

МЕДИАКОММУНИКАЦИИ И ЖУРНАЛИСТИКА MEDIA COMMUNICATIONS AND JOURNALISM

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ
УДК 316.77; 070
DOI 10.20310/2587-6953-2022-8-2-324-332

Лингвобезопасность: антивакцинаторский медиадискурс в контексте аксиологических мировоззренческих трансформаций

Лидия Евгеньевна МАЛЫГИНА¹, Екатерина Сергеевна ПАВЛОВА² ✉

¹ФГБОУ ВО «Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова»
119991, Российская Федерация, г. Москва, Ленинские горы, 1

²АО «РусагроТранс»

107014, Российская Федерация, г. Москва, 2-я Боевская ул., 3

✉ epav1129@gmail.com

Аннотация. Рассмотрено влияние антивакцинаторского движения и его субстанциональных ценностных установок на пользователей социальных сетей в условиях пандемии COVID-19. Исследование было проведено на материалах социальных сетей ВКонтакте, Одноклассники, Telegram. Всего было проанализировано методом коммуникативного контент-анализа через моделирование количественных и качественных данных 2700 публикаций в период с 12 марта 2020 г. (начала пандемии) по 31 декабря 2021 г. При систематизации результатов использовался общенаучный описательный метод. Выявлены четыре дискурсивные практики антивакцинаторского медиадискурса, направляющие пользователей социальных сетей на восприятие определённого аспекта вакцинации и предполагающие различное обоснование стратегий сопротивления вакцинированию. В каждой дискурсивной практике представлены основные темы фейковых сообщений, также отмечены аргументативные модели антипрививочников в медиатекстах. Рассмотрена проблема оценки и интерпретации фактов в современном медиадискурсе. По результатам исследования сформулированы характерные черты сформировавшегося «цифрового партизанского медиадискурса», обозначены инструменты лингвобезопасности в социальных сетях. С целью охраны здоровья населения предложено сформировать программы по подготовке новых высокоспециализированных профессионалов, таких как «инфодемииолог», где в равной степени будут учитываться информационные и биологические аспекты общественного здравоохранения.

Ключевые слова: антивакцинаторство, фейки, дискурсивные практики, модели аргументации, лингвобезопасность, медиадискурс, ценностные установки

Для цитирования: Малыгина Л.Е., Павлова Е.С. Лингвобезопасность: антивакцинаторский медиадискурс в контексте аксиологических мировоззренческих трансформаций // Неофилология. 2022. Т. 8, № 2. С. 324-332. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-2-324-332>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная



Linguistic security: anti-vaccination media discourse in the context of axiological worldview transformations

Lidia E. MALYGINA¹, Ekaterina S. PAVLOVA² ✉

¹Lomonosov Moscow State University

1 Leninskie Gory, Moscow 119991, Russian Federation

²JSC "Rusagrotrans"

3 2nd Boyevskaya St., Moscow 107014, Russian Federation

✉ epav1129@gmail.com

Abstract. We consider the impact of anti-vaccination movement and its substantial value attitudes on social networks users in the context of the COVID-19 pandemic. The study is conducted on the materials of the social networks VKontakte, Odnoklassniki, Telegram. In total, 2700 publications are analyzed by the method of communicative content analysis through the modeling of quantitative and qualitative data from March 12, 2020 (the beginning of pandemic) to December 31, 2021. When systematizing the results, a general scientific descriptive method is used. Four discursive practices of the anti-vaccination media discourse have been identified, directing users of social networks to perceive a certain aspect of vaccination and suggesting different justification of vaccination resistance strategies. In each discursive practice, the main topics of fake messages are presented, and argumentative models of anti-vaccinators in media texts are also noted. The problem of evaluation and interpretation of facts in the modern media discourse is considered. According to the results of study, the characteristic features of the formed "digital guerrilla media discourse" are formulated, the tools of linguistic security in social networks are designated. In order to protect public health, it is proposed to form programs for the training of new highly specialized professionals, such as "infodemiologist", where information and biological aspects of public health will be equally taken into account.

