



УДК 330.162, 334.024

DOI: 10.25688/2312-6647.2023.35.1.11

**ФЕЙКОВЫЕ НОВОСТИ:
АНАЛИЗ ИЗУЧЕННОСТИ, КЛАССИФИКАЦИЯ,
ВЛИЯНИЕ НА ПОВЕДЕНИЕ ЧЕЛОВЕКА**

Тхориков Борис Александрович

Белгородский государственный национальный исследовательский университет, Белгород, Россия

Tkhorikov@bsu.edu.ru

ORCID: 0000-0001-6451-1123

Аннотация. В статье анализируется восприятие России и США как ключевых акторов, использующих фейковые новости для достижения политических и военных целей при ведении гибридной или нетрадиционной войны. С помощью библиографического анализа научных публикаций, размещенных в НЭБ eLIBRARY.RU и библиографической базе данных Scopus, проводится сравнительный анализ научного интереса и изученности фейков как феноменов современного общества в отечественной и зарубежной научной литературе. Делается вывод о значительном отставании российских ученых в области практического создания или противодействия созданию фейковых материалов. Производится попытка выделить универсальные решения среди множества разрозненных и не связанных между собой авторских подходов к изучению фейкового контента. В качестве таковых предлагается использовать классификацию фейкового материала и процесс, объясняющий негативное влияние фейков на поведение человека.

Ключевые слова: фейковые новости; фейковый контент; классификация фейковых материалов; влияние; поведение человека.

UDC 330.162, 334.024

DOI: 10.25688/2312-6647.2023.35.1.11

FAKE NEWS: STUDY ANALYSIS, CLASSIFICATION, HUMAN BEHAVIOR IMPACT MODEL

Tkhorikov Boris Aleksandrovich

Belgorod State National Research University, Belgorod, Russia

tkhorikov@bsu.edu.ru

ORCID: 0000-0001-6451-1123

Abstract. The article analyzes the perception of Russia and the United States as key actors using fake news to achieve political and military goals in the conduct of a hybrid or unconventional war. With the help of a bibliographic analysis of scientific publications posted in the NEB eLIBRARY.RU and the Scopus bibliographic database, a comparative analysis of the scientific interest and knowledge of fakes, as phenomena of modern society, in domestic and foreign scientific literature is carried out. It is concluded that Russian scientists are significantly behind in the field of practical creation or counteraction to the creation of fake materials. An attempt is made to identify universal solutions among the many disparate and unrelated author's approaches to the study of fake content. As such, it is proposed to use the classification of fake material and the process that explains the negative impact of fakes on human behavior.

Keywords: fake news; fake content; classification of fake materials; influence; human behavior.

Введение

В информационном пространстве общественно-политической и социально-экономической жизни общества проблема функционирования слухов, мифов и целенаправленных вымыслов существует давно. Одной из первых официально зафиксированных фейковых новостей принято считать «Великую лунную мистификацию» 1835 года, когда в газете New York Sun была опубликована серия статей об открытии жизни на Луне. По мере развития и усложнения общества, обострения внутри- и межстрановых противоречий и конфликтов проблема создания и целенаправленного использования фейков возникает с новой силой и в более изощренной форме. С конца XX века и в настоящее время разнообразные фейки, как правило, объединяемые общим понятием «фейковые новости», стали инструментом ведения гибридной или нетрадиционной войны (unconventional warfare). Крымская весна (2014), выборы Трампа (2016) и специальная военная операция на Украине (2022) — глобальные события, сопровождающиеся увеличивающимся раз от раза количеством фейковых материалов, используемых в качестве информационно-психологического воздействия на поведение людей [2].

Накопленный в прошедшие десятилетия значительный эмпирический опыт, высокая востребованность в интересах политиков и военных в настоящее время актуализируют необходимость научного осмысления и методической формализации технологий создания фейков, чтобы показать их роль в других сферах с точки зрения негативных эффектов использования недостоверных материалов и неумелой их нейтрализации.

