

УДК 004.056

Противодействие фейковым новостям в современном мире

Корниенко Светлана Владимировна — канд. техн. наук, доцент кафедры «Информатика и информационная безопасность»
Научные интересы: информационная безопасность, защита информации.
E-mail: sv.diass99@yandex.ru

Минеева Диана Дмитриевна — студент 2-го курса направления 10.05.03 «Информационная безопасность автоматизированных систем». Научные интересы: информационная безопасность, защита информации. E-mail: i4160@mail.ru

Петербургский государственный университет путей сообщения Императора Александра I, Россия, 190031, Санкт-Петербург, Московский пр., 9

Для цитирования: Корниенко С. В., Минеева Д. Д. Методика противодействия фейковым новостям в современном мире // Интеллектуальные технологии на транспорте. 2025. № 3 (43). С. 15–24. DOI: 10.20295/2413-2527-2025-343-15-24

Аннотация. В современном обществе в условиях нарастающей информационной войны с каждым годом все более актуальной становится проблема воздействия фейковой информации на общество. **Цель:** проследить основные механизмы воздействия ложной информации на человека и предложить методы противодействия. **Результаты:** приводится иерархическая классификация типов фейковых новостей. Выявлены и структурированы наиболее значимые причины психологического воздействия подобной информации на человека. Разработана система рекомендаций по противодействию недостоверной информации на уровне личности, общества и государства. **Практическая значимость:** проведенное исследование способствует повышению уровня психологической защиты граждан от опасных информационно-психологических воздействий.

Ключевые слова: информационная безопасность, информационно-психологическое воздействие, фейковая информация, противодействие фейковой информации

2.3.6 — методы и системы защиты информации, информационная безопасность (технические науки)

Введение

В условиях стремительной популяризации соцсетей и активного роста скорости распространения контента проблема дезинформации и фейковых новостей приобретает более острый характер, все чаще мы сталкиваемся с неконтролируемым потоком противоречивых новостных сообщений.

Так, по данным опроса, проведенного в феврале 2025 года АНО «Диалог Регионы», каждый пятый житель России сталкивается с фейковыми новостями как минимум один раз в неделю, каждый второй хотя бы раз попадался на ложную информацию, а каждый третий сталкивается с фейками

буквально каждый день, при этом 66 % респондентов признались, что хотя бы раз принимали за правду недостоверную или искаженную информацию, распространяемую в социальных сетях [1].

Наряду с этим дополнительную обеспокоенность вызывает рост распространения материалов, созданных с применением технологий искусственного интеллекта. Согласно данным Международной ассоциации по фактчекингу Global Fact-Checking Network (GFCN), только за первый квартал 2025 года в России количество выявленных фейковых новостей на 65 % превышает ана-

логичный показатель за весь 2024 год и более чем в 2,5 раза превосходит суммарное количество подделок, зафиксированных в 2023 году [2].

Такая динамика скорости распространения фейков обосновывает актуальность настоящего исследования: необходимость обновления представлений о феномене фейковых новостей как угрозы информационной безопасности.

Определение понятия «фейковая информация»

Фейковые новости представляют собой инструмент информационного воздействия, направленный на искажение как индивидуального, так и общественного сознания посредством манипулирования смыслами и интерпретациями содержания сообщений. Фейки позволяют создавать, изменять и обрабатывать рамки и правила поведения людей. В широком социальном контексте распространение дезинформации способствует трансформации социальных, политических и экономических представлений, формируя предвзятое восприятие идеологического оппонента. А в случае, когда объектом фейковой информации становятся конкретные компании, это ведет к подрыву деловой репутации, нарушению устойчивости функционирования организации и, как следствие, экономическим убыткам.

Термин «фейковые новости» в научной и общественной литературе превратился в контекстуально варьирующееся понятие. Данное явление определяется по-разному — от дезинформации, манипулятивного контента, сатирических сообщений, когнитивных искажений в восприятии информации до вмешательства иностранного государства в демократические процессы. Из-за отсутствия четкого определения правительство Великобритании, к примеру, в своем ответе на пятый доклад Комитета предложило разделить понятия «дезинформация» и «фейковые новости», закрепив за ними конкретные значения [3].

