



DOI: 10.19181/inter.2025.17.3.2
EDN: ZQUXKW

«Очернить светлое и чистое, обелить темное и грязное»: представления россиян о потенциальных рисках фейковых новостей¹

Ссылка для цитирования:

Казун А.Д. «Очернить светлое и чистое, обелить темное и грязное»: представления россиян о потенциальных рисках фейковых новостей // Интеракция. Интервью. Интерпретация. 2025. Т. 17. № 3. С. 35–54. <https://doi.org/10.19181/inter.2025.17.3.2> EDN: ZQUXKW

For citation:

Kazun A. D. (2025) "To Tarnish the Pure and Illuminate the Tainted": Russian Perceptions of the Potential Risks of Fake News. *Interaction. Interview. Interpretation*. Vol. 17. No. 3. P. 35–54. <https://doi.org/10.19181/inter.2025.17.3.2>



Казун Анастасия Дмитриевна

Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»,
Москва, Россия
E-mail: adkazun@hse.ru

В статье обсуждаются результаты исследования представлений россиян о возможных социальных последствиях распространения фейковых новостей. Изучение обыденных представлений о подобных рисках является важным, поскольку такие убеждения имеют реальные последствия и могут формировать поведение. В ходе полуструктурированных интервью (119 интервью, 2024 год) информанты проблематизировали распространенность фейковых новостей в современном мире и описывали широкий спектр возможных негативных последствий дезинформации, которые можно условно разделить на три группы угроз для общественной жизни: угрозы социальной солидарности; риски, связанные с индивидуальным благополучием; воздействие на функционирование социальных институтов. В первом случае речь идет об опасности политической дестабилизации, возникновения межгрупповых и межличностных конфликтов. Угрозы индивидуальному благополучию понимаются

¹ Исследование поддержано Российским научным фондом (РНФ), грант № 23–78–01206 // Российский научный фонд. URL: <https://rscf.ru/project/23-78-01206/>

информантами как риски недостоверной информации для ментального и/или физического здоровья людей. Негативное влияние фейковых новостей на функционирование социальных институтов (например, медиасферу, институт выборов) обсуждается информантами менее интенсивно и менее эмоционально. Можно предположить, что информанты, оценивая последствия фейковых новостей, используют уже готовые шаблоны отношения к возможным рискам, к которым относятся сценарии паники («нас пугают»), раскола («нас хотят поссорить») и манипуляции. Представления информантов о рисках дезинформации формируются на пересечении личного опыта переживания значимых событий последних лет (пандемия COVID-19, начало специальной военной операции, экономические колебания), публичных дискуссий, которые предоставляют язык для осмысления проблемы и формируют уверенность в высокой распространенности фейков, а также более общих социально-культурных тенденций, к которым относятся распространение терапевтической культуры, поляризация и фрагментация общества. В целом представления о последствиях фейковых новостей являются контекстуальными и часто описываются на примере текущих событий.

Ключевые слова: фейковые новости; дезинформация; потребление новостей; доверие к медиа; релятивизм фактов; медиаэффекты

Введение

Недостоверная информация играла заметную роль на протяжении всей истории человечества [Taylor, 2013]. Однако после 2016 года данная проблема получила новое имя — фейковые новости², под которыми обычно понимается намеренно недостоверный информационный контент, поданный в новостном формате [Egelhofer, Lecheler, 2019]. Тогда же этот вопрос начал активно обсуждаться как угроза для общества [Lazer et al., 2018].

В литературе рассматривается широкий спектр негативных эффектов, которые могут возникнуть в результате распространения дезинформации, похожей на новости. В частности, исследователи обращают внимание, что воздействие ложной информации способствует росту политического цинизма [Jones-Jang et al., 2021; Lee, Jones-Jang, 2024], ухудшению отношения к конкретным политикам [Dobber et al., 2020] и меньшей удовлетворенности состоянием демократии³ [Ross et al., 2022]. В контексте пандемии COVID-19 было выявлено, что фейковые новости влияют на общественное здоровье,

² Данный термин возник в контексте президентских выборов в США в 2016 году и очень быстро получил широкое распространение, став в 2017 году словом года по версии издательства Harper Collins. Более подробно концептуальные границы термина «фейковые новости», в том числе его отличие от других форм недостоверной информации обсуждались ранее в обзорной статье [Казун, 2020].