Информационное противостояние стало обязательным атрибутом современной системы отношений в экономической и политической сферах во всем мире. В настоящее время ярко проявляется противостояние США и России, о чем в различных открытых источниках существует множество подтверждений. Так, с подачи Марка Галеотти, почетного профессора Школы славянских и восточноевропейских исследований (Лондон, Англия), в широкий оборот на Западе вошло понятие «доктрина Герасимова»¹, согласно которой начальник Генерального штаба Вооруженных сил Российской Федерации первый заместитель министра обороны Российской Федерации В. В. Герасимов выступает идеологом ведения новых гибридных войн, предполагающих контроль информационного пространства экономической, политической и дипломатической деятельности в режиме реального времени, усиливаемый уничтожением с помощью сверхточного оружия военных объектов в глубине вражеской территории². Средствам массовой информации, использующим фейковые материалы и дезинформацию, как утверждает Андраш Рач [4], старший научный сотрудник Финского института международных отношений (Хельсинки, Финляндия), отводится роль посева «неуверенности в себе и страха» для преодоления психологического сопротивления противника.

Официальные источники российской стороны, напротив, заявляют о посягательствах США и НАТО на суверенитет страны, в том числе с помощью мирового информационного давления, насаждающего через фейки восприятие Российской Федерации как главной угрозы глобальной безопасности. Контраргументами в информационном поле выступают публикации типа статьи «Концепция когнитивной войны» Бернар Клавери и Франсуа дю Клузеля [3], в которых говорится о военных доктринах США и Европы по негативному воздействию на мировоззрение и психическое здоровье граждан стран — потенциальных противников. За счет применения комплекса нано-, био-, инфо- и когнитивных технологий делаются попытки разрушить самоидентификацию и ментальную уверенность людей, что крайне важно для эффективного функционирования как отдельных социальных групп, так и целых наций (например, научный проект NBIC Министерства обороны США, 2002).

¹ *Galeotti M.* The «Gerasimov Doctrine» and Russian Non-Linear War. [Электронный ресурс]. // In Moscow's Shadows URL: <https://inmoscowshadows.wordpress.com/2014/07/06/the-gerasimov-doctrine-and-russian-non-linear-war/> (дата обращения: 15.03.2022).

² *Murphy M.* Understanding Russia's Concept for Total War in Europe. September 12, 2016. [Электронный ресурс]. // The Heritage Foundation. URL: https://www.heritage.org/defense/report/understanding-russias-concept-total-war-europe#_ftnref16 (дата обращения: 15.03.2022).

Реферативный обзор публицистических материалов об использовании фейков для воздействия на общественные настроения, их обсуждений и интерпретаций позволяет охарактеризовать этот массив информации как субъективно-оценочный и конспирологический, не содержащий ни теоретических, ни методических обоснований применения фейковых сообщений.

Это противоречие определило *цель исследования* — дать оценку степени изученности в российской и зарубежной научной литературе научного аппарата фейков, существующего инструментария использования и обосновать предпосылки формирования методологической базы преодоления негативных последствий фейк-контента.

Методология и результаты исследования

Научные результаты получены с помощью следующих групп методов: универсальные методы познания, такие как синтез, классификация, формализация, а также компаративный анализ точек зрения и взглядов, изложенных в научной и публицистической литературе. В частности, для оценки степени изученности проблемы фейков были отобраны десять наиболее цитируемых публикаций в НЭБ eLIBRARY.RU и библиографической базе данных Scopus, без ограничений по хронологическому периоду. В таблицах 1 и 2 представлены сведения об этих публикациях, а также кратко изложены их содержание и общее число цитирований.

Таблица 1

Анализ содержания 10 наиболее цитируемых публикаций о фейковых новостях, размещенных в НЭБ eLIBRARY.RU

Авторы и название статьи	Научная область и содержание статьи	Цитирования
Суходолов А. П., Бычкова А. М. (2017). «Фейковые новости» как феномен современного медиапространства: понятие, виды, назначение, меры противодействия	Журналистика. Описание реакций Д. Трампа на фейковые новости избирательной кампании в США (2017); раскрытие смыслового содержания понятия «фейк»; анализ нормативных документов; авторская классификация фейковых новостей и декларативные предложения по борьбе с ними. Первичные данные не используются.	100
Ефанов А. А. (2018). Функционирование псевдо-новости в полях телевидения и интернета: типология, практики, социальные эффекты	Журналистика. Анализ смыслового содержания понятия «пост-правда»; рассмотрение кейсов противостояния ВГТРК и «Эха Москвы», искажения СМИ выступления школьника из Нового Уренгоя в Бундестаге. Первичные данные не используются	30