В Федеральном законе от 27 июля 2006 года № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» под фейковыми новостями подразумевается недостоверная общественно значимая информация, распростра-

няемая под видом достоверных сообщений, которая создает угрозу причинения вреда жизни и (или) здоровью граждан, имуществу, угрозу массового нарушения общественного порядка и (или) общественной безопасности либо угрозу создания помех функционированию или прекращения функционирования объектов жизнеобеспечения, транспортной или социальной инфраструктуры, кредитных организаций, объектов энергетики, промышленности или связи.

Это определение фиксирует две ключевые характеристики: имитацию достоверности и потенциальную опасность; поэтому представляется логичным рассматривать далее термин «фейковые новости», опираясь на него.

Классификация фейковых новостей

С целью прояснения понятийных границ и систематизации форм проявления фейковых новостей обоснованно обратиться к типологии, предложенной А. П. Суходоловым [4], в рамках которой он выделяет пять основных разновидностей:

1. В зависимости от соотношения достоверной и недостоверной информации:

- «новость» представляет собой ложь от начала до конца;
- «новость» содержит ложь на фоне в целом достоверной информации, представленной выборочно;
- в основе «новости» лежит реальное событие, отдельные фрагменты которого искажены.

2. В зависимости от достоверности обстоятельств времени и места произошедшего события:

- «новость» преподносит как новость правдивую информацию, имевшую место в прошлом;
- «новость» о событии, которое реально произошло в одном месте, преподносится как событие, произошедшее в другом.

3. В зависимости от состава лиц, упоминаемых в «новости»:

- «новость» содержит ссылку на якобы имевшее место высказывание публичного лица, размещенное от имени фейкового аккаунта;
- «новость» выставляет второстепенного участника события в качестве главного действующего лица;

- «новость», основанная на непроверенных показаниях лиц, якобы являвшихся свидетелями каких-либо событий.

4. В зависимости от целей создания и распространения:

- «новости», создаваемые и распространяемые с целью развлечения потребителя;

- «новости», создаваемые и распространяемые в целях достижения политических преимуществ;

- «новости», создаваемые в целях дискриминации лиц по признаку пола, расы, национальности, языка, происхождения, имущественного и должностного положения, места жительства, отношения к религии, убеждений, принадлежности к общественным объединениям, а также других обстоятельств;

- «новости», создаваемые и распространяемые в целях повышения интернет-трафика;

- «новости», создаваемые и распространяемые с целью мошеннического завладения денежными средствами и прочим имуществом потребителей;

- «новости», создаваемые в целях нанесения ущерба информации, хранящейся в компьютере пользователя;

- «новости», создаваемые и распространяемые с целью привлечения внимания к отдельной личности, компании, проекту или движению;

- «новости», создаваемые и распространяемые в целях манипуляции рынком или получения определенных преимуществ в экономической деятельности.

5. В зависимости от уровня восприятия достоверности:

- «новости», носящие явно фейковый характер;

- «новости», способные вызвать сомнение относительно их фейковости и побудить потребителей проверить полученную информацию;

- «новости», сфальсифицированные столь убедительно, что сомнений в их фейковости практически не возникает.

Классификация, предложенная А. П. Суходоловым, по сравнению с другими имеющимися, наиболее детально демонстрирует, что фейковые новости представляют собой не однородный феномен, а многоуровневую структуру, включаю-

щую различные механизмы искажения информации. Данный факт указывает на необходимость комплексного подхода к выявлению фейков и их оценке с учетом как содержательных параметров сообщения, так и коммуникативного контекста, в котором оно функционирует.

Информационно-психологическое воздействие фейковых новостей на человека

Для прояснения механизмов воздействия и определения потенциальных векторов противодействия дезинформации необходимо произвести анализ причин, обуславливающих склонность к ошибочному восприятию фейковых новостей в качестве достоверных.

Наиболее очевидной причиной является эмоциональность. Анализ массива научных источников показал, что в качестве ключевого фактора в данном контексте выступает взаимодействие эмоционального состояния субъекта и аффективного заряда, транслируемого самой новостью. Результаты исследований [5] подтверждают, что определяющее значение имеет не столько мотивационный посыл сообщения, сколько спектр и интенсивность вызываемых им эмоций.

Таким образом, восприимчивость субъектов к эмоциональному воздействию со стороны фейковых новостей обусловлена в значительной степени чрезмерной опорой на собственные эмоциональные реакции. Эмоциогенная аудитория не всегда владеет эмоциональным интеллектом, что затрудняет критическое осмысление информации, способность к проверке фактов и устойчивость к манипулятивному контенту.