³ Nisbet E. C., Mortenson C., Li Q. (2021) The Presumed Influence of Election Misinformation on Others Reduces Our Own Satisfaction with Democracy. *Harvard Kennedy School Misinformation Review*. DOI: <https://doi.org/10.37016/mr-2020-59>



снижая готовность вакцинироваться [Ahmed et al., 2022] и неблагоприятно воздействуя на поведение людей [Greene, Murphy, 2021]. Разумеется, дезинформация и общественное обсуждение данной проблемы сказываются и на индустрии медиа. Дискуссия о фейковых новостях и восприятие дезинформации как распространенного явления [Dalen, 2019; Hameleers et al., 2022; Lee et al., 2023], а также обвинения медиа в трансляции фейков, поступающие со стороны политиков [Egelhofer et al., 2022], подрывают доверие к информационным ресурсам. Ощущение дезинформированности способствует чувству усталости от новостей и их избеганию [Hasell, Halversen, 2024]. Кроме того, связанный с дезинформацией антимедийный дискурс может провоцировать случаи насилия по отношению к журналистам [Mazzaro, 2023]. Таким образом, можно предположить, что фейковые новости угрожают различным сферам — политической, информационной, связанной со здравоохранением и т. д.

На первый взгляд потенциальные последствия распространения дезинформации делают особенно важным привлечение внимания к проблеме. Однако у общественной дискуссии относительно фейковых новостей есть свои темные стороны. Отдельные исследователи подчеркивают, что соответствующие обсуждения приобретают характер моральной паники [Carlson, 2020; Miró-Llinares, Aguerri, 2023]. В этой связи появляются призывы пересмотреть понимание фейков как угрозы [Miró-Llinares, Aguerri, 2023]. Отчасти возникновение подобной риторики можно объяснить превращением фейковых новостей в оружие (weaponization of fake news), когда соответствующий термин начинает использоваться для обвинения политических оппонентов с целью их дискредитации [Dehghan, Glazunova, 2021; Farkas, Schou, 2018; Tong et al., 2020]. В частности, в тогдашнем Twitter и сторонники, и противники Трампа использовали хештег #FakeNews для атаки на другую сторону, для усиления собственной позиции и запутывания проблемы [Berry et al., 2023]. Кроме того, политики могут использовать обвинения в распространении фейковых новостей, чтобы избежать скандалов. Причем такая стратегия оказывается более выигрышной, чем молчание или признание вины с последующими извинениями [Schiff et al., 2024]. Одновременно с этим, чрезмерное внимание к фейковым новостям в публичной сфере может привести к снижению доверия к достоверной информации [van der Meer et al., 2023]. В этом случае информационная кампания, направленная на борьбу с дезинформацией, будет иметь обратный эффект.

По способу влияния эффекты фейковых новостей можно разделить на два вида. Первый — непосредственное воздействие дезинформирующего контента, которое может приводить к формированию ложных убеждений и принятию решений на их основе. Как результат, это означает разрушение идеала информированного гражданина. Второй — ущерб могут наносить не сами фейки, а публичная дискуссия по данному вопросу и использование этого термина в качестве ярлыка, нацеленного на дискредитацию политических оппонентов или медиаресурсов. Во многом именно обсуждение фейковых новостей, а не ложная информация как таковая, подрывает доверие к институтам и политикам, приводя к распространению релятивизма фактов. Таким

образом, нужно разделять негативные эффекты фейков (прямое влияние) и негативные эффекты дискуссии о фейках (опосредованное влияние). В любом случае, значение имеет не сама информация, а убеждения, которые формируются на основе потребления новостей, как фейковых, так и достоверных, а также в ходе публичной дискуссии об опасности фейков.

Обыденное мышление (*common sense thinking*) представляет собой набор культурных рецептов, которые позволяют действовать, не прибегая к проверке каждого утверждения. А. Шюц описывал обыденное мышление как основной инструмент, необходимый для того, чтобы ориентироваться в повседневной реальности [Schütz, 1953; Gros, 2017]. Такие рецепты закрепляются коллективно, через межличностную коммуникацию и социальные институты, превращаясь в то, что кажется самоочевидным [Berger, Luckmann, 1966]. Поэтому ярлыки «правда», «ложь» и «фейк» выступают, прежде всего, первичными практическими сигналами, помогающими быстро сориентироваться в условиях информационного избытка. Соответственно, прежде чем бороться с дезинформацией, следует понять, какими повседневными знаниями люди уже располагают, как именно они сортируют информационные сообщения на свои и чужие, истинные и ложные, и какие опасения у них вызывает недостоверный контент.

Фейковые новости в общественном восприятии

Поскольку проблема фейковых новостей стала частью публичной дискуссии, у населения начали складываться свои воззрения относительно данного явления, которые нередко существенно отличаются от интерпретаций, предлагаемых академическим сообществом, журналистами или политиками. В частности, информационные ресурсы, которые не соответствуют взглядам индивида, могут маркироваться как распространители фейков. Например, в США либералы ассоциировали с фейковыми новостями Fox News, а консерваторы — CNN [van der Linden et al., 2020]. Примечательно, что такая политическая предвзятость наблюдается на обоих концах идеологического спектра [Ditto et al., 2018] и отражается на оценке достоверности информационных ресурсов [Stroud, Lee, 2013]. В целом, аудитория начинает рассматривать фейковые новости не с объективной точки зрения — как проверяемое и доказуемое отклонение от истины, а с позиции моральных оснований. Проводится разделение между своей группой, в которую входят «честные» люди, и другими, которые видятся неграмотными и морально неполноценными [Hameleers, 2020]. Подобное понимание существенно отклоняется от приведенного ранее определения фейковых новостей, используемого исследователями. Фейковые новости зачастую рассматриваются аудиторией не как проверяемое несоответствие информации объективной реальности, а как контент, не совпадающий с индивидуальными убеждениями.

Общественные представления о феномене фейковых новостей оказываются важны в связи с эффектом влияния предполагаемого влияния (*influence*



of presumed influence) [Gunther, Storey, 2003] — ситуацией, при которой представления о влиянии медиа на те или иные стороны жизни оказывают воздействие на поведение людей [Rojas, 2010]⁴. В частности, восприятие фейков как серьезной проблемы напрямую связано с использованием фактчекинга и доверием к соответствующим ресурсам [Park, 2024], а уверенность в том, что дезинформация влияет на самого человека и на других людей, коррелирует с поддержкой мер регулирования данной области, с отказом от социальных сетей и обмена информацией в онлайн-пространстве [Lee, 2021]. При этом, по-видимому, большее значение имеет не оценка степени распространенности различных форм дезинформации, а оценка ее вреда [Freiling et al., 2023].

Имеющиеся количественные данные позволяют предположить, что проблема фейковых новостей привлекает значительное общественное внимание и оценивается как масштабная и значимая. Так, в 2019 году в США 38% опрошенных указывали, что они часто сталкиваются с таким контентом, а еще 51% полагали, что это происходит регулярно⁵. Данное исследование также показало, что проблема недостоверной информации воспринимается острее, чем ряд других — расизм, терроризм, изменения климата, нелегальная миграция и т. д. Аналогичные результаты были получены и в России. По данным ВЦИОМ, в ноябре 2023 года 40% россиян утверждали, что сталкивались с новостями, которые впоследствии оказались недостоверными⁶. Другое исследование показало, что в Республике Мордовия, 51% жителей, по их мнению, сталкиваются с фейковыми новостями по крайней мере несколько раз в месяц [Ушкин, 2024]. Россия представляет собой важный кейс с точки зрения изучения восприятия фейковых новостей, так как страны с высокой поляризацией и низким доверием к медиа менее устойчивы к такому контенту [Humprecht et al., 2020]. Наличие у граждан выраженной политической идентичности может препятствовать распознаванию фейковых новостей, ослабляя позитивные эффекты медиаграмотности [Sude et al., 2023].

Исследования по проблематике фейковых новостей, основанные на материалах интервью или фокус-групп, относительно немногочисленны [Broda, Strömbäck, 2024], а дискуссия о последствиях дезинформации ведется скорее в объективистском ключе. Однако растущее внимание общественности к данной проблеме и значимость представлений населения о распространенности фейковых новостей и связанных с ними угрозах делают важным рассмотрение их субъективного восприятия аудиторией. Данное исследование направлено на более детальный анализ опасений россиян относительно фейковых новостей.

⁴ Например, люди, которые считают, что основная опасность фейковых новостей связана с их угрозами для здоровья, могут прикладывать больше усилий для проверки достоверности информации по данной теме. Те же, кто уверен в своей относительной защищенности от дезинформации, могут уделять меньше внимания верификации новостей.

⁵ Mitchell A., Gottfried J., Stocking G., Walker M., Fedeli S. (2019) Many Americans Say Made-Up News Is a Critical Problem That Needs to Be Fixed. *Pew Research Center*. URL: <https://www.pewresearch.org/journalism/2019/06/05/many-americans-say-made-up-news-is-a-critical-problem-that-needs-to-be-fixed/> (дата обращения: 18.08.2025)

⁶ Фейк-ньюс — и как с ними бороться? Обеспокоенность россиян информационной (не) безопасностью растет // ВЦИОМ. 2023. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/feik-njus-i-kak-s-nimi-borotsja> (дата обращения: 18.08.2025).

Методология

Эмпирическое исследование субъективного восприятия аудиторией фейковых новостей основано на 119 полуструктурированных интервью со средней продолжительностью в 46 минут. Для того, чтобы обеспечить гетерогенность эмпирической базы исследования и охватить информантов с разнообразным жизненным опытом, была использована квотная выборка. Мы стремились отобрать людей с разными социально-демографическими характеристиками, политическими взглядами и уровнем вовлеченности в потребление новостного контента. При рекрутинге в первую очередь квотировались такие параметры, как пол, возраст и уровень вовлеченности в новости. Однако в ходе интервью также фиксировались другие характеристики, позволяющие оценить гетерогенность выборки.

В итоге эмпирическая база включает информантов с разным уровнем погруженности в новости: 30 человек оценивали свою вовлеченность как низкую, 42 — как среднюю и 47 — как высокую. Возраст участников варьируется от 16 до 75 лет, в их числе 62 женщины и 57 мужчин. Среди информантов преобладают люди, имеющие высшее образование или находящиеся в процессе его получения. Тем не менее, 12 информантов имеют только среднее или среднее профессиональное образование. С точки зрения профессиональной деятельности, интервьюируемых выборка разнородна. В число информантов вошли люди, работающие в самых разных областях, например, воспитатель детского сада, врач скорой помощи, учитель физкультуры, бухгалтер, предприниматель, инженер, UX-исследователь, фрилансер в IT, строитель, машинист, парикмахер и т. д., а также студенты, домохозяйки и пенсионеры. Примерно половина информантов проживают в Москве (59 человек), другие интервьюируемые представляют иные населенные пункты, преимущественно города (Санкт-Петербург, Екатеринбург, Тюмень, Пермь, Оренбург, Владивосток, Тверь, Сочи, Краснодар, Междуреченск, Барнаул, Рязань и т. д.).

Таким образом, при формировании выборки предполагалось обеспечить представленность информантов с разнообразным жизненным опытом и убеждениями. Поскольку предшествующие исследования демонстрируют различие представлений о фейковых новостях в зависимости от политической позиции, данный параметр также имело смысл контролировать. Однако в современной России прямые вопросы по данной теме являются чувствительными и могут вызывать у информантов дискомфорт и нежелание продолжать участие в интервью. Поэтому политические взгляды интервьюируемых, которые важны для интерпретации их нарративов, были реконструированы на основании информации об используемых ими источниках информации, а также их высказываний о тех или иных событиях повестки дня. Тем не менее, я не указываю соответствующую информацию после приводимых в эмпирической части статьи цитат, поскольку это было бы неэтично по отношению к людям, которые сами не маркировали себя соответствующим образом в ходе интервью.



Полевой этап исследования проходил в период с марта по май 2024 года. В этот временной промежуток произошло несколько значимых событий, активно освещавшихся в СМИ: выборы президента России (15–17 марта), теракт в «Крокус Сити Холл» (22 марта) и наводнение на Урале (начало апреля). Эти события оказали влияние на содержательную часть интервью, поскольку информанты часто ссылались на примеры из текущей медиаповестки при обсуждении фейковых новостей.

Гайд интервью состоял из вопросов относительно понимания термина «фейковые новости» и его границ (в том числе представлений о том, кто распространяет дезинформацию, в каких ресурсах она наиболее часто встречается, каким темам преимущественно посвящены фейки и т. д.), опыта столкновения с фейковыми новостями, подходов к верификации информации и представлений о возможных негативных эффектах фейковых новостей. Таким образом, часть вопросов непосредственно относились к опыту информантов, а часть носили более абстрактный характер. Отмечу, что в исследовании я не рассматриваю информантов как экспертов, дающих объективную оценку связанным с дезинформацией угрозам. В фокусе внимания находятся именно воспринимаемые риски, которые не обязательно должны соответствовать экспертным оценкам, академическим исследованиям или объективной действительности. Подобные обыденные представления составляют фокус интереса, поскольку, воспринимая потенциальные риски как реальные, люди начинают вести себя так, как если бы они были реальны.

Информанты свободно оперируют понятием «фейковые новости» вне зависимости от возраста и вовлеченности в новостной дискурс. Однако народные определения данного термина существенно отличаются от академических. Так, наблюдается тенденция к расширенной трактовке понятия. К примеру, фейки могут отождествляться с пропагандой, слухами или конспирологией. В эмпирической части работы я буду понимать рассматриваемый феномен в соответствии с расширенной трактовкой этого термина информантами.

В некоторых случаях к фейковым новостям относились также посты мошенников в социальных сетях и контент, производимый инфоцыганами. Но такая информация, даже если является недостоверной, не имеет новостного формата, поэтому было решено исключить из анализа рассуждения об опасности дезинформации как таковой, без учета новостной составляющей. Соответственно, в эмпирической части статьи я оперирую расширенной трактовкой фейков, содержащейся в ответах информантов, исключая из нее наименее релевантные для академического понимания термина примеры. При анализе не рассматриваются кейсы интерпретации фейков, не имеющие отношения к новостям (например, телефонное мошенничество), однако случаи отождествления с фейковыми новостями пропаганды или слухов в отношении общественно-политических событий остаются в фокусе внимания. Таким образом, термин «фейковые новости» понимается в эмпирической части исследования содержательно близко к более широкому концепту дезинформации.

При анализе данных использовалось тематическое кодирование. На первом этапе в каждом интервью были выделены приписываемые фейковым

новостям риски. Далее, сформулированные на языке информантов угрозы были объединены в более крупные категории на основании их сходства. Большой объем эмпирического материала позволил чувствовать себя уверенно при выделении обобщающих категорий, поскольку каждая из них оказалась наполненной, рассуждения неоднократно повторялись. При интерпретации высказываний информантов также учитывался контекст интервью, примеры фейковых новостей, которые информант приводил до того, как разговор перешел к их потенциальным последствиям.

Результаты

Информанты активно проблематизируют феномен распространенности фейковых новостей, описывают широкий спектр негативных последствий дезинформации, которые будут рассмотрены далее. По мнению интервьюируемых, ложный контент может оказывать воздействие как на уровне отдельных людей, их здоровья, мировоззрения, эмоционального состояния, так и на уровне глобальных общественно-политических процессов внутри страны и на международной арене. Далее будут рассмотрены ключевые эффекты, приписываемые фейковым новостям.

Фейки как угроза солидарности

Наиболее часто в интервью фейковые новости рассматривались как причина **дезинтеграции**, затрагивающая как глобальный, так и межличностный уровни взаимодействия. Рассуждая о ситуации на макроуровне, информанты подчеркивали, что дезинформация способствует дестабилизации социальной и политической обстановки, провоцируя рост общественного недовольства, протесты, агрессию в отношении отдельных социальных групп. В центре внимания находятся два основных содержательных сюжета: политические конфликты и антииммигрантские настроения. Можно заключить, что это демонстрирует контекстуальность рассуждений информантов, поскольку внимание к проблеме межнациональных отношений тесно связано, в том числе и в анализируемых нарративах, с произошедшим в период полевого этапа исследования терактом в «Крокус Сити Холл».

«Истину и так сложно найти, а если весь мир будет усеян какими-то ложными ценностями, это очень пагубно повлияет на общество в целом. И так как население не хочет думать, не хочет анализировать, возможно вообще тотальное влияние фейковых новостей на умы населения. И тогда вот этой необразованной массой людей можно очень круто манипулировать. А это очень плохо. В том числе эти „оранжевые революции“, все это откуда? Из-за того, что людям мозг засоряют ненужной информацией. Поэтому, в принципе, для государства в целом это плохо» (Информант 100, ж., 55 лет).



«Прежде всего люди начинают становиться более агрессивными, если эти фейки направлены на другую сторону. Они становятся более агрессивными на любой стороне конфликта, если в физическом плане, конечно, конфликт происходит. Например, люди могут получить информацию о том, что люди одной национальности причастны к большому теракту, к большой трагедии. И от этого очень у многих людей появится запрос на насилие в сторону этой нации, что может привести к войнам, депрессиям и в целом к ненависти к одному народу, что приводит к ухудшению уровня жизни некоторых членов общества» (Информант 81, м., 19 лет).

Кроме того, информанты подчеркивают способность фейковых новостей **усиливать поляризацию** в обществе, формируя устойчивые идеологические размежевания. Это проявляется в тенденции к выборочному потреблению информации:

«Люди, как правило, из двух противоположных сторон [публичной дискуссии] читают только одну и только ей верят и никак не проверяют информацию» (Информант 22, ж., 20 лет).

Предполагается, что такое размежевание становится основой для межгрупповых конфликтов. При этом в подобных нарративах информанты всегда рассуждают о «других», не обращаясь к собственному опыту и не проблематизируя свою медиadiету. Например, иногда размышления о важности использования разнородных источников информации для проверки их достоверности принадлежат людям, которые сами потребляют гомогенный контент.

Также предполагается, что фейковые новости провоцируют **межличностные конфликты**:

«Люди вместе вообще нормально общались, но почитали какие-то новости фейковые, один то почитал, другой то, все, спор, разлад, возможно, уже вражда» (Информант 65, м., 22 года).

Тем не менее такая интерпретация последствий фейковых новостей может рассматриваться, скорее, как подмена понятий. В реальности наблюдается тенденция интерпретировать фейковые новости как то, что противоречит индивидуальным убеждениям:

«...мне просто, наверное, кажется, что это неправда, противоречит моей идеологии, моему мировоззрению, поэтому я считаю, что это фейковые новости» (Информант 59, ж., 33 года).

Следовательно, конфликт возникает в поле идеологических расхождений, а не по причине фейковости самой новости. Люди из социального окружения,

имеющие иную позицию по тому или иному вопросу, воспринимаются как жертвы обмана, и конфликт с ними приписывается потреблению «неправильной» информации, хотя может иметь иные основания.

Фейки как угроза индивидуальному благополучию

Фейковые новости также рассматриваются в связи с **угрозами для здоровья населения**. По мнению информантов, дезинформация в медицинской сфере может дезориентировать людей, спровоцировать отказ от эффективных методов лечения или вакцинации. Вызванные фейковыми новостями заблуждения относительно здоровья и способов лечения проблематизируются, с одной стороны, по причине серьезных потенциальных последствий («максимум — привести к летальному исходу» (Информант 85, ж., 18 лет)), с другой — в силу представлений об устойчивости и длительном влиянии дезинформации даже при наличии опровержений («Мне кажется, что та же вера в то, что можно лечиться чесноком [от COVID-19], она будет еще изживаться там десятилетиями. То есть он свое дело-то наделал, этот фейк» (Информант 101, м., 55 лет)). Такое восприятие фейковых новостей, по-видимому, связано с опытом, полученным в ходе пандемии COVID-19, когда дезинформация о здоровье носила массовый характер, а внимание к медицинским вопросам было высоким.

Информанты рассуждают также о негативном влиянии фейков на **эмоциональное состояние людей**. Кроме того, в некоторых случаях акцентируется неблагоприятное воздействие на человека любых новостей, в том числе и достоверных, поскольку

«Процент плохих всяких новостей, фейков и не фейков, он значительно, мне кажется, в информационном поле превышает хорошие новости» (Информант 1, м., 19 лет).

При этом собственные эмоции от столкновения с дезинформацией описываются преимущественно сдержанно, а беспокойство высказывается относительно переживаний абстрактных других. В нарративах используется как повседневная разговорная лексика (*тревога, озабоченность, переживать, расстроиться, может кукуха поехать*), так и психотерапевтическая терминология (*психологический, психика, психическое состояние/здоровье, панические атаки, тревожность, депрессивный*).

«Это [фейковые новости] очень большая проблема, потому что повышается тревожность. И вообще это, на самом деле, очень острая проблема российского общества, когда у нас пенсионеры вместо того, чтобы, допустим, отдыхать, они просто читают новости и звонят своим там, не знаю, детям, внукам и говорят: „Ой, мне плохо там. Я это, то-то вычитал“. <...> Физически это утомляет людей, они становятся более депрессивные, менее продуктивные. И вообще качество жизни снижается» (Информант 65, м., 22 года).



Отдельно выделяются нарративы о том, что фейковые новости способны **вызвать панику**. Отчасти подобные рассуждения связаны с описанным выше эмоциональным воздействием. Однако, если неблагоприятное воздействие фейков на настроение и ментальное здоровье обычно рассматривается как проблемное само по себе, то вызванная фейками паника проблематизируется в связке с деструктивными действиями, совершенными под влиянием негативных эмоций. Рассуждая о панических реакциях под влиянием дезинформации, информанты, как правило, связывают их с экономическими решениями людей, такими как финансовые операции (покупка валюты, снятие денег со счетов в банках) или ажиотажный спрос на отдельные категории товаров.

«Если будут из каждого утюга говорить, что, к примеру, доллар будет 200 рублей стоить, то как оглашенные побегут скупать... Какое-то влияние на экономику. Еще кто-то скажет, что "вот в этом году у нас опять катастрофический неурожай гречки, 500 рублей за килограмм будет стоить", все побегут скупать, как будто кроме этой гречки ничего не ели. В любом случае какой-то эффект от тех или иных новостей, я думаю, будет. Все зависит от того, на кого эта новость будет нацелена, то есть кто будет затронут. В любом случае всегда будут люди, которые поддадутся на эту новость и будут совершать те действия, наверное, которые от них хотят» (Информант 115, м., 34 года).

Информанты объясняют, что ожидают именно такой реакции населения на нагнетаемую в медиасреде панику, поскольку наблюдали за действиями окружающих во время недавних кризисов.

«Мне кажется, финансовые могут быть какие-то проблемы, если будет серьезная фейковая новость о том, что рубль упал очень сильно, и что нужно всем срочно снимать деньги, как это было, мне кажется, в 22 году, когда началась специальная военная операция, все стали снимать деньги» (Информант 48, ж., 20 лет).

Вместе с тем фейковые новости могут рассматриваться как **причина утраты критического мышления и агентности**, которые воспринимаются как имманентно присущие людям. Последствия воздействия дезинформации в данном случае описываются в терминах потери: *«потеря каких-то своих убеждений»* (Информант 19, ж., 18 лет), *«лишают человека критического мышления, лишают человека возможности смотреть на мир под разными углами»* (Информант 37, м., 21 год), *«жизнеспособность мозга утрачивается»* (Информант 71, ж., 54 года), *«деградация общественного сознания»* (Информант 65, м., 22 года).

Информанты исходят из того, что способность мыслить самостоятельно и критически оценивать реальность свойственна людям, однако может быть разрушена под влиянием фейковых новостей, в результате которых формируется *«мировоззрение, которое масштабно фейковое»* (Информант 36, м.,

18 лет) или складывается «*неверная картина восприятия мира*» (Информант 79, м., 18 лет). Недостоверные новости «*заставляют людей принимать определенные решения*» (Информант 28, м., 48 лет), которые интерпретируются не как личный выбор, а как управляемое поведение под влиянием манипулирования. Жертвы фейков воспринимаются как лишенные агентности, неосознанно действующие в интересах определенных групп, которые могут противоречить общественным интересам.

Фейки как угроза социальным институтам

Фейковые новости также могут ассоциироваться с **угрозами публичной сфере**. Информанты отмечают, что распространение противоречивых версий событий дезориентирует аудиторию, подрывая доверие к информационному контенту в целом. Подчеркивается, что в таких условиях публичная сфера не может функционировать как пространство для дискуссий и формирования консенсуса, а недоверие к публичным фигурам и представителям власти возрастает. Кроме того, распространение получает релятивизм, когда факты начинают рассматриваться как вопрос мнений, а не доказательств [Van Aelst et al., 2017]. В результате люди воспринимают как истину то, что им кажется правдивым [Manjoo, 2008], не обращаясь к анализу и верификации, разочаровываются в самой возможности получить хоть сколько-то достоверную информацию.

«Люди, которые слышат 20 различных версий происходящего: произошло то, произошло се, произошло третье... Даже если какая-то из этих версий может быть и правильная, они могут в итоге оказаться либо очень сильно дезориентированными, либо вообще утратить веру в то, что какие-то достоверные факты вообще возможны или их возможно установить» (Информант 6, м., 35 лет).

Хотя в литературе часто подчеркивается значимость массовых коммуникаций для демократии и **электорального поведения**, данный сюжет слабо отражен в нарративах наших информантов, даже несмотря на проходившие в тот момент выборы президента. В некоторых интервью говорится, что «*фейки могут повлиять на выборы в стране*» (Информант 104, м., 20 лет), побудить «*отдать свой голос за партию или кандидатов в президенты, поверив тому, что ему сказали, а этот кандидат или эта партия окажутся, не знаю, крайне агрессивными*» (Информант 80, ж., 53 года). Тем не менее, другие связанные с распространением дезинформации тревоги упоминаются информантами гораздо чаще и, как правило, описываются более развернуто и эмоционально. Отчасти это может быть отражением невысокого интереса к политике. В частности, согласно данным ФОМ, только 30% россиян в 2023 году проявляли высокую заинтересованность в политических новостях⁷.

⁷ Новостная информация и телевидение. Новостные и аналитические программы на ТВ: отношение и предпочтения россиян // Фонд Общественное Мнение. 2023. URL: <https://fom.ru/SMI-i-internet/14902> (дата обращения: 18.08.2025).



Обсуждение результатов

По итогам анализа интервью можно выделить три группы негативных эффектов, приписываемых фейковым новостям:

- (1) угроза солидарности, которая рассматривается информантами на уровнях государства (протесты, «оранжевые революции»), социума (межгрупповые конфликты, например, агрессия по отношению к мигрантам) и межличностных отношений (конфликты в социальном окружении);
- (2) угроза индивидуальному благополучию, включающая последствия для физического и ментального здоровья людей;
- (3) угроза социальным институтам, в частности медиасфере и институту выборов, которая, однако, артикулируется информантами менее активно.

Люди, попавшие под влияние фейков, могут характеризоваться как принимающие неверные решения и совершающие деструктивные действия (например, паническое потребление) либо как пассивные жертвы манипуляций, утратившие свою агентность. Ответственность за поведение под влиянием фейковых новостей по-разному распределяется между индивидами, столкнувшимися с недостоверной информацией, и группами интересов, создающими и распространяющими ее. Например, вина за деструктивное поведение под влиянием фейковых новостей может приписываться в большей степени потребителям информации, которые не проявили критического мышления и/или повели себя излишне эмоционально, либо создателям дезинформирующего контента, которые «лишили» потребителей агентности и возможности рефлексивно взглянуть на ситуацию.

Можно предположить, что информанты, оценивая эффекты фейковых новостей, пользуются уже готовыми моделями рисков (risk scripts) [Slovic, 2010], к которым относятся сценарии паники («нас пугают»), раскола («нас хотят поссорить») и манипуляции. Вместо практического рассмотрения причинно-следственных связей люди обращаются к уже имеющимся нарративам. Так, избыточно эмоциональные новости маркируются ими как провоцирующие панику, нарушающие привычные нормы — как инструмент манипулирования, а разделяющие общество — как вызывающие конфликты разного уровня. Такие сценарии выполняют регулятивную функцию, предписывая, как реагировать на информацию. В частности, они могут подталкивать к ее игнорированию, перепроверке или переубеждению других людей. Однако одновременно с этим подобные сценарии также закрепляют восприятие мира как пространства постоянных скрытых угроз, и это ощущение непрерывно усиливается из-за влияния современных медиа [Slovic, 2010].

Представления россиян об угрозах фейковых новостей формируются на пересечении личного опыта, публичных дискуссий и более общих социально-культурных тенденций. Информанты оценивают риски дезинформации, опираясь на опыт проживания недавних событий, в числе которых пандемия COVID-19, начало специальной военной операции (СВО) и экономические колебания (например, изменения курса рубля). Именно в этом событийном контексте были сформированы устойчивые нарративы. Например, информанты

активно рассуждали о последствиях дезинформации по поводу вакцинации и методов лечения, что явилось наследием недавно прошедшей пандемии. Или указывали на риски совершения деструктивных экономических действий под влиянием фейковых новостей, исходя из того, что они наблюдали во время пандемии COVID-19 или в начале СВО. Относительная распространенность панического потребления в указанные периоды [Радаев, 2024, 2025; Billore, Anisimova, 2021] нашла отражение в материалах интервью. Еще одним примером контекстуальности в восприятии проблематики фейковых новостей является теракт в «Крокус Сити Холл», усиливший обеспокоенность межнациональными отношениями и миграционной политикой. Таким образом, восприятие дезинформации тесно связано с актуальной медиаповесткой и социальными реалиями. Наличие (относительно) релевантного опыта дает информантам возможность рефлексивно относиться к состоянию информационной среды и делает их рассуждения эмоционально насыщенными.

Кроме того, в формировании представлений о возможных последствиях фейковых новостей большую роль играет публичная дискуссия по данному вопросу. С одной стороны, обсуждение проблемы в медиапространстве предоставляет аудитории язык для ее осмысления. Так, в интервью используется специфическая лексика, заимствованная из публичных дискуссий (*информационные войны, фейкометы* и т. д.). Такие понятия отражают представления о дезинформации как элементе целенаправленных манипуляций в условиях политической борьбы, задавая соответствующую рамку интерпретации. С другой стороны, вероятно, отчасти именно публичная дискуссия о фейковых новостях сформировала устойчивые представления о массовости и вездесущности недостоверного контента. Материалы интервью явно противоречат теории истины по умолчанию (*truth-default theory*) [Levine, 2014], согласно которой люди склонны оценивать поступающую к ним информацию как достоверную. Информанты утверждают, что *«процентов 60 новостей — они в принципе в той или иной степени фейковые»* (Информант 17, м., 20 лет), или: *«я не верю вообще... Ну, то есть, у меня лично нет такого, что из достоверного источника я вот что-то знаю. Этого абсолютно нет. Даже если бы я что-то увидел, то я бы не был уверен, что я вот увидел, и это так. Поэтому новости — это какое-то мифотворчество»* (Информант 8, м., 32 года). Это наблюдение также соотносится с результатами других исследований, демонстрирующих ограниченное доверие к новостям в России [Петрова, 2024] и относительно высокий уровень медиацинизма [Бирюкова, Васильева et al., 2024].

В целом, данный вопрос нуждается в более детальном рассмотрении в дальнейших исследованиях.

Наконец, мы видим, что представления о фейковых новостях вписаны в более широкие социальные и культурные тренды. Можно обозначить некоторые из них. Во-первых, наблюдается тенденция рефлексировать эмоциональные состояния и осмыслять их в специализированных терминах, свойственных терапевтической культуре. Именно эмоциональные переживания выделяются в качестве одного из негативных эффектов дезинформации. Ранее уже было продемонстрировано, что потребление новостей может интерпретироваться



в русле терапевтической культуры [Казун, 2024]. Во-вторых, представления информантов о фейковых новостях сопряжены с влиянием идеологической поляризации. В рассуждениях интервьюируемых наблюдается своеобразная подмена понятий, когда примеры связанных с фейковыми новостями межличностных конфликтов информанты скорее соотносят не с дезинформацией как таковой, а с фрагментацией общества. Пророссийские и прозападные нарративы, присутствующие в публичном поле, усиливают размежевание между группами «мы» (носители «корректной информации») и «они» (потребители фейков, создаваемых «врагами»).

Таким образом, восприятие фейковых новостей в России отражает сложное взаимодействие личного опыта, публичной дискуссии и социокультурного контекста. Эти результаты подчеркивают необходимость учитывать множество факторов при изучении воздействия дезинформации на общество. Выделенные информантами негативные эффекты распространения фейковых новостей отчасти соотносятся с теми проблемами, о которых говорится в академической литературе. Так, например, фейковые новости обсуждаются как оружие, что соответствует и результатам исследований (weaponization). Однако наблюдаются и некