: 2500-1000; eISSN: 2500-1086.
4. Зеленова 2023 — Зеленова В. А. Технологическая революция в сфере информационных войн: до и после Крымских событий 2014 года // Информационная аналитика и информационно-аналитические технологии в контексте социального управления : сборник трудов конференции, Москва, 23 ноября 2022 года. Москва : Экон-Информ, 2023. 226 с. С. 136–145. ISBN: 978-5-907681-06-4. EDN: NBSEAP.
5. Кандауров 2022 — Кандауров Б. И. Информационные войны в гибридном измерении. EDN: QYBMTL // The Newman in Foreign policy. 2022; 2(65):24–26. eISSN: 2412-8198.
6. Карпиленя 2022 — Карпиленя Н. В. О диалектике войны в контексте современных типов информационных «войн» и методов информационно-психологического противоборства. EDN: RXQCZP // Архонт. 2022; 1:29–42. eISSN: 2587-9464.
7. Макашова 2023 — Макашова В. В. Дезинформация в медийном дискурсе: анализ медиатехнологий периода СВО на Украине // Информационная аналитика и информационно-аналитические технологии в контексте социального управления : сборник трудов конференции, Москва, 23 ноября 2022 года. Москва : Экон-Информ, 2023. 226 с. С. 146–162. ISBN: 978-5-907681-06-4. EDN: NBSEAP.
8. Минаева 2022 — Минаева Л. В. Стратегическая коммуникация и информационная война. EDN: RCDALQ // Российская школа связей с общественностью. 2022; 26:59–82. eISSN: 2949-2513.
9. Музыкант 2025 — Музыкант В. Л. Противостояние фейкам на китайских социальных платформах: коммуникационные особенности Weibo и Wechat / В. Л. Музыкант, Я. Янь. DOI: 10.20310/2587-6953-2025-11-2-400-417. EDN: RKHDTZ // Неофилология = Neophilology. 2025; 11(2):400–417. ISSN: 2587-6953; eISSN: 2782-5868.
10. Муха 2012 — Муха О. Я. Критерии истинности и научности постмодернистского знания. EDN: OXHRIP // Вестник Православного Свято-Тихоновского гуманитарного университета. Серия 1: Богословие. Философия. 2012; 1: 58–66.
11. Неренц 2021 — Неренц Д. В. Новые подходы к созданию журналистского контента в американских СМИ. DOI: 10.7256/2454-0749.2021.8.36115. EDN: WQEYBN // Филология: научные исследования = Philology: Scientific Researches. 2021; 8:48–57. ISSN: 2305-6177eISSN: 2454-0749.

