

Оригинальная статья

УДК 159.9

DOI: 10.35750/2713-0622-2024-2-237-249



Распространение фейков как способ манипулирования общественным сознанием в интернет-пространстве



Лариса Юрьевна Нежкина

Восточно-Сибирский институт МВД России

(Иркутск, Россия)

n.l.y@mail.ru

ORCID: 0000-0002-7838-0539



Антон Сергеевич Душкин

Санкт-Петербургский университет МВД России

(Санкт-Петербург, Россия)

dushkin-ac@mail.ru

ORCID: 0000-0001-9139-1585

Аннотация

Введение. Современному человеку сложно представить мир без интернет-коммуникаций, которые, с одной стороны, предлагают новые возможности проведения досуга, общения, развития, с другой – имеют огромный потенциал воздействия на индивидуальное и общественное сознание. Одни такое влияние воспринимают негативно, поскольку связывают его с манипуляциями, другие попадают в сети манипулятивного воздействия, становятся его жертвами. Особое беспокойство вызывают фейки, представляющие угрозу распространения недостоверной информации, подрывающие репутацию средств массовой информации, повышающие уровень тревожности и страха в обществе. Эта проблема осознается на государственном уровне, поскольку распространение искаженной информации достигло уровня угрозы государственной безопасности. На законодательном уровне принимаются меры, в том числе предусмотрены административная и уголовная ответственность, однако специалисты прогнозируют рост фейковой информации. Поэтому крайне важно анализировать фейковые материалы, работать над методами и способами их распознавания, информировать и обучать граждан критически оценивать информационные потоки, распознавать их манипулятивный характер. Цель исследования – изучение отношения граждан к фейковой информации, ее распространению в интернет-пространстве как способа манипулирования общественным сознанием. **Методы исследования.** Анализ научной литературы и результатов социологических исследований, в частности, предложенных АНО «Диалог регионы», о фейковой информации, посредством которой происходит манипулирование общественным сознанием. В статье представлены результаты изучения отношения жителей г. Иркутска к фейкам, распространяемым в интернет-пространстве. Эмпирической базой исследования послужили результаты анкетирования, проведенного в октябре 2023 года в г. Иркутске. В исследовании приняли участие

100 человек. **Результаты.** Изучение вопроса о распространении фейков в интернет-пространстве, проведенное анкетирование позволили утверждать, что фейки стали частью информационного потока в интернет-пространстве, а значит, частью реальной жизни современного общества, в котором люди постоянно сталкиваются с недостоверной информацией. И несмотря ни на что, они отмечают негативное влияние фейковой информации, которую представляют как манипулятивный контент, однако обращают на нее внимание и распространяют. Очевидно, что поток фейковой информации будет расти. Будет усиливаться и ее негативное влияние на все сферы жизни общества. Возможны риски материальных и физических потерь, поскольку фейк является в том числе опасным информационно-психологическим оружием. Данное оружие, в частности, используют недружественные страны, в том числе путем прямого информационно-психологического воздействия на население России. Основной задачей в современных условиях является противостояние информационному нападению, манипулированию общественным сознанием граждан.

Ключевые слова

манипулирование, информационно-психологическое воздействие, социальные сети, интернет, общественное сознание, фейк, мессенджеры

Для цитирования: Нежкина, Л. Ю., Душкин, А. С. (2024). Распространение фейков как способ манипулирования общественным сознанием в интернет-пространстве. *Российский девиантологический журнал*, 4 (2), 237–249. doi: 10.35750/2713-0622-2024-2-237-249.

Original paper

Dissemination of fakes as a way of manipulating public consciousness in the Internet space

Larisa Y. Nezhkina

East Siberian Institute of the MIA of Russia
(Irkutsk, Russia)
n.l.y@mail.ru

ORCID: 0000-0002-7838-0539

Anton S. Dushkin

Saint Petersburg University of the MIA of Russia
(Saint Petersburg, Russia)
dushkin-ac@mail.ru

