

**Галяшина Е.И.**

**«Фейкинг» как новая угроза медиабезопасности:  
лингвоюридический аспект<sup>\*1</sup>**

*Московский государственный юридический университет  
имени О.Е. Кутафина (МГЮА),  
Россия, Москва, eigalyashina1@gmail.com*

*Аннотация.* В статье рассматриваются fake news как феномен, представляющий собой новую угрозу медиабезопасности в цифровой коммуникационной среде. Автор исследует понятие «фейк» и функциональные особенности заведомо недостоверных сообщений («фейковых новостей»), распространяемых под видом новостей о реальных фактах или событиях, выделяя лингвистические маркеры «фейкинга» как речевого действия, направленного на сознательное дезинформирование аудитории. В результате исследования сделан вывод о недостаточности изучения только новостных заголовков, требуется выявление всех элементов, составляющих диагностический комплекс «фейковая новость», репрезентированных на различных языковых уровнях.

*Ключевые слова:* фейкинг; лингвистические маркеры; диагностический комплекс признаков; угроза медиабезопасности.

Поступила: 05.06.2021

Принята к печати: 06.09.2021

---

\* © Галяшина Е.И., 2021

<sup>1</sup> Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта N 20-011-00190.

**Galyashina E.I.**

**«Faking» as a new threat to media security:  
lingua-jurist aspect<sup>\*1</sup>**

*Moscow State Law University named after O.E. Kutafin  
(Moscow State Law University),  
Russia, Moscow, eigalyashina1@gmail.com*

*Abstract.* This work presents the analysis of «fake news» phenomenon that represents a new threat to media security in the digital communication environment. The author explores the concept of «fake» and the functional features of intentionally unreliable messages («fake news»), disseminated under the guise of the news about real facts or events, highlighting the linguistic markers of «faking» as a speech action aimed at deliberately misinforming the audience. As a result of the study, it is concluded that it is not enough to study only news headlines, it is necessary to identify all the elements that make up the diagnostic complex of «fake news», represented at various language levels.

*Keywords:* faking; linguistic markers; diagnostic complex of signs; a threat to media security.

Received: 05.06.2021

Accepted: 06.09.2021

## **Введение**

Современная медиасреда характеризуется появлением новых информационно-коммуникационных феноменов, к числу которых можно отнести фейкинг.

Фейкинг – это речевое действие, направленное на умышленную и целенаправленную дезинформацию, посредством распространения в массмедиа под видом новостей о значимых для аудитории фактах и событиях заведомо недостоверных сообщений – «фейковых новостей» («fake news»).

---

\* © Galyashina E.I., 2021

<sup>1</sup> Acknowledgments: The reported study was funded by RFBR, project number 20-011-00190.

Понятие «фейк» уже довольно давно широко используется для обозначения разнообразных явлений интеллектуального подлога и информационной мистификации. К ним относят фальшивые тексты, фото-, видео- или аудиозаписи; страницы или блоги, которые ведутся от чужого имени в социальных сетях (от имени реально существующих либо вымышленных личностей, исторических или художественных персонажей); поддельные страницы популярных сайтов: искусственно созданная по заданию заказчика популярность личности, произведения, проекта; полностью ложная либо частично искаженная информация о фактах, событиях и явлениях [Суходолов, Бычкова, 2017, с. 155].

В проводимом нами исследовании угроз информационно-мировоззренческой безопасности интернет-коммуникации основное внимание уделяется изучению текстовых сообщений в медиасфере, содержащих полностью ложную либо частично искаженную новостную информацию, подаваемую под видом достоверной, которая получила название «fake news» («фейковые новости»). Пришедшее в русскую речь из английского языка словосочетание «фейк ньюс» потеснило фразеологизм «газетная утка», использовавшийся применительно к ложным сообщениям в традиционных СМИ, которые делаются в политических или коммерческих целях (для публикации сенсационного материала с целью кого-нибудь очернить или привлечь внимание ради узнаваемости – для «хайпа»), а также бывшее некогда весьма популярным идиоматическое выражение «развесистая клюква» для обозначения всякого рода нелепой выдумки, а также фантастических, ложных представлений иностранцев о России.

В новых информационно-телекоммуникационных медиа «фейковые новости» распространяются вирусоподобным образом и потому представляют большую потенциальную угрозу для конкретных пользователей социальных сетей, общества и государства. Фейкинг тесно связан с использованием манипулятивных коммуникативных технологий, так создатели фейков стремятся навязать аудитории свою точку зрения, сформировать определенный взгляд на ту или иную проблему, создать ложное или искаженное представление о действительности [Казун, 2020].

Информирование является одним из способов воздействия на аудиторию за счет сообщения информации о новых событиях или информации, позволяющей читателю установить новую связь между известными уже событиями. Целенаправленно вводя аудиторию в заблуждение, сообщая ложную информацию, под видом заслужи-

вающей доверие, можно не только изменить отношение, взгляды и мнения людей, но и изменить их поведение, побудив к каким-либо действиям, в том числе к деструктивным [Иссерс, 2014].

Фейкинг в медиасреде подрывает авторитет журналистики и СМИ в целом как достаточно надежных информационных источников, способствует формированию искаженных представлений о происходящих событиях, что оказывает неблагоприятное влияние на все сферы жизни общества. Именно поэтому выявление, противодействие и профилактика распространения фейкинга в новых медиа приобретает особую актуальность для обеспечения национальной безопасности Российской Федерации в условиях глобального информационного противостояния различных политических режимов.

Несмотря на значительный характер распространения в социальных сетях и иных массмедиа вымышленных, мимикрирующих под новости, сомнительных сообщений, до сих пор отсутствует структурированный перечень диагностических признаков фейка, что значительно затрудняет процесс выявления заведомо ложной информации, распространяемой под видом новости о реальных фактах или событиях («фейк ньюс»).

### **Понятие «фейковые новости» и критериология их классификации**

Словосочетание «fake news» не является новым, однако оно активно стало использоваться в 2016 г. во время президентской кампании в США, когда о кандидатах множились в социальных сетях публикации с недостоверной информацией, замаскированной под новостные заметки. Популярности выражения «fake news» способствовал Дональд Трамп, который в январе 2017 г. так назвал сообщение телеканала CNN о его связях с Россией, и позже часто употреблял это словосочетание в своих официальных выступлениях и постах в Твиттере. В 2017 г. словосочетание «фейковые новости» / «fake news», стало фразой года по версии составителей толкового словаря английского языка Collins English Dictionary<sup>1</sup>, где оно было определено как «ложная, часто сенсационная, информация, распространяемая под видом новостей» / «false, often sensational, information disseminated under the guise of news» [Головацкая, 2019, с. 144].

---

<sup>1</sup> Collins online dictionary. – URL: <https://www.collinsdictionary.com/> (дата обращения 18.08.2021).

Существует несколько определений понятия «fake news», переводимого на русский язык как «фейковые новости». Одни авторы считают, что «фейковая новость» – это сообщение, стилистически созданное как настоящая новость, но ложное полностью или частично [Суходолов, Бычкова, 2017, с. 144]. Другие рассматривают фейки в целом как медиапродукты в формате новостной журналистики, но с неопределенным истинностным значением, которые конструируются влиятельными акторами и распространяются влиятельными медиаагентами для достижения политических или коммерческих целей, легитимируются авторитетными новостными медиа и воспринимаются целевыми группами как достоверные новости из надежных источников [Пономарев, 2019, с. 55].

Наиболее общее определение приведено в Оксфордском словаре, где fake news толкуются как ложные сообщения о событиях, написанные и прочитанные на веб-сайтах / false reports of events, written and read on websites<sup>1</sup>; fake – это фальшивая история, произведение искусства и т.д., которое выглядит подлинным, но не является таковым / fake story, work of art, etc that looks genuine but is not [Hornby, 1974, с. 311].

Критериями выделения и классификации фейковых новостей выступают следующие [Суходолов, 2017]:

– по соотношению достоверной и недостоверной информации о факте или событии: (1) сообщения, содержащие полностью недостоверную информацию; (2) содержащие ложь на фоне в целом достоверной информации, представленной выборочно; (3) сообщение о реальном событии, отдельные фрагменты которого искажены;

– по достоверности данных о месте произошедшего события и его обстоятельствах выделяются: (1) сообщения, преподносящие как новость устаревшую правдивую информацию; (2) сообщения о событии, которое реально произошло в одном месте, но преподносится как произошедшее в другом;

– по составу лиц: (1) сообщение содержит ссылку на якобы имевшее место высказывание публичного лица, размещенное от имени фейкового аккаунта; (2) сообщение выставляет второстепенного участника события в качестве главного действующего лица; (3) сообщение, основанное на непроверенных показаниях лиц, якобы являвшихся свидетелями каких-либо событий;

---

<sup>1</sup> Oxford learner's dictionary. – URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/fake-news?q=fake+news> (дата обращения 18.08.2021).

– в зависимости от уровня восприятия достоверности: (1) сообщения, явно воспринимаемые как фейк; (2) сообщения, способные вызвать сомнение относительно их правдивости, побудить проверить сообщаемую информацию; (3) сообщения, сфальсифицированные столь убедительно, что сомнений в их правдивости практически не возникает;

– по цели создания и распространения: сообщения, создаваемые и распространяемые с целью (1) развлечения потребителя; (2) получения политической выгоды; (3) дискредитации конкурентов; (4) дискриминации по какому-либо признаку; (5) повышения трафика и притока пользователей на сайт с ярким заголовком; (6) мошенничества с целью заставить пользователя перевести денежные средства; (7) хакерской атаки; (8) получения экономической выгоды; (9) привлечения внимания к какой-либо личности, компании, проекту или движению и др.

## **Правовое противодействие фейковым новостям**

Вопрос об ответственности за распространение фейковой информации в Российской Федерации впервые возник в 2008 г. на фоне активного распространения в СМИ недостоверной информации об авариях на объектах атомной отрасли. Тогда было предложено ввести уголовную ответственность за «распространение ложной информации о чрезвычайных происшествиях и ситуациях».

В марте 2019 г. вступили в силу Федеральный закон «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» от 18.03.2019 № 27-ФЗ и Федеральный закон «О внесении изменений в статью 15.3 Федерального закона “Об информации, информационных технологиях и о защите информации”» от 18.03.2019 № 31-ФЗ, в рамках которых предусмотрена административная ответственность за распространение в средствах массовой информации, а также в информационно-телекоммуникационных сетях недостоверной общественно значимой информации под видом достоверных сообщений, создающей угрозу причинения вреда жизни и здоровью граждан, имуществу, угрозу массового нарушения общественного порядка и общественной безопасности либо угрозу создания помех функционированию или прекращению функционирования объектов жизнеобеспечения, транспортной или социальной инфраструктуры, кредитных организаций, объектов энергетики, промышленности или связи.

Одним из основных поводов для принятия данных поправок стала трагедия в торговом центре «Зимняя вишня» в Кемерове, произошедшая 25 марта 2018 г. По официальным данным, в пожаре погибли 60 человек, однако в социальных сетях активно распространялась информация о том, что власти намеренно занижают количество погибших и скрывают настоящий масштаб произошедшего.

Вспышка новой коронавирусной инфекции COVID-19 вынудила законодателя пойти по пути ужесточения ответственности за распространение фейковой информации. 01 апреля 2020 г. вступил в силу Федеральный закон № 99-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» и Федеральный закон № 100 «О внесении изменений в Уголовный кодекс Российской Федерации».

Федеральным законом № 99-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» ст. 13.15 КоАП РФ была дополнена частью 10.1, в которой устанавливается административная ответственность за распространение заведомо недостоверной информации об обстоятельствах, представляющих угрозу жизни и безопасности граждан, и о принимаемых мерах по обеспечению безопасности населения и территорий, приемах и способах защиты от указанных обстоятельств, и частью 10.2, в которой предусматривается ответственность за распространение заведомо недостоверной общественно значимой информации под видом достоверных сообщений, повлекшее смерть человека, причинение вреда здоровью человека или имуществу, массовое нарушение общественного порядка и (или) общественной безопасности, прекращение функционирования объектов жизнеобеспечения, транспортной или социальной инфраструктуры, кредитных организаций, объектов энергетики, промышленности или связи.

Федеральным законом от 01 апреля 2020 г. № 100-ФЗ установлена уголовная ответственность за публичное распространение заведомо ложной информации об обстоятельствах, представляющих угрозу жизни и безопасности граждан (ст. 207.1 УК РФ), а также за публичное распространение заведомо ложной общественно значимой информации (ст. 207.2 УК РФ).

Существует ряд обязательных условий наступления ответственности по статьям 207.1 и 207.2 УК РФ, содержание которых разъяснено Верховным судом Российской Федерации в «Обзоре по отдельным вопросам судебной практики, связанным с применением

законодательства и мер по противодействию распространению на территории Российской Федерации новой коронавирусной инфекции (COVID-19) № 2».

Во-первых, информация должна быть заведомо ложной.

Во-вторых, информация должна распространяться под видом достоверной.

В-третьих, информация должна быть об обстоятельствах, представляющих угрозу жизни и безопасности граждан (ст. 207.1 УК РФ) или быть общественно значимой (ст. 207.2 УК РФ).

И наконец, информация должна распространяться публично.

Необходимо отметить, что в ст. 207.1 и ст. 207.2 УК РФ предусматривается ответственность за распространение заведомо ложной информации, а в ч. 9–11 ст. 13.15 КоАП РФ – за распространение заведомо недостоверной информации, что требует дальнейшего исследования по гармонизации российского законодательства.

### **Методы и методология исследования**

Целью нашего исследования являлась разработка общих положений теории использования специальных знаний для противодействия угрозам информационно-психологического воздействия на индивидуальное, групповое и общественное сознание пользователей русскоязычного сегмента Интернета. Явление фейкинга нами выделено в качестве одного из угрозогенных факторов мировоззренческой безопасности.

Для реализации цели исследования осуществлялся мониторинг русскоязычных страниц социальных сетей (Facebook, ВКонтакте, Одноклассники) с целью фиксации, описания, типологизации и систематизации диагностически значимых признаков фейкинга и их анализ, основанный на положениях Доктрины информационной безопасности Российской Федерации и Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 гг.

Осуществлялось конструирование криминалистического диагностического комплекса фейкинга как криминогенного и / или вредоносного (деструктивного) речевого действия, посягающего на мировоззренческую безопасность личности в цифровой среде.

В исследовании использован комплекс методов, включающий ретроспективный анализ научной литературы, сравнительно-правовой и логический анализы, частно-научные методы судебной лингвистической экспертизы. Основу методологии проведенного исследования составил диалектический подход познания действи-

тельности на основе взаимосвязи и взаимообусловленности явлений. При проведении исследования использовались законы диалектической и формальной логики, наряду с общенаучными методами (наблюдение, описание, сравнение, систематизация, формализация, классификация и др.), частнонаучными методами (логический, статистический, сравнительно-аналитический, системно-структурный, комплексный и системный подходы) и логическими приемами (анализ, синтез, индукция, дедукция, аналогия и др.).

