

Д. М. Журавлев

ФЕЙКИ КАК СПОСОБ ЯЗЫКОВОГО МАНИПУЛИРОВАНИЯ И ТРАНСФОРМАЦИИ ОБЩЕСТВЕННОГО СОЗНАНИЯ В СМИ

Кубанский государственный университет, г. Краснодар, Россия

Аннотация. Статья посвящена изучению фейков, которые в контексте СМИ функционируют в качестве инструмента языкового манипулирования и трансформации общественного сознания. Выделяются способы репрезентации недостоверной информации. Приводятся различные определения понятия «фейк», отмечаются характерные особенности данного феномена. Рассматриваемое явление представляет угрозу, так как намеренное распространение дезинформации влияет на общественное сознание человека. Фейк-новости в СМИ служат различным целям, однако основной фундамент такого рода информации – язык. Особое значение в статье уделяется вопросу выявления фейков через определенные маркеры языкового манипулирования. Реципиент, не владеющий определенной системой противодействия фейкам, не способен защититься от их влияния. В рамках нашего исследования была разработана классификация маркеров фейковых новостей, которая опирается на исследования И. А. Стернина, А. М. Шестерниной и А. В. Николаевой. На основе изучения фейковых заголовков и статей, взятых из популярных электронных изданий, выявлены наиболее характерные маркеры фейк-новостей в русскоязычных и англоязычных СМИ. Определены сходства в их построении и отличительные особенности в использовании маркеров.

Ключевые слова: *фейковые новости, фейки, постправда, языковое манипулирование, глобализация, общественное восприятие, медиадискурс*

D. M. Zhuravlyov

MEDIA FAKES AS A MEANS OF LINGUISTIC MANIPULATION AND TRANSFORMATION OF PUBLIC CONSCIOUSNESS

Kuban State University, Krasnodar, Russia

Abstract. The article examines media fakes as a means of linguistic manipulation and transformation of public consciousness in the media, and defines the role of fakes in the system of language manipulation. Various definitions of the concept of "fake" and its characteristic features are examined. Fakes pose a threat because they elicit changes in public consciousness. Fake news in the media serves various purposes, and the main foundation of this kind of news is language. The article focuses on the issue of detecting fakes through markers of linguistic manipulation. A recipient who does not know a certain system of anti-fake measures is not able to protect themselves from linguistic manipulation. As part of our research, a classification of fake news markers was developed. The classification is based on the research of I.A. Sternin, A.M. Shesternina and A.V. Nikolaeva. Based on fake articles from popular electronic publications, the most characteristic markers of fake news in Russian and English-language media have been identified. Similarities in the construction of fakes and distinctive features in the use of markers in the mass media in Russian-language and English-language fake news are identified.

Keywords: *fake news, fakes, post-truth, linguistic manipulation, globalization, public perception, media discourse*

Введение. В современных СМИ возрастает количество информации, которая не имеет никакого отношения к действительности. Недостоверные, ложные и выдуманные факты

действительности оказывают негативное влияние на сознание человека и приводят к нарушению отношений между людьми, принятых норм и правил в обществе, ценностей и традиций.

Информация – инструмент трансформации общественного мнения, которое позволяет использовать ее в различных целях и интересах. На протяжении всей истории человечества существовал и развивался механизм информационных искажений. Сам термин «fake news», или «фейковые новости», появился в информационном поле СМИ сравнительно недавно.

Вопросам манипулятивного влияния фейков на общественное сознание человека посвящены многие труды отечественных исследователей – Е. Н. Богдан, А. Ю. Дашковой, С. Н. Ильченко, З. Б. Кабышевой, Д. И. Ляшенко, В. Ю. Меликяна, Н. Ф. Пономарева, С. С. Распоповой, А. П. Суходолова, З. З. Чанышевой и др. Среди зарубежных исследований отметим работы Э. Тандок-младшего, Ц. В. Лим и Р. Линг, С. Бхаттачарья, Н. Парде, Р. Ошикава и др.

Сущность манипулятивного воздействия на сознание людей через СМИ изучали Г. Почепцов, Я. Зодерквист, С. Кара-Мурза, Г. Шиллер, Е. Доценко, А. Рябоконт, А. Пригорницкий. Исследованию манипулирования путем информационных войн посвящены труды таких российских ученых, как И. Панарин, С. Расторгуев, А. Манойло.

Медиасреда благоприятно способствует созданию и развитию различных типов фейковых новостей: от рекламы до политики. Главная особенность этих новостей – замена факта таким явлением, как фактоид. В. И. Карасик отмечает, что в последнее время фейковые новости в своем содержательном плане вышли за пределы философской парадигмы и стали обрастать лингвокультурными и ценностными коннотациями [3, с. 23]. Именно фактоид – недостоверное или ложное утверждение, становится основой для создания фейк-новости, и, только владея знаниями о принципах их создания, реципиент сможет прийти к истине.

Цель нашего исследования – определить роль фейков как одного из средств языкового манипулирования и трансформации общественного сознания в медиадискурсе.

Задачи исследования:

- 1) определить место фейковых новостей в системе языкового манипулирования в СМИ;
- 2) раскрыть сущность понятия «фейк» на основе публикаций отечественных и зарубежных исследователей, посвященных данной проблеме;
- 3) выявить маркеры языкового манипулирования, используемые при создании фейковых новостей в русскоязычных и англоязычных СМИ.