Второй причиной является консерватизм структуры мозга. Согласно наблюдениям этолога Д. Морриса (D. Morris), изложенным в работе «Голая обезьяна», структура человеческого мозга с момента палеолита претерпела незначительные изменения, оставаясь адаптированной преимущественно к задачам выживания в условиях дикой природы, где приоритет отдавался способности быстро распознавать потенциальные угрозы. Такая консервативность структуры соответствует концепции

эволюционного несоответствия, согласно которой быстро меняющаяся современная среда вступает в конфликт с медленно эволюционировавшими механизмами восприятия и реагирования. Таким образом, отрицательные события и стимулы оказывают на субъект более сильное воздействие, чем позитивные [6].

Зачастую фейковые новости построены на сенсационных и тревожных сюжетах, что делает их особенно заметными и убедительными для человека. Эмоциональная нагрузка помогает таким материалам распространяться быстрее и восприниматься как более достоверные, особенно если человек опирается при оценке сообщений на «ощущение» вместо критического анализа [5].

Третьей причиной восприимчивости к фейковым новостям является низкий уровень доверия к окружающему миру. Хотя интуитивно предполагается, что недоверчивость способствует критическому мышлению и скептическому отношению к информации, исследования показывают, что низкий уровень доверия может, напротив, повышать восприимчивость к дезинформации [7]. Недоверие к официальным источникам и традиционным СМИ склоняет искать альтернативные каналы информации, включая социальные сети и мессенджеры, где распространение фейковых новостей особенно активно.

Четвертая причина, обуславливающая склонность к ошибочному восприятию фейковых новостей в качестве достоверных, связана с феноменом «пузыря фильтров». Современные цифровые платформы используют алгоритмы персонализации, которые адаптируют контент на основе предыдущих действий субъекта, его предпочтений и взаимодействий. Этот процесс приводит к формированию индивидуального медиaproстранства, в котором субъект попадает в состояние интеллектуальной изоляции — получает информацию, соответствующую существующим убеждениям, и реже сталкивается с альтернативными точками зрения. Кроме того, многократное повторение одних и тех же утверждений внутри «пузыря фильтров» приводит к иллюзорному эффекту правды: повторно встречаемые сообщения легче обрабатываются и

воспринимаются как более достоверные даже при отсутствии фактического подтверждения.

Таким образом, восприятие фейковых новостей тесно связано с эффектами подтверждения собственной позиции и ошибками систематической обработки информации, что подтверждают исследования в области когнитивной психологии Д. Канемана (D. Kahneman) и А. Тверски (A. Tversky).

Выделенные причины, обуславливающие склонность к ошибочному восприятию фейковых новостей как достоверных, подтверждают необходимость разработки комплексных мер противодействия, направленных на уменьшение эмоциональной восприимчивости при потреблении новостного контента.

Примеры типичных фейков

Рассмотрение понятия «фейк» как феномена современной культуры требует хотя бы краткого исторического обзора. Фейковая новость — не новинка современности, уже в Древнем Риме знали приемы искажения информации. С течением времени менялись каналы распространения, но мотивация и механика дезинформации сохраняют общие черты до сих пор: целенаправленность, эмоциональный резонанс и обход критического восприятия аудитории.

Во время борьбы за власть между Октавианом Августом и Марком Антонием, двумя влиятельными римскими военачальниками, возникло некое свидетельство — так называемое «завещание Марка Антония». Согласно распространенной версии, в документе содержались положения, затрагивавшие интересы Рима и его граждан (наделение союзников обширными землями, уступки восточным провинциям и т. п.).

Фейковая новость была направлена на подрыв репутации Марка Антония как защитника Римской республики, приписывая ему антигосударственные намерения. Также свою роль сыграли и предрассудки римлян — они опасались чрезмерного влияния восточных обычаев после кампаний Помпея; «завещание» усиливало эти страхи. Взаимодействие имеющихся эмоций населения и аффективного заряда, транслируемого самой но-

востью, усилила информационная компания — поддельный документ публично обсуждали перед Сенатом, раздавали списки «пунктов завещания» горожанам и легионерам.

Таким образом, эффективность воздействия обеспечивалась отсутствием альтернативных источников информации, невозможностью оперативного опровержения, высокой степенью доверия к официальным политическим структурам, взаимодействием имеющихся и кратковременных эмоций и массовым систематическим повторением тезисов «завещания» среди граждан и легионеров, то есть закреплением ложного послания в общественном сознании.

В результате Сенат лишил Марка Антония права командовать легионами, а широкие массы восприняли его как изменника родине. Ослабленный информационно и политически Марк Антоний утратил возможность эффективно сопротивляться, что привело к установлению единоличной власти Октавиана Августа, который, в свою очередь, утвердил себя в качестве защитника традиционных римских ценностей, одержав тем самым не только политическую, но и информационную победу.

Первое появление фейковых новостей в СМИ датируется 1835 годом. Тогда нью-йоркская газета The Sun выпустила серию из шести статей о «живых обитателях Луны»: человекоподобных созданиях с крыльями, единорогах и двуногих бобрах. Материалы сопровождалась подробными «наблюдениями» через «новейший телескоп» с ссылкой на «Эдинбургский научный вестник».

Газета, основанная лишь несколько лет назад, стремилась расширить читательскую аудиторию через сенсационные материалы, и, несмотря на абсурдность, публикации вызвали широкий общественный резонанс, чем значительно увеличили тираж газеты.

Эффективность воздействия «Лунного розыгрыша» обеспечивалась сочетанием нескольких взаимосвязанных факторов: возрастающая грамотность населения, стремление широкой аудитории к приобщению к научным достижениям и господствующее в то время высокое доверие к печатным изданиям, репутация которых считалась залогом

их выживания на рынке. Дополнительный эффект достоверности обеспечивала прямая отсылка к имени сэра Джона Гершеля, ведущего британского астронома того времени, и его «секретаря» Эндрю Гранта, что создавало иллюзию научного подтверждения каждой «сенсации». Также эмоциональный резонанс, возникший из-за взаимодействия ожидания обществом того времени научных открытий и сенсационного повествования, многократно усиливался за счет последовательного повторения тезисов о «лунных обитателях» в шести выпусках серии, что способствовало закреплению ложного нарратива в общественном сознании.

В результате меньше чем через месяц «Лунный розыгрыш» разоблачили, а общество стало более скептическим к слишком «удивительным» новостям. Другие газетные издания эпохи не последовали примеру The Sun, а укрепление профессиональных журналистских стандартов в последующие годы препятствовало массовому тиражированию подобных псевдонаучных сенсаций.

Оба рассмотренных случая демонстрируют базовые механизмы воздействия фейковых новостей: целенаправленное конструирование ложного нарратива, апелляция к доминирующим общественным ожиданиям и стратегическое использование источников доверия. Анализ подобных исторических примеров позволяет выделить ключевые направления методик противодействия фейковым новостям: формирование критического восприятия информации, повышение медиаграмотности, развитие механизмов верификации, способных оперативно опровергать ложную информацию.

В качестве более актуальных примеров можно рассмотреть несколько ярких случаев распространения фейковых новостей, связанных с деятельностью компании ОАО «РЖД», целью которых был подрыв деловой репутации, дестабилизация функционирования организации и экономические убытки.

В течение года псевдоаккаунт @ГендиректорРЖД, выдававший себя за О. В. Белозерова, систематически публиковал «заявления» о повышении зарплаты, об отмене выходных дней и о «новых указах» руководства, требовал «уважительного от-

ношения» к «главе корпорации» и угрожал дисциплинарными мерами за «непослушание».

Эффект достоверности обеспечивало имя Белозерова, создавая тем самым общественный резонанс, а обсуждения в СМИ и социальных сетях стимулировали дополнительное распространение дезинформации и подрывали репутацию компании.

В результате аккаунт заблокировали, почти всю информацию о нем удалили, оставив в медиапространстве лишь две статьи об инциденте, одна из которых опубликована на портале «ВГудок».

Наряду с официальным отраслевым изданием «Гудок» существует интернет-ресурс «ВГудок», отличающийся постоянным негативным фоном повествования. Несмотря на невысокую посещаемость, в нем регулярно публикуются «сенсационные» материалы о «кризисе внутри РЖД», «финансовых злоупотреблениях» и «сокрытии аварийных ситуаций». При этом значительная часть новостных заметок основывается на непроверенных источниках или слухах, что позволяет редакции удерживать темп подачи «контент-шума», но одновременно с этим формирует у узкой аудитории искаженное представление о состоянии дел в компании.

Более яркий пример — целевые мошеннические атаки, направленные на сотрудников и руководителей ОАО «РЖД». Злоумышленники создавали в социальных сетях фейковые аккаунты, используя либо общедоступную информацию, либо материалы, полученные в результате взлома. Также отмечались случаи, когда с использованием инструментов социальной инженерии и искусственного интеллекта мошенники при звонках подделывали как голос, так и видеоизображение. Подобные «дипфейк-звонки» сопровождалась просьбами о переводе средств, раскрытии конфиденциальных данных или мобилизации персонала в нерабочее время.

Мошеннические действия охватили все подразделения ОАО «РЖД», что привело к временной дезорганизации работы и финансовым потерям. В качестве ответных мер организация оперативно реализовала комплекс противодействия: помимо информационно-разъяснительной работы с

сотрудниками, были задействованы технические контрмеры, включающие блокировку фальшивых аккаунтов.

ОАО «РЖД» — стратегически важная транспортная компания, которая в силу своего масштаба, публичности и социального значения нередко становится мишенью для информационных атак — целенаправленного распространения дезинформации, направленной на подрыв доверия к руководству, дестабилизацию внутренних процессов и причинение не только репутационного, но и экономического ущерба. В свою очередь, компания показывает важность своевременного информационного реагирования, использования технических и образовательных мер защиты.

На примере ОАО «РЖД» ясно, что указанные меры должны стать неотъемлемыми элементами стратегии устойчивости к фейковым новостям для корпоративных структур.

Методы противодействия фейковым новостям

Как было упомянуто ранее, фейковые новости представляют собой не однородный феномен, а многоуровневую структуру, включающую различные механизмы искажения информации. Склонность общественности воспринимать дезинформацию как достоверный контент объясняется эмоциогенностью, особенностями нейрокогнитивной обработки информации, низким уровнем доверия к официальным источникам и эффектом «пузырей фильтров», возникающих под воздействием алгоритмической персонализации новостных лент. Механизм противодействия должен включать не только анализ содержательных параметров сообщений, но и учет коммуникативного контекста, эмоциональной восприимчивости.

Анализ массива научных источников показывает, что зачастую меры противодействия фейковым новостям классифицируют по характеру воздействия, по субъекту и по направлению реализации.

По характеру воздействия меры разделяют на прямые и косвенные. Первые ориентированы на противодействие непосредственно фейковой информации посредством ее опровержения, стратеги-

ческого внедрения альтернативной сенсационной новости с целью отвлечения внимания либо путем введения технических и алгоритмических ограничений информационного пространства. Вторые, в свою очередь, направлены на предупреждение появления и распространения фейка. К ним относятся правовое регулирование, административный контроль, а также развитие медиаграмотности и критического восприятия информации у общественности.

В современных условиях борьба с дезинформацией осуществляется посредством комплекса технических, правовых и образовательных механизмов.

Под техническими мерами понимаются цифровые решения, направленные на верификацию контента, среди которых можно выделить анализ текстовых признаков, моделирование сетевых паттернов распространения информации, использование технологии блокчейн и инициативы локальных платформ.

К примеру, разработаны инструменты, которые автоматически проверяют ссылки на информационные ресурсы, анализируя заголовки и стилистические характеристики текста, или строят графы распространения сообщений в социальных сетях и сверяют их с хронологическими паттернами, характерными для ранее зафиксированных линий дезинформации [8]. Примером реализации подобных подходов служат системы Fake News Detector и Text Analytics Toolkit, использующие технологии машинного обучения и обработки естественного языка (NLP) для оценки достоверности контента.

Предлагаются и блокчейн-решения: новости записываются в неизменяемый реестр с временной меткой, что обеспечивает проверяемость источников и защиту оригинального содержания от несанкционированных изменений. Среди таких решений можно выделить международный проект News Provenance Project [9], реализуемый в партнерстве с IBM, и отечественную платформу TrueStory на базе Hyperledger.

Некоторые российские цифровые экосистемы внедряют собственные системы фильтрации недостоверного контента и алгоритмы раннего предупреждения пользователей. В частности, Mail.ru

Group, Telegram, «ВКонтакте» и «Яндекс Браузер» применяют модули автоматического анализа и маркировки сомнительных источников информации [10, 11].

Правовые меры включают законодательные инициативы, нацеленные на административное или уголовное наказание за распространение фейков. В России с 2019 года действуют Федеральные законы № 31-ФЗ и № 27-ФЗ, регламентирующие ответственность за распространение «заведомо недостоверной общественно значимой информации» в СМИ или онлайн. В марте 2022 года были внесены еще более строгие поправки в законы № 32-ФЗ и № 1-ФЗ: за распространение фейков и дискредитацию действий Вооруженных Сил Российской Федерации по новой статье УК РФ установлены штрафы до нескольких миллионов рублей и сроки до 15 лет, а также конфискация имущества. Однако стоит отметить, что председатель Комитета по государственному строительству и законодательству Павел Крашенинников подчеркнул, что основная цель данных штрафов — профилактическая, с этим и было связано их увеличение при доработке законопроекта [12].

