
ФЕЙК И ФЕЙК-НЬЮЗ КАК ИНСТРУМЕНТЫ ВЛИЯНИЯ НА ФОРМИРОВАНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ*

Иоселиани А. Д., Бунина М. А.**

В данной статье рассматриваются актуальные проблемы современной информационной среды, связанные с фейком и фейк-ньюз. Анализируется проблема влияния фейк-ньюз на формирование общественного мнения и гражданской позиции. В работе дается определение понятия «фейк-ньюз», которые по своей сути есть фальсификация информации, анализируются также примеры первых фейковых новостей, которые берут начало в VIII в. до н. э. и активно участвуют в жизни людей современной цивилизации; предлагаются возможные способы опознания и фильтрации фейков, фальсифицированной информации, указываются причины веры в фейки и их принятия людьми, а также анализируются цели применения фейков на информационных порталах и СМИ. В статье также даны определения понятиям «кликбейт» и «монетизация», проводится их концептуальный и логико-понятийный анализ. В представленной работе также рассмотрены последствия постоянной борьбы с фейками, приведены примеры фейк-ньюз в современности, раскрываются особенности их функционирования в современном технологичном мире.

Ключевые слова: *фейк-ньюз, фальсификация, ложные новости, фейки, сарафанное радио, кликбейт, монетизация, глобальная сеть, аудитория, источник информации.*

FAKE AND FAKE NEWS AS INSTRUMENTS OF INFLUENCE ON THE SHAPING OF PUBLIC OPINION

This article discusses the current problems of the modern information environment related to fake and fake news. The problem of the influence of fake news on the formation of public opinion and citizenship is analyzed. The paper defines the concept of 'fake news', which is essentially a falsification of information, and also analyzes the examples of the first fake news, which originate in the eighth cen-

* Статья подготовлена по результатам исследований, выполненных за счет бюджетных средств по государственному заданию Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.

** Иоселиани Аза Давидовна – д. филос. н., профессор Финансового университета при Правительстве РФ. E-mail: aza-i@yandex.ru.

Aza D. Ioseliani – Dr. Phil., professor of the Financial University under the Government of the Russian Federation. E-mail: aza-i@yandex.ru.

Бунина Мия Александровна – бакалавр Финансового университета при Правительстве Российской Федерации. E-mail: buninamiya@gmail.com.

Bunina Mia Alexandrovna – bachelor of the Financial University under the Government of the Russian Federation. E-mail: buninamiya@gmail.com.

tury B.C. and actively participate in the life of people of modern civilization; possible ways of identifying and filtering fakes, falsified information are proposed, the reasons for believing in fakes and their acceptance by people are indicated, and the purposes of using fakes on information portals and the media are analyzed. The article also gives definitions to the concepts of 'clickbait' and 'monetization', and their conceptual and logical-conceptual analysis is carried out. The presented work also considers the consequences of the constant fight against fakes, gives examples of fake news in modern times, and reveals their features of functioning in the modern technogenic world.

Keywords: fake news, falsification, false news, fakes, female radio, clickbait, monetization, global network, audience, source of information.

Введение

В современном мире каждый из нас потребляет огромные объемы информации, которая необходима нам для полноценного функционирования в социуме. Так как, находясь в современном обществе, нам необходимо быть осведомленными относительно тех или иных происшествий, под этим подразумевается многое, начиная от информации о ситуации на политической арене, новостей о знаменитостях и вплоть до способов похудения или других обыденных вопросов. Из-за того, что источников для получения информации безумное множество, каждый ресурс находится в постоянной погоне за свежими, интересными и захватывающими дух новостями, которые необходимы для привлечения аудитории на свою платформу. Однако часть новостных порталов привлекает людей нечестными способами, одним из таких методов являются создание, публикация, а позже распространение фейк-ньюз.

Понятийный анализ и суть фейка

Фейк-ньюз – это ложная, сфальсифицированная информация, целенаправленно представленная в качестве реальной новости [Миниханова 2022]. Сюда относятся как мелкие неточности, разбавляющие правдивые факты, так и откровенная ложь, подаваемая средствами массовой информации в изданиях, в Интернете, книгах и на телеканалах.