Актуальность исследуемой проблемы. Сегодня существование современного общества невозможно представить вне медиа. В последнее время оформилось и стало чрезвычайно актуальным понятие «фейковые новости». Само явление, естественно, не является новым и берет свое начало из прошлого. Фейковые новости способны отвлечь внимание аудитории от действительно значимых и важных событий. В современной действительности фейк-новости в СМИ служат различным целям – для увеличения популярности информационных изданий, как один из способов заработка, для создания сенсаций об известных людях. Основным средством, на котором базируется их создание, являются возможности языка. По словам М. Р. Желтухиной, «в XXI веке наблюдается расцвет распространения фейковых новостей» [2, с. 114]. Их успех заключается в создании устойчивой связи между эмоциями и привнесенным в фактологию семантическим содержанием, когда информации приписываются те явления, которые не соответствуют истине.

В связи с этим возрастает потребность современного общества в средствах противодействия фейковым новостям. На данный момент одна из важных задач общества – научиться определять фейки в огромных потоках информации, а также принимать меры борьбы с недостоверными сведениями. Предложенная в нашем исследовании классификация

на основе отечественных работ является начальным этапом в определении основных характерных черт фейковых новостей и предотвращении их языкового манипулирования, оказывающего воздействие на реципиентов информации.

Материал и методы исследования. Материалом для исследования послужили статьи, взятые из изданий «Lenta.ru» (11.12.2023, 13.12.2023), «360» (15.02.2024), «World of news» (02.07.2023), «Газета.ru» (01.02.2024), «Новости восточной ленты» (27.11.2023), «The Sun» (17.02.2024), «CBS NEWS» (17.01.2024), «The Independent» (16.02.2024), «The Guardian» (04.02.2024). Всего в процессе исследования было проанализировано 10 статей.

В ходе работы использовались следующие методы: описательный – для сбора и обработки анализируемых текстов; метод семантического анализа – для установления логико-смысловой нагрузки исследуемых единиц; метод интерпретационного анализа при толковании общего смысла высказывания; метод анализа дифференциальных признаков и сопоставительный метод – для разграничения видов речевого воздействия.

Результаты исследования и их обсуждение. В наше время, несмотря на стремительное развитие инновационных технологий определения и выявления недостоверных источников информации в СМИ, проблема широкого распространения фейков все же остается нерешенной. Общество продолжает взаимодействовать с фейковым контентом, обсуждая и продвигая его.

Исследователи Д. И. Ляшенко, В. Ю. Меликян отмечают, что данное явление основывается на двух каналах работы с информацией: логическом и эмоциональном [4, с. 66]. Фейк подменяет достоверные сведения недостоверными и использует модель речевого воздействия, похожую на убеждение.

Отметим, что огромное значение имеет эмоциональный аспект в современных СМИ, который становится важнее факта, а мнение – важнее достоверности. Изучение дезинформации является предметом лингвистического исследования продолжительное время и на данный момент приобретает особую актуальность. Ложная информация все больше культивируется как один из видов искусства, в котором СМИ пытаются преуспеть.

Рассмотрим сущность понятия «фейк». Словарь «Oxford Learner's Dictionaries» дает следующее толкование этого термина: «fake news» – «false reports of events, written and read on websites» [22].

Приведем примеры определений данного понятия отечественными исследователями. По А. П. Суходолову, фейковая новость – это «сообщение, стилистически созданное как настоящая новость, но ложное полностью или частично» [17, с. 87–106]. Под фейковыми новостями С. С. Распопова и Е. Б. Богдан понимают «сфабрикованные новостные материалы, ложь в которых можно распознать и разоблачить, хотя она и способна ввести аудиторию в заблуждение» [11, с. 48].

Зарубежные исследователи Э. Тандок-младший, Ц. В. Лим и Р. Линг утверждают, что в современном дискурсе «фейковые новости» – это вирусные сообщения, основанные на фиктивных (недействительных) сведениях, созданных для просмотра [24, с. 137–153].

Практически все определения, приведенные в словарях и выдвинутые отечественными и зарубежными исследователями, сходятся в едином понимании того, что фейки представляют собой недостоверную информацию, распространяющуюся в медиасреде с определенными намерениями, информацию, которая специально создана для того, чтобы ввести в заблуждение реципиентов с целью получения определенной выгоды.

В 2017 году Институт Агентства «Рейтер» в ежегодном докладе «Цифровые Новости» провел исследование, связанное с доверием читателей к медиа. В основу исследования были положены результаты опроса «yougov», в котором приняли участие более чем 70 000 потребителей онлайн-новостей в 36 странах, включая США и Великобританию.

В процессе опроса было установлено, что лишь 24 % респондентов считают, что при создании публикаций социальные медиа отделяют факты от вымысла. Тем не менее 29 % опрошенных время от времени предпочитают избегать чтения новостей, так как не уверены в достоверности представленной информации [23].

Современные требования к медиaprостранству диктуют издателям свои требования в борьбе за внимание целевой аудитории. Опасность повсеместного распространения фейковых новостей заключается в том, что подобные материалы создаются по стандартным схемам построения сообщений, однако смысловая составляющая фейков является недостоверной, содержит в себе субъективные точки зрения, что приводит аудиторию к полному заблуждению.

