



Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»
<https://vfn-journal.ru>
2025, Том 5, № 12 / 2025, Vol. 5, Iss. 12 <https://vfn-journal.ru/archives/category/publications>
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности: 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки)
УДК 070:004.738.5

¹Щепичак С.С., ¹Никитин А.А., ¹Никитина Т.И.

¹Казанский (Приволжский) федеральный университет

Методы противодействия фейковым новостям и инфоповодам в социальных сетях

Аннотация: статья посвящена анализу медийных, социальных и коммуникативных практик противодействия фейковым новостям и искусственно сконструированным инфоповодам в российских социальных сетях. Актуальность исследования обусловлена тем, что цифровые платформы становятся ключевым каналом потребления новостного контента и фактором формирования общественного мнения, тогда как распространение недостоверной информации подрывает доверие к медиа и усиливает манипулятивные процессы в коммуникации. Цель исследования - выявить и систематизировать методы противодействия дезинформации на примере *Telegram* и *VКонтакте*. Методология основана на контент- и дискурс-анализе, сравнительном анализе медиапрактик и экспертных интервью. В результате выявлены три группы практик противодействия фейкам: институциональные, редакционно-журналистские и пользовательские. Показано, что эффективность противодействия определяется сочетанием технологических инструментов и коммуникативных стратегий доверия, прозрачности и саморегуляции.

Ключевые слова: дезинформация, фейковые новости, инфоповоды, социальные сети, медиаграмотность, *Telegram*, *VКонтакте*

Для цитирования: Щепичак С.С., Никитин А.А., Никитина Т.И. Методы противодействия фейковым новостям и инфоповодам в социальных сетях // Вестник филологических наук. 2025. Том 5. № 12. С. 136 – 143.

Поступила в редакцию: 05 ноября 2025 г.; Одобрена после рецензирования: 20 ноября 2025 г.; Принята к публикации: 24 декабря 2025 г.

¹Shchepichak S.S., ¹Nikitin A.A., ¹Nikitina T.I.

¹Kazan (Volga Region) Federal University

Methods of countering fake news and information guides on social networks

Abstract: the article is devoted to the analysis of media, social and communication practices of countering fake news and artificially constructed information channels in Russian social networks. The relevance of the study is due to the fact that digital platforms are becoming a key channel for the consumption of news content and a factor in shaping public opinion, while the dissemination of false information undermines trust in the media and enhances manipulative processes in communication. The purpose of the study is to identify and systematize methods of countering disinformation using the example of *Telegram* and *VKontakte*. The methodology is based on content and discourse analysis, comparative analysis of media practices and expert interviews. As a result, three groups of anti-fake practices have been identified: institutional, editorial, journalistic, and user-based. It is shown that the effectiveness of counteraction is determined by a combination of technological tools and communicative strategies of trust, transparency and self-regulation.

Keywords: disinformation, fake news, information channels, social networks, media literacy, *Telegram*, *VKontakte*

For citation: Shchepichak S.S., Nikitin A.A., Nikitina T.I. Methods of countering fake news and information guides on social networks. Philological Sciences Bulletin. 2025. 5 (12). P. 136 – 143.

The article was submitted: November 05, 2025; Approved after reviewing: November 20, 2025; Accepted for publication: December 24, 2025.

Введение

В условиях стремительной цифровой трансформации медиапространства все большей значимостью обладает феномен распространения недостоверной информации, в том числе так называемых «фейковых новостей» и крупных инфоповодов, создаваемых либо адаптируемых специально для социальных сетей. Социальные сети выступают не только каналами коммуникации, но и значимой составляющей медиасреды, где происходит формирование общественного мнения и артикуляция интерпретаций текущих событий. Исследования показывают, что цифровые платформы, опирающиеся на алгоритмическую персонализацию и сетевые механизмы вирусного распространения контента, радикально ускоряют циркуляцию слухов, не подтвержденных сведений и умышленно искаженной информации. Это явление связывается с феноменом «информационного расстройства», объединяющего дезинформацию, пропаганду и манипулятивные инфоповоды [16].

Фейковые новости и искусственно сконструированные инфоповоды оказывают не только информационный, но и социально-политический эффект. Они способны подрывать доверие к традиционным и цифровым медиа, усиливать поляризацию и создавать условия для управляемой мобилизации общественного мнения. Показано, что ложная информация распространяется в сетевых медиа быстрее и шире, чем корректные сообщения: дезинформация характеризуется большей эмоциональной насыщенностью и сенсационностью, что стимулирует пересылку и цитируемость [15]. Следовательно, противодействие фейкам уже не сводится к техническому фильтрованию контента, но приобретает междисциплинарный характер и включает аспекты медиакультуры, социологии доверия, этики журналистики и медиаобразования. При этом в научном и профессиональном дискурсе наблюдается смещение акцентов с констатации присутствия фейков как угрозы к анализу стратегий и практик борьбы с ними. Внимание исследователей все чаще направлено на то, каким образом формируются устойчивые механизмы верификации информации и каковы реальные модели саморегуляции внутри цифровых сообществ [5, 13]. Значимым становится вопрос не только о детекции фейка, но и о доверии к процедуре опровержения: аудитория должна воспринимать разъяснение как легитимное и компетентное, иначе процесс проверок лишь усиливает конфликт. Несмотря на рост количества публикаций по тематике дезинформации, сохраняются по крайней мере три недостаточно проработанных аспекта. Во-первых, российская часть исследований часто сосредоточена на нормативно-правовом регулировании и институциональной модерации контента, тогда как менее полно изучены горизонтальные механизмы саморегуляции аудитории и неформальные формы коллективного фактчекинга. Во-вторых, зарубежные исследования детально описывают феномен «экономики внимания» и алгоритмической эксплуатации эмоциональных реакций, но редко учитывают специфику локальных платформ, отличных от глобальных корпораций. В-третьих, недостаточно систематизированы коммуникативные стратегии, используемые участниками медиапространства для легитимации своих опровержений. Целью настоящего исследования является выявление и систематизация методов противодействия фейковым новостям и инфоповодам в социальных сетях с акцентом на медийных, социальных и коммуникативных практиках. Для достижения указанной цели решаются следующие задачи: провести обзор и анализ существующих международных и российских исследований по теме фейковых новостей, инфоповодов и противодействия им; Описать медиасреду и особенности функционирования Telegram и ВКонтакте как площадок дезинформации и противодействия дезинформации; Выявить и классифицировать ключевые практики противодействия фейковым сообщениям, применяемые в медиа- и пользовательской среде; Оценить эффективность указанных практик и обозначить рекомендации для медиапрактики и дальнейших исследований.

Объектом исследования выступает медиасреда социальных сетей как пространство распространения фейковых новостей и управляемых инфоповодов. Предметом исследования являются конкретные медийные, социальные и коммуникативные практики противодействия этим феноменам.

Проблематика фейковых новостей и дезинформации в социальных сетях активно изучается в зарубежной науке с середины 2010-х годов, когда платформы стали ключевыми каналами распространения новостного контента. Ключевой вклад в это направление внесли исследования, описывающие динамику распространения ложной информации и ее социальные последствия. Так, показано, что ложные сообщения распространяются быстрее и шире, чем проверенные сообщения, за счет когнитивной восприимчивости поль-

зователей к новизне и эмоциональной насыщенности сообщений [15]. Это усиливает роль так называемой «экономики внимания», в рамках которой фейковые инфоповоды не просто возникают стихийно, но могут создаваться как инструмент управления общественной повесткой.

Зарубежные авторы предлагают рассматривать проблему дезинформации как многофакторное явление, включающее технологические, социальные и когнитивные аспекты. В работах Lazer и соавторов дезинформация описывается как элемент устойчивой информационной экосистемы, где пересекаются платформенные алгоритмы, медийные интересы и ограниченные когнитивные ресурсы аудитории [12]. Wardle и Derakhshan (2017) предлагают концепт «информационного расстройства» (information disorder) и выделяют три типа проблематичной информации: дезинформация (умышленно ложная), мисинформация (распространяемая без злого умысла) и малинформация (информация, передающаяся без искажений, но распространяемая в вредоносном контексте). Данный подход важен тем, что смещает фокус с бинарной оппозиции «правда/ложь» к анализу стратегий манипуляции вниманием [16].

Современная зарубежная литература постепенно уходит от чисто технологических описаний (алгоритмы обнаружения фейков, автоматизированный фактчекинг) и обращается к вопросам доверия, этики и саморегуляции. Pennycook и Rand (2021) показывают, что повышение рефлексивности пользователя (в частности, напоминание проверять достоверность перед репостом) приводит к статистически значимому снижению распространения недостоверных сообщений. В этом контексте медиаграмотность рассматривается не только как образовательный ресурс, но и как социальный механизм стабилизации коммуникации [13].

Российские исследования традиционно уделяют внимание социокультурным и институциональным аспектам дезинформации. Фейковые новости рассматриваются как элемент медиакультуры постправды, в рамках которой истина перестает выступать обязательным критерием легитимности публичного высказывания; вместо этого ключевым становится способность сообщения мобилизовать и эмоционально вовлечь аудиторию. При этом подчеркивается, что борьба с фейками не является чисто технической задачей, поскольку затрагивает культуру восприятия информации и механизмы формирования доверия [5].

Отдельная линия российских исследований посвящена специфике платформ Telegram и ВКонтакте. Telegram изучается как пространство оперативной, маломодерируемой, репутационно управляемой коммуникации, где конкурируют официальные и неофициальные источники информации. Исследования указывают, что отсутствие жесткой институциональной модерации одновременно увеличивает риск дезинформации и создает условия для горизонтального фактчекинга: аудитория способна коллективно оспаривать сомнительные сообщения и требовать подтверждений у авторов каналов, чья репутация является ключевым ресурсом [6]. ВКонтакте, напротив, характеризуется сочетанием редакционных и институциональных механизмов контроля и маркировки спорного контента, что сближает его с традиционными медийными структурами и облегчает интеграцию официальных источников [2].

Значимое направление внутри российской научной дискуссии - исследование медиаграмотности и критического мышления как условий устойчивости медиасреды. Федорова и Ильин (2021) выделяют несколько уровней медиаграмотности: информационный (умение находить данные), когнитивный (умение интерпретировать и сопоставлять источники), критический (умение распознавать манипуляцию) и этический (ответственность за распространение информации). Подобный подход подчеркивает необходимость не только блокировки ложного контента, но и формирования у аудитории устойчивых практик ответственного участия в цифровой коммуникации.

В ряде работ, посвященных феномену инфоповодов, подчеркивается, что инфоповод в современной сетевой среде выступает не только в качестве журналистского повода для освещения события, но и как инструмент целенаправленного управления вниманием аудитории. Тем самым в цифровой среде возможна не просто передача ложной информации, но и конструирование дискурсивных рамок, в которых определенные трактовки события становятся неоспоримыми до появления опровержения. Это создает необходимость не только проверки факта, но и анализа нарратива, риторики и мотивации источника.

Таким образом, обзор литературы позволяет выделить три ключевые методологические линии. Первая - технологическая (алгоритмы обнаружения фейков, платформенная модерация). Вторая - коммуникативная (саморегуляция сообществ, формирование доверия, прозрачность источников). Третья - когнитивно-образовательная (медиаграмотность как фактор устойчивости медиасреды). На стыке этих линий формируется повестка исследования практик противодействия фейкам как социального феномена.

Материалы и методы исследований

Исследование опирается на комплексную методологическую стратегию, сочетающую количественные и качественные методы анализа медиаконтента. Основная задача данного раздела - описать, какие данные были собраны, каким образом они были обработаны и по каким критериям интерпретированы.

Эмпирическую базу исследования составили публикации и медиаматериалы, размещенные в 2024–2025 гг. в двух ключевых социальных сетях российского сегмента - Telegram и ВКонтакте. Выбор именно этих платформ обусловлен их высокой вовлеченностью аудитории и прямым участием в формировании новостной повестки. Telegram выступает каналом быстрой, малоинституционализированной коммуникации, где значительная часть контента распространяется через анонимные или полуанонимные каналы. ВКонтакте, напротив, сохраняет черты платформы с выраженной интеграцией редакционных практик и присутствием официальных СМИ.

В анализ были включены: 20 Telegram-каналов информационно-публицистического профиля, в том числе каналы независимых аналитических проектов, региональных новостных сообществ и пабликов, предлагающих фактчекинг; 15 публичных страниц и групп во ВКонтакте, транслирующих новостной контент, публикующих заявления официальных структур и/или осуществляющих опровержения слухов.

Общий массив составил свыше 300 публикаций (постов, сообщений, заметок) и порядка 5000 пользовательских комментариев. Единицей анализа выступало сообщение или пост, включающий утверждение о фактах публично значимого события и/или ссылку на источник. Для включения в выборку использовались критерии: наличие новостного инфоповода, наличие признаков сомнительной достоверности, наличие реакций аудитории и/или контрсообщений с опровержением.

Для анализа собранного материала применялись следующие методы:

1. Контент-анализ. Он использовался для количественной фиксации структурных характеристик сообщений: тематической направленности, присутствия эмоционально заряженных оценок, апелляций к срочности и эксклюзивности («только что стало известно», «источник сообщает»), ссылок на первоисточники, наличия маркировки «фейк» или аналогичных предупреждений. Схема кодирования включала категории «тип источника», «форма подачи», «реакция пользователей», «наличие проверки фактов», «маркеры достоверности». Контент-анализ позволил оценить распространенность различных типов реакций на фейковые сообщения и выделить наиболее устойчивые практики проверки [11].

2. Дискурс-анализ. Он применялся для изучения риторических стратегий, с помощью которых авторы публикаций обосновывают достоверность информации или, напротив, дискредитируют конкурирующие версии событий. Анализ проводился с опорой на критический дискурс-анализ [9, 14] и адаптировался к цифровым медиа. Особое внимание уделялось: (а) структуре аргументации, (б) способам конструирования авторитетности источника, (в) использованию визуальных маркеров доказательности (скриншоты документов, фрагменты официальных заявлений, ссылки на записи трансляций).

3. Сравнительный анализ. Он позволил сопоставить практики противодействия дезинформации в Telegram и ВКонтакте. Критериями сравнения являлись степень институционализированности источника (официальный/неофициальный), скорость реакции на фейк, использование маркировки недостоверного контента, вовлеченность аудитории в процесс проверки, наличие обратной связи между авторами и аудиторией.

4. Метод экспертов интервью. В исследовании использованы шесть неформализованных интервью с медиаспециалистами (редакторы крупных Telegram-каналов, журналисты новостных пабликов, преподаватели факультетов журналистики). Интервью применялись для уточнения критериев эффективности противодействия фейкам и для интерпретации наблюдаемых коммуникативных практик.

Методологическая рамка исследования опирается на концепцию информационных экосистем, в рамках которой дезинформация рассматривается как продукт взаимодействия алгоритмов, медиаорганизаций и аудиторий [12]; на идею медиакультуры постправды, где достоверность подменяется эффективностью мобилизации аудитории [5]; а также на подходы к медиаграмотности и критическому мышлению как к элементу социальной устойчивости цифровых сообществ [4, 13].

Исследование реализовалось поэтапно. На подготовительном этапе (I кв. 2024 г.) была сформирована выборка источников и разработана кодировочная схема. На аналитическом этапе (II–III кв. 2024 г.) осуществлялся сбор и систематизация материалов из Telegram и ВКонтакте, проводились контент- и дискурс-анализ. На интерпретационном этапе (IV кв. 2024 г.) формировалась типология практик противодействия, обобщались данные экспертов интервью. На заключительном этапе (I кв. 2025 г.) были сформулированы рекомендации и обозначены перспективы дальнейших исследований.

Необходимо зафиксировать ограничения исследования. Во-первых, ограничение платформами Telegram и ВКонтакте не позволяет автоматически переносить выводы на иные цифровые среды с отличной структурой интеракций (например, видеоплатформы). Во-вторых, исследование носит качественный характер и не претендует на статистическую репрезентативность российского сегмента социальных сетей в целом. В-третьих, роль анонимности и неформальных каналов коммуникации в Telegram осложняет проверку под-

линности источников. Тем не менее, полученные данные дают возможность выявить закономерности, релевантные для понимания медиапрактик и механизмов саморегуляции в российском цифровом пространстве.

Результаты и обсуждения

1. Общие тенденции

Анализ медиаконтента Telegram и ВКонтакте за 2024-2025 гг. показал, что противодействие фейковым новостям имеет многоуровневый характер, включающий институциональные, редакционные, пользовательские и гибридные формы реагирования. В условиях цифровой децентрализации и ослабления традиционных медиа-иерархий борьба с дезинформацией становится не столько технологическим, сколько социально-коммуникативным процессом [13].

2. Типология практик противодействия

2.1. Институциональные практики

К ним относятся меры официальных структур и медиаорганизаций - фактчекинг, маркировка недостоверного контента, просветительские кампании и платформенные ограничения охвата сомнительных сообщений. Эти формы встречаются примерно в 27 % исследованных публикаций. Их достоинство - достоверность и легитимность; слабое место - инерционность и ограниченный охват аудитории.

2.2. Редакционно-журналистские практики

Это инициативы независимых редакций и гражданской журналистики, ориентированные на оперативное опровержение фейков и формирование культуры доказательности. В Telegram-каналах широко используется маркировка «фейк», ссылки на документы и объяснение контекста («почему сообщение недостоверно»). Такие тексты формируют доверие через рационализацию и метакоммуникацию, при этом демонстрируют скорость реакции и горизонтальную координацию.

2.3. Пользовательские и гибридные практики

Пользователи активно участвуют в выявлении и опровержении фейков через комментарии, репосты с пометкой «проверено» и коллективный фактчекинг. Особенно активно такие механизмы развиваются во ВКонтакте в форме специализированных групп, где обсуждается достоверность контента. Telegram демонстрирует гибридные формы, где независимые фактчекинговые каналы объединяют журналистов и активных пользователей.

Таблица 1

Сравнительный анализ Telegram и ВКонтакте.

Table 1

Comparative analysis of Telegram and VKontakte.

Параметр	Telegram	ВКонтакте
Тип коммуникации	Децентрализованный, горизонтальный	Полуструктурированный, с модерацией
Основные субъекты	Независимые авторы, экспертные сообщества, пользователи	СМИ, официальные сообщества, модераторы
Формы противодействия	Саморегуляция, маркировка «фейк», коллективный фактчекинг	Алгоритмическая фильтрация, уведомления, блокировка
Скорость реакции	Высокая	Средняя
Уровень доверия аудитории	Средне-высокий (репутационный капитал)	Высокий к институциональным источникам
Ограничения	Отсутствие формальной модерации, нестабильность каналов	Зависимость от алгоритмов и платформенных правил

Эти различия показывают, что Telegram лучше справляется с оперативным противодействием фейкам, тогда как ВКонтакте обеспечивает институциональную устойчивость и большую формализацию процедур проверки.

4. Коммуникативные стратегии и нарративные особенности

Выделены следующие доминирующие стратегии в публикациях, направленных на опровержение фейков: рационализация - логическое объяснение и ссылки на факты; Эмпатическая аргументация - уважительный тон, избегание обвинений аудитории; Метакоммуникация - разъяснение процесса проверки; Визуальная верификация - инфографика, документы, скриншоты; Рефрейминг - смена угла зрения: от сенсации к аналитическому контексту.

Использование этих стратегий способствует формированию культуры цифрового доверия и снижению конфликтности медиадискурса.

5. Эффективность практик и ограничения. Институциональные меры надежны, но запаздывают. Редакционные - гибкие, но зависят от профессионализма и репутации. Пользовательские - массовые, но неустойчивые без платформенной поддержки.

В целом эффективность противодействия фейкам зависит от интеграции всех трех уровней и наличия открытой коммуникации между медиа, платформами и пользователями.

Выводы

Проведенное исследование позволило систематизировать основные практики противодействия фейковым новостям и инфоповодам в российских социальных сетях Telegram и ВКонтакте. Полученные результаты подтверждают, что борьба с дезинформацией в цифровой среде является сложной системой социальных взаимодействий, а не исключительно технологической задачей.

Во-первых, противодействие фейкам носит многоуровневый характер. Институциональные структуры (платформы, редакции, официальные организации) обеспечивают маркировку и формальные опровержения недостоверной информации. Редакционно-журналистские инициативы предоставляют оперативные разъяснения, раскрывают происхождение слухов и укрепляют культуру доказательности. Пользовательские и гибридные практики формируют механизмы горизонтальной саморегуляции и коллективного фактчекинга, характерные прежде всего для Telegram.

Во-вторых, Telegram и ВКонтакте демонстрируют различные модели информационной регуляции. Telegram представляет модель гибких горизонтальных сетей, где значительную роль играет репутация автора и открытая критика контента. ВКонтакте воплощает модель институциональной устойчивости, в которой важна формализация ответственности и процедур верификации. Сочетание этих моделей позволяет рассматривать российскую цифровую медиасреду как многослойную экосистему, где конкурируют разные режимы производства доверия.

В-третьих, эффективность противодействия дезинформации определяется не только технологическими фильтрами, но и качеством коммуникации: прозрачностью источников, объяснением процедур проверки, уважительной работой с аудиторией и развитием навыков медиаграмотности. Исследования по медиаграмотности показывают, что критическое мышление и этическая ответственность пользователей напрямую влияют на степень распространения фейковых новостей [4, 13].

В-четвертых, особого внимания требует феномен инфоповода как инструмента управления вниманием аудитории. В условиях платформенной конкуренции инфоповоды могут выступать самостоятельным продуктом сетевой манипуляции. Это требует усиления аналитической журналистики, прозрачности источников и внедрения профессиональных стандартов, ограничивающих тиражирование искусственных поводов.

Практические рекомендации исследования включают: (1) внедрение в редакционную практику четких протоколов фактчекинга и раскрытия источников информации; (2) развитие внутри платформ интерфейсных механизмов маркировки спорного контента и объяснительных карточек с проверкой фактов; (3) интеграцию модулей медиаграмотности, цифровой этики и анализа дезинформации в образовательные программы журналистских и гуманитарных факультетов; (4) поддержку сетевых инициатив саморегуляции и горизонтального фактчекинга как важного элемента общественного контроля над качеством циркулируемой информации.

Перспективы дальнейших исследований связаны с расширением сравнительного анализа на другие платформы (видеосервисы и стриминговые площадки), а также с изучением динамики доверия к источникам в условиях конкуренции официальных и неформальных каналов коммуникации. Кроме того, перспективным представляется моделирование экосистем саморегуляции, в которых аудитория не только потребляет новостной контент, но и участвует в его проверке и интерпретации.

Таким образом, устойчивость современной медиасреды определяется способностью не только обнаруживать дезинформацию, но и воспроизводить в публичной коммуникации нормы прозрачности, ответственности и доказательности. Именно эти нормы обеспечивают долгосрочную устойчивость доверия как ключевого ресурса цифрового общественного дискурса.