Исходя из содержательной нагрузки английского слова «фейк» и латинского «фальсификация» (означающие подделку, ложь), можно их понимать как тождественные. Эти два понятия могут быть тождественны не только по концепту, но и по объему тоже. Разница между ними лишь в происхождении слов.

Стоит отметить, что так называемые ложные новости появились не в нашем столетии. Еще в VIII в. до н. э. фараоны Египта и Хеттского государства нанесли на стены собственных дворцов сообщения о победе в битве, однако данная схватка закончилась вничью. Как известно, Вторая мировая война тоже началась с ложных сведений о захвате радиостанции.

Фильтрация фейка: как распознать ложную информацию

На человека современного цифрового мира обрушиваются терабайты информации. К этим условиям человек вынужден адаптироваться и каким-то образом

защитить свое сознание и психику от таких объемов в большей степени совершенно не нужной информации [Иоселиани 2020]. Но проблема не только в объеме информации, но и в разграничении фейковой и правдивой ее составляющих. В ситуации, когда на человека обрушивается наряду с объективной масса ложной информации, необходимо разобраться в том, как не попасться на уловки фейк-ньюз, распознать, где ложь, а где истина. Для распознавания подобных новостей существует несколько способов:

- Проверять одну и ту же информацию в нескольких источниках, и только в случае полного совпадения можно довериться данной новости, а также источнику.
- Доверять только проверенным источникам, которые в течение долгого времени не были замечены за публикацией неправдивой информации.
- Не доверять фото- и видеоматериалам, так как в XXI в. достаточно много информационных технологий, которые могут быть использованы для подделки визуального сопровождения тех или иных новостей на телевидении или в Интернете [Корелина 2022].
- Не доверять информации, полученной из подозрительных источников, так как вероятность того, что публикуемые данные будут правдивы, ничтожно мала.
- Не следует читать новости «по верхам», заголовкам, потому что, только прочитав статью полностью, можно узнать мысль, которую вложил в нее автор, а также полностью разобраться в смысле данного материала.
- Стараться читать новости из первоисточника по той причине, что новость не успели еще сделать более яркой (продаваемой), то есть она правдива.
- Стараться читать новости только из тех источников, в которых авторы пишут тексты без эмоций, потому что эмоции могут судить о неправдивости слов.
- Стараться разобраться более подробно в теме любой новости, которую воспринимают как действительность.

Способы, используемые в распространении фейков

Следует отметить, что сегодня существует огромное количество способов распространения фейковых сообщений.

- Несмотря на то, что в наше время процент людей, потребляющих новости посредством телевидения, уменьшился, некоторая часть по сей день доверяет только этому источнику, потому что люди с малых лет были приучены смотреть новости в шесть вечера каждый день.
- Так как более 38 млн человек в Российской Федерации являются владельцами личных средств передвижения, то есть автомобилистами, почти все эти люди слушают радио по дороге на работу или в любую другую точку своего маршрута [Сапко 2018]. Поэтому они предпочитают слушать новости, а не читать или же смотреть.
- В связи с тем, что почти каждый из нас имеет в кармане персональный смартфон, мы привыкли узнавать изменения, связанные с ситуацией в мире, именно через него путем использования глобальной сети.
- Еще одним средством для получения информации являются печатные издания, а если говорить конкретнее, то газеты, которые читали еще наши бабушки и дедушки во времена своей молодости.

• Также немаловажным способом получения информации является так называемое сарафанное радио. Сарафанное радио – это социальный процесс, в ходе которого люди делятся той или иной информацией, которую узнали ранее. Для данного способа характерно постепенное приукрашивание истории с целью большего интереса со стороны слушателей. И отметим, что здесь велика вероятность искажения информации, исходя как из эмоций, интереса к теме, так и из специфики памяти человека, словарного запаса, понимания и т. п.

• Еще одним немаловажным способом получения информации является образование, а также образовательные организации, в частности школы, детские сады, высшие учебные заведения, центры повышения квалификации и мн. др. Однако не стоит забывать, что любая информация может содержать в себе фейк-ньюз, даже несмотря на то, что данные факты преподносятся как истина в последней инстанции. Большинство этих фактов могут быть отнесены к фейковым хотя бы по той причине, что данные могли банально устареть.