ORCID: 0000-0001-9139-1585

Abstract

Introduction. It is difficult for modern people to imagine a world without Internet communications, which, on the one hand, offer new opportunities for leisure, interaction, and development, on the other hand, have a huge potential for influencing individual and public consciousness. Some people perceive such influence negatively, as they associate it with manipulation, while others fall into the net of manipulative influence and become its victims. Of particular concern are fakes, which pose a threat of spreading inaccurate information, compromising the reputation of the media, increasing the level of anxiety and fear in society. This problem is recognised at the state level, as the dissemination of distorted information reached the level of a threat to state security. Measures are being taken at

the legislative level, including administrative and criminal liability, but experts predict the growth of fake information. Therefore, it is extremely important to analyse fake materials, to work on methods and ways of their recognition, to inform and train citizens to critically assess information flows, to recognise their manipulative nature. The aim of the research is to study the attitude of citizens to fake information, its dissemination in the Internet space as a way of manipulating public consciousness. **Research methods.** The authors reviewed the scientific literature and the results of sociological research, in particular, those proposed by the autonomous non-commercial organisation “Dialogue Regions”, on fake information, by means of which public consciousness is manipulated. The article presents the results of the research on the attitude of Irkutsk residents to fakes disseminated in the Internet space. The empirical basis of the research was the results of the questionnaire survey conducted in October 2023 in Irkutsk. 100 people took part in the survey. **Results.** The examination of the issue of the dissemination of fakes in the Internet space, the conducted questionnaire survey made it possible to assert that fakes have become a part of the information flow in the Internet space, and therefore, a part of the real life of modern society, where people are constantly faced with misinformation. Regardless of the negative impact of fake information considered as manipulative content, it is obvious that its flow will grow. Its negative impact on all spheres of society will increase. Risks of material and physical losses are possible, as fake information represents a dangerous information-psychological weapon. This weapon, in particular, is used by unfriendly countries as an indirect information-psychological impact on the Russian population. The main task in modern conditions is to counter the information attack, manipulation of public consciousness of citizens.

Keywords

manipulation, information-psychological influence, social networks, Internet, public consciousness, fake, messengers

Для цитирования: Nezhkina, L. Y., Dushkin, A. S. (2024). Dissemination of fakes as a way of manipulating public consciousness in the Internet space. *Russian Journal of Deviant Behavior*, 4 (2), 237–249. doi: 10.35750/2713-0622-2024-2-237-249.

Введение

В быстро расширяющемся глобальном информационном пространстве задача выявления истины и установления доверия к достоверности информации все усложняется, что потенциально может привести к серьезным последствиям (Girgis, Amer, & Gadallah, 2018). Дезинформация способна нанести серьезный ущерб: манипулирование выборами, создание ситуаций, разжигающих войну, порочащих любого человека и т. д. Манипулирование общественным сознанием представляет собой скрытое, мягкое, гибкое навязывание посредством идеологических, психологических, других форм и способов давления на большие аудитории, разные группы людей. Манипулирование общественным сознанием содержит алгоритмы программирования, направленные на трансформацию мышления и поведения как отдельного человека, так и группы людей, в целом общества, с целью обесценивания истины, морали, нравственности. Заинтересованные в таком манипулировании создают в интернет-пространстве среду, в которой игнорируются, ставятся под сомнение правдивость и объективность информации или исключается возможность критического осмысления человеком получаемого информационного потока.

Манипулятивные приемы воздействия на массовую аудиторию в деталях описывал еще Аристотель в своей работе «О софистических опровержениях»¹. Говоря о паралогизмах как

¹ «О софистических опровержениях» (1978). В Аристотель, *Собрание сочинений в 4-х томах*. Том 2 (стр. 533–593). Мысль.

способе риторического воздействия на слушателя, он посвящал своих учеников в тайнства разоблачения ложной аргументации и прочих манипуляций оратора, работающего с аудиторией» (Корнилова, 2020). Пристальное внимание ученых приемам манипулирования массовым сознанием начали привлекать во второй половине прошлого века на Западе и в начале XXI в России (Нежкина, 2023). Г. Шиллер в 70-е гг. XX в. указывал, что манипуляция массовым сознанием угнетает целые народы и нации, а конкретного гражданина, не владеющего пониманием приемов и техник манипуляции сознанием, делает беззащитным перед мощной машиной лжи и обмана. Об этом ученый писал в своих работах, раскрывая техники манипулятивной игры США с собственным населением, а также со всем миром, входившим в сферу их влияния после Второй мировой войны. Скрывая свои истинные намерения, манипуляторы общественным сознанием создают искусственную реальность, фальшивую действительность (Иссерс, 2014).

Так, страны, входящие в Организацию Североатлантического договора (НАТО), активно используют такой мощный инструмент, как масс-медиа, для достижения собственных военно-политических целей. Очевидно, что современные информационно-коммуникационные технологии рассматриваются странами НАТО с целью раскачки военно-политической ситуации в отдельной стране или целом регионе.

В. В. Путин подчеркивал: «Против России развязана настоящая агрессия, война в информационном пространстве. Серьезные атаки были нанесены по официальным сайтам органов власти. Значительно чаще фиксируются и попытки незаконного проникновения в корпоративные сети ведущих российских компаний. Атаки наносятся из разных государств, и при этом они четко скоординированы. В большинстве случаев используется следующая тактика атак: доступ к российским интернет-ресурсам блокируется, информация становится недоступной или подменяется фейками, фальшивками. Мы были готовы к этой атаке, и это результат той системной работы, которая велась все последние годы. Наши специалисты серьезно занимались вопросами защиты информационной инфраструктуры, обеспечением устойчивой работы и безопасности сетей и каналов связи, и, повторю, многое удалось сделать, в том числе создать собственные уникальные технологии»².

Подробное описание информационно-психологического воздействия посредством социальных сетей было представлено в 2016 году американскими специалистами по информационной безопасности Facebook³. Они сообщили о том, как именно проводили подобные операции. «В первую очередь, создавали целенаправленный архив данных (Targeted data collection), другими словами, похищали и разглашали непубличные сведения, которые могли способствовать извлечению выгоды в политическом дискурсе. Создавали контент (Content creation), “фейковый” или настоящий, через информационного оператора либо путем распространения историй журналистами и другими третьими лицам, в том числе “фейковыми пользователями”. Скоординированной деятельностью фейковых аккаунтов усиливали ложь (False amplification) с целью манипуляций общественным сознанием» (Виловатых, Михеев, 2018).

Слово «фейк» определяется как подделка, фальшивка. В обычной жизни используется определение «липовый», а в средствах массовой информации стало актуальным такое понятие, как фейковые новости (Брусенская, Куликова, 2018). Е. А. Литинская характеризует фейк как «разновидность информационного оружия, которое имеет точечную направленность. Специфика фейковых новостей определяется их направленностью на определенные,

² *Официальный сайт Президента Российской Федерации*. URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/68451> (дата обращения: 01.06.2024).

³ Facebook принадлежит компании Meta, признанной экстремистской организацией и запрещенной в Российской Федерации.

конкретные группы людей и на внедрение конкретных психологических установок для манипуляции общественным мнением и настроением» (Литинская, 2021). Другими словами, под фейком понимаются сфабрикованные, специально созданные журналистские материалы, в том числе новостные, с помощью которых формируется информационное пространство ложных представлений, отвлекающих внимание аудитории от значимых и важных вопросов. Фейки являются созданием информационной среды, это то, что появилось в шоу-цивилизации, где имитируется действительность, конструируется виртуальная реальность, происходят маски-шоу (Анистратенко, 2020).

Распространение фейковых новостей – один из методов, используемых в информационной войне (Paterson & Hanley, 2020). Дж. Х. Фетцер говорит, что фейковые новости – это «утверждения, которые являются ложными, о которых известно, что они ложные, и которые утверждаются с намерением ввести в заблуждение, обольстить или запутать» (Fetzer, 2004). Он выделяет пять типов дезинформации:

- распространение информации, которая была намеренно искажена с целью ввести в заблуждение;
- формирование предвзятого впечатления о конкретном событии, игнорирование его очевидных преимуществ, с целью введения окружающих в заблуждение относительно действительной сути мероприятия;
- предоставление оскорбительной информации путем нападок на автора или редактора публикации, использования аргументов, которые не имеют отношения к делу или вводят в заблуждение и не имеют ничего общего с мнением автора или редактора;
- игнорирование и отклонение важных доказательств, выводов или гипотез, относящихся к определенному событию;
- искажение информации из-за некомпетентности ее источника, поскольку делаются неверные выводы без знания фактов (Fetzer, 2004).

Фейки маскируются подо что-то законное, выдавая себя за достоверные новости. Авторы фальсификаций и манипуляций с самого начала стремятся полностью ввести аудиторию в заблуждение (Tandoc, Lim, & Ling, 2018). Х. Олкотт, М. Генцков определяют фейковые новости как новости, намеренно сфабрикованные с целью ввести читателей в заблуждение (Allcott & Gentzkow, 2017). Эта концепция соответствует выводам, сделанным Дж. Х. Фетцером.

Исследования показали, что отсутствие доверия к основным средствам массовой информации, выбор различных средств массовой информации и доступность социальных сетей в качестве источников новостей являются основными факторами, ответственными за широкое распространение фейковых новостей (Bowman & Willis, 2003). Некоторые участники исследования признались, что предпочитают получать информацию онлайн, потому что больше не доверяют основным средствам массовой информации (далее – СМИ), которые они обвиняют в публикации предвзятых, непроверенных новостных сообщений. Добавим, что с увеличением числа СМИ, в том числе на платформах социальных сетей, стало сложнее отличать реальные новости от поддельных. Рост социальных сетей привел к увеличению разнообразия новостных сюжетов и стиранию грани между фактической информацией и поддельными новостями в традиционных СМИ.