Дезинформация – важный равноправный игрок на информационном поле. Чем серьезнее событие, тем больше появляется фейков, с ним связанных.

Рассмотрим подробно структуру фейковых новостей. К. С. Стригунов, А. В. Манойло, Г. О. Фэнли в своем исследовании отмечают следующее:

- фейки спланированы и координируются из единого центра управления;
- фейки просты в изготовлении, а их авторы используют стандартные клише, при этом избегая любой фактологии;
- как правило, в одном из фейков создается некий мем, который потом тиражируется и используется в виде «якоря» в последующих, призванных закрепить его в подсознании мишени воздействия;
- фейки всегда создают негативный эмоциональный фон в отношении объекта своего воздействия;
- фейки имеют свою целевую аудиторию и делятся на группы в зависимости от цели воздействия [16, с. 100].

В соответствии с точкой зрения З. З. Чанышевой можно выделить следующие виды реализации фейковой информации: информационные искажения, откровенная ложь, слухи, домыслы, сплетни, разные формы непроверенной информации, неавторизованные (анонимные) сообщения [19, с. 58–60].

Выявление фейков является одной из приоритетных задач. В мире возрастает необходимость в защите общества от информационных искажений, которые преподносятся фейковыми новостями. В настоящее время в медиaprостранстве развиваются специальные отделы, занимающиеся определением достоверности информации, – фактчекинговые службы. Для специалистов в области СМИ реализуются программы по выявлению фейков. Крупные СМИ, технокорпорации, социальные сети создают свои продукты по борьбе с фейковым материалом. Остановить их распространение возможно с помощью понимания системы построения фейков на основе определенных признаков, характерных черт (маркеров) текста. Опираясь на исследования И. А. Стернина, А. М. Шестерниной и А. В. Николаевой, мы определили наиболее значимые и часто встречающиеся маркеры фейковых новостей.

1. Отсутствие авторитетного источника и неподтвержденные статистические данные.

Приведем текст фейковой новости, в котором отсутствуют сведения официального источника, а также есть указание на непроверенные статистические данные. Например, в издании «Lenta.ru» опубликована заметка под названием **«Стало известно о распространении скрытой пневмонии среди московских школьников»** [14]. Распространению данной новости способствовал Telegram-канал «Mash». *«По данным издания, после распространения заболевания большинство мест в больницах занимают именно дети. Практически у всех несовершеннолетних медики регистрировали температуру под 40. Как утверждает Mash, в каждом из случаев противовирусные, антибиотики и жаропонижающие не помогают выздороветь. Зачастую температура держится шесть дней, далее ребенок либо здоров, либо у него скрытая пневмония. У около 60 процентов переболевших*

врачи нашли “узелки” в легких». Следует отметить, что реципиента, не знакомого с медицинской терминологией, может ввести в заблуждение использование лексики без объяснения ее значения (например, «скрытая пневмония» или фраза «“узелки” в легких»). Нарушает логику изложения следующее предложение: «Как утверждает Mash, в каждом из случаев противовирусные ...». Во-первых, телеграмм-канал не может выносить суждения относительно лечения, так как это не входит в сферу его профессиональных компетенций. Другим маркером фейка выступает то, что в РФ (согласно законодательству) социальные сети не приравниваются к официальным СМИ, соответственно, и публикация не имеет авторитетного источника, что, по мнению И. А. Стернина и А. М. Шестерниной, является одним из важных факторов в разоблачении фейка [15, с. 13]. Отметим, что Telegram-канал «Mash» не признан официальным СМИ, представляющим Министерство здравоохранения РФ. Мы обнаруживаем в данном фейке утверждения такого характера, как «у около 60 процентов переболевших врачи нашли “узелки” в легких», что представляет собой статистические данные, которые не имеют никакого подтверждения со стороны авторитетных источников.



Рисунок 1 – Поезд, застрявший в Подмосковье

Другим примером является фейковая новость **«Поезд застрял в сугробе на путях в Подмосковье»**, опубликованная в электронном издании фактчекингового ресурса «360» [6]. При переходе в телеграмм-канал «Ваза» мы сталкиваемся с сообщением следующего содержания: «Поезд “сел на пузо” в подмосковном Кусково. Из-за сильного снегопада электрички в Подмосковье ходят с опозданием или не ходят вовсе – например, один поезд намертво встал в Кусково. Как говорят железнодорожники, он “сел на пузо”. Обычно во время снегопада помогают снегоуборочные поезда, но, кажется, сегодня их не хватает». Заголовок новости является кликбейтом и ловит реципиента на «наживку» фразой «сел на пузо», которая является жаргонизмом. Сообщение несет в себе черты анонимности информации, о чем сообщает фраза «... один поезд намертво встал в Кусково». Здесь явно нарушена логика сообщения: не указывается, о каком именно рейсе идет речь, в какой местности застрял поезд, умалчивается наличие людей в вагонах транспорта.

Новость ссылается на Telegram-канал «Ваза», который не является официальным СМИ РЖД. Пресс-служба Московской железной дороги (МЖД) опровергла эти сведения – было уточнено, что в появившемся в сети поезде дальнего следования не было пассажиров, утром он прибыл на запасные пути.