Исследование носит междисциплинарный интеграционный характер, обеспечивая синергетический эффект от комплексирования знаний прикладной лингвистики – судебного речеведения (судебной лингвистики), психологии, политологии и смежных с ними наук.

Для выявления критериологических характеристик фейкинга был сформирован корпус текстов, состоящий из 10 000 русскоязычных сообщений новостного характера, посвященных коронавирусной тематике как наиболее актуальной в 2020–2021 гг. в связи с пандемией, распространенных в социальных сетях Facebook, ВКонтакте, Одноклассники, которые были проверены и идентифицированы экспертами как фейковые новости о COVID-19. Ложь публиковали о вакцинации, карантине, лекарственных препаратах, методах лечения от коронавируса, количестве заразившихся, выздоровевших и умерших от ковида. К таковым, например, были отнесены утверждения о том, что «коронавирус распространяют вышки 5G», «вирус – биологическое оружие, созданное искусственно в китайской лаборатории», «вирус специально создали для уничтожения излишка населения Земли», «коронавируса не существует, его придумало мировое правительство для выкачивания из народа денег»; «коронавирус является генно-модифицированным биологическим оружием, искусственно созданным с целью проведения чипирования населения и установления глобального мирового порядка, уничтожения людей путем заражения под видом вакцинации, спрогнозировать распространение коронавируса можно путем ну-мерологических расчетов» и т.д.

### **Обсуждение полученных результатов**

Проведенное нами исследование позволяет выявить ряд криминалистически значимых диагностических признаков фейковой новости<sup>1</sup>:

---

<sup>1</sup> Примеры приводятся в авторской редакции.

– заведомая недостоверность информации о факте или событии, что обуславливает выбор определенных языковых средств для ее репрезентации, например: «вакцина Билла Гейтса – троянский конь мировой пандемии»; «Гейтс вторгнет всех в цифровое рабство – с помощью чипирования неугодных отключат от системы жизнеобеспечения и оставят без средств к существованию»; «вас дурят, вакцина ведет в цифровой концлагерь»; «Людиии, когда до вашей тупой головы дойдет, что нет никакого вируса, вам врут, вы лошары!»; «уроды сами придумали вирус, а народу чипы»;

– маскировка под новость о реальном факте или событии, что предопределяет создание текста аналитического информационно-новостного жанра, содержащего утверждения о якобы достоверном факте: «коронавирус – не опаснее сезонного гриппа»; «Билл Гейтс с помощью вакцины от коронавируса проводит чипирование человечества для установления тотального контроля»; «вакцина от коронавируса содержит в себе чипы для отслеживания людей»; «ношение масок засоряет легкие и люди травятся углекислым газом»; «в тело человека вживляется чип, исполняющий роль контролирующего органа на предмет соответствия характеристик ежедневной активности для какой-то криптовалюты»;

– распространение в новых медиа, адресность массовой аудитории интернет-пользователей: «всем-всем-всем срочно! Человечество ждет дефицит еды и воды, с полок магазинов сметают продукты!»; «бегите из городов, которые обрабатывают токсичными веществами», «Спасайте детей! – По ночам в детских садах распыляют опасный антисептик!»; «МАКСИМАЛЬНЫЙ РЕПОСТ – Завтра въезды в Москву перекроют – читайте секретный приказ министра обороны Сергея Шойгу»; «Воздух будут дезинфицировать с помощью вертолетов!!! с 23 часов не открывайте окна и двери, не выходите на улицу!!!!»

– сенсационность сообщения, что предопределяет выбор языковых и невербальных средств привлечения внимания: «пока вы спали!!! ученые на западе узнали то, что от вас СКРЫВАЮТ!!!! – коронавирус нашли в бананах, он передается укусом комара, его частицы могут долго висеть в воздухе, от них спасут алкоголь, чеснок, кунжутное масло, горячие чай и кофе, низкие температуры и свет ультрафиолетовой лампы, курение табака и марихуаны»; «кошки и собаки являются переносчиками коронавируса. В Москве отлавливают и убивают бездомных кошек и собак, чтобы защитить горожан от вируса»; «будьте бдительны, если вы не можете задержать дыхание больше чем на 10 секунд и начинаете кашлять и за-

дышаться, то это свидетельствует о наличии вируса в вашем организме»; «для защиты от коронавируса надо брить бороды и усы»;

– апелляция к чувствам и эмоциям аудитории для усиления эффекта воздействия на читателя, позволяющего внушить определенные заблуждения без необходимости приведения доказательств: «вирус убивает вас и ваших детей, но спасение есть. И это – наращивание ресниц. Тотальное, поголовное наращивание ресниц, которое спасет вас от невероятно опасной болезни»; «Погибнут десятки миллионов от нового штамма коронавируса. Какую сенсацию таит в себе COVID?»; «ВЛАСТИ СКРЫВАЮТ!!! по ночам из больницы в Крылатском КАМАЗами вывозят тела умерших в результате заражения ковидом»;