Примеры фейков представлены на рисунках 1⁴ и 2⁵.

⁴ *Фальшивые скелеты гигантов*. URL: <https://allworld4us.livejournal.com/19862.html> (дата обращения: 01.06.2024).

⁵ *Фото в рубке. До и после 10 лет оказалось одним целым снимком*. URL: <https://fishki.net/3460688-mifynbsplegndy-i-mistifikacii-razoblachaem-populjarnye-istoricheskie-foto-inbspfakty/gallery-8269076-foto-v-rubke-do-i-posle-10-let-okazalosy-odnim-celym-snimkom-hotja-vyrubka-lesov-na-lico-photo.html> (дата обращения: 01.06.2024).

Гигантский скелет человека

До сих пор ученые спорят насчет происхождения человека. Откуда же взялся человек: от обезьян, бог сотворил или инопланетные мы все? Не последнюю роль здесь играют археологи. Любое необычное открытие моментально подхватывают СМИ. Такое было с раскопками, где нашли большой скелет человека. Что это? Неужто были гиганты раньше? На самом деле нет. Это фальшивка. Никто еще не нашел доказательств в каких-либо музеях науки и естествознания о гигантах.



Рис. 1. Фальшивые скелеты гигантов

Fig. 1. False skeletons of giants

Сегодня в информационной сфере в рамках провокационной информации фейки занимают лидирующие позиции (Долгина, 2020). Их создатели стремятся таким образом повысить популярность масс-медиа для усиления влияния на массовое сознание с целью дискредитации основных институтов государственности, нагнетания социальной напряженности, трансформации социокультурных и духовно-нравственных ценностей, нивелирования моральных устоев. С. А. Буткевич отмечает: «Фейки формируются сознательно и злонамеренно, их используют для отщипывания или подрыва доверия к власти и персоналиям, инициативам, организациям, странам и их союзам (альянсам, блокам), а также увеличения интереса к социальным медиа, на которых эта «сенсационная», «инсайдерская» информация размещается с последующей монетизацией такой заинтересованности» (Буткевич, 2021, с. 75).

Методы исследования

Анализ научной литературы и результатов социологических исследований, в частности, предложенных АНО «Диалог регионы», о фейковой информации, посредством которой происходит манипулирование общественным сознанием. Анкетирование, проведенное в октябре 2023 года в г. Иркутске. В исследовании приняли участие 100 человек.

Результаты

Анализ сведений медиа-ресурсов, специализирующихся на противодействии распространению недостоверной информации, позволил установить, что специалисты стран НАТО активно проводят операции на российском информационном пространстве, вбрасывая

Десять лет вырубki лесов. До и после

Недавно был популярен челлендж #10yearchallenge, где люди показывали изменения в своей внешности за последние 10 лет. Экоактивисты тоже не остались в стороне. Они решили показать экологические проблемы за 10 лет. В сети распространилась фотография с вырубкой лесов. Странно, что не нашли реальную фотку. Это же проще простого. Вместо этого сняли один кадр и разрезали на два. Фэйк готов.



Рис. 2. Десять лет вырубki лесов. До и после

Fig. 2. Ten years of deforestation. Before and after

различные фейки. Большинство подобных фейков касаются политических тем, специальной военной операции, общественно значимых происшествий, дефицита товаров, роста цен и т. д. (Арчакова, 2023). Дезинформаторы «выпускают продолжения» тем фейков, которые в свое время вызвали наибольшую реакцию у пользователей с целью криминализации информационного пространства (Злоказов, Ворошилова, Злоказова, 2021). Таким способом они пытаются повысить уровень тревожности у россиян. Например, фейк о конфетах, содержащих наркотические вещества. Миф о распространении среди школьников конфет с «клубничным / земляничным наркотиком» появился в США еще в 2007 году. Реальных доказательств этим слухам полицейские не нашли. В 2014 году в Якутии был впервые зафиксирован фейк об объявлении, предлагающем взять конфету. С небольшими изменениями этот фейк фиксировался в апреле 2021 года, дважды в октябре 2022 года, а также весной 2023 года. Или отравление мальчика «Тархуном». Появился фейк в 2010 году, после чего фиксировался повторно в 2022 году и в июне 2023 года.