2. Гиперболизированный заголовок, использование домыслов и догадок, выделение в тексте определенных слов специальным шрифтом.

Один из фейков опубликован изданием «World of news» с заголовком **«Россияне в Мелитополе начали сжигать тела ликвидированных прямо посреди города»** [12]. Иван Федоров, владелец украинского Telegram-канала «Офіційний телеграм-канал Мелітопольського міського голови Івана Федорова», утверждает следующее: *«Мы видим тенденцию, что враг начинает скрывать свои потери ... Мобильный крематорий они разместили в Бердянском порту. Но, к сожалению, мобильный крематорий они также разместили непосредственно в Мелитополе на территории детского санатория, который они уже давно превратили в свой военный госпиталь»*. Данная фейковая новость представлена неофициальными СМИ, отражает субъективное мнение одного человека – Ивана Федорова. Гиперболизированный заголовок отражает ужасающий масштаб трагедии, эмоциональная сторона фейка явно преобладает над логической. В новости автором используются догадки и домыслы, которые не подтверждены точными данными, а мысль его остается незавершенной: *«мы видим тенденцию, что враг начинает скрывать свои потери ...»*. Современная обстановка в политике требует внимательного изучения информации, относящейся к данной сфере общества. Мы полагаем, что представленная новость является целенаправленной дезинформацией. Как отмечают исследователи Джули Позетти, Шерилин Аиртон, Клэр Уордл в своей работе, характерной особенностью дезинформации является организованность в плане ресурсов и обеспечения, а также автоматизированность технологиями [8, с. 10].

В англоязычных СМИ гиперболизированные заголовки используются в создании фейковых новостей в сфере политики вокруг определенного политического деятеля, особенно с использованием текста с верхним регистром. Например, в фейковой новости, опубликованной в издании «The Sun», применяется подобный способ усиления эмоционального плана информации. Новость опубликована под заголовком **«CALLOUS 'KILLER' 'Murderer' Putin 'is doing everything he can to avoid handing over Navalny 's body' as cause of death mystery grows»** [21], в котором мы можем обнаружить завышенный эмоциональный аспект, который подтверждается фразами «CALLOUS 'KILLER' 'Murderer'». Такую лексику можно отнести к оценочной, стилистически сниженной. По этому поводу Н. Е. Петрова замечает, что, «во-первых, если автор новости использует такую лексику, то ему необходимо убедительно ее аргументировать, а во-вторых, соблюдать меру в интенсивности этой оценки» [7, с. 34]. На протяжении всей статьи мы обнаруживаем одностороннюю критику Президента и власти РФ без какой-либо аргументации, что отражается с помощью следующих языковых средств: «Critics ...», «A source close to the Kremlin's enemy...», «They are ...». При этом следует отметить анонимность информации – нет конкретного указания на то, кто является автором новости. Обратим особое внимание на метонимию «A source close to the Kremlin's enemy ...», которая усиливает воздействие на реципиента, привлекает его внимание, безальтернативно навязывает только одну единственно «правильную» точку зрения. Отметим, что представленная новость является не только фейком, но и дискредитацией Президента России.

3. Анонимная атрибуция информации.

Примером фейковой новости может послужить заметка в издании «Новости Восточной Ленты» с заголовком **«Уровень радиации в Мариуполе после шторма составляет 4,04 микрозиверта в час»** [18]. По данным издания, описывается следующее: *«Сильный шторм, охвативший юг России, привел к опасной ситуации в Мариуполе. Морской прибой смыл песок на пляже города и оголил черный ториевый слой. По данным экспертов, уровень радиации на данном участке составляет 4,04 микрозиверта в час, в то время как нормальный уровень радиации всего 0,2 микрозиверта. Сообщает Telegram-канал "Mash на Донбассе". Жителям рекомендовано избегать близости к морю до стабилизации погоды. Ураган, обрушившийся на регион 26 ноября, вызвал разрушения и нанес значительные потери. Примерно 1,9 миллиона человек остались без электричества в Крыму и Краснодарском крае. Эксперты связывают данный шторм с глобальным*

потеплением и отмечают его разрушительные последствия не только для России, но и для других стран, включая Украину, Румынию, Молдавию, Турцию и Балканы, где также произошли подтопления из-за ураганного ветра». В данном тексте используется маркер анонимной атрибуции информации, который не подкреплен точными данными, фактами, а имена экспертов не называются вовсе. Данный прием основывается на таких фразах, как «по данным экспертов», «эксперты связывают». Логика сообщения нарушается тем, что возникает сомнение в том, что автор в смертельно опасных условиях для человека (4,04 микрозиверта в час радиации при норме 0,2 микрозиверта) смог с точностью определить уровень радиации. Анализируемый пример фейковой новости создан с целью введения в заблуждение населения, проживающего в данной местности. Отчетливо виден эффект дезинформации. Как отмечает М. А. Самкова в своей работе, стратегия дезинформации поддерживается подготовленностью реципиентов к восприятию негативного образа России [13, с. 99].

4. Использование кликбейт-заголовков.