Все вышеперечисленные способы получения информации можно автоматически относить к возможным технологиям получения фейковых данных, потому что в любом источнике может найтись место для недостоверной информации.

На наш взгляд, особенно остро стоит вопрос о применении и распространении фейков в межгосударственных и межнациональных медиапространствах. Как отмечает Ф. И. Шарков, «границы национальных медиапространств в условиях глобализации становятся размытыми... Мировая сеть обеспечивает доступ представителей различных политических структур и культур к голосовой, визуальной, письменной информации, одновременно предоставляя возможность пополнять сеть актуальными сведениями» [Шарков 2022]. Внедрение или просачивание фейк-ньюз в такое пространство в результате могут создать серьезные вызовы и опасности государствам, обществу и межгосударственным отношениям в современном глобальном мире [Чумаков 2016].

Причины применения и принятия (веры) фейк-ньюз

Фейк и фейк-ньюз как социальные явления современной информационной среды имеют довольно глубокие причины, которые приводят людей к вере в них:

1. Чаще всего фейк-ньюз отличаются невероятно завлекающими заголовками, потому что основное их правило – это завлечь зрителя с первого слова или взгляда.

2. В фейк-ньюз очень часто сообщается о фактах, которые «скрывают» от нас либо правительство, либо крупные корпорации.

3. Еще одной причиной, по которой большинство людей верят фейк-новостям – это большое их количество на просторах Интернета, а люди пожилого возраста, которые являются пользователями глобальной сети, в своем большинстве верят всему, что написано в Интернете [Резникова 2021].

4. Часть граждан, которая не доверяет официальным источникам, предпочитает верить фейк-ньюз.

5. Также не стоит отрицать, что человеческий мозг постоянно ищет опасность, и неважно, реальная она или мнимая.

6. Не секрет, что ложные новости, так называемые сплетни, являются средством поддержания социальных связей, именно поэтому отказаться от данного инструмента социального взаимодействия просто невозможно.

7. Зачастую люди дезинформируются по причине неосведомленности или необразованности, то есть у человека банально не хватает знаний по той или иной теме, чтобы отличить правду от лжи в той или иной области.

Далее попробуем разобраться в вопросе о причинах, по которым новостные порталы позволяют себе вводить в заблуждение собственную аудиторию, используя фейк. Основной причиной, по которой инфопорталы печатают ложные новости – это желание заработать как можно больше денег. Из этого вытекает множество способов заработка на инфошуме: написание продажных статей на ту или иную тему (для уточнения: один из конкурентов какой-либо компании приходит в редакцию и заказывает ложное разоблачение или рецензию, которое будет очернять имя компании конкурента), также с целью наживы владельцы инфопорталов стараются использовать как можно более цепляющие заголовки для своих статей, и читателю очень повезет, если в данных статьях будет хоть доля правды о событии, которое послужило почвой для написания данного очерка. Так как в XXI в. появился термин «монетизация», что обозначает процесс заработка на создаваемом контенте, который зависит от количества читателей или же зрителей, почти все создатели какого-либо контента начали стараться привлечь как можно большее количество аудитории к своему творчеству [Фаюк 2022].

Для привлечения аудитории на различных видеохостингах и не только используются разнообразные методы, одним из них является кликбейт. Кликбейт – это короткий сенсационный или недостоверный заголовок, с помощью которого автор пытается привлечь внимание аудитории [Квишевская 2021]. Чаще всего кликбейт активизирует наши эмоции, благодаря которым мы принимаем решение перейти по той или иной ссылке. Итак, эмоции, которые может вызвать кликбейт, следующие: любопытство, страх, злость, зависть или же сопереживание. Темы кликбейтов разделяются на следующие категории: политика, сексуальная жизнь, знаменитости, «волшебные» лекарства, а также народные средства. Данные темы невероятно популярны, потому что они будут интересны большей части населения. Говоря о таких темах, как секс, мат, наркотики и прочие вещи, о которых не принято писать, стоит отметить, что большинство статей, видео и прочего контента набирает популярность исключительно благодаря тому, что человеку интересно читать или же смотреть о том, что долгое время было табуировано. Однако тема статьи или видео в 99 % случаев не совпадает с кликбейтом.