Основными площадками распространения фейковой информации являются мессенджеры и социальные сети. Так, к форуму «Диалог о фейках» (<https://fakes.dialog.info>), который состоялся 22 ноября 2023 года, команда АНО «Диалог регионы» подготовила специальную версию исследований по распространению фейковой информации, где были представлены данные социологического опроса, который проводился с 24 по 29 октября 2023 года методом River Sampling среди пользователей социальных сетей. Всего квотированная выборка составила 3600 респондентов, возраст от 18 до 65 лет.

По данным исследований по распространению фейковой информации АНО «Диалог регионы» отмечается, что в 2023 году количество копий фейков увеличилось на 25 % по сравнению с 2022 годом⁶. Было зафиксировано значительное увеличение фейковых инфоповодов во всех федеральных округах Российской Федерации. Основная информационная повестка фейков отражает следующие социально-экономические направления:

- дефицит товаров;
- дефицит медикаментов;
- рост цен на потребительские товары;
- проблемы в сфере автомобильной промышленности;
- информация о критическом состоянии гражданской авиации.

Топ сфер, где распространены фейки:

- политическая сфера;
- уровень благосостояния граждан;
- специальная военная операция.

Суммарно количество региональных фейков составило 51 % от общего количества новостей, по сравнению с 2022 годом прирост составил 78 %. Значительный рост количества уникальных фейков в федеральных округах зафиксирован в категориях:

- «Социально значимые происшествия».
- «Экология».
- «Дорожно-транспортная сфера».
- «Здравоохранение».

– «Политическая сфера» составила значительную часть (более трети от всех фейков) в четырех округах: Центральный федеральный округ (ЦФО), Сибирский федеральный округ (СФО), Южный федеральный округ (ЮФО) и Северо-Кавказский федеральный округ (СКФО). Самыми охватываемыми региональными кейсами стали события вокруг Крымского полуострова

⁶ Число уникальных фейков в сети в 2023 году может достичь 4 тыс. URL: <https://tass.ru/obschestvo/19351319?ysclid=ly9izzmnm2268104784> (дата обращения: 02.06.2024).

(ложные сообщения об атаке Севастополя, Крымского моста, дефицит товаров первой необходимости, топлива и пр.), фейки о вторжениях ДРГ в приграничные регионы, фейки о событиях в регионах СКФО, а также о дефиците товаров.

Специалисты отмечают, что в 2023 году наблюдался относительно постепенный рост числа фейковых сообщений, созданных при помощи средств синтеза контента искусственного интеллекта (Дипфейк). Технология Deepfake сама по себе нейтральна и может применяться для благих целей во многих областях (Ramos-Zaga, 2024). Однако злонамеренное использование в основном преобладает над позитивным. Фейки, поддерживаемые передовыми технологиями, представляют серьезную угрозу, поскольку способствуют распространению фейковых новостей в Интернете (Gambín et al., 2024). Дипфейк (Deepfake) – это технология создания синтезированного контента при помощи алгоритмов машинного обучения, искусственный интеллект (ИИ). Расцвет применения данной технологии пришелся на последние несколько лет и включает в себя множество жанров: от развлекательных видео- и аудиоматериалов до применения данной технологии в целях политических провокаций.

Угрозы от дипфейков: политическая сфера, национальная безопасность, бизнес, судебная система и правоохранительные органы, банковские и финансовые системы, потеря доверия к информации, цифровые платформы и социальные сети.

Аудитория фейковых сообщений имеет выраженную социально-демографическую специфику. Чаще всего с фейковым контентом взаимодействуют мужчины (55 %) или женщины (45 %) от 40 лет.

При этом распространяют фейковый контент преимущественно женщины старше 60 лет. Мужчины чаще встречают фейки как читатели и на 24% менее, чем женщины, склонны к распространению фейкового контента, в то время как женская аудитория чаще их распространяет.

Ключевые сферы, интересующие мужскую аудиторию: специальная военная операция и мобилизация; политическая сфера, спорт.

Женщины больше распространяют ложные сообщения в категориях: здравоохранение, социально значимые происшествия, информационные технологии, экология и социальная защита.

Сфера информационных технологий, как и сфера социальной защиты, больше интересует граждан старше 60 лет, что объясняется высоким уровнем зависимости от мер поддержки государства и недостаточным количеством знаний в сфере информационных технологий.

В связи с этим немаловажный интерес представляют данные, раскрывающие особенности отношения населения к фейкам. Предлагаемые результаты отражают понимание и отношение иркутян к фейковой информации и ее распространению.

В анкетировании приняли участие 100 человек, проживающих в г. Иркутске. Из них мужчины (39 %) и женщины (61 %) от 25 до 40 лет, 45% из них имеют высшее образование, у 33 % респондентов неоконченное высшее и среднее профессиональное образование, остальные 22 % находятся в процессе обучения. Кроме того, практически все респонденты имеют семьи и детей, которые видят отношение своих родителей к массовой коммуникации, в частности, к фейкам. Большинство респондентов имеют высшее образование, семьи. Они владеют коммуникативными навыками и свободно ориентируются в интернет-пространстве.

Участники анкетирования отметили, что являются активными пользователями интернет-коммуникаций (в день «примерно четыре» и более часов), общаются в социальных сетях, имеют аккаунты (91 %), знают о фейках и понимают опасность недостоверной информации. 15 % респондентов заявили о том, что «попадались» на фейковую информацию («Слава Богу, без последствий») и знают людей, которые стали жертвами фейков («...искал работу, нашел в интернете, оказалось ловушкой, в результате был осужден...», «нашла целительницу

по интернету, перевела ей 900 тыс. руб., помощи не получила, лечиться в пограничном отделении...» и т. д.). 78 % респондентов (в том числе их дети) сталкивались с фейковой информацией разного характера («звонки / сообщения банковских работников», звонки / сообщения «сотрудников правоохранительных органов» и т. д.). Респонденты сообщили, что читают сообщения на разные темы, смотрят короткие видео, в том числе распространяя их, а вот изучать информацию на предмет ее достоверности «нет времени», «не знаю, где искать такую информацию». При этом 67 % опрошенных респондентов считают, что распространение фейков опасно. К причинам опасности распространения фейков отнесли «материальный и психологический ущерб», «повышение чувства страха», «ухудшение самочувствия, здоровья у пожилых людей», «втягивание детей в опасные группы» и т. д. 83 % опрошенных иркутян отметили необходимость борьбы с фейками.

Заключение

Очевидно, что фейки представляют собой огромную разрушительную силу, в разной степени воздействующую на все категории граждан. Создатели фейков искусственно наращивают уровень психологической напряженности в российском обществе с помощью постоянных вбросов на одни и те же темы. Своевременное реагирование, размещение опровержений и достоверной информации необходимо для снижения уровня тревожности в обществе и пресечения распространения фейковых нарративов. Важно активно противостоять манипулятивному воздействию фейковой информации, изучать и анализировать ее, просвещать граждан, разрабатывать методы предотвращения, обнаружения и прекращения распространения фейкового контента.

В ходе исследования установлены следующие способы верификации (проверки) фейков: важно проверить источник (ресурс, веб-адрес) информации и дату созданного материала (возможно, предлагаемый материал был ранее опубликован); найти первоисточник данного материала; оценить личность автора сообщения и его мотив; проверить данную информацию на подобную в других источниках (единичная информация должна вызвать подозрение); обращать внимание на множество репостов и отсутствие обсуждений читателей: возможно, это массовый вброс нужной кому-то информации; подвергать сомнению информацию: обобщенного характера (все, многие, ученые, военные, врачи и т. д.), без конкретных имен («политик сказал...», профессор доказал...», «журналист показал...» и т. д.), навязчивого характера («необходимый для вас», «то, что вам нужно», «без этого не обойтись», «лучше всех» и т. д.), агрессивные и ярко выраженные эмоциональные высказывания, а также такие высказывания, как «гарантирую», «всегда», «никогда», «только так» и многие другие.

В целом необходимо адекватно оценивать информацию в интернет-пространстве, тренировать критическое мышление, поскольку развитие информационных технологий набирает обороты, и связанные с ними негативные тенденции – такие, как применение фейков – усиливают манипулятивное влияние на общество, становятся угрозой безопасности личности, общества, государства.

Список литературы

- Анистратенко, Т. Г. (2020). Место Fake news в современных коммуникационных практиках. *Гуманитарий Юга России*, 9 (5), 75–81. <https://doi.org/10.18522/2227-8656.2020.5.5>
- Арчакова, М. А. (2023). Специфика распространения политических фейков. *Коммуникология: электронный научный журнал*, 8 (1), 53–62.