В издании «Газета.ру» нами был обнаружен фейк «**Работодатели стали чаще привлекать подростков из-за дефицита кадров**» [9]. По словам издания, «на российском рынке труда зафиксировали трехкратный рост вакансий для несовершеннолетних. Работодатели стали чаще брать на работу подростков на фоне дефицита кадров в стране, сообщил “Ведомостям” представитель HeadHunter. В 2023 году было открыто 42 тыс. вакансий с возрастным ограничением от 14 лет. Для сравнения: годом ранее таких предложений было всего 14,5 тыс. “Привлекать несовершеннолетних стали чаще, и мы ожидаем развития этого тренда ближе к лету, так как будет открыто большое количество временных вакансий”, – отметила менеджер по развитию бренда работодателя кадрового холдинга “Анкор” Анна Яковлева. В основном подростков готовы брать на работу курьерами, промоутерами, продавцами и кассирами». Представленная новость использует прием кликбейта. Н. Н. Вольская определяет кликбейт как «средство привлечения аудитории с помощью специфических заголовков, которые в определенных случаях сопровождаются графическими материалами, провоцирующими интернет-пользователей читать конкретный контент в расчете на свойственные человеческой натуре чувства любопытства, возмущения или недоумения» [1]. Кликбейт-заголовок, создавая негативный фон новости, не раскрывает причины проблемы дефицита кадров, более того, показывает положительные стороны приема на работу подростков.

В англоязычных СМИ примером фейковой новости с применением кликбейт-заголовка может послужить заметка из сферы здравоохранения, в которой говорится о загадочной болезни «X», обсудить которую собираются мировые лидеры. Новость размещена в американском издании «CBS NEWS» с заголовком «**World leaders are gathering to discuss Disease X. Here is what to know about the hypothetical pandemic**» [26]. Проанализируем содержание фейковой новости. Кликбейт-заголовок создает «интригу» и заставляет реципиента ознакомиться с содержанием новости, которое не соответствует его информации. Отсутствие точных данных является одной из характерных черт кликбейта, что находит свое отражение в языковом материале: «World leaders», «...researchers, scientists and experts are hoping to proactively come up with a plan of action...», тем самым становясь маркером анонимной атрибуции.

5. Эмоциональная заряженность, логические недостатки, зрелищность в написании, повествовательном тоне, умолчание и утаивание важной информации, необоснованные обвинения.

В издании «Lenta.ru» нами обнаружена фейковая новость следующего содержания: «**Пассажирский самолет с радиоактивными веществами экстренно сел**» [5] (с опорой на источник Telegram-канала «Shot»). По данным источника, «воздушное судно следовало из Ханты-Мансийска в Москву в ночь на понедельник, 11 декабря. На борту лайнера было

104 пассажира, а также груз весом 19 килограммов, который считается опасным, но не запрещен российским Минтрансом. Уточняется, что около 1:00 мск борт подал сигнал бедствия о неисправности шасси, после чего экстренно сел в аэропорту Внуково. Радиоактивный груз не был поврежден, пассажиры заявлений также не подавали». Логика изложения нарушается, так как источник владеет статистическими данными о количестве пассажиров самолета и весе груза, но умалчивает о том, какой это груз, и не выдвигает никаких объяснений о том, почему он перевозится пассажирским самолетом, а не самолетом компании авиаперевозок. В данном случае мы обнаруживаем использование приема «умолчание» как средства речевого воздействия. По мнению Ю. А. Разинова, умолчание есть определенная форма сокрытия и ускользания истины, постольку в нем может быть реализована интенция лжи [10, с. 141].

Преобладание эмоционального плана новости над логическим – один из важных критериев фейковых новостей. Например, в издании «The Independent» выделим следующую фейк-новость: *«Alexei Navalny – the man who knew too much»* [20]. Новость содержит исключительно обвинения в адрес Президента России, выставление его личности «в дурном свете», что иллюстрируется цитатой, в которой используются различные стилистические приемы речи, например, перифраза без прямого указания на имя человека: *«The reason why it all happened is one man's hatred and fear – one man hiding in a bunker. I mortally offended him by surviving an attempt at my life he ordered. And then I committed an even more serious offence: I didn't go into hiding. And that's driving this thieving little man in his bunker out of his mind»*. Заметим, что данный прием удерживает внимание реципиента на протяжении всего сообщения: *«... one man's hatred and fear ...»*, *«... one man hiding in a bunker ...»*, *«this thieving little man in his bunker out of his mind»*. Отметим использование анафоры в качестве местоимения «I», что усиливает эмоциональный план новости. Важной составляющей фейка является усиление эмоций с минимизацией или полным отсутствием логики изложения, фактов и наличием различных языковых средств, не раскрывающих сути сообщения, а вводящих в заблуждение.

6. Сенсационный характер новости, комбинация мнений, не раскрывающих суть новости, отсутствие фактов.