Авторы и название статьи	Научная область и содержание статьи	Цитирования
Садыков Д. И., Ахметьянова Н. А. (2020). Распространение фейковых новостей во время пандемии COVID-19	Филология. Поверхностный обзор 7 источников информации, завершающийся известным тезисом о том, что неопределенность в обществе создает благоприятную среду для появления и распространения слухов. Первичные данные не используются	29
Кошкарлова Н. Н. (2018). Фейковые новости: креативное решение или мошенничество?	Социоллингвистика. Теоретический анализ фейковых новостей как феномена современного медийного пространства; изложение общих рекомендаций по распознаванию фейковых новостей. Первичные данные не используются	22
Ершов Ю. М. (2018). Феномен фейка в контексте коммуникационных практик	Журналистика. Размышления о негативном влиянии фейков на общественное развитие; общее описание механизмов влияния фейков на поведение человека и их распространения в информационном поле; обзор применения фейков в деятельности политических партий. Первичные данные не используются	20
Красовская Н. Р., Гуляев А. А., Юлина Г. Н. (2019). Фейковые новости как феномен современности	Социология. Публикация в целом повторяет работу А. П. Суходолова, А. М. Бычковой. «Фейковые новости» как феномен современного медиaprостранства: понятие, виды, назначение, меры противодействия. Первичные данные не используются	20
Головацкая О. Е. (2019). Значение и происхождение термина fake news	Журналистика. Семантический анализ и эволюция формирования понятия Fake news; обзор исследований фейковых новостей. Первичные данные не используются	18
Соколова Д. В. (2018). Фактчекинг и верификация информации в российских СМИ: результаты опроса	Журналистика. Анализ техник и проблем проверки информации в работе редакторов для исключения фейковых материалов. Используются результаты авторского исследования ($N = 100$)	17
Корецкая О. В. (2017). Концепт post-truth как лингвистическое явление современного англоязычного медиадискурса	Филология. Рассмотрены лингвистические особенности формирования и использования концепта post-truth в современном английском языке. Первичные данные не используются	16

Авторы и название статьи	Научная область и содержание статьи	Цитирования
Шушпанова И. С. (2018). «Постправда» в социальной реальности: риски и угрозы	Социология. Генезис феномена «постправды» и его социологический анализ. Первичные данные не используются	16

Источник: составлено автором.

Таблица 2

Анализ содержания 10 наиболее цитируемых публикаций о фейковых новостях, размещенных в библиографической базе данных Scopus

Авторы и название статьи (в переводе на русский язык)	Научная область и содержание статьи	Цитирования
Левандовски С., Экер Ю., Кук Дж. (2017). За пределами дезинформации: понимание и преодоление эпохи «постправды»	Психология. Теоретический анализ (80 источников) негативного влияния фейковых материалов на глобальное общественное развитие. Объяснение причин возникновения эпохи постправды. Анализ ущерба от фейковых новостей в политической сфере на основе множества кейсов. Первичные данные не используются	414
Пенникук Г., Кэннон Т., Рэнд Д. (2018). Предварительное воздействие повышает воспринимаемую достоверность фейковых новостей	Психология. Авторское исследование возможности правдоподобных заголовков повышать доверие к фейковым материалам, распространяемым в социальных сетях	284
Бакир В., Макстей А. (2018). Фейковые новости и экономика эмоций: проблемы, причины, решения	Социальные медиа. Авторское исследование эффективности влияния фейковых новостей, подготовленных на основе личных и эмоциональных интересов получателей информации	256
Шойфеле Д., Краузе Н. (2019). Дезинформация и фейковые новости в научном сообществе	Социальные медиа. Авторское исследование причин распространения дезинформации в обществе о научном знании. Оценка зависимости между мотивацией (и другими факторами) человека и его возможностями выявлять ложную информацию	223
Ахмед В. и др (2020). COVID-19 и теория заговора 5G: анализ социальных сетей	Социальные медиа. Авторское исследование возможности предотвращения распространения фейковых новостей с помощью оперативного выпуска их опровержений	219

Авторы и название статьи (в переводе на русский язык)	Научная область и содержание статьи	Цитиро- вания
	(на примере заблуждения о связи установок вышек мобильной связи 5G и появления коронавируса)	
Розенбек Дж. и др. (2020). Восприимчивость к дезинформации о COVID-19 во всем мире	Психология. Международное авторское исследование негативного влияния фейковой информации о Covid-19 на эффективность борьбы с ним. Доказывается необходимость повышения общественного доверия к науке и ученым	203
Ахмад А., Мурад Х. (2020). Влияние социальных сетей на панику во время пандемии COVID-19 в иракском Курдистане	Социальные медиа. Авторское исследование распространения непроверенных (фейковых) материалов пользователями через социальные сети и их влияние на деструктивное поведение людей в обществе	184
Пенникук Г., Рэнд Д. (2019). Борьба с дезинформацией в социальных сетях с помощью краудсорсинговых оценок о качестве источника новостей	Социальные медиа. Авторское исследование возможностей рейтинговых СМИ на основе оценок достоверности их материалов, полученных от широкого круга людей	172
Пенникук Г., Рэнд Д. (2020). Кто попадает на фейковые новости?	Психология. Авторское исследование о подверженности людей фейковым новостям и причинам доверия к ним. Делается вывод, что доверие к непроверенным материалам является общей тенденцией развития общества, новой нормальностью	160
Гельферт А. (2018). Фейковые новости: определение	Филология. Теоретический анализ возникновения и постепенного смыслового наполнения понятия фейковых новостей. Первичные данные не используются	139

Источник: составлено автором.

Содержание отечественных публикаций однозначно указывает на преобладание интереса к изучению сущности фейковых новостей как феномена современной жизни. Авторы из возможных научных методов исследования используют преимущественно теоретические и почти не оперируют первичными данными, не приводят результатов эмпирических исследований или экспериментов.

Сравнение количества цитирований отечественных и зарубежных публикаций свидетельствует о том, что фейки не относятся к мейнстриму российской науки. В отличие от этого в зарубежных публикациях теоретическим аспектам осмысления фейков уделяется меньше внимания, и основной акцент делается

на поиске способов реализации или предотвращения использования фейковых материалов в качестве инструментов социального влияния. Свои выводы и рекомендации зарубежные авторы чаще делают с опорой на обширную эмпирическую доказательную базу.

При этом и отечественные, и зарубежные ученые не предпринимают активных попыток сформировать концептуальную методологию, позволяющую углублять и развивать исследования фейков как информационного феномена. Для преодоления субъективности и специфичности различных точек зрения предлагаем рассмотреть два исследовательских приема, обладающих, по мнению авторов, потенциалом для распространения и создания универсальной методологии.

Первый — систематизированная классификация фейк-контента, предложенная Клэр Уордл [5], руководителем First Draft — крупнейшей в мире некоммерческой организации, занимающейся изучением методов борьбы с ложной информацией. В соответствии с ней выделены семь типов фейков по признакам масштабов негативных последствий и восприятия людьми (табл. 3).

Таблица 3

Классификация фейк-контента

Тип фейкового контента	Характеристика	Область применения
«Ложная связь»	Несоответствие заголовков и визуального оформления реальному содержанию	Используется для привлечения и монетизации внимания аудитории, в том числе через кликбейт
«Сатира (пародия)»	Создание развлекательного контента с помощью умышленного искажения информации без преднамеренного желания причинить вред адресатам	В особых случаях может использоваться в качестве первоисточника информации («мимикрирующий контент») на который впоследствии будут ссылаться при распространении «сфабрированного контента»
«Введение в заблуждение»	Умышленное создание эмоционального напряжения у получателей контента с помощью некорректного преподнесения информации	Используется пабликами в социальных сетях для увеличения просмотров и вовлечения аудитории; в политических и пропагандистских целях для провоцирования беспокойства и продвижения каких-либо идей
«Ложный контекст»	Умышленное или неумышленное построение на основании подлинной информации неверных выводов или ее изложение в ложном контексте	Характерен для контента экспертного типа, распространяемого в СМИ, новостных пабликах и личных страницах его авторов. Используется

Тип фейкового контента	Характеристика	Область применения
		для привлечения и монетизации внимания аудитории, реализации политических и пропагандистских целей
«Мимикрирующий контент»	Подмена подлинного первоисточника информации. Проявляется в виде стилизации под авторитетные источники, в том числе через копирование внешнего вида их сайтов и создание близких по названию доменов, или усиления значимости недостоверного (сомнительного) источника через ассоциирование с компетентными структурами с помощью фраз «источник в Кремле», «источник, близкий к принятию решений»	Используется для провоцирования беспокойства, достижения коммерческих целей или пропагандистских задач
«Манипулирующий контент»	Искаженное представление подлинной информации (текста, изображений) с целью обмана и введения в заблуждение	Используется для влияния на общественные настроения, усиления политического влияния и пропаганды
«Сфабрикованный контент»	Абсолютно ложный контент, направленный на обман и нанесение вреда его получателям	Одинаково часто применяется в развлекательных, коммерческих и политических сферах

Источник: составлено автором с использованием [5].