– целенаправленный характер сообщения, к числу которых относятся: развлекательно-игровая («Сколково. Российскими учеными выведен отечественный коронавирус, который ни в чем не уступает зарубежным аналогам»; «Плохая новость. Говорят, что к осени коронавирус мутирует и надо будет мыть и ноги»); привлечение внимания к какой-либо личности, компании, проекту или движению («хайп») («Леонид Рашаль – чеснок эффективное средство профилактики коронавируса»); «Вчера в 2 ночи мне позвонили и предупредили, что сегодня, в пятницу, в 23:00, начнется распыление по территории Москвы, Ленинграда и ряда крупных городов отравы, которая повлечет за собой массовые смерти населения в течение последующих недель и месяца. Нужно закрыть все окна и отверстия проникновения воздуха. Не включать даже кондиционеры. Необходимо закупить тиосульфат натрия в ампулах только одного производителя»); извлечение выгоды (политической, коммерческой и др.) («пиво и алкоголь убивает ковид»; «выпей 100 водки и не заболеешь»; «диоксид хлора спасает от вирусов»; «нанесение кунжутного масла на все тело может защитить от SARS-CoV-2»); дискредитация оппонентов и конкурентов («эти врачи нарочно заражают пациентов ковидной под видом тестов»; «китайская вакцина от коронавируса... сама заражена коронавирусом»); дискриминация по какому-либо признаку («моча беременных женщин 100% защитит от коронавируса, девственниц просьба не беспокоиться»); повышение трафика и притока пользователей на сайт с ярким заголовком («Россия выпустила более чем 500 львов на улицы, чтобы заставить граждан сидеть дома во время пандемии»; мошенничество с целью заставить пользователя перевести денежные средства («фишинг») («из-за коронавируса нам пришлось отложить поставку. Поэтому мы предлагаем новые инструкции. Незамедлительно откройте вложенный файл»); хакерская атака, когда в ссылку с

ярким заголовком вшит вирус, заражающий компьютеры пользователей и ворующий личные данные, которые затем используются для вымогания средств, получение экономической выгоды («ВНИМАНИЕ. ПРЕДЛОЖЕНИЕ ОГРАНИЧЕНО, ТОЛЬКО СЕГОДНЯ бесплатный семинар по профилактике коронавируса»); нагнетание обстановки с прогнозированием последствий по деструктивному сценарию («Центр по контролю и профилактике заболеваний создал систему управления, которая координирует все медико-санитарные процедуры и действия, направленные на решение проблемы с эпидемией вируса в рамках не только территории США, но и всего мира. Пройди по ССЫЛКЕ, чтобы ознакомиться с последними случаями заражения и смертей в твоём регионе») и др. [Кошкарова, 2020, с. 80; Суходолов, 2017, с. 93; Allcott, Gentzkow, 2017, с. 213].

С учетом указанных критериев криминогенные «фейковые новости» можно определить как распространяемая под видом достоверных сообщений заведомо ложная информация об обстоятельствах, представляющих угрозу жизни и безопасности граждан, и (или) о принимаемых мерах по обеспечению безопасности населения и территорий, приемах и способах защиты от указанных обстоятельств либо заведомо ложная общественно значимая информация.

Иными словами, «фейковые новости» – это заведомо ложная информация о значимых для безопасности аудитории фактах, обстоятельствах или событиях, распространяемая публично под видом достоверных сообщений.

Проверка достоверности сомнительного новостного сообщения осуществляется методом фактчекинга, под которым понимается проверка фактов, когда выявляются соответствия или несоответствия между существующими в реальности фактами или событиями и публикуемыми о них сведениями (информации).

Основным этапом фактчекинга как процедуры проверки текста на достоверность сообщаемой информации является анализ медиатекста на предмет наличия или отсутствия маркеров фейкинга [Стернин, Шестернина, 2020, с. 3].

Трудность в детектировании фейкинга как речевого действия заключается в том, что заведомо ложное сообщение подается под видом достоверных сведений в форме утверждения о фактах или событиях, оформляемого с помощью соответствующих языковых средств. В связи с этим для выявления фейка необходимы специальные лингвистические знания, позволяющие выявить признаки фейковых новостей в случае сомнений в реальности утверждаемого [Манойло, 2020].