В известном британском издании «The Guardian» мы видим пример искаженной информации политического характера: *«Ukrainian error or a deadly Russian trap? The Belgorod crash is yet another front in Putin's war truth»* [25]. В заголовке изначально поставлен риторический вопрос с целью привлечь внимание реципиента, который переходит в обвинение одной из сторон конфликта. Само содержание новости представляет собой комбинацию мнений, не дающих никакого ответа на поставленный вопрос: *«Vladimir Putin has since claimed to have evidence that an American Patriot anti-aircraft missile downed the plane ...»*, *«The Ukrainian media outlet Ukrainska Pravda initially claimed that the Ukrainian military had shot down a Russian military plane carrying S-300 missiles, but the post was later withdrawn ...»*. Автор статьи, не владея фактами произошедшей катастрофы, пытается увести реципиента в противоположное направление: *«Mistrust of the initial Russian list is understandable. In mid-January Russia published a list of alleged French "mercenaries" killed in a missile attack ...»*. Особый интерес представляет метафора *«... Putin's war truth»*, которая может ввести реципиента в заблуждение. В заключении новости мы обнаруживаем безосновательное обвинение одной из сторон без привлечения фактов и доказательств. Отметим использование формы сослагательного наклонения с целью высказать предположение: *«Russia excels at disinformation. The opportunity to paint the Ukrainians in a terrible light in the wake of this tragedy is too good to miss. Even if the Ukrainians did down the plane and mistakenly killed their own captured soldiers, Russia would be guilty of violating the rules of war by flying PoWs so close to the war zone in a military aircraft and for not warning the Ukrainians which route the PoWs were taking»*.

Фейковые новости представляют сложную структуру, которая оказывает глубокое манипулирующее воздействие на общественное сознание. Фейки могут усиленно демонстрировать один из маркеров, который будет наиболее заметно выделяться среди остальных. Это характерно как для русскоязычных, так и для англоязычных СМИ.

Выводы. Таким образом, фейковые новости представляют собой сложный многоступенчатый коммуникативный механизм манипулирования. Наибольшая опасность фейков заключается в том, что они создают ложную картину мира. Выявление фейков на основе определенных маркеров – это первый этап проверки достоверности информации, опираясь на который реципиент сможет оценить качество получаемого материала. На основе анализа исследований И. А. Стернина, А. М. Шестерниной «Маркеры фейка в медиатекстах» и А. В. Николаевой «Языковые особенности фейковых публикаций» нами была создана классификация из 6 маркеров фейковых новостей в русскоязычных и англоязычных медиа. Для отечественных фейковых новостей характерно использование таких маркеров, как отсутствие авторитетного источника, непроверенные статистические данные, кликбейт-заголовки, анонимная атрибуция; для англоязычных – наличие гиперболизированного заголовка, домыслов и догадок, выделение в тексте определенных слов специальным шрифтом, логические недочеты, умолчание и утаивание важной информации, необоснованные обвинения, дипфейки. Все фейк-новости объединяет наличие ярко выраженного эмоционального плана, преобладающего над логическим.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Вольская Н. Н.* Кликбейт как средство создания ложной информации в интернет-коммуникации [Электронный ресурс] // Электронный журнал «Медиаscope». – 2018. – Вып. 2. – URL : <http://www.mediascope.ru/2450> (дата обращения: 06.03.2024).
2. *Желтухина М. Р.* Основные вызовы XXI века: фэйк-нюсмейкинг, кибербуллинг, экстремизм (от теории речевой деятельности к речевым практикам) // Теория речевой деятельности: вызовы современности : материалы XIX Междунар. симпозиума по психолингвистике и теории коммуникации. Москва, 6–8 июля 2019 г. – М. : Канцлер, 2019. – С. 114–115.
3. *Карасик В. И.* Фактоиды как лингвокультурное явление // Политическая лингвистика. – 2017. – № 3(63). – С. 21–30.
4. *Ляшенко Д. И., Меликян В. Ю.* Феномен «фейк» в системе видов речевого воздействия // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – 2021. – № 3. – С. 63–74.
5. Пассажирский самолет с радиоактивными веществами экстренно сел [Электронный ресурс]. – URL : <https://lenta.ru/news/2023/12/11/passazhirskiy-samolet-s-radioaktivnymi-veschestvami-ekstrenno-sel-v-moskve/> (дата обращения: 06.03.2024)
6. Поезд застрял в сугробе на путях в Подмосковье [Электронный ресурс]. – URL : <https://360tv.ru/news/obschestvo/fejk-poezd-zastrjal-v-sugrobe-na-putjah-v-podmoskove/> (дата обращения: 06.03.2024).
7. *Петрова Н. Е.* Язык современных СМИ: средства речевой агрессии : учеб. пособие. – М. : Флинта : Наука, 2011. – 160 с.
8. *Позетти Дж., Шерлин А., Уордл К.* Журналистика, фейковые новости и дезинформация : руководство по академической и профессиональной подготовке журналистов. – Челябинск : Южно-Уральский государственный университет, 2019. – 159 с.
9. Работодатели стали чаще привлекать подростков из-за дефицита кадров [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.gazeta.ru/business/news/2024/01/23/22170493.shtml> (дата обращения: 06.03.2024).
10. *Разинов Ю. А.* Ложь умолчания и способность речевого контроля // Вестник СамГУ. – 2013. – № 8/1(09). – С. 140–144.
11. *Распопова С. С., Богдан Е. Б.* Фейковые новости: природа происхождения // Вестник Челябинского государственного университета. – 2017. – № 11. – С. 48–53.
12. Россияне в Мелитополе начали сжигать тела ликвидированных прямо посреди города [Электронный ресурс]. – URL : <https://worldofnews.media/blog/2023/07/02/rossiyane-v-melitopole-nachali-szhigat-telaliquidirovannyh-okupantov-pryamo-posredi-goroda-fedorov/> (дата обращения: 06.03.2024).
13. *Самкова М. А.* Дезинформация как средство информационно-психологической войны против России (на материале медиатекстов о хакерских атаках) // Экология языка и коммуникативная практика. – 2018. – № 3. – С. 96–115.
14. Стало известно о распространении скрытой пневмонии среди московских школьников [Электронный ресурс]. – URL : <https://lenta.ru/news/2023/12/13/stalo-izvestno-o-rasprostraneni-skrytoy-pnevmonii-sredimoskovskih-shkolnikov/> (дата обращения: 06.03.2024).

15. *Стернин И. А., Шестернина А. М.* Маркеры фейка в медиатекстах. Рабочие материалы. – Воронеж : ООО «РИТМ», 2020. – 34 с.
16. *Стригунов К. С., Манойло А. В., Го Фэнли.* Фейковые новости и технология превентивной делигитимизации выборов // Гражданин. Выборы. Власть. – 2022. – № 2(24). – С. 98–109.
17. *Суходолов А. П.* Феномен «фейковых новостей» в современном медиапространстве // Евразийское сотрудничество: гуманитарные аспекты. – 2017. – № 1. – С. 87–106.
18. Уровень радиации в Мариуполе после шторма составляет 4,04 микрозиверта в час [Электронный ресурс]. – URL : <https://novostivl.ru/news/20231127/513732/> (дата обращения: 06.03.2024).
19. *Чанышева З. З.* Информационные технологии смысловых искажений в кликбейт-заголовках // Вестник ПНИПУ. Проблемы языкознания и педагогики. – 2016. – № 4. – С. 54–62.
20. *Alexei Navalny – the man who knew too much* [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.independent.co.uk/world/alexei-navalny-death-putin-russia-b2497567.html> (дата обращения: 06.03.2024).
21. *CALLOUS ‘KILLER’ ‘Murderer’ Putin ‘is doing everything he can to avoid handing over Navalny ‘s body’ as cause of death mystery grows* [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.thesun.co.uk/news/26012257/putin-alexei-navalny-body-mystery/> (дата обращения: 06.03.2024).
22. *Oxford Learner’s Dictionaries «fake news» definition* [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/fake-news?q=fake+news> (дата обращения: 06.03.2024).
23. *Newman N.* Reuters institute digital news report [Электронный ресурс]. – 2007. – URL : https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf (дата обращения: 06.03.2024).
24. *Tandoc, Edson. C. Jr., Lim, Zheng Wei, Ling, Richard.* Defining «fake news» // Digital Journalism. – 2017. – Vol. 6. – P. 137–153.
25. *Ukrainian error or a deadly Russian trap? The Belgorod crash is yet another front in Putin’s war truth* [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.theguardian.com/commentisfree/2024/feb/04/ukrainian-error-deadly-russian-trap-belgorod-crash-putin-war> (дата обращения: 06.03.2024).
26. *World leaders are gathering to discuss Disease X. Here is what to know about the hypothetical pandemic* [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.cbsnews.com/news/disease-x-pandemic-davos-world-economic-forum/> (дата обращения: 06.03.2024).

Статья поступила в редакцию 12.03.2024

REFERENCES

1. *Volskaya N. N.* Klikbejt kak sredstvo sozdania lozhnoi informatsii v internet-kommunikatsii [Elektronnyj resurs] // Elektronnyj zhurnal «Mediascope». – 2018. – Вып. 2. – URL : <http://www.mediascope.ru/2450> (дата обращения: 06.03.2024).
2. *Zhelutuhina M. R.* Osnovnye vyzovy XXI veka: feik-nusmeiking, kiberbuling, extremism (ot teorii rechevoi deyatel’nosti k rechevym praktikam) // Teoria rechevoi deyatel’nosti: vyzovy sovremennosti : materialy XIX Mezhdunar. Simpoziuma po psiholinguistike i teorii kommunikatsii. Moskva, 6–8 iulya 2019 g. – М. : Kantsler, 2019. – S. 114–115.
3. *Karasik V. I.* Faktoidy kak lingvokulturnoe yavlenie // Politicheskaya linguistika. – 2017. – № 3(63). – S. 21–30.
4. *Lyashenko D. I., Melikyan V. Y.* Fenomen «feik» v sisteme vidov rechevogo vozdeistvia // Aktualnye problemy filologii i pedagogicheskoi linguistiki. – 2021. – № 3. – S. 63–74.
5. *Pasazhirskiy samolyot s radioaktivnymi veshchestvami ekstremno sel* [Elektronnyj resurs]. – URL : <https://lenta.ru/news/2023/12/11/passazhirskiy-samolet-s-radioaktivnymi-veschestvami-ekstrenno-sel-v-moskve/> (дата обращения: 06.03.2024).
6. *Poezd zastryal v sugrobe na putyah v Podmoskov’e* [Elektronnyj resurs]. – URL : <https://360tv.ru/news/obschestvo/fejk-poezd-zastrjal-v-sugrobe-na-putyah-v-podmoskove/> (дата обращения: 06.03.2024).
7. *Petrova N. E.* Yazyk sovremennyh SMI: sredstva rechevoi agressii : ucheb. posobie. – М. : Flinta : Nauka, 2011. – 160 s.
8. *Pozetti Dzh., Sherilin A., Uordl K., Zhurnalistika, feikovyie novosti i dezinformatsia: rukovodstvo po akademicheskoi i professionalnoi podgotovki zhurnalistov.* – Chelyabinsk : Uzhno-Uralskiy gosudarstvenny universitet, 2019. – 159 s.
9. *Rabotadatel’i stali chashe privlekat’ podrostkov iz-za defitsita kadrov* [Elektronnyj resurs]. – URL : <https://www.gazeta.ru/business/news/2024/01/23/22170493.shtml> (дата обращения: 06.03.2024).
10. *Razinov Yu. A.* Lozh umolchaniya i sposobnost’ rechevogo kontrolya // Vestnik SamGU. – 2013. – № 8/1(09). – С. 140–144.
11. *Raspopova S. S., Bogdan E. B.* Feikovyie novosti: priroda proishozhdeniya // Vestnik Tchelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. – 2017. – № 11. – S. 48–53.