Keywords: anti-vaccination, fakes, discursive practices, argumentation models, linguistic security, media discourse, value attitudes

For citation: Malygina L.E., Pavlova E.S. Lingvobezопасnost': antivaktsinatorskiy mediadiskurs v kontekste aksiologicheskikh mirovozzrencheskikh transformatsiy [Linguistic security: anti-vaccination media discourse in the context of axiological worldview transformations]. *Neophilologiya – Neophilology*, 2022, vol. 8, no. 2, pp. 324-332. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-2-324-332> (In Russian, Abstr. in Engl.)



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



Цель статьи – обозначить влияние антивакцинаторского движения и его субстанциональных ценностных установок на пользователей социальных сетей в условиях пандемии COVID-19, а в качестве задач, соответственно, выявление дискурсивных практик и аргументативных моделей антипрививочников.

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Теоретическую базу исследования составили работы по медиастилистике Н.И. Клу-

шиной, Л.Е. Малыгиной [1–3], исследования феномена фейков И.А. Стернина, А.М. Шестериной, С.С. Распоповой, Е.Н. Богдана, С.Н. Ильченко, О.С. Иссерс, А.П. Суходолова [4–8], исследования по моделям аргументации А.А. Тертычного, Г.В. Лазутиной, В.В. Тулупова, Л.Р. Дускаева [9–12] и аксиологической проблематики медиатекста В.И. Карасика, К.Р. Нигматуллиной [13–14]. Для исследования антипрививочного дискурса нами были выбраны следующие социальные сети: ВКонтакте, Одноклассники, Telegram,

как три социальные сети с наибольшим количеством фейковой информации и ошибочных суждений, касающихся коронавирусной инфекции, 41,5, 21,7 и 9,3 %, соответственно. Всего нами было проанализировано методом коммуникативного контент-анализа через моделирование количественных и качественных данных 2700 публикаций в период с 12 марта 2020 г. (начала пандемии) по 31 декабря 2021 г. При систематизации результатов использовался общенаучный описательный метод. В корпус анализируемых материалов включены не только сами посты в социальных сетях, но и комментарии к ним.

ВВЕДЕНИЕ

В условиях пандемии с марта 2020 г. цифровые медиа стали важной частью повседневной жизни, компании перевели на удалённую онлайн-работу сотрудников, школы перешли на онлайн-обучение, а также заказ продуктов и товаров, общение с близкими осуществлялся через Интернет. Новости о COVID-19 захватили информационную повестку, а социальные сети и блоги стали их основным источником для россиян. Согласно данным системы мониторинга и анализа СМИ Brand Analytics, в марте 2020 г. количество упоминаний о коронавирусе в день значительно превышало пик количества заболевших в день, который пришёлся на май 2020 г.¹ Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации в своём исследовании резюмировало, что аудитория сайтов традиционных СМИ в Интернете в период самоизоляции выросла суммарно на 150 миллионов человек благодаря росту интереса россиян к новостям, связанным с коронавирусом. Произошло «омедицивание» повседневной жизни². Толерантность к цифровой реальности стала компенсаторным эффектом неприятия и страха перед объективной реальностью. Наряду с эпидемией COVID-19 по миру главными угрозами стали «инфодемия» – актив-

ное распространение недостоверной, непроверенной информации о коронавирусной инфекции и «инфейкция» – влияние на аудиторию ложной информации о COVID-19. Генеральный директор ВОЗ Тедрос Адханом Гебрейесус объявил инфодемию главным врагом в борьбе с коронавирусом, с негативными последствиями которой призвал бороться. К таким последствиям относятся фейковые новости, дезинформация, догадки и конспирологические теории. Он подчеркнул, если на 20 процентов иммунизировать популяцию от слухов и фейков, это намного упростит лечение самой болезни (см.: [15]). Инфодемия способствовала экспансии информации, носящей яркий, скандальный, кликбейтный характер и не требующей её верификации, что привело к увеличению ещё большей социальной напряжённости в обществе. Начиная с января 2020 г. исследовательская группа «Мониторинг актуального фольклора» зафиксировала в российских социальных сетях почти два миллиона (точнее, 1951143) репостов слухов, псевдомедицинских советов, конспирологических трактовок новостей и панических предупреждений о так и не случившихся событиях. Все они были посвящены вирусу COVID-19 и борьбе с ним [16].

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В реалиях масштабной инфейкции обеспокоенной аудитории было сложно отличить данные, основанные на доказательствах, от слухов и полуподтверждённых теорий. Опираясь на исследования фейков И.А. Стернина и А.М. Шестериной, мы рассматриваем фейк в широком смысле (от англ. “fake” – «ложный», «неправильный», «не соответствующий действительности») как «ложную информацию, не соответствующую действительности, которая может быть результатом не только продуманного намерения автора, но и следствием его непреднамеренной ошибки, излишней доверчивости, слепого следования авторитетам автора» [4]. Авторы разделяют фейк и оценочное суждение, говоря, что термин «фейк» применим лишь к новости или сообщению, содержащему утверждение, а оценочное суждение выносится за пределы термина, так как человек имеет право на любую оценку, в том числе и ошибоч-

¹ Чёрный В. Этот 2020 – как мы прожили год пандемии. 31.12.2020. URL: <https://br-analytics.ru/blog/social-media-analytics-pandemic/> (дата обращения: 25.11.2021).

² В условиях пандемии Интернетом стали пользоваться 78 % россиян. 21.09.2020. URL: <https://www.interfax.ru/russia/727863> (дата обращения: 25.11.2021).

ную. С.С. Распопова и Е.Н. Богдан среди фейков отдельно выделяют «фактоиды» – описательную информацию, в которой нет достаточной полноты и точности в отображении действительности. К фактоидам, по их мнению, относятся версии, домыслы, слухи, которые не имеют никаких подлинных источников, подтверждающих информацию в публикации [5]. Здесь важно учитывать, как пишет Н.И. Клушина, дискурс массмедиа тенденциозен по определению. Авторская интенция направлена не на поиск некой объективной истины, а скорее на подтверждение своей позиции, которую он считает истинной [1].

Проверка любого утверждения связана не столько с процедурой фактчекинга (процедура проверки текста на достоверность сообщаемой информации), сколько с рассмотрением текста как дискурсивной единицы. Таким образом, в медиадискурсе аксиологический аспект выходит на первый план оценки и интерпретации фактов, используемых идеологемы и номинации [13]. В новой коронавирусной медиарациональности меняется понимание достоверности распространяемых сведений, характерными чертами которой становится не дефицит правды, а отсутствие лжи. Согласно исследованиям, дезориентированность аудитории в ситуации коронавирусного кризиса связана со стремлением в социальных сетях получать информацию, поддерживающую их мировоззрение и восприятие окружающей среды, искать аргументы, её подтверждающие, игнорировать информацию, с которой не согласны [17]. В цифровой культуре симулякров идентичность приобретает новое значение, можно говорить о появлении в современном мире «цифрового партизанского медиадискурса» – приверженности аудитории массмедиа какой-либо идее или мнению; равнодушии, эмоциональной преданности, характерной для людей, решительно поддерживающих что-либо или кого-либо в сети Интернет. Данный феномен способствовал массовому распространению недостоверной информации в период пандемии. В социальных сетях активно коммерциализировали инфодемию с целью привлечь большее количество пользователей к своему контенту, сделать его кликабельным.

Группы «Мониторинг актуального фольклора» РАНХиГС и НЦМУ «Центр междисциплинарных исследований человеческого потенциала» показали динамику распространения фейков в соцсетях с начала 2020 г. до середины мая 2021 г. Общий объём составил более 6 миллионов постов и репостов, содержащих различные фейки о коронавирусе. По результатам исследования видно, что инфодемия распространялась быстрее самого вируса COVID-19: массивная волна фейков была с середины февраля по конец марта 2020 г., когда было объявлено только о начале эпидемии, и количество заболевших было сравнительно невысоко³.

В соцсетях активнее всего конструировались фейки о вреде прививок. Когда в декабре 2020 г. в России стартовала вакцинация от коронавируса, вместе с тем произошёл всплеск активации антивакцинаторского дискурса. Слухи об опасности вакцины остаются востребованными в социальных сетях спустя год. По оценкам Brand Analytics, с ноября 2020 г. по октябрь 2021 г. в русскоязычных социальных сетях тема вакцин обсуждалась почти 33,8 миллиона раз. Лидером антипрививочного дискурса стала сеть «ВКонтакте». За последний год на долю площадки пришлось 41,5 % фейков о вакцинации среди всех популярных в России соцсетей. По итогам анализа Ассоциации интернет-технологов, здесь было создано 122 антивакцинаторских сообщества, включая группы и отдельные страницы с аудиторией более 200 тысяч человек. Учитывая, что антиваксеры могут состоять в нескольких группах одновременно, это, по меньшей мере, 24 миллиона подписчиков. В сети «Одноклассники» зафиксировано 21,7 % фейковой информации про прививки, 85 антивакцинаторских сообществ с 200 тысячами подписчиков с общим количеством пользователей почти 17 миллионов человек⁴.