Образовательные меры предполагают повышение медиаграмотности населения и развитие критического мышления. В России власти и некоммерческие организации (НКО) начали включать медиаграмотность в школьную программу. Так, Министерство просвещения Российской Федерации запустило масштабный проект по развитию медиаграмотности у школьников: ученикам преподают, как отделять правду от фейков, искать достоверные источники в интернете и работать с информацией. Уже открыты специальные классы в Москве, Петербурге, Тюменской, Калужской, Ульяновской областях, Ставропольском крае и других регионах [13]. Помимо этого, реализуются внеурочные курсы и интерактивные уроки: например, в 2023 году в Краснодаре начала работать первая в России «Школа медиаграмотности» для детей и взрослых — проект Лиги безопасного Интернета и Национального центра помощи детям [14]. Аналогичные курсы организуются и в университетах: факультеты журналистики вводят дисциплины по

борьбе с дезинформацией, а педагогические сообщества разрабатывают методики для преподавателей. Эти просветительские меры направлены на долгосрочное формирование у населения умения распознавать фейки и самостоятельно анализировать медийный контент.

По субъекту реализации противодействие фейковым новостям разделяется на государственные и частные. К первым относятся ранее упомянутые правовые и образовательные меры, такие как поправки в федеральные законы, включение медиаграмотности в школьную и вузовскую программы, государственные СМИ.

Вместе с тем в частном секторе развивается собственная медиаэкосистема фактчекинга. Ряд СМИ создали собственные сервисы проверки фактов или интегрировали их в новостные приложения. Например, ТАСС запустил проект «Проверка информации», сотрудничая с платформой «Яндекс Дзен» для оперативного оповещения о фейках. Независимые редакции публикуют расследования, исправления и аналитические материалы, направленные на разоблачение дезинформации. Индустрия фактчекинга в России постепенно формируется как устойчивый сегмент цифровой экосистемы.

В 2025 году ТАСС, АНО «Диалог Регионы» и «Мастерская новых медиа» создали Международную ассоциацию по фактчекингу Global Fact-Checking Network (GFCN), противодействующую распространению фейковой информации на межгосударственном уровне. Растет число негосударственных платформ, предоставляющих пользо-

вателям возможность направлять сомнительные материалы на проверку: проекты «Лапша Медиа», «Войнафейками.рф». Некоторые НКО, например АНО «Диалог» и Лига безопасного Интернета, проводят регулярные образовательные кампании по темам дезинформации.

Важно отметить, что государственные и негосударственные субъекты способны выполнять одни и те же задачи по противодействию фейкам. Тем не менее наибольшая эффективность достигается при условии межсекторального сотрудничества и тесной кооперации.

Таким образом, лишь посредством комплексной интеграции технических, правовых и образовательных механизмов противодействия фейковой информации, а также при тесном взаимодействии государственных и частных институтов возможно обеспечить достижение максимально эффективных результатов.

Заключение

В современных условиях мировой информационной войны проблеме противодействия фейковой информации уделяется большое внимание на всех уровнях общества. Построение системы рекомендаций как для отдельных граждан, так и для организаций, общественных групп и государства в целом является одной из приоритетных задач при обеспечении информационно-психологической безопасности российского общества.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Фейковая информация в России — кто верит лжи? // Global Fact-Checking Network. 2025. 15 апреля. URL: <http://globalfactchecking.com/fejkovaya-informacziya-v-rossii-kto-verit-lzhi> (дата обращения: 04.05.2025).
2. GFCN на Пятнадцатом Российском форуме по управлению интернетом (RIGF 2025) // Global Fact-Checking Network. 2025. 08 апреля. URL: <http://globalfactchecking.com/ru/gfcn-na-pyatnadczzatom-rossijskom-forume-po-upravleniyu-internetom-rigf-2025> (дата обращения: 04.05.2025).
3. Disinformation and “fake news”: Interim Report: Government Response to the Committee’s Fifth Report // UK Parliament. 2018. 23 October. URL: <http://publications.parliament.uk/pa/cm201719/cmselect/cmcumeds/1630/163002.htm> (дата обращения: 28.04.2025).
4. Суходолов А. П. Феномен «фейковых новостей» в современном медиапространстве // Евроазиатское сотрудничество: гуманитарные аспекты = Cooperation Eurasiatique: enjeux de societe: материалы Международной научно-практической конференции (Иркутск, Россия, 14–15 сентября 2017 г.). Иркутск: Изд-во Байкальского гос. ун-та, 2017. С. 93–112.