Еще одной причиной, по которой редакции прибегают к ложной информации, это внутренняя цензура, она же самоцензура – под этим подразумевается процесс специального устранения тех или иных фрагментов работы самим автором [Кудрявцев 2022].

Обсуждаемую нами проблематику логично было бы рассмотреть в контексте такого явления, как пропаганда. Пропаганда – это умышленное формирование определенного мнения с помощью конкретных мнений, точек зрения и идеалов. Стоит отметить, что цель пропаганды всегда одна – это дать власть над другими

различными путями, например, путем дискредитации своего конкурента или любыми другими методами. Стоит отметить, что она не всегда носит исключительно негативный, то есть деструктивный характер, достаточно примеров позитивной или же конструктивной пропаганды. Таким образом, мы можем выделить два основных вида пропаганды, а именно:

- Позитивная (конструктивная) пропаганда [Тихонов 2022]. Целью подобной пропаганды является просвещение граждан в каких-либо вопросах, а также привитие или же укрепление сложившихся моральных норм. Фактов, которые могут послужить примером позитивной (конструктивной) пропаганды, невероятное множество. Например, популяризация здорового образа жизни, в частности полезного и сбалансированного питания, просвещение молодежи, а если говорить конкретнее, то подростков, о безопасном сексе или антитабачная кампания среди всех слов населения всех государств. Чаще всего идеи подобной пропаганды очевидны и общеизвестны, однако тот факт, что все знают: курить вредно, не удерживает людей от этой пагубной привычки.

- Негативная (деструктивная) пропаганда. Данный вид пропаганды в 100 % случаев направлен на разжигание вражды между теми или иными субъектами отношений, будь то конкретные личности, государства или компании по производству каких-то товаров. Также необходимо указать, что негативная (деструктивная) пропаганда в большинстве случаев старается обратить определенного человека или массу людей в свою веру, даже если они придерживаются другого мнения по данному вопросу. В качестве примеров негативной (деструктивной) пропаганды возможно привести следующие ситуации:

- а) рассказы во времена Второй мировой войны об исключительности немецкого народа. Подобные рассказы довели ситуацию в мире до предела, по причине подобных ложных убеждений было убито в жестоких пытках огромное количество людей самых разных наций и народностей;

- б) пропаганда сигарет, средств нагревания табака, а также любых других продуктов, содержащих никотин. Достаточный процент граждан в курсе, что изначально популяризация табака началась с пропаганды того, что табак является панацеей от всех болезней. Отчасти по этой причине курение является невероятно распространенной вредной привычкой не только среди взрослого населения, но и среди детей и подростков. Стоит также отметить, что в те далекие времена не все поверили в лечебные средства табака, к примеру, церковь никогда не поддерживала эту пагубную привычку и даже изображала дьяволов и чертей с дымом у рта;

- в) в 1979 г. на территории Китая начала действовать «политика одного ребенка», которая просуществовала до 2015 г. [Тадтаев, Филипенко 2021]. За это время на просторах государства была проведена активная пропаганда данного закона, которая заключалась в следующем: использование различных средств контрацепции, продвижение идеи о том, что в семье, в которой один ребенок, вся любовь, время и забота родителей направляются именно на него. Однако спустя время демографическая ситуация в Китае значительно ухудшилась, и руководство страны приняло решение об отмене этого закона. Только люди, которые выросли во

время его действия, уже не хотели иметь большие семьи или же вовсе отказывались заводить детей.

Продолжая поднятую тему пропаганды, на наш взгляд, необходимо отметить типы пропаганды [Григорян 2022]:

1. Военная пропаганда. Данный тип пропаганды заключается в постоянной подготовке населения к вооруженному конфликту с каким-либо государством. По нашему мнению, этот тип пропаганды невероятно пагубно сказывается на общем настроении внутри страны, потому что его граждане находятся в постоянном напряжении из-за того, что слышат со всех сторон.

2. Социальная пропаганда. Этому типу характерны следующие черты: просвещение детей, а также взрослых в вопросах безопасности, объяснение правил поведения на дороге и мн. др.

3. Политическая агитация. Немногие задумываются над тем, что агитация тоже является примером пропаганды. Под агитацией подразумевается побуждение к какому-либо действию. В качестве примеров политической агитации можно привести следующие ситуации: предвыборная агитация, побуждение граждан к приходу на референдум и продвижение согласованных митингов.

Мы считаем, что пропаганда в распространении фейковой информации имеет значительный вес, потому что негативная пропаганда в своем большинстве содержит огромное количество фейковых сообщений. Все эти фейки необходимы для большей выразительности агитационных высказываний, так как та часть людей, которая подвержена слепой вере в пропаганду, предпочитает более доверяться чувствам, интуиции и прочему, чем логическим связям и прочим выводам, вытекающим из научных работ. Стоит также обратить внимание, что пропаганда не всегда исходит от государства, например, по той причине, что в обществе достаточно много желающих обратить людей в свою веру, которые используют фейковые заявления.

Эффекты и последствия фейк-ньюз, эмоции человека и повседневность

В продолжение исследования поднятых вопросов необходимо указать на последствия, которые несут за собой фейк-ньюз. Основным итогом, который вытекает из постоянного нахождения, как говорят, в «пузыре новостей» – это всеобщее недоверие по отношению ко всем входящим новостям. Это связано с тем, что люди, которые предпочитают перепроверять информацию несколькими способами и по нескольку раз, не будут верить какому-либо источнику как истине в последней инстанции. Недоверие среди населения по отношению ко всем средствам массовой информации теперь не выдумка, а жестокая действительность. Большинство государств, в том числе и Российская Федерация, уже признали проблему фейк-ньюз и начали разработку новых законопроектов, которые помогут ограничить их поток внутри государства. Помимо всеобщего недоверия, фейк-ньюз влекут за собой необдуманные поступки, которые угрожают жизни граждан, например массовые беспорядки. Таким образом, мы можем сделать вывод, что фейк-ньюз являются средством манипуляции общественным сознанием. Напри-

мер, весной 2020 г. жители Великобритании пытались поджечь двадцать сотовых вышек из-за появления ложных данных о том, что вышки 5G распространяют коронавирус. Примеров, когда фейковые новости повлияли на события, которые происходят внутри того или иного государства, достаточно количество. Однако, на наш взгляд, самыми опасными фейк-ньюз является ложная информация о здоровье людей, потому что в случае доверия подобным сообщениям человек рискует нанести тяжелый вред здоровью или вовсе лишиться жизни. Достаточно вспомнить сообщения о том, что алкоголь якобы эффективно помогает бороться с коронавирусом, и это несмотря на то, что огромное количество врачей постоянно опровергало подобные заявления.

Фейк-ньюз несут за собою беды не только для человека, но и для целых государств. Например, 31 августа 1939 г. произошло нападение на радиостанцию в польском городе Глайвице, которое послужило началом крупнейшей кровопролитной войны, а именно Второй мировой, во время которой погибло около 55 млн человек.

Таким образом, можно сделать вывод, что фейк-ньюз имеют огромное влияние на формирование общественного мнения, на сознание людей и на формирование гражданской позиции.

Основной причиной, по которой фейковые новости имеют столь сильное влияние на сознание граждан – это связь с эмоциями. Признано, что эмоции на протяжении веков являлись невероятно сильным инструментом в руках злоумышленников, так как среди населения любого государства достаточно количество необразованных граждан, которые готовы верить каждому слову, произнесенному с экрана или написанному где-либо. А, как известно, необразованные граждане предпочитают доверяться своим эмоциям и чувствам, а не здравому смыслу и логичным умозаключениям.

Суждения и выводы

Итак, в завершение нашего исследования в качестве выводов напрашиваются следующие суждения:

- Население под влиянием своих убеждений, будь то правдивые или нет, способно на полное отрешение от того или иного человека исключительно из-за сплетен, которые рассказывают про него другие.
- Под влиянием не всегда правдивых ценностей люди способны изменить или пошатнуть моральные ценности, которые формировались не одно столетие.
- Также из-за эмоций, которые вызывают фейк-ньюз, люди способны на необдуманные поступки; например, под влиянием тех или иных идей, которые базируются на ложных идеалах, часть населения выходит на несанкционированные митинги, которые могут иметь определенные негативные последствия в их дальнейшей жизни.
- На эффективность использования фейков напрямую влияют эмоции и психическое состояние людей, они и создают благоприятное поле для распространения фейк-ньюз и достижения целей их создателей.

Таким образом, подытоживая мысли о влиянии фейк-ньюз на сознание, общественное мнение и гражданскую позицию, следует заключить, что фейк-ньюз оказывают огромное влияние на формирование общественного мнения и мировоззрения людей. Пожалуй, это одно из самых эффективных средств создания нужного кому-то мнения в сознании масс и тем самым управления людьми.

С учетом развития высоких технологий в современном мире *Homo sapiens* должен научиться фильтровать любую информацию, ставить под сомнение, а также подвергать ее тщательной проверке, иногда по многу раз. Это особенно актуально в современном техногенном мире, информационном обществе, когда распространение любой информации происходит с невероятной скоростью.

Литература

Григорян М. Объясняем через поп-культуру: что такое пропаганда и как она работает [Электронный ресурс] : Канобу. 2022. 21 апреля. URL: <https://kanobu.ru.turbopages.org/turbo/kanobu.ru/s/articles/obyasnyаем-cherez-pop-kulturu-chto-takoe-propaganda-i-kak-ona-rabotaet-377208/> (дата обращения: 08.12.2022).

Иоселиани А. Д. Глобальное цифровое общество и социальная адаптация к онлайн-повседневности // Век глобализации. 2020. № 2(34). С. 62–71.

Квишевская Е. Что такое кликбейт и стоит ли его использовать. 2021. 24 сентября [Электронный ресурс]. URL: <https://timeweb.com/ru/community/articles/chto-takoe-klikbeyt> (дата обращения: 10.11.2022).

Корелина А. Троллинг, паника, сострадание. Почему интернет заполнили фейки и реально ли им противостоять [Электронный ресурс] : Секрет фирмы. 2022. 18 февраля. URL: <https://secretmag.ru.turbopages.org/secretmag.ru/s/technologies/trolling-panika-sostradanie-pochemu-internet-zapolonili-feiki-i-realno-li-im-protivostoyat.htm> (дата обращения: 10.11.2022).

Кудрявцев А. Как СМИ скрывают правду: технологии обмана [Электронный ресурс] : World Web War. 2022. 13 июля. URL: <https://worldwebwar.ru/falsifikacii/kak-smi-skrывayut-pravdu-tehnologii-obmana.html?ysclid=la6k7zlfpo817925348> (дата обращения: 10.11.2022).

Миниханова О. Информационные фейки – как с ними бороться. 2022. 4 мая [Электронный ресурс]. URL: <https://sovcombank.ru/blog/umnii-potrebitel/informatsionnie-feiki-kak-s-nimi-borotsya> (дата обращения: 10.11.2022).

Резникова К. Фейковые новости: чем опасны, как появляются и как их отличить от настоящих. 2021. 30 августа [Электронный ресурс]. URL: <https://netology.ru/blog/08-2021-fake-news?ysclid=la6cxwdtla758167290> (дата обращения: 10.11.2022).

Сапко П. ФНС подсчитала количество автомобилистов в России. 2018. 26 июля [Электронный ресурс]. URL: <https://car.ru/news/automobili/27273-fns-podsчитala-kolichestvo-avtomobilistov-v-rossii/> (дата обращения: 10.11.2022).

Тадтаев Г., Филипенко А. Власти Китая разрешили семьям заводить трех детей [Электронный ресурс] : РБК. 2021. 31 мая. URL: <https://www.rbc.ru/politics/31/05/2021/60b48fde9a79471e444e18c5> (дата обращения: 08.12.2022).

Тихонов Д. Пропганда: что это такое, примеры, виды, отличия от рекламы. 2022. 8 февраля [Электронный ресурс]. URL: <https://dnevnik-znaniy.ru/obshestvo/propaganda-chto-eto.html> (дата обращения: 08.12.2022).

Фаюк Е. Монетизация – что это такое (простыми словами) [Электронный ресурс]. URL: <https://epn.bz/ru/info/monetization/> (дата обращения: 10.11.2022).

Чумаков А. Н. Глобализация. Контуры целостного мира. М. : Проспект, 2016.

Шарков Ф. И. Ноосферная парадигма глобализации политического медиапространства // Век глобализации. 2022. № 3(43). С. 33–44.

References

Grigoryan M. Ob'yasnyayem cherez pop-kul'turu: chto takoe propaganda i kak ona rabotat [Explaining Through the Pop Culture: What is Propaganda and How it Works]. URL: <https://kanobu-ru.turbopages.org/turbo/kanobu.ru/s/articles/obyasnyayem-cherez-pop-kulturu-chto-takoe-propaganda-i-kak-ona-rabotat-377208/> (accessed: 08.12.2022).

Ioseliani A. D. Global'noye tsifrovoye obshchestvo i sotsial'naya adaptatsiya k onlayn-povsednevnosti [Global Digital Society and Social Adaptation to Online Everyday Life] // Vek globalizatsii. 2020. No. 2(34). Pp. 62–71.

Kvishevskaya E. Chto takoe klikbeyt i stoit li ego ispol'zovat' [What is Clickbait and Should You Use It]. URL: <https://timeweb.com/ru/community/articles/chto-takoe-klikbeyt> (accessed: 10.11.2022).

Korelina A. Trolling, panika, sostradaniye. Pochemu internet zapolnili feyki i real'no li im protivostoyat' [Trolling, Panic, Compassion. Why the Internet is Filled with Fakes and is It Realistic to Resist Them] // Sekret firmy. 2022. February 18. URL: <https://secretmag-ru.turbopages.org/secretmag.ru/s/technologies/trolling-panika-sostradanie-pochemu-internet-zapolnili-feyki-i-realno-li-im-protivostoyat.htm> (accessed: 10.11.2022).

Kudryavtsev A. Kak SMI skryvayut pravdu: tekhnologii obmana [How the Media Hides the Truth: Technologies of Deception] // World Wide Web. 2022. July 13. URL: <https://worldwebwar.ru/falsifikacii/kak-smi-skryvayut-pravdu-tehnologii-obmana.html?ysclid=la6k7zlfpo817925348> (accessed: 10.11.2022).

Minikhanova O. Informatsionnye feyki – kak s nimi borot'sya [Information Fakes – How to Deal with Them]. URL: <https://sovcombank.ru/blog/umnii-potrebitel/informatsionnie-feyki-kak-s-nimi-borotsya> (accessed: 10.11.2022).

Reznikova K. Feykovyye novosti: chem opasny, kak poyavlyayutsya i kak ikh otlichit' ot nastoiashchikh [Fake News: Why are They Dangerous, How They Appear and How to Distinguish Them from Real Ones]. URL: <https://netology.ru/blog/08-2021-fake-news?ysclid=la6cxwdtla758167290> (accessed: 10.11.2022).

Sapko P. FNS podschitala kolichestvo avtomobilistov v Rossii [The Federal Tax Service has Calculated the Number of Drivers in Russia]. URL: <https://car.ru/news/automobili/27273-fns-podschitala-kolichestvo-avtomobilistov-v-rossii/> (accessed: 10.11.2022).

Tadtaev G., Filipenok A. Vlasti Kitaya razreshili sem'yam zavodit' tryokh detey [China Allows Families to Have Three Children] // RBC. May 31. URL: <https://www.rbc.ru/politics/31/05/2021/60b48fde9a79471e444e18c5> (accessed: 08.12.2022).

Tikhonov D. Propaganda: chto eto takoe, primery, vidy, otlichiya ot reklamy [Propaganda: What is It, Examples, Types, Differences from Advertising]. URL: <https://dnevnik-znaniy.ru/obshchestvo/propaganda-chto-eto.html> (accessed: 08.12.2022).

Fayuk E. Monetizatsiya – chto eto takoye (prostymi slovami) [Monetization – What is It (in Simple Words)]. URL: <https://epn.bz/ru/info/monetization/> (accessed: 10.11.2022).

Chumakov A. N. Globalizatsiya. Kontury tselostnogo mira [Globalization. Outlines of a Whole World]. Moscow : Prospekt, 2016.

Sharkov F. I. Noosfernaya paradigma globalizatsii politicheskogo mediaprostranstva [The Noospheric Paradigm of Globalization of Political Media Space] // Vek globalizatsii. 2022. No. 3(43). Pp. 33–44.