12. Операции информационно-психологической войны... 2024 — Операции информационно-психологической войны: методы, средства, технологии : Краткий энциклопедический словарь-справочник / В. Б. Вепринцев, А. В. Манойло, А. И. Петренко, Д. Б. Фролов. 2-е изд. Москва : Горячая линия Телеком. 2024. 496 с. ISBN: 978-5-9912-0173-5.
13. Панарин 2004 — *Панарин И. Н. Информационная война и дипломатия*. Москва: Городец, 2004. ISBN: 5-9584-0032-0. EDN: QVUQTR.
14. Поздняков 2023 — *Поздняков Е. И. О необходимости пересмотра подхода к «фейковым новостям» и к методам противодействия ложной информации // Информационная аналитика и информационно-аналитические технологии в контексте социального управления : сборник трудов конференции, Москва, 23 ноября 2022 года*. Москва : Экон-Информ, 2023. 226 с. С. 131–135. ISBN: 978-5-907681-06-4. EDN: NBSEAP.
15. Самохин 2021 — *Самохин А. А. Неизвестная информационная войны*. EDN: QXUTIA // Россия: тенденции и перспективы развития : Ежегодник. Материалы XXI Национальной научной конференции с международным участием, Москва, 16–17 декабря 2021 года. Т. 17. Вып. 2. Москва : ИНИОН РАН, 1309 с. С. 260–265. ISBN: 978-5-248-01032-5. EDN: MBKKSU.
16. Современная информационная война 2022 — Современная информационная война / Л. А. Журавлева, Е. В. Зарубина, А. В. Ручкин [и др.]. DOI: 10.24412/2076-1503-2022-9-18-26. EDN: MWPLDU // Образование и право. 2022; 9:18–26.. ISSN: 2076-1503.
17. Стригунов 2022 — *Стригунов К. С. Фейковые новости и технология превентивной легитимизации выборов / К. С. Стригунов, А. В. Манойло, Ф. Го*. EDN: VZGJPL // Гражданин. Выборы. Власть. 2022; 2:98–109. ISSN: 2587-6449.
18. Сунь-Цзы 2021 — *Сунь-Цзы. Искусство войны*. Москва : Центрполиграф, 2021. 192 с. ISBN: 978-5-227-03046-7.
19. Суходолов 2017 — *Суходолов А. П. Феномен «фейковых новостей» в современном медиапространстве*. EDN: YROEZO // Евроазиатское сотрудничество: гуманитарные аспекты : материалы международной научно-практической конференции, Иркутск, 14–15 сентября 2017 года. Иркутск : Байкальский государственный университет, 2017. 296 с. С. 93–112. ISBN: 978-5-7253-2959-9.
20. Jamieson 2008 — *Jamieson K., Cappella J. Echo chamber: Rush Limbaugh and the conservative media establishment*. Oxford University Press, 2008. 301 p. ISBN: 9780195366822.
21. Kalsnes 2018 — *Kalsnes B. Fake News*. DOI: 10.1093/acrefore/9780190228613.013.809 // Oxford Research Encyclopedia of Communication. 26 Sep. 2018. Available at <https://oxfordre.com/communication/view/10.1093/acrefore/9780190228613.001.0001/acrefore-9780190228613-e-809>. (Accessed 09/05/2025).
22. Luc 2018 — *Luc I. L. China's Social Credit System*. DOI:10.18267/pr.2018.pav.2247.4 // System approaches'18 Can the system approach be useful in solving current problems of modern technologies? : 24rd International Conference, Prague, November 22, 2018. p. 24–30.
23. Rubin 2010 — *Rubin V. On deception and deception detection: Content analysis of computer-mediated stated beliefs* // ASIS&T'10 : Proceedings of the 73rd ASIS&T Annual Meeting on Navigating Streams in an Information Ecosystem. 2010. Volume 47. Article No.: 32, Pages 1–10.
24. Zhou 2020 — *Zhou X., Zafarani R. A Survey of Fake News: Fundamental Theories, Detection Methods, and Opportunities*. DOI:10.48550/arXiv.1812.00315 // ACM Comput. Surv. 1, 1, Article 1 (January 2020), 37 p. Available at [https://www.researchgate.net/publication/329388190\\_A\\_Survey\\_of\\_Fake\\_News\\_Fundamental\\_Theories\\_Detection\\_Methods\\_and\\_Opportunities](https://www.researchgate.net/publication/329388190_A_Survey_of_Fake_News_Fundamental_Theories_Detection_Methods_and_Opportunities) (Accessed 09/05/2025).

### References

1. Bazenkov N. I. Obzor informatsionnykh sistem analiza sotsial'nykh setey [Overview of Information Systems for Social Network Analysis]. *Management of Large Systems* : A Collection of Papers, No. 41, 2013, pp. 357–394. Available online at: <https://www.mathnet.ru/links/61ecf1c6e88dff836ec5a5cf0b418fbf/ubs658.pdf> (Accessed September 17, 2025) (in Russ.).
2. Bankovskaya Yu. L. Informatiionnyye voyny sovremennoogo mira [Information Wars in the Modern World]. EDN: SMVPXC. *Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta. Seriya: Filosofiya*. 2022; 3: 75–80. ISSN: 2658-7750; eISSN: 2782-4268 (in Russ.).
3. Wang C. SMI v usloviyakh informatsionnoy voynyyu [Mass Media in the Context of Information Warfare] DOI: 10.24412/2500-1000-2022-3-2-188-191. EDN: GXLZZU. *International Journal of Humanities and Natural Sciences*. 2022; 3-2:188–191. ISSN: 2500-1000; eISSN: 2500-1086 (in Russ.).
4. Zelenova V. A. Tekhnologicheskaya revolyutsiya v sfere informatsionnykh voyn: do i posle Krymskikh sobytiy 2014 goda [Technological Revolution in the Sphere of Information Warfare: Before and After

the Crimean Events of 2014]. *Informatsionnaya analitika i informatsionno-analiticheskiye tekhnologii v kontekste sotsial'nogo upravleniya* [Information Analytics and Information-Analytical Technologies in the Context of Social Management] : Conference Proceedings, Moscow, November 23, 2022. Moscow : Econ-Inform Publ., 2023. 226 p. pp. 136–145. ISBN: 978-5-907681-06-4. EDN: NBSEAP (in Russ.).