Второй — структурно-логическая схема процесса влияния фейковых материалов, построенная с использованием модели коммуникации Де Флера [3] (рис. 1).

Заинтересованные акторы (1) создают фейк-контент на основе простых кодировок *сообщений* (2). Это позволяет вовлечь в распространение контента различные каналы (3), поддерживаемые техническими устройствами, доступными большинству получателей (4), а также обеспечивает виральность контента (желание перепостить информацию) с помощью простых вариаций фейков в зависимости от интересов разных целевых аудиторий, открытых для таргетирования (5).

Готовность человека получать фейковый контент (6) связана с его эмоциональной выразительностью, привлекающей внимание, декодируемой далее в виде потенциальных угроз и контрастных отличий, якобы происходящих событий, от привычного хода вещей (7, 10). Поскольку каналы передачи

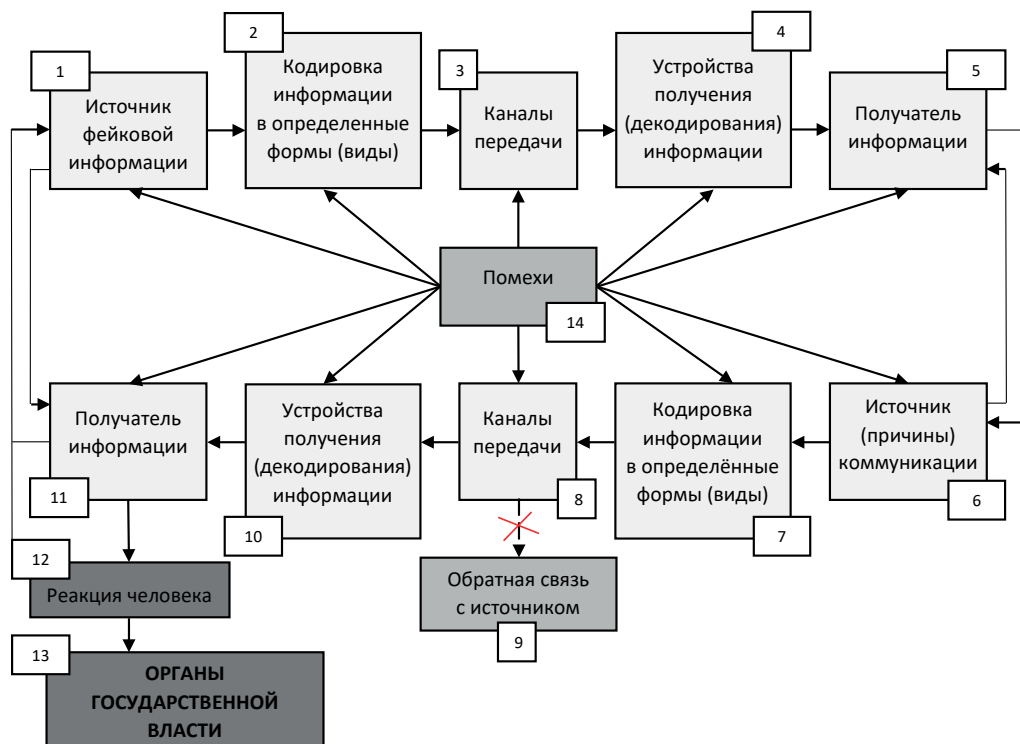


Рис. 1. Структурно-логическая схема процесса воздействия фейковых материалов на поведение человека

Источник: составлено автором с использованием [3].

информации (8) не предусматривают обратной связи (1, 9), то это приводит к дезориентации смыслов у получателей (11) и провоцирует их реакции (12) в отношении официальных властей (13), имеющих иную позицию в оценке каких-либо событий, что порождает конфликт: фейк-контент запускают одни, а ответственными за последствия вымыслов являются другие. Это подкрепляется иными информационными шумами и рядом специальных помех (14), которые всегда присутствуют в информационном пространстве. При этом дискредитации источников фейковой информации, как правило, не происходит, поэтому цикл повторяется. В целом оценка эффективности фейк-контента производится с помощью наблюдений за изменением состояний целевых аудиторий и их реакций.