12. Rosiyane v Melitopole nachali szhigat' tela likvidirovannyh pryamo posredi goroda [Elektronnyj resurs]. – URL : <https://worldofnews.media/blog/2023/07/02/rossiyane-v-melitopole-nachali-szhigat-tela-likvidirovannyh-okupantov-pryamo-posredi-goroda-fedorov/> (data obrashcheniya: 06.03.2024).
13. Samkova A. M. Dezinformatsia kak sredstvo informatsionno psikhologicheskoi voiny protiv Rossii (na materiale mediatekstov o khakerskih atakah) // Ekologia yazyka i kommunikativnaya praktika. – 2018. – № 3. – S. 96–115.
14. Stalo izvestno o rasprostraneni skrytoi pnevmonii sredi moskovskih shkolnikov [Elektronnyj resurs]. – URL : <https://lenta.ru/news/2023/12/13/stalo-izvestno-o-rasprostraneni-skrytoy-pnevmonii-sredi-moskovskih-shkolnikov/> (data obrashcheniya: 06.03.2024).
15. Sternin I. A., Shestermina A. M. Markery feika v mediatekstah. Rabochie materialy. – Voronezh : OOO «Ritm», 2020. – 34 s.
16. Strigunov K. S., Manoilo A. V., Go Fenly. Feikovye Novosti i tehnologiya preventinvoi delegimitizatsii vyborov // Grazhdanin. Vybory. Vlast'. – 2022. – № 2(24). – S. 98–109.
17. Suhodolov A. P. Fenomen «feikovyh novostei» v sovremennom mediaprostranstve // Evroaziatskoe sotrudnichestvo: gumanitarnye aspekty. – 2017. – № 1. – S. 87–106.
18. Uroven radiatsii v Mariupole posle shtorma sostavlyaet 4,04 mikroziverta v tchas [Elektronnyj resurs]. – URL : <https://novosti.vl.ru/news/20231127/513732/> (data obrashcheniya: 06.03.2024).
19. Tchanysheva Z. Z. Informatstionnye tehnologii smyslovyh iskazheniy v klikbeit-zagolovkah // Vestnik PNIPU. Problemy yazykoznanania i pedagogiki. – 2016. – № 4. – S. 54–62.
20. Alexei Navalny – the man who knew too much [Elektronnyj resurs]. – URL : <https://www.independent.co.uk/world/alexei-navalny-death-putin-russia-b2497567.html> (data obrashcheniya: 06.03.2024).
21. CALLOUS 'KILLER' 'Murderer' Putin 'is doing everything he can to avoid handing over Navalny 's body' as cause of death mystery grows [Elektronnyj resurs]. – URL : <https://www.thesun.co.uk/news/26012257/putin-alexei-navalny-body-mystery/> (data obrashcheniya: 06.03.2024).
22. Oxford Learner's Dictionaries «fake news» definition [Elektronnyj resurs]. – URL : <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/fake-news?q=fake+news> (data obrashcheniya: 06.03.2024).
23. Newman N. Reuters institute digital news report [Elektronnyj resurs]. – 2007. – URL : https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf (data obrashcheniya: 06.03.2024).
24. Tandoc, Edson, C. Jr., Lim, Zheng Wei, Ling, Richard. Defining «fake news» // Digital Journalism. – 2017. – Vol. 6. – P. 137–153.
25. Ukrainian error or a deadly Russian trap? The Belgorod crash is yet another front in Putin's war truth [Elektronnyj resurs]. – URL : <https://www.theguardian.com/commentisfree/2024/feb/04/ukrainian-error-deadly-russian-trap-belgorod-crash-putin-war> (data obrashcheniya: 06.03.2024).
26. World leaders are gathering to discuss Disease X. Here is what to know about the hypothetical pandemic [Elektronnyj resurs]. – URL : <https://www.cbsnews.com/news/disease-x-pandemic-davos-world-economic-forum/> (data obrashcheniya: 06.03.2024).

The article was contributed on March 12, 2024

Сведения об авторе

Журавлев Денис Михайлович – соискатель кафедры английской филологии Кубанского государственного университета, г. Краснодар, Россия, <https://orcid.org/0009-0005-3757-7094>, den.den097@mail.ru

Author Information

Zhuravlyov, Denis Mikhailovich – Faculty member of the Department of English Philology, Kuban State University, Krasnodar, Russia, <https://orcid.org/0009-0005-3757-7094>, den.den097@mail.ru