5. Kandaurov B. I. *Informatsionnye voyny v gibridnom izmerenii* [Information Wars in the Hybrid Dimension]. EDN: QYBMTL. *The Newman in Foreign Policy*. 2022; 2(65):24–26. eISSN: 2412-8198 (in Russ.).
6. Karpilenya N. V. *O dialektike voyny v kontekste sovremennoykh tipov informatsionnykh "voyn" i metodov informatsionno-psichologicheskogo protivoborstva* [On the Dialectics of War in the Context of Modern Types of Information "Wars" and Methods of Information-Psychological Warfare]. EDN: RXQCZP. *Arkhont*. 2022; 1:29–42. eISSN: 2587-9464 (in Russ.).
7. Makashova V. V. *Dezinformatsiya v mediynom diskurse: analiz mediatekhnologiy perioda SVO na Ukraine* [Disinformation in Media Discourse: An Analysis of Media Technologies during the Second World War in Ukraine]. *Informatsionnaya analitika i informatsionno-analiticheskiye tekhnologii v kontekste sotsial'nogo upravleniya* [Information Analytics and Information-Analytical Technologies in the Context of Social Management] : Conference Proceedings, Moscow, November 23, 2022. Moscow : Econ-Inform Publ., 2023. 226 p. pp. 146–162. ISBN: 978-5-907681-06-4. EDN: NBSEAP (in Russ.).
8. Minaeva L. V. *Strategicheskaya kommunikatsiya i informatsionnaya voyna* [Strategic Communication and Information Warfare]. EDN: RCDALQ. *Rossiyskaya shkola svyazey s obshchestvennost'yu*. 2022; 26:59–82. eISSN: 2949-2513 (in Russ.).
9. Muzykant V. L. *Protivostoyaniye feykam na kitayskikh sotsial'nykh platformakh: kommunikatsionnye osobennosti Weibo i Wechat* [Countering Fakes on Chinese Social Platforms: Communication Features of Weibo and Wechat]. By V. L. Muzykant, Ya. Yan. DOI: 10.20310/2587-6953-2025-11-2-400-417. EDN: RKHDTZ. *Neophilology*. 2025; 11(2):400–417. ISSN: 2587-6953; eISSN: 2782-5868 (in Russ.).
10. Mukha O. Ya. *Kriterii istinnosti i nauchnosti postmodernistskogo znaniya* [Criteria of the Truth and Scientific Nature of Postmodernist Knowledge]. EDN: OXHRIP. *Vestnik Pravoslavnogo Svyato-Tikhonovskogo gumanitarnogo universiteta. Seriya 1: Bogosloviye. Filosofiya*. 2012; 1: 58–66 (in Russ.).
11. Nerents D. V. *Novyye podkhody k sozdaniyu zhurnalistskogo kontenta v amerikanskikh SMI* [New Approaches to Creating Journalistic Content in American Media]. DOI: 10.7256/2454-0749.2021.8.36115. EDN: WQEYBN. *Philology: Scientific Researches*. 2021; 8:48–57. ISSN: 2305-6177; eISSN: 2454-0749 (in Russ.).
12. *Operatsii informatsionno-psichologicheskoy voyny: metody, sredstva, tekhnologii* [Information and Psychological Warfare Operations: Methods, Means, Technologies] : A Brief Encyclopedic Dictionary and Reference. By V. B. Veprintsev, A. V. Manoylo, A. I. Petrenko, D. B. Frolov. 2nd ed. Moscow : Goryachaya Liniya Telecom Publ., 2024. 496 p. ISBN: 978-5-9912-0173-5 (in Russ.).
13. Panarin I. N. *Informatsionnaya voyna i diplomatiya* [Information Warfare and Diplomacy]. Moscow : Gorodets Publ., 2004. ISBN: 5-9584-0032-0. EDN: QVUQTR (in Russ.).
14. Pozdnyakov E. I. *O neobkhodimosti peresmotra podkhoda k "fejkovym novostyam" i k metodam protivodeystviya lozhnoy informatsii* [On the Need to Revise the Approach to "Fake News" and Methods of Countering False Information]. *Informatsionnaya analitika i informatsionno-analiticheskiye tekhnologii v kontekste sotsial'nogo upravleniya* [Information Analytics and Information-Analytical Technologies in the Context of Social Management] : Conference Proceedings, Moscow, November 23, 2022. Moscow : Econ-Inform Publ., 2023. 226 p. pp. 131–135. ISBN: 978-5-907681-06-4. EDN: NBSEAP (in Russ.).
15. Samokhin A. A. *Neizvestnaya informatsionnaya voyna* [Unknown Information Warfare]. EDN: QXUTIA. *Rossiya: tendentsii i perspektivy razvitiya* [Russia: Trends and Development Prospects] : Yearbook. Proceedings of the 21st National Scientific Conference with International Participation, Moscow, December 16–17, 2021. V. 17. Issue. 2. Moscow : INION RAS Publ., 1309 p. pp. 260–265. ISBN: 978-5-248-01032-5. EDN: MBKKSU (in Russ.).
16. Covremennaya informatsionnaya voyna [Modern information war]. By L. A. Zhuravleva, E. V. Zarubina, A. V. Ruchkin [et al.]. DOI: 10.24412/2076-1503-2022-9-18-26. EDN: MWPLDU. *Obrazovaniye i pravo*. 2022; 9:18–26. ISSN: 2076-1503 (in Russ.).
17. Strigunov K. S. *Feykovyye novosti i tekhnologiya preventivnoy delegitimizatsii vyborov* [Fake news and the technology of preventive delegitimization of elections]. By K. S. Strigunov, A. V. Manoilo, F. Go. EDN: VZGJPL. *Grazhdanin. Vybory. Vlast'*. 2022; 2:98–109. ISSN: 2587-6449 (in Russ.).
18. Sun Tzu. *Iskusstvo voyny* [The Art of War]. Moscow : Tsentrpoligraf Publ., 2021. 192 p. ISBN: 978-5-227-03046-7 (in Russ.).
19. Sukhodolov A. P. *Fenomen "fejkovykh novostey" v sovremennom mediaprostranstve*. [The Phenomenon of "Fake News" in the Modern Media Space]. EDN: YROEZO. *Yevroaziatskoye*