- Брусенская, Л. А., Куликова Э. Г. (2018). Фейк как элемент манипулирования общественным сознанием. *Гуманитарные и социальные науки*, 5, 101–112. <https://doi.org/10.18522/2070-1403-2018-70-5-101-112>
- Буткевич, С. А. (2021). Фейк-ньюс и медиа: проблемы дифференциации и пенализации. *Юристы-Правоведы*, 2, 74–79.
- Виловатых, А. В., Михеев, Е. А. (2018). Стратегические установки США и НАТО по организации и проведению операций информационно-психологического воздействия. *Наука. Культура. Общество*, 2-3, 131–142.
- Долгина, Е. С. (2021). Роль манипулирования массовым сознанием в современных средствах массовой информации. *Культура в фокусе научных парадигм*, 10-11, 330–334.
- Злоказов, К. В., Ворошилова, М. Б., Злоказова, Ю. В. (2021). Информация или дезинформация? Читатель и fake-news. *Политическая лингвистика*, 6 (90), 168–175. https://doi.org/10.26170/1999-2629_2021_06_19
- Иссерс, О. С. (2014). Медиафейки: между правдой и мистификацией. *Коммуникативные исследования*, 2 (2), 112–123.
- Корнилова, Е. Н. (2020). Манипуляции сознанием в процессе реформирования образования и науки в России. *Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология*, 26 (4), 48–75. <https://doi.org/10.24290/1029-3736-2020-26-4-48-75>
- Литинская, Е. А. (2021). Фейковые новости как явление информационного общества. *Гуманитарные проблемы военного дела*, 1 (26), 123–126.
- Нежкина, Л. Ю. (2023). К вопросу о манипулировании общественным сознанием в информационную эпоху. В Н. Ю. Куценко и др. (ред.), *Феномены медиа: социокультурная и философская реальность: материалы I Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (Санкт-Петербург, 01 декабря 2022 года, стр. 82–85)*. Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет гражданской авиации.
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *The Journal of Economic Perspectives*, 31 (2), 211–235.
- Bowman, S., & Willis, C. (2003). *We Media: How Audiences Are Shaping the Future of News and Information* Reston: The Media Center at the American Press Institute, 1-65.
- Fetzer, J. H. (2004). Disinformation: The Use of False Information. *Minds and Machines. Journal for Artificial Intelligence, Philosophy, and Cognitive Science*, 14 (2), 231–240.
- Gambín, Á. F., Yazidi, A., Vasilakos, A. et al. (2024). Deepfakes: current and future trends. *Artif Intell Rev*, 57, 64. <https://doi.org/10.1007/s10462-023-10679-x>
- Girgis, S, Amer, E, & Gadallah, M. (2018). Deep learning algorithms for detecting fake news in on-line text. In: *2018 13th international conference on computer engineering and systems (ICCES)*. Cairo, Egypt. IEEE, 93–97.
- Paterson, T., & Hanley, L. (2020). Political warfare in the digital age: cyber subversion, information operations and ‘deep fakes’. *Australian Journal of International Affairs*, 74: 4, 439–454. <https://doi.org/10.1080/10357718.2020.1734772>
- Ramos-Zaga, F. (2024). Deepfake: Análisis de sus implicancias tecnológicas y jurídicas en la era de la Inteligencia Artificial. *Derecho Global. Estudios Sobre Derecho Y Justicia*, 9 (27:Julio-Octubre), 359–387. <https://doi.org/10.32870/dgedj.v9i27.754>
- Tandoc, E., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining “Fake News”. *Digital Journalism*, 6:2: 137–153. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>