Важно отметить, что фейк-контент не представляет репутационной угрозы и не снижает доверия к его источникам из-за перенасыщенности информационного поля. Разоблачение или обзор чего-то ошибочного в прошлом является малоинтересным и непонятым ввиду непрерывного изменения контекста происходящих новых событий. В качестве примера можно привести фейковую информацию об уничтожении украинских пограничников с острова Змеиный, которая моментально трансформировалась и укоренилась в популярный образ про «русский корабль».

Один из отечественных специалистов в области психологического обеспечения ситуаций военных действий А. Г. Караяни сделал следующие выводы об эффектах, которые повышают устойчивость фейковой информации³. Во-первых, эффект первичности — первое сообщение о каком-либо событии оказывает более сильное воздействие, чем последующие (оперативно размещенные, фейки сформируют позицию в целевой аудитории, которую затем непросто изменить). Во-вторых, эффект авторитета — чем ярче у источника фейков признаки традиционной, информационной или экспертной власти, тем большее внушающее воздействие он способен оказать. Далее следуют: эффект «голос пророка» — иллюзия того, что излагаемая информация содержит факты, возникновение которых было предсказано ранее; эффект повторения — при передаче одного и того же сообщения трижды (в кратком изложении, полном и снова в кратком) повышается его запоминаемость, а затем еще и переносится в другой формат (новости, аналитический обзор, интервью); эффект возложения ответственности — на узкую группу субъектов, которые виновны в бедах и проблемах в обществе.

Заключение

Фейковые новости являются современным феноменом информационного пространства, в котором объективные факты становятся менее значимыми по сравнению с эмоциональным контекстом и субъективной интерпретацией событий.

Как научная категория, фейк-контент только начинает формироваться и осмысливаться отечественными исследователями, хотя в других странах есть очевидные примеры его использования как инструмента воздействия на целевую аудиторию. Более того, можно говорить об осознании угроз от использования и трендах противостояния фейк-контенту, поскольку технологии его создания и распространения учитывают неспособность целевых аудиторий распознать и (или) противостоять фейкам и снижают рациональность их решений. Однако подобная работа пока не имеет заметных успехов из-за использования единственного методического инструмента — фактчекинга (от *англ.* fact-checking — проверка фактов) и отсутствия концентрации внимания ученых на разработке универсальной методологии нейтрализации влияния фейков, в которую, по мнению авторов, может быть включено единое понимание: 1) видов фейкового контента, предложенное Клэр Уордл; 2) процессов распространения и деструктивного воздействия фейковой информации на поведение человека, описанное в модели коммуникации Де Флера.

³ Караяни А. Г. Информационно-психологическое противоборство в современной войне. 16.08.2014. [Электронный ресурс] // Военно-информационный портал «Армия России». URL: http://armyus.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=739 (дата обращения: 15.04.2022).

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Макаренко С. И. Информационное противоборство и радиоэлектронная борьба в сетевых войнах начала XXI века. СПб.: Научно-технологические, 2017. 546 с.
2. Claverie B., Cluzel F. The Cognitive Warfare Concept [Электронный ресурс]. URL: https://www.innovationhub-act.org/sites/default/files/2022-02/CW%20article%20Claverie%20du%20Cluzel%20final_0.pdf (дата обращения: 16.03.2022).
3. Foulger D. Models of the communication process. New Jersey: Brooklyn, 2004. P. 1–13.
4. Racz A. Russia's Hybrid War in Ukraine. Breaking the Enemy's Ability to Resist / The Finnish Institute of International. Helsinki: Affairs Ulkopoliittinen instituutti, 2015. 101 p.
5. Wardle C. «Fake news. It's complicated» // First Draft. 2017. № 16. P. 1–11.

References

1. Makarenko S. I. Information warfare and electronic warfare in the network-centric wars of the beginning of the XXI century. St. Petersburg: Naukoemkie tchnologyi, 2017. 546 p.
2. Claverie B., Cluzel F. The Cognitive Warfare Concept [Elektronic resource]. URL: https://www.innovationhub-act.org/sites/default/files/202202/CW%20article%20Claverie%20du%20Cluzel%20final_0.pdf (data of access: 16.03.2022).
3. Foulger D. Models of the communication process. New Jersey: Brooklyn, 2004. P. 1–13.
4. Racz A. Russia's Hybrid War in Ukraine. Breaking the Enemy's Ability to Resist / The Finnish Institute of International. Helsinki: Affairs Ulkopoliittinen instituutti, 2015. 101 p.
5. Wardle C. «Fake news. It's complicated» // First Draft. 2017. № 16. P. 1–11.