*sotrudnichestvo: gumanitarnyye aspekty* [Eurasian Cooperation: Humanitarian Aspects] : Proceedings of the International Scientific and Practical Conference, Irkutsk, September 14–15, 2017. Irkutsk : Baikal State University, 2017. 296 p. pp. 93–112. ISBN: 978-5-7253-2959-9 (in Russ.).

- 20. Jamieson K., Cappella J. *Echo chamber: Rush Limbaugh and the conservative media establishment*. Oxford University Press, 2008. 301 p. ISBN: 9780195366822.
- 21. Kalsnes B. Fake News. DOI: 10.1093/acrefore/9780190228613.013.809. *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. 26 Sep. 2018. Available at <https://oxfordre.com/communication/view/10.1093/acrefore/9780190228613.001.0001/acrefore-9780190228613-e-809>. (Accessed 09/05/2025).
- 22. Luc I. L. China's Social Credit System. DOI:10.18267/pr.2018.pav.2247.4. *System approaches'18 Can the system approach be useful in solving current problems of modern technologies?* : 24rd International Conference, Prague, November 22, 2018. p. 24–30.
- 23. Rubin V. On deception and deception detection: Content analysis of computer-mediated stated beliefs. *ASIS&T '10 : Proceedings of the 73rd ASIS&T Annual Meeting on Navigating Streams in an Information Ecosystem*. 2010. Volume 47. Article No. 32, Pages 1–10.
- 24. Zhou X., Zafarani R. 2020. A Survey of Fake News: Fundamental Theories, Detection Methods, and Opportunities. DOI:10.48550/arXiv.1812.00315. *ACM Comput. Surv.* 1, 1, Article 1 (January 2020), 37 p. Available at [https://www.researchgate.net/publication/329388190\\_A\\_Survey\\_of\\_Fake\\_News\\_Fundamental\\_Theories\\_Detection\\_Methods\\_and\\_Opportunities](https://www.researchgate.net/publication/329388190_A_Survey_of_Fake_News_Fundamental_Theories_Detection_Methods_and_Opportunities) (Accessed 09/05/2025).

*Информация об авторах:*

**Музыкант Валерий Леонидович** — доктор социологических наук, SPIN-код: 4071-1550, AuthorID: 389187. Место работы 1: профессор кафедры массовых коммуникаций, федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы», ул. Миклухо-Маклая, 6, Москва, 117198, Россия. Место работы 2: профессор факультета международных отношений и бизнеса Института управления РАНХиГС (федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»), пр-т Вернадского, д. 82, стр. 4, Москва 119571, Россия.

**Овруцкий Александр Владимирович** — доктор философских наук, профессор кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью, SPIN-код: 1885-0145, AuthorID: 398714, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный социальный университет» (РГСУ), ул. Вильгельма Пика, 4/1, Москва, 129226, Россия.

*Information about the authors:*

**Musykant Valery L.** — Doctor of Sociological Sciences, SPIN-code: 4071-1550, AuthorID: 389187, Place of work 1: Professor, Department of Mass Communications, Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba, 6 Miklukho-Maklaya St., Moscow, 117198, Russia. Place of work 2: Professor, Faculty of International Relations and Business, Institute of Management, RANEPA (Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration), 82 Vernadsky Ave., Bldg. 4, Moscow 119571, Russia.

**Ovrutsky Aleksandr V.** — Doctor of Philosophy, Professor of the Department of Journalism, Advertising and Public Relations, SPIN-code: 1885-0145, AuthorID: 398714, Russian State Social University (RSSU), 4/1 Wilhelm Pieck St., Moscow, 129226, Russia.

*Статья поступила в редакцию 29.09.2025; одобрена после рецензирования 28.11.2025; принята к публикации 28.11.2025.*  
*The article was submitted 09/29/2025; approved after reviewing 28/11/2025; accepted for publication 11/28/2025.*