В ходе исследования нам удалось выделить четыре дискурсивные практики анти-

³ Инфодемия в эпоху коронавируса. 07.06.2021. URL: <https://yandex.ru/company/researches/2021/covid-fakes> (дата обращения: 25.11.2021).

⁴ В России антипрививочники стали угрозой для миллионов людей. Почему они боятся вакцин и не верят в COVID-19. 24.12.2021. URL: <https://lenta.ru/articles/2021/12/24/antivaxers/> (дата обращения: 25.12.2021).

вакцинаторского медиадискурса, направляющие пользователей социальных сетей на восприятие определённого аспекта вакцинации и предполагающие различное обоснование стратегий сопротивления вакцинированию.

Первой по времени её появления стала **псевдомедицинская** дискурсивная практика, которая указывает на апелляцию к медицинским аргументам с тем, чтобы играть на поле врачебной власти, оспорить её монополию на описание вакцинации и её сугубо биологическое воздействие на человеческий организм. Среди самых популярных фейков здесь курсировали следующие темы (% – количество материалов на заданную тему от общего количества анализируемых единиц информации):

- вакцины вызывают бесплодие 47 %;
- вакцина приводит к смерти 39 %;
- вакцина изменяет ДНК 34 %;
- вакцина содержит abortированные эмбрионы, ртуть, графен 31 %;
- коронавируса не существует 19 %.

Для иллюстрации псевдомедицинской дискурсивной практики остановимся на самой популярной в ней теме бесплодия как побочного действия вакцины. Один из самых живучих фейков, который является абсолютной ложью, появился почти 40 лет назад. Информация, опубликованная о контрацептивной вакцине для диких животных, была очень критично воспринята представителями католической церкви в Европе. Религиозные противники абортации развернули кампанию против прививки, говоря, что человеческая вакцина от столбняка вызывает бесплодие у людей. Обоснованием этого стало содержание столбнячного токсина в животной прививке. Фейк стал настолько популярным, что ВОЗ пришлось проводить совместную пресс-конференцию с Ватиканом, чтобы разубедить людей⁵. Перерождению фейка во время пандемии способствовал стандартный процедурный вопрос, задающийся перед прививкой, планируют ли вакцинировать детей, поскольку вакцинация во время наступления беременности проводится относительно редко. Люди неправильно интерпретировали необходимость такого вопроса. Исследования показали, что вакци-

⁵ Бесплодие от вакцины стало новой фобией россиян. Откуда взялся этот миф? 19.01.2021. URL: <https://www.bfm.ru/news/463013> (дата обращения: 25.12.2021).

ны от COVID-19 не имеют тератогенного эффекта и не влияют на способность зачать ребёнка.

Следующая дискурсивная практика антивакцинаторского дискурса, которую мы выделяем, **конспирологическая**. Главными темами в материалах были:

- Билл Гейтс, Дональд Трамп, мировое правительство и «золотой миллиард» 78 %;
- при вакцинации чипируют людей 73 %;
- вышки 5G распространяют коронавирус 52 %;
- коронавирус распыляют с самолётов 51 %.

В качестве примера рассмотрим фейк о химтрейлах, который очень популярен в социальных сетях. Реактивные самолёты в небе оставляют следы, состоящие из конденсированной воды и льда. По мнению антиваксеров, это биологическое оружие. «А на самом деле нас травят с самолётов, люди заболевают химической пневмонией. Создали вакцинацию, в которой заложен вирус, и хотят, чтобы здоровые кололись. Если бы с самолётов не травили, не было бы ничего, никакого вируса, – пишет одна из активисток сообщества «НЕТ ПРИНУЖДЕНИЮ» в социальной сети Telegram Екатерина Танич. Другой пользователь, называющий себя Ночным Почтальоном, утверждает, что химтрейлеры – это не только биологическое оружие, но и климатическое, якобы им активно пользуется правительство Испании: «Наткнулся на одно видео, что самолётами они могут создавать искусственные облака, чтобы солнце отражалось – чтобы не было нагрева. За климат борются». Основой этого фейка стал отчёт Военно-воздушных сил США о климатических изменениях от 1996 г., в котором говорилось, что погода – это тоже оружие. Поскольку фейк активно публиковался в медиа ещё в 2015 г., комиссия Европарламента была вынуждена провести расследование и заявить, что информация полностью не соответствует действительности⁶. Здесь мы видим, также как и в псевдомедицинской дискурсивной практике, характер-