5. Martel C., Pennycook G., Rand D. G. Reliance on Emotion Promotes Belief in Fake News // *Cognitive Research: Principles and Implications*. 2020. Vol. 5. Art. No. 47. DOI: 10.1186/s41235-020-00252-3.
6. Bad Is Stronger Than Good / R. F. Baumeister, E. Bratslavsky, C. Finkenauer, K. D. Vohs // *Review of General Psychology*. 2001. Vol. 5, Iss. 4. Pp. 323–370. DOI: 10.1037/1089-2680.5.4.323.
7. Монтан К. Новые боги. Как онлайн-платформы манипулируют нашим выбором и что вернет нам свободу / пер. с нем. Е. Токовининой. М.: Individuum, 2023. 352 с.
8. Кораблина Т. В., Бабичева Н. Б., Гусев М. М. Использование графовой модели для описания распространения информации в социальной сети // *Вестник Сибирского государственного индустриального университета*. 2022. № 4 (42). С. 33–39. DOI: 10.57070/2304-4497-2022-4(42)-33-39.
9. The News Provenance Project. URL: <http://newsprovenanceproject.org> (дата обращения: 06.05.2025).
10. Проверено.Медиа — Фактчекинг на русском языке. URL: <http://provereno.media> (дата обращения: 06.05.2025).
11. Protect: безопасная работа в интернете. URL: <http://browser.yandex.ru/security> (дата обращения: 06.05.2025).
12. Что такое фейковые новости и как за них будут наказывать? // Официальный сайт Государственной Думы Федерального собрания Российской Федерации. 2019. 07 марта. URL: <http://duma.gov.ru/news/29982> (дата обращения: 06.05.2025).
13. Почтарук А. Минпросвещения занялось развитием медиаграмотности школьников // *Газета.Ru*. 2023. 27 ноября. URL: <http://www.gazeta.ru/tech/news/2023/11/27/21798355.shtml> (дата обращения: 06.05.2025).
14. В Краснодаре откроется первая в России Школа Медиаграмотности // *Лига безопасного Интернета*. 2023. 23 июня. URL: <http://ligainternet.ru/v-krasnodare-otkroetsya-pervaya-v-rossii-shkola-mediagramotnosti> (дата обращения: 06.05.2025).

Дата поступления: 10.07.2025

Решение о публикации: 06.08.2025

Countering Fake News in the Modern World

Svetlana V. Kornienko

— PhD in Engineering, Associate Professor of the Information Technology and IT Security Department. Research interests: information security, information protection. E-mail: sv.diass99@yandex.ru

Diana D. Mineeva

— 2nd year Specialist's Degree Student in 10.05.03 Information Security of Automated Systems specialism. Research interests: information security, information protection. E-mail: i4160@mail.ru

Emperor Alexander I St. Petersburg State Transport University, 9, Moskovsky ave., Saint Petersburg, 190031, Russia

For citation: Kornienko S. V., Mineeva D. D. Countering Fake News in the Modern World. *Intellectual Technologies on Transport*, 2025, No. 3 (43), Pp. 15–24. DOI: 10.20295/2413-2527-2025-343-15-24. (In Russian)

Abstract. *In the context of the escalating information warfare that characterises contemporary society, the issue of the impact of disinformation on society is becoming increasingly pressing on an annual basis. **Purpose:** to identify the primary mechanisms through which false information impacts an individual and to propose methodologies for counteracting such effects. **Results:** the paper provides a hierarchical classification of fake news types. The most significant causes of psychological impact of such information on an individual have been identified and structured. The development of a system of recommendations for counteracting inaccurate information at the individual, societal and state levels has been undertaken. **Practical significance:** the research conducted will contribute to an increase in the level of psychological protection of citizens from dangerous information-psychological influences.*

Keywords: *information security, information-psychological impact, fake information, counteraction to fake information*

REFERENCES

1. Fake News in Russia — Who believes in lies? *Global Fact-Checking Network*. Published online at April 15, 2025. Available at: <http://globalfactchecking.com/fake-news-in-russia-who-believes-the-lies> (accessed: May 04, 2025).
2. GFCN participation in the Fifteenth Russian Internet Governance Forum (RIGF 2025), *Global Fact-Checking Network*. Published online at April 08, 2025. Available at: <http://globalfactchecking.com/gfcn-participation-in-the-fifteenth-russian-internet-governance-forum-rigf-2025> (accessed: May 04, 2025).
3. Disinformation and “fake news”: Interim Report: Government Response to the Committee’s Fifth Report, *UK Parliament*. Published online at October 23, 2018. Available at: <http://publications.parliament.uk/pa/cm201719/cmselect/cmcumeds/1630/163002.htm> (accessed: April 28, 2025).
4. Sukhodolov A. P. Fenomen “feykovykh novostey” v sovremennom mediaprostranstve [The Phenomenon of “Fake News” in the Modern Media Space], *Evroaziatskoe sotrudnichestvo: gumanitarnye aspekty: materialy Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii [Eurasian Cooperation: Humanitarian Aspects: Proceedings of the International Scientific and Practical Conference]*, Irkutsk, Russia September 14–15, 2017. Irkutsk, Baikal State University Publ., 2017. Pp. 93–112. (In Russian)
5. Martel C., Pennycook G., Rand D. G. Reliance on Emotion Promotes Belief in Fake News, *Cognitive Research: Principles and Implications*, 2020, Vol. 5, Art. No. 47. DOI: 10.1186/s41235-020-00252-3.
6. Baumeister R. F., Bratslavsky E., Finkenauer C., Vohs K. D. Bad Is Stronger Than Good, *Review of General Psychology*, 2001, Vol. 5, Iss. 4, Pp. 323–370. DOI: 10.1037/1089-2680.5.4.323.
7. Montag C. Novye bogi. Kak onlayn-platformy manipuliruyut nashim vyborom i chto vernet nam svobodu [New Gods: How Online Platforms Manipulate Our Choices and What Will Give Us Back Our Freedom]. Moscow, Individuum, 2023. 352 p. (In Russian)
8. Korablina T. V., Babicheva N. B., Gusev M. M. Ispolzovanie grafovoy modeli dlya opisaniya rasprostraneniya informatsii v sotsialnoy seti [Using a Graph Model to Describe the Distribution of Information in a Social Network], *Vestnik Sibirskogo gosudarstvennogo industrialnogo universiteta [Bulletin of the Siberian State Industrial University]*, 2022, No. 4 (42), Pp. 33–39. DOI: 10.57070/2304-4497-2022-4(42)-33-39. (In Russian)
9. The News Provenance Project. Available at: <http://newsprovenanceproject.org> (accessed: May 06, 2025).
10. Provereno.Media. Available at: <http://provereno.media> (accessed: May 06, 2025). (In Russian)
11. Protect: bezopasnaya rabota v internete [Protect: safe work on the Internet]. Available at: <http://browser.yandex.ru/security> (accessed: May 06, 2025). (In Russian)
12. Chto takoe feykove novosti i kak za nikh budut nakazyvat? [What is fake news and how will they be punished?], *Ofitsialnyy sayt Gosudarstvennoy Dumy Federalnogo sobraniya Rossiyskoy Federatsii [Official website of the State Duma of the Federal Assembly of the Russian Federation]*. Published online at March 07, 2019. Available at: <http://duma.gov.ru/news/29982> (accessed: May 06, 2025). (In Russian)
13. Pochtaruk A. Minprosveshcheniya zanyalos razvitiem mediagramotnosti shkolnikov [The Ministry of Education is engaged in the development of media literacy of schoolchildren], *Gazeta.Ru*. Published online at November 27, 2023. Available at: <http://www.gazeta.ru/tech/news/2023/11/27/21798355.shtml> (accessed: May 06, 2025). (In Russian)
14. V Krasnodare otkroetsya pervaya v Rossii Shkola Mediagramotnosti [The first Media Literacy School in Russia will open in Krasnodar], *Liga bezopasnogo Interneta [Safe Internet League]*. Published online at June 23, 2023. Available at: <http://ligainternet.ru/v-krasnodare-otkroetsya-pervaya-v-rossii-shkola-mediagramotnosti> (accessed: May 06, 2025). (In Russian)

Received: 10.07.2025

Accepted: 06.08.2025