При этом утверждение в случае фейковой новости может быть как эксплицитным, так и имплицитным. Недостоверная информация, подаваемая под видом достоверного сообщения, может быть представлена в форме пресуппозиции («Врачи скрыли, что вместо “Спутника” людям кололи нечто, вызывающее ковид»; скрытого утверждения «в западных вакцинах от коронавируса есть тяжелые металлы, их можно определить с помощью тепловизора»), намек или оценочных суждений, содержащих эмоционально-экспрессивные оценки, субъективные мнения, которые нельзя верифицировать – проверить на соответствие или несоответствие действительности: «МАСКИ БУДУТ ПРОПИТАНЫ химикатом, НЕ НАДЕВАЙТЕ маски, БУДЬТЕ ОСТОРОЖНЫ!!!»; «НЕ ПОЗВОЛЯЙТЕ ДЕЛАТЬ ВАКЦИНУ, ЭТИМ ВЫ СЕБЕ ПОДПИШИТЕ СМЕРТНЫЙ ПРИГОВОР»; «Максимальный РЕПОСТ ПОЖАЙЛУСТА В КАЧЕСТВЕ РАСПРОСТРАНЕНИЯ – ВСТУПИТЕ В ГРУППУ И ПОСТАВЬТЕ КЛАСС И ПОДЕЛИТЕСЬ ЗАМЕТКОЙ О ПОБОЧКЕ ВАКЦИНЫ!; ПОКУПАЯ МАСКИ ты финансируешь ТЕРРОРИЗМ и ГЕНОЦИД собственного народа» [Галашина, 2019, с. 254].

Фейковые новости имитируют информативность на формальном уровне, а потому чаще всего представлены в жанре информационно-аналитической заметки.

Структура фейковой новости, обычно, не отличается от структуры обычной новостной заметки, содержащей актуальное сообщение о событиях, которое готовится оперативно по следам произошедшего и быстро становится неактуальным [Shoemaker, Cohen, 2006, p. 53].

Для жанра фейковых новостей, как правило, характерен прямой суммирующий (обобщающий) лид, который строится по формуле 5W&N, т.е. содержит ответы на вопросы «кто?», «что?», «где?», «когда?», «почему?» (англ. «Who?», «What?», «Where?», «When?», «Why?») и «как?» («How?»).

Основная функция заголовка фейковых новостей привлечение и задержка на себе внимание аудитории, что достигается обилием эмоционально-оценочной и экспрессивной лексики; тропов и стилистических приемов, таких как каламбур, ирония, сарказм, языковая игра и другие, а также при помощи графических средств («Коронавирус-разоблачение. Какую участь нам готовят врачи-убийцы. Кому они служат? Обществу или темным сатанистам из элиты?» «Волочкова отказалась от вакцинации от коронавируса, чтобы “не рисковать своим организмом”»; «ЧУДО-ЛЕКАРСТВО ОТ КОВИДА – поставки ограничены»; «ОТ ВАКЦИНЫ НА-

ЧИНАЮТ РАСТИ РОГА И ХВОСТ»; «ВАКЦИНА ПРОВОЦИРУЕТ БЕСПЛОДИЕ ЖЕНЩИН И ИМПОТЕНЦИЮ МУЖЧИН»).

Заголовки фейковых новостей характеризуются сенсационностью, содержат пугающую информацию, вызывающую страх, сильные эмоции; призыв к вниманию, предупреждение о важности информации и т.д. («ЧИТАТЬ ВСЕМ! Коронавирус в мире: домогательства в британских ковид-отелях и “спортивная одежда от ковида”»); «ВАЖНО! Коронавирус вызывает бесплодие», «НЕ ПРОПУСТИТЕ! Русский врач, работавший в Ухани, знает способы борьбы с Covid-19», «Наночерви живут в масках») [Стернин, Шестернина, 2020].

Активно задействованы эмоционально и экспрессивно окрашенные синтаксические конструкции: восклицательные предложения, риторические вопросы, предложения с обращениями, синтаксические повторы, инверсии («И как после этого можно не верить в глобальный контроль и теорию заговора!»); «ВЫ ПРОСПАЛИ – программа “Альянс ID2020” подразумевает ПОГОЛОВНУЮ чипизацию людей всей Земли посредством вакцин уже в нынешнем году!»; «Погибших намного больше!!!»; «ВРАЧИ – ИСПОЛНИТЕ СВОЮ ПРИСЯГУ, ЗАЩИТИТЕ НАС!»; «Нет, друзья мои, вся ситуация реальна! Китай – экспортер коронавируса в Америку и другие страны номер один???!»; «Это моя родина, это мой город, это мои соседи ВОЛОНТЕРЫ ГДЕ ВЫ Мы погибнем!; помощь нужна срочно!!! – номер счета карточки в личке»; «!!! Я делюсь лишь фактами, которые от нас скрывают доктора»; «ПОКА НЕ УДАЛИЛИ!! МАКСИМАЛЬНЫЙ ПЕРЕПОСТ!!!! – найдено лекарство от Covid-19 за один-два дня – иссык-кульский корень (аконит)»).

Фейковые новости, как правило, содержат актуальную информацию о произошедших, происходящих событиях или событиях, которые произойдут в ближайшем будущем, которая важна для аудитории именно в данный момент, способную вызывать сильные негативные эмоции, такие как страх, ненависть, напряженность, тревогу, растерянность («китайцы с помощью “белого порошка” заражают людей коронавирусом»; «по вагонам метро ходят индийцы и заражают людей новым штаммом коронавируса»; «НЕЛЬЗЯ ЦЕЛОВАТЬСЯ! Коронавирус держится в слюне еще месяц после заражения»).