⁶ Newitz A., Steiner A. Here's Where the Chemtrail Conspiracy Theory Actually Came From. 24.09.2014. URL: <https://gizmodo.com/is-that-reflective-cloud-about-to-poison-you-and-change-1638680856> (accessed: 25.11.2021).

ную черту антивакцинаторского медиадискурса в целом – это рирайтинг старых фейков антипрививочников для новой вакцины против COVID-19. Можно предположить, что подобная стратегия несёт в себе коммерческий характер, фактор востребованности информации в социальных сетях определяет её уместность и необходимость независимо от качества предлагаемых материалов.

Третья дискурсивная практика – **паттерналистская**, связанная с опекунской риторикой по отношению к детям. Здесь главными темами недостоверных сообщений стали:

- вакцина вызывает аутизм 36 %;
- обязательная вакцинация беременных и детей без согласия родителей 31 %.

Примечательно, как пользователь социальной сети одним сообщением, которое является абсолютной ложью, запустил волну всех фейков разом в этой дискурсивной практике, спровоцировавшую огромное количество репостов. Впервые информация появилась в социальной сети ВКонтакте, опубликована была Асланом Гулиевым 21 ноября 2021 г. В сообщении мы находим традиционные маркёры фейков, анонимную атрибуцию, говорится о сотрудниках медицинских учреждений, представителях государственных и правоохранительных органов, пожелавших остаться неизвестными, также информацию, вызывающую сильный испуг и упоминание вакцины, которой не существует. В материале сообщалось, что с января 2022 г. в роддомах, школах и детсадах планируется использование новой партии вакцин «спутник5», «сарвак» и «спутник-лайт», прививки будут ставить принудительно без согласия родителей. Отмечалось, что препараты сделаны на основе абортированных эмбрионов. Подчёркивались необратимые последствия, риск возникновения деменции у детей.

Заключительная дискурсивная практика, которую мы отмечаем, является сквозной и для трёх других практик – это **законодательная практика**, в рамках которой происходит апелляция к правам человека, как попытка защитить граждан от институционального принуждения отдельных групп граждан вакцинироваться, риска остракизма. Часто происходит использование этой дискурсив-

ной практики не самостоятельно, в помощь при выстраивании аргументации.

Опираясь на исследования А.А. Тertyчного моделей аргументации, который выделял четыре основные модели аргументации в медиатекстах: 1) фактологическую – установление реальности чего-либо; 2) оценочную – установление значимости чего-либо; 3) гипотетическую – установление возможности чего-либо; 4) предписательную – установление необходимости чего-либо, можно сказать, что основной моделью аргументации антивакцинаторского дискурса стала оценочная модель. «Обосновываемая оценка всегда есть результат соотнесения качеств (характеристик) оцениваемого явления с определёнными критериями (нормами, образцами, эталонами, стандартами, потребностями личности, социальной группы, общества и т. д.). Именно поэтому в данном случае в тексте и должен, прежде всего, устанавливаться факт существования определённых качеств (характеристик) предмета оценки» [9]. В качестве аргументов в материалах используются уже сформулированные кем-то оценки (специалисты в конкретной теме). Здесь мы встречаемся со всеми видами фейков: недостоверный источник, несуществующее лицо; ненадёжный источник, заинтересованный в той или иной интерпретации информации; панический свидетель, источник, эмоционально вовлечённый в событие; непроверенный источник. При этом аудиторией социальных сетей и нарративы автора, и нарративы экспертов воспринимаются как абсолютно достоверные. Участники антивакцинаторских сообществ открыто игнорируют информацию, с которой не согласны, а её приверженцев подвергают агрессивному речевому воздействию и блокируют. Вторая модель аргументации по частоте использования в социальных сетях, «гипотетическая», связана с необходимостью обосновать предположение о возможности какого-либо явления. Учёный устанавливает причинно-следственную связь между существующими фактами, из которой вытекает (не вытекает) возможность некоего, пока не существующего события [12]. В качественных медиатекстах находящиеся во взаимосвязи реальные факты будут выступать основаниями для прогностических утверждений автора. Мате-

риалы социальных сетей антивакцинаторского дискурса строятся на фактоидах с целью дениалистического манипулирования, то есть скрытого призыва к отрицанию основных фактов и концепций, которые являются частью научного консенсуса по вопросу вакцинации [18].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Крупнейшие социальные сети и поисковые системы, такие как ВКонтакте, Яндекс, Twitter, Facebook, реализовали новые инструменты по борьбе с фейками, однако пока ни один из них не показал стопроцентного результата.

Платформа Яндекс Кью совместно с антропологами из группы «Мониторинг актуального фольклора» РАНХиГС и НЦМУ «Центр междисциплинарных исследований человеческого потенциала» провели исследование инфодемии. Они отмечают, что пользователи часто хотели именно проверить информацию, связанную с вакцинацией, но это касалось тем, которые имели практический характер для человека, например, [имеют ли право уволить за отказ от прививки от коронавируса], [может ли вакцина от коронавируса привести к бесплодию]. Ниже всего доля проверки в запросах про конспирологические фейки, например, про Билла Гейтса и «золотой миллиард». Поисковая система Яндекс выработала свою систему защиты пользователей от недостоверной информации. Теперь, когда пользователь задаёт запрос, который был выявлен в ходе исследования как ковидный фейк, он сразу видит опровержение⁷.

Российская социальная сеть ВКонтакте заявила, что правдивость публикуемой ин-

формации ими не проверяется. Сами пользователи посредством функции «пожаловаться» могут сообщить о недостоверной информации. В период пандемии модераторы стали удалять заведомо ложную информацию о коронавирусе и рекламу о чудодейственных средствах. Социальная сеть Twitter решила ввести маркировку с тремя степенями наносимого вреда: вводящая в заблуждение информация, спорные утверждения, непроверенные утверждения. Система ярлыков работает таким образом, что пользователь сможет перейти по ссылке на кураторскую страницу Twitter или внешний надёжный источник с дополнительной проверенной информацией. Facebook удаляет явно ложную информацию модераторами, компания сотрудничает с 55-ю агентствами, охватывающими 45 языков мира для проверки фактов. Также действует система маркировок.

Качество информации оказывает мощное влияние на психику людей, а порой может служить реальной угрозой как отдельным людям, так и нации в целом. Как мы видим, онтологический статус факта изменился, на первый план выходит его дискуссионная природа. Фактологическая аргументация становится настолько ненадежной, что без рассмотрения ценностей, которые стоят за представляемыми фактами, нельзя говорить о безопасности текста в целом. Лингвобезопасность становится актуальнейшей частью информационной безопасности. Процедура фактчекинга требует холистического подхода в обработке информации. С целью охраны здоровья населения важно сформировать программы по подготовке новых высокоспециализированных профессионалов, таких как «инфодемиолог», где в равной степени будут учитываться информационные и биологические аспекты при освещении тем общественного здравоохранения.

⁷ Инфодемия в эпоху коронавируса. 07.06.2021. URL: <https://yandex.ru/company/researches/2021/covid-fakes> (дата обращения: 25.11.2021).

Список источников

1. Клушина Н.И. Медиастилистика. М.: Флинта, 2018. 183 с.
2. Клушина Н.И. Стилистика интернет-текста. М.: Эдитус, 2019. 175 с.
3. Lebedeva S., Vakku G., Komarova N., Myshkina A., Malygina L. Non-fiction as Modern Format: Features of Formation and Modern Functioning in Russian Media // International E-Journal of Advances in Social Sciences. 2020. April. Vol. 6, issue 16. P. 16-22.
4. Стернин И.А., Шестернина А.М. Маркёры фейка в медиатекстах. Воронеж, 2021. 59 с.

5. *Распопова С.С., Богдан Е.Н.* Фейковые новости: информационная мистификация. М.: Аспект Пресс, 2018. 112 с.
6. *Ильченко С.Н.* Фейковая журналистика. Спецкурс. Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2019.
7. *Иссерс О.С.* Медиафейки: между правдой и мистификацией // *Коммуникативные исследования.* 2014. № 2. С. 112-123.
8. *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.
9. *Тертычный А.А.* Методы профессиональной деятельности журналиста. М.: ВК, 2011. 549 с.
10. *Лазутина Г.В., Распопова С.С.* Жанры журналистского творчества. М.: Аспект Пресс, 2011. 320 с.
11. *Тулупов В.В.* Моделирование в журналистике. Воронеж, 2010. 144 с.
12. *Дускаева Л.Р.* Диалогичность современных газетных текстов в аспекте речевых жанров. Пермь: Изд-во Перм. ун-та, 2003. 276 с.
13. *Человек и его дискурс – 6: дигитализация коммуникативных практик / отв. ред. М.Р. Желтухина.* Москва; Волгоград: ПринТерра-Дизайн, 2020. 330 с.
14. *Нигматуллина К.Р.* Ценность информации как предмет аксиологии журналистики // *Век информации.* 2016. № 2. С. 154-156.
15. *Завалишин А.Ю., Костюрина Н.Ю.* Вирусная информация: проблема достоверности в условиях пандемии // *Проблемы и перспективы социально-экономического развития России в XXI веке: сб. ст. по материалам Всерос. науч. заочной конф. Хабаровск: Хабаровский гос. ун-т экономики и права, 2020. С. 90-99.*
16. *Архипова А.С., Радченко Д.А., Козлова И.В., Пейгин Б.С., Гаврилова М.В., Петров Н.В.* Пути российской инфодемии: от WhatsApp до Следственного комитета // *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены.* 2020. № 6. С. 231-265.
17. *Пром Н.А.* Объективность-субъективность: амбивалентность концепта «медиафакт» // *Известия Волгоградского государственного педагогического университета.* 2018. № 10 (133). С. 89-95.
18. *Marchi R.* With Facebook, blogs, and fake news, teens reject journalistic «objectivity» // *Journal of Communication Inquiry.* 2012. Vol. 36. № 3. P. 246-262.

References

1. Klushina N.I. *Mediastilistika* [Mediastylistics]. Moscow, Flinta Publ., 2018, 183 p. (In Russian).
2. Klushina N.I. *Stilistika internet-teksta* [Internet Text Style]. Moscow, Editus Publ., 2019, 175 p. (In Russian).
3. Lebedeva S., Vakku G., Komarova N., Myshkina A., Malygina L. Non-fiction as modern format: features of formation and modern functioning in Russian media. *International E-Journal of Advances in Social Sciences*, 2020, April, vol. 6, issue 16, pp. 16-22.
4. Sternin I.A., Shesternina A.M. *Markery feyka v mediatekstakh* [Fake's Markers in Media Texts]. Voronezh, 2021, 59 p. (In Russian).
5. Raspopova S.S., Bogdan E.N. *Feykovyye novosti: informatsionnaya mistifikatsiya* [Fake News: Information Hoax]. Moscow, Aspekt Press Publ., 2018, 112 p. (In Russian).
6. Ilchenko S.N. *Feykovaya zhurnalistika. Spetskurs* [Fake journalism. Special Course]. Moscow, Berlin, Direkt-Media Publ., 2019. (In Russian).
7. Issers O.S. Mediafeyki: mezhdu pravдой i mistifikatsiyey [Mediafake: between truth and hoax]. *Kommunikativnyye issledovaniya – Communication Studies*, 2014, no. 2, pp. 112-123. (In Russian).
8. Sukhodolov A.P., Bychkova A.M. «Feykovyye novosti» kak fenomen sovremennogo mediaprostranstva: ponyatiye, vidy, naznacheneye, mery protivodeystviya [Fake news as a modern media phenomenon: definition, types, role of fake news and ways of taking measures against it]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki – Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2017, vol. 6, no. 2, pp. 143-169. (In Russian).
9. Tertychny A.A. *Metody professional'noy deyatel'nosti zhurnalista* [Methods of Professional Activity of a Journalist]. Moscow, VK Publ., 2011, 549 p. (In Russian).
10. Lazutina G.V., Raspopova S.S. *Zhanry zhurnalistikogo tvorchestva* [Genres of Journalistic Creativity]. Moscow, Aspekt Press Publ., 2011, 320 p. (In Russian).
11. Tulupov V.V. *Modelirovaniye v zhurnalistike* [Modeling in Journalism]. Voronezh, 2010, 144 p. (In Russian).

12. Duskayeva L.R. *Dialogichnost' sovremennykh gazetnykh tekstov v aspekte rechevykh zhanrov* [Dialogical Nature of Modern Newspaper Texts in Terms of Speech Genres]. Perm, Perm State University Publ., 2003, 276 p. (In Russian).
13. Zheltukhina M.R. (executive ed.). *Chelovek i ego diskurs – 6: digitalizatsiya kommunikativnykh praktik* [Man and His Discourse – 6: Digitalization of Communicative Practices]. Moscow, Volgograd, PrinTerra-Design Publ., 2020, 330 p. (In Russian).
14. Nigmatullina K.R. Tsennost' informatsii kak predmet aksiologii zhurnalistiki [The value of information as a subject of axiology of journalism]. *Vek informatsii – Age of Information*, 2016, no. 2, pp. 154-156. (In Russian).
15. Zavalishin A.Y., Kostyurina N.Y. Virusnaya informatsiya: problema dostovernosti v usloviyakh pandemii [Viral information: the problem of reliability in a pandemic]. *Sbornik statey po materialam Vserossiyskoy nauchnoy zaochnoy konferentsii «Problemy i perspektivy sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiya Rossii v XXI veke»* [Collection of Works Based on the Proceedings of the All-Russian Scientific Correspondence Conference “Problems and Prospects for the Socio-Economic Development of Russia in the 21st Century”]. Khabarovsk, Khabarovsk State University of Economics and Law Publ., 2020, pp. 90-99. (In Russian).
16. Arkhipova A.S., Radchenko D.A., Kozlova I.V., Peygin B.S., Gavrilova M.V., Petrov N.V. Puti rossiyskoy infodemii: ot WhatsApp do Sledstvennogo komiteta [Specifics of infodemic in Russia: from Whatsapp to the investigative committee]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskiye i sotsial'nyye pereмены – Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*, 2020, no. 6, pp. 231-265. (In Russian).
17. Prom N.A. Ob'ektivnost'-sub'yektivnost': ambivalentnost' kontsepta «mediafakt» [Objectivity-subjectivity: the ambivalence of the concept of “media fact”]. *Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta – Izvestia of the Volgograd State Pedagogical University*, 2018, no. 10 (133), pp. 89-95. (In Russian).
18. Marchi R. With Facebook, blogs, and fake news, teens reject journalistic «objectivity». *Journal of Communication Inquiry*, 2012, vol. 36, no. 3, pp. 246-262.

Информация об авторах

Малыгина Лидия Евгеньевна, доктор филологических наук, профессор Высшей школы (факультета) телевидения, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, г. Москва, Российская Федерация, ORCID: 0000-0002-0056-8160, Researcher ID: D-6901-2019, admlikbez@gmail.com

Вклад в статью: концепция исследования, идея и дизайн исследования, научное консультирование, общая концепция статьи, написание части текста и редактирование статьи, окончательное одобрение рукописи.

Павлова Екатерина Сергеевна, руководитель блока внутренних коммуникаций, АО «Русагротранс», г. Москва, Российская Федерация, ORCID: 0000-0001-7644-1564, epav1129@gmail.com

Вклад в статью: анализ литературы, подбор первичного материала, изучение источников, сбор и анализ данных, обработка результатов исследования, написание части текста и оформление статьи.

Конфликт интересов отсутствует.

Статья поступила в редакцию 03.01.2022
Одобрена после рецензирования 16.03.2022
Принята к публикации 24.03.2022

Information about the authors

Lidia E. Malygina, Doctor of Philology, Professor of Higher School (Faculty) of Television, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation, ORCID: 0000-0002-0056-8160, Researcher ID: D-6901-2019, admlikbez@gmail.com

Contribution: study conception, study idea and design, scientific consulting, study main conception, manuscript part drafting and editing, final manuscript approval.

Ekaterina S. Pavlova, Head of Internal Communications Block, JSC “Rusagrotrans”, Moscow, Russian Federation, ORCID: 0000-0001-7644-1564, epav1129@gmail.com

Contribution: literature analysis, source material acquisition, sources study, data acquisition and analysis, research results processing, manuscript part drafting and design.

There is no conflict of interests.

The article was submitted 03.01.2022
Approved after reviewing 16.03.2022
Accepted for publication 24.03.2022