References

- Anistratenko, T. G. (2020). Mesto Fake news v sovremennyh kommunikacionnyh praktikah. *Gumanitarnij Yuga Rossii*, 9 (5), 75–81. <https://doi.org/10.18522/2227-8656.2020.5.5>
- Archakova, M. A. (2023). Specifika rasprostraneniya politicheskikh fejkov. *Kommunikologiya: elektronnyj nauchnyj zhurnal*, 8 (1), 53–62.
- Brusenskaya, L. A., Kulikova E. G. (2018). Fejk kak element manipulirovaniya obshchestvennym soznaniem. *Gumanitarnye i social'nye nauki*, 5, 101–112. <https://doi.org/10.18522/2070-1403-2018-70-5-101-112>
- Butkevich, S. A. (2021). Fejk-n'yus i media: problemy differenciacii i penalizacii. *Yurist'-Pravoved'*, 2, 74–79.
- Vilovatyh, A. V., Miheev, E. A. (2018). Strategicheskie ustanovki SSHA i NATO po organizacii i provedeniyu operacij informacionno-psihologicheskogo vozdejstviya. *Nauka. Kul'tura. Obshchestvo*, 2-3, 131–142.
- Dolgina, E. S. (2021). Rol' manipulirovaniya massovym soznaniem v sovremennyh sredstvakh massovoj informacii. *Kul'tura v fokuse nauchnyh paradigim*, 10-11, 330–334.
- Zlokazov, K. V., Voroshilova, M. B., Zlokazova, YU. V. (2021). Informaciya ili dezinformaciya? Chitatel' i fake-news. *Politicheskaya lingvistika*, 6 (90), 168–175. https://doi.org/10.26170/1999-2629_2021_06_19
- Issers, O. S. (2014). Mediafejki: mezhdru pravdoj i mistifikaciej. *Kommunikativnye issledovaniya*, 2 (2), 112–123.
- Kornilova, E. N. (2020). Manipulyacii soznaniem v processe reformirovaniya obrazovaniya i nauki v Rossii. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 18. Sociologiya i politologiya*, 26 (4), 48–75. <https://doi.org/10.24290/1029-3736-2020-26-4-48-75>
- Litinskaya, E. A. (2021). Fejkovyje novosti kak yavlenie informacionnogo obshchestva. *Gumanitarnye problemy voennogo dela*, 1 (26), 123–126.
- Nezhkina, L. Yu. (2023). K voprosu o manipulirovanii obshchestvennym soznaniem v informacionnuyu epohu. V N. Yu. Kucenko i dr. (red.), *Fenomeny media: sociokul'turnaya i filosofskaya real'nost'*: materialy I Vserossijskoj nauchno-prakticheskoy konferencii s mezhdunarodnym uchastiem (Sankt-Peterburg, 01 dekabrya 2022 goda, str. 82–85). Saint Petersburg: Sankt-Peterburgskij gosudarstvennyj universitet grazhdanskoj aviacii.
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *The Journal of Economic Perspectives*, 31 (2), 211–235.
- Bowman, S., & Willis, C. (2003). *We Media: How Audiences Are Shaping the Future of News and Information* Reston: The Media Center at the American Press Institute, 1-65.
- Fetzer, J. H. (2004). Disinformation: The Use of False Information. *Minds and Machines. Journal for Artificial Intelligence, Philosophy, and Cognitive Science*, 14 (2), 231–240.
- Gambín, Á. F., Yazidi, A., Vasilakos, A. et al. (2024). Deepfakes: current and future trends. *Artif Intell Rev*, 57, 64. <https://doi.org/10.1007/s10462-023-10679-x>
- Girgis, S, Amer, E, & Gadallah, M. (2018). Deep learning algorithms for detecting fake news in online text. In: *2018 13th international conference on computer engineering and systems (ICCES)*. Cairo, Egypt. IEEE, 93–97.
- Paterson, T., & Hanley, L. (2020). Political warfare in the digital age: cyber subversion, information operations and 'deep fakes'. *Australian Journal of International Affairs*, 74: 4, 439–454. <https://doi.org/10.1080/10357718.2020.1734772>
- Ramos-Zaga, F. (2024). Deepfake: Análisis de sus implicancias tecnológicas y jurídicas en la era de la Inteligencia Artificial. *Derecho Global. Estudios Sobre Derecho Y Justicia*, 9 (27:Julio-Octubre), 359–387. <https://doi.org/10.32870/dgedj.v9i27.754>

Tandoc, E., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining “Fake News”. *Digital Journalism*, 6:2: 137–153.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>

Информация об авторах

Лариса Юрьевна Нежкина – доцент кафедры философии и социально-гуманитарных дисциплин Восточно-Сибирского института МВД России, кандидат педагогических наук.

Антон Сергеевич Душкин – начальник кафедры педагогики и психологии Санкт-Петербургского университета МВД России, кандидат психологических наук, доцент.

About the authors

Larisa Y. Nezhkina – Associate Professor at the Department of Philosophy and Social and Humanitarian Disciplines of the East-Siberian Institute of the MIA of Russia, Cand. of Sci. (Ped.).

Anton S. Dushkin – Head of the Department of Pedagogy and Psychology of St. Petersburg University of the MIA of Russia, Cand. Sci. (Psychol.), Docent.

Вклад авторов

Авторы внесли равный вклад в разработку исследования, обработку его результатов и написание текста статьи.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Authors' contribution

The authors contributed equally to the research development, results processing and writing the text of the article.

The authors declare no conflicts of interests.

Поступила в редакцию 13.02.2024

Одобрена после рецензирования 24.05.2024

Опубликована 28.07.2024

Submitted February 13, 2024

Approved after reviewing May 24, 2024

Accepted July 28, 2024