Используются догадки и домыслы – выводы и суждения, в том числе негативно-оценочные, не основанные на каких-либо фактах, но преподносимые в такой форме, что в итоге они воспринимаются аудиторией как факты. Ссылка на источник информации

может либо отсутствовать, либо дается на анонимный источник, со слов якобы осведомленного человека, имя которого не сообщается, но может быть обозначено словосочетанием «с неопределенным референтным индексом» [Доценко, 1997, с. 78]: «анонимный источник сообщает»; «по сообщениям прессы»; «очевидцы утверждают»; «по данным комплексного исследования»; «стало известно»; «в Сети появилась информация»; «по сведениям из надежного источника».

Для создания у аудитории впечатления, что источником информации выступает осведомленное и компетентное лицо, может указываться социальный статус анонимного источника, место работы, должность, принадлежность к органам власти: «по словам представителя ФСБ»; «как утверждает сотрудник МВД»; «судья Верховного суда сообщил» и т.п.

Искажение действительного явления может проявляться в преувеличении второстепенных деталей, игнорировании наиболее существенных свойств, использовании импликатур, которые отсылают к тому, что подразумевается в высказывании, но не эксплицировано и строго не следует из него («Купит ли Турция российскую вакцину от коронавируса и кто проверит ее соответствие системе норм GLP?»: «Где купить лекарства от ковида или как фармкомпания нас обманывают»; «Президентская пилюля от индийского штамма Covid-19 – где достать!!!?»; «Кремлевская таблетка от ковида – только для избранных?!!»).

Отличительной чертой фейковых новостей выступают прямые (с использованием повелительного наклонения: «Пока не удалили распространите!», «Срочно перешлите друзьям!») или косвенные призывы к немедленному и максимально широкому распространению сообщения (с использованием модальных слов с семантикой долженствования: «это необходимо узнать всем»; «вам следует сообщить это всем знакомым» и т.п.).

К признакам фейкинга можно отнести создание эффекта присутствия и эффекта обманутого ожидания, обсуждение политических событий текущего периода на фоне широкого экстралингвистического контекста, использование исторических параллелей; «языка ненависти и вражды», эвфемизмов, выполняющих маскирующую (вуалирующую) функцию, служащую средством переосмысления явлений действительности и с целью речевого воздействия на адресата. За счет создания нейтральной или положительной коннотации эвфемизмы позволяют приукрасить или завуалировать информацию о реальном факте, выставить что- или кого-либо в

положительном или, напротив, отрицательном свете, побудить адресата посредством манипуляции к каким-либо действиям или бездействию.

В текстах фейковых новостей нередко используются неологизмы, эвфемизмы и слова с манипулятивной семантикой, т.е. такие слова, которые обладают экспрессивными, коннотированными или ассоциативными сопутствующими значениями и влияют на оценку описываемого события, явления или описываемой личности: («подцепить корону», «балконное гестапо», «цифровой концлагерь», «чипировать людей»; «скарантинить время»; «карантец», «карантинки» «карантикулы»; «нетабучая неделя»; «ковидод»; «вакцинавты», «коронавты»; «маски-шоу и перчаточник»; «корониалы в зуме»; «ковид-диссиденты», «ковигисты», «коронапофигисты»; «коронаудаленка»; «ковидный», «противоковидный», «ковидник», «ковидница»).

Отдельно необходимо обратить внимание на синграфемику (пунктуационное варьирование) (ВЫ ЗНАЛИ – ВАКЦИНА ВЫЗЫВАЕТ АУТИЗМ!!!!????!!!!) и супраграфемику (шрифтовое варьирование) (Вакцинированные УМРУТ!!!! ЧЕРЕЗ 2 года!!!! ГОТОВЬТЕСЬ КРЕМИРОВАТЬ их тела!!!) в оформлении фейковых новостей. Данные средства в основном используются для расстановки акцентов в тексте, формирования экспектаций и определенного восприятия текста.

## Заключение

В ходе исследования были проанализированы подходы к определению понятия «фейковые новости», выявлены специфические характеристики и основные лингвистические маркеры фейкинга, на основании анализа которых можно выявить заведомо ложный характер сообщаемой информации с использованием специальных юридико-лингвистических знаний.

Рассмотрены особенности законодательства Российской Федерации, направленного на противодействие распространению заведомо ложной (недостоверной) информации под видом достоверного сообщения о значимых для аудитории фактах или событиях.

Установлено, что для квалификации речевого деяния как фейкинга необходимо проанализировать весь комплекс диагностических признаков в их совокупности.