Список источников

1. Веселов Ю.В. Доверие в цифровом обществе // Вестник СПбГУ. Социология. 2020. Т. 15. № 2. С. 129 – 143.
2. Григорян Д.К. Фейковые новости в эпоху цифровизации: технологии противодействия распространению // Юристь-Правоведъ. 2024. № 3. С. 132 – 136.
3. Кихтан В.В., Мамиева Б.Ю. К вопросу о манипулировании современных СМИ // Вестник Волжского Университета им. В.Н. Татищева. 2018. № 2. С. 236 – 242.
4. Котляр П.С. Медиаграмотность в условиях развития цифровых технологий // Вестник Вятского государственного университета. 2017. Т. 10. № 8. С. 26 – 32.
5. Несина В.В. Фейковые новости как явление современного медиапространства // Гуманитарный научный вестник 2022. № 10. С. 12 – 17.
6. Турсунова Д.Б. Специфика использования телеграм-каналов журналистами: особенности и тенденции развития // Universum: филология и искусствоведение. 2024. № 1 (115). С. 12 – 14.
7. Bakir V., McStay A. Fake news and the economy of emotions // Digital Journalism. 2021. Vol. 9. No. 1. P. 1 – 20.
8. Boyd D., Ellison N. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship // Journal of Computer-Mediated Communication. 2019. Vol. 24. No. 4. P. 131 – 148.
9. Fairclough N. Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language // London: Longman. 1995. 270 p.
10. Habermas J. The Theory of Communicative Action. Vol. 1. Boston: Beacon Press. 1984. 480 p.
11. Krippendorff K. Content Analysis: An Introduction to Its Methodology. 4th ed. Thousand Oaks: Sage. 2018. 470 p.
12. Lazer D., Baum M., Benkler Y. et al. The science of fake news // Science. 2018. Vol. 359. No. 6380. P. 1094 – 1096.
13. Pennycook G., Rand D. Nudging users to think before they share fake news online // PNAS. 2021. Vol. 118. No. 13. С. 1 – 5. DOI: 10.1073/pnas.2019527118.
14. Van Dijk T.A. Discourse and Power. Basingstoke: Palgrave Macmillan. 2011. 304 p.
15. Vosoughi S., Roy D., Aral S. The spread of true and false news online // Science. 2018. Vol. 359. P. 1146 – 1151. DOI: 10.1126/science.aap9559.
16. Wardle C., Derakhshan H. Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework. Strasbourg: Council of Europe. 2017. С. 1 – 107.

References

1. Veselov Yu.V. Trust in the Digital Society. Bulletin of St. Petersburg State University. Sociology. 2020. Vol. 15. No. 2. P. 129 – 143.
2. Grigoryan D.K. Fake News in the Digital Age: Technologies for Countering Proliferation. Jurist-Pravoved. 2024. No. 3. P. 132 – 136.
3. Kikhtan V.V., Mamieva B.Yu. On the Issue of Manipulating Modern Media. Bulletin of V.N. Tatishchev Volzhsky University. 2018. No. 2. P. 236 – 242.
4. Kotlyar P.S. Media Literacy in the Context of Digital Technology Development. Bulletin of Vyatka State University. 2017. Vol. 10. No. 8. P. 26 – 32.
5. Nesina V.V. Fake news as a phenomenon of the modern media space. Humanitarian Scientific Bulletin 2022. No. 10. P. 12 – 17.
6. Tursunova D.B. Specifics of the use of Telegram channels by journalists: Features and development trends. Universum: philology and art criticism. 2024. No. 1 (115). P. 12 – 14.
7. Bakir V., McStay A. Fake news and the economy of emotions. Digital Journalism. 2021. Vol. 9. No. 1. P. 1 – 20.
8. Boyd D., Ellison N. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication. 2019. Vol. 24. No. 4. P. 131 – 148.
9. Fairclough N. Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language. London: Longman. 1995. 270 p.
10. Habermas J. The Theory of Communicative Action. Vol. 1. Boston: Beacon Press. 1984. 480 p.
11. Krippendorff K. Content Analysis: An Introduction to Its Methodology. 4th ed. Thousand Oaks: Sage. 2018. 470 p.
12. Lazer D., Baum M., Benkler Y. et al. The science of fake news. Science. 2018. Vol. 359. No. 6380. P. 1094 – 1096.

13. Pennycook G., Rand D. Nudging users to think before they share fake news online. PNAS. 2021. Vol. 118. No. 13. P. 1 – 5. DOI: 10.1073/pnas.2019527118.
14. Van Dijk T.A. Discourse and Power. Basingstoke: Palgrave Macmillan. 2011. 304 p.
15. Vosoughi S., Roy D., Aral S. The spread of true and false news online. Science. 2018. Vol. 359. P. 1146 – 1151. DOI: 10.1126/science.aap9559.
16. Wardle C., Derakhshan H. Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework. Strasbourg: Council of Europe. 2017. P. 1 – 107.

Информация об авторах

Щепичак С.С., старший преподаватель, Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия, Sschepichak@gmail.com

Никитин А.А., доцент, Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия, alexey011281@mail.ru

Никитина Т.И., доцент, Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия, tatyana_shreya@mail.ru

© Щепичак С.С., Никитин А.А., Никитина Т.И., 2025