## Список литературы

- Галашина Е.И.* Актуальные проблемы борьбы с вредоносной для России и русского мира фейковой информацией в интернет-среде // Актуальные проблемы информационного противоборства в современном мире: вызовы и угрозы для России и Русского мира : материалы Международной научно-практической конференции. – Донецк : Донецкий национальный университет, 2019. – С. 253–255.
- Головацкая О.Е.* Значение и происхождение термина «Fake news» // Коммуникология. – 2019. – Т. 7, № 2. – С. 139–152. – DOI: 10.21453 / 2311-3065-2019-7-2-139-152. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=38506396>
- Доценко Е.Л.* Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. – Москва : ЧеРо : Издательство МГУ, 1997. – 342 с.
- Иссерс О.С.* Медиафейки: между правдой и мистификацией // Коммуникативные исследования. – 2014. – № 2. – С. 112–123.
- Казун А.Д.* Так ли страшен фейк? Ложные новости и их роль в современном мире // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2020. – № 4. – С. 162–175.
- Кошкарлова Н.Н., Бойко Е.С.* Фейк, я тебя знаю: лингвистические механизмы распознавания ложной информации // Политическая лингвистика. – 2020. – № 2(80). – С. 77–82. – DOI: 10.26170/pl20-02-08. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42767650>
- Манойло А.В.* Зарубежные научные подходы к исследованию «фейковых новостей» в мировой политике // Россия и современный мир. – 2020. – № 2(107). – С. 285–300. – DOI: 10.31249/rsm/2020.02.17
- Пономарев Н.Ф.* Фейковые новости в информационной войне // Филология в XXI веке. – 2019. – № 2(4). – С. 54–64.
- Стернин И.А., Шестернина А.М.* Маркеры фейка в медиатекстах. Рабочие материалы. – Воронеж : РИТМ, 2020. – 34 с.
- Суходолов А.П.* Феномен «Фейковых новостей» в современном медиапространстве // Евразийское сотрудничество: гуманитарные аспекты : материалы Междунар. науч.-практ. конф. – Иркутск, 2017. – С. 93–112. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=32574561>
- Суходолов А.П., Бычкова А.М.* «Фейковые новости» как феномен современного медиапространства: понятие, виды, назначение, меры противодействия // Вопросы теории и практики журналистики. – 2017. – Т. 6, № 2. – С. 143–169. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=28158099&>
- Allcott H., Gentzkow M.* Social media and fake news in the 2016 election // Journal of Economic Perspectives. – 2017. – N 31. – P. 211–236.
- Hornby A.* S. Oxford advanced learner's dictionary of current English. – Oxford : Oxford University Press, 1974. – 1055 p.
- Shoemaker P.J., Cohen A.A.* News around the world. Content, practitioners, and the public. – New York, 2006. – 409 p.

## References<sup>1</sup>

- Galyashina, E.I. (2019). Actual problems of combating fake information harmful to Russia and the Russian world in the Internet environment. In *Actual problems of information confrontation in the modern world: challenges and threats for Russia and the Russian world: Materials of the International Scientific and Practical Conference* (pp. 253–255). Donetsk: Donetsk National University.
- Golovatskaya, O.E. (2019). The meaning and the origin of «fake news» *Concept. Communicology*, 7(2), 139–152. DOI: 10.21453/2311-3065-2019-7-2-139-152
- Dotsenko, E.L. (2014). *Psychology of manipulation: phenomena, mechanisms and protection*. Moscow. CheRo, Moscow State University Publishing House.
- Issers, O.S. (2014). Mediafeiki: between truth and mystification. *Communicative research*, 2, 112–123.
- Kazun, A.D. (2020). Is a fake so scary? False news and their role in the modern world. *Monitoring of public opinion: economic and social changes*, 4, 162–175.
- Koshkarova, N.N., Boyko, E.S. (2020). Fake, I know you: linguistic mechanisms for recognizing false information. *Political linguistics*, 2(80), 77–82. DOI: 10.26170/pl20-02-08. Retrieved from: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42767650>
- Manoilo, A.V. (2020). Foreign scientific approaches to the study of «fake news» in world politics. *Russia and the modern world*, 2(107), 285–300. DOI: 10.31249/rsm/2020.02.17
- Ponomarev, N.F. (2019). Fake news in information war. *Philology in the XXI century*. 2(4), 54–64.
- Sternin, I.A., Shesternina, A.M. (2020). *Fake markers in media texts. Working materials*. Voronezh. RITM LLC.
- Sukhodolov A.P. (2017). The phenomenon of «fake news» in the modern media space. *Eurasian Cooperation: Humanitarian Aspects: Materials of Intern. scientific-practical conf.* (pp. 93–112). Irkutsk. Retrieved from: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=32574561>
- Sukhodolov, A.P., Bychkova, A.M., (2017). «Fake news» as a phenomenon of the modern media space: concept, types, purpose, counteraction measures. *Questions of theory and practice of journalism*, 6(2), 143–169. Retrieved from: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=28158099&>
- Allcott, H., Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31, 211–236.
- Hornby, A.S. (1974). *Oxford advanced learner's dictionary of current English*. Oxford: Oxford University Press.
- Shoemaker, P.J., Cohen, A.A. (2006). *News around the world. Content, practitioners, and the public*. New York.

---

<sup>1</sup> Здесь и далее библиографические записи в разделе References оформлены в соответствии со стилем «American Psychological Association» (APA) 6<sup>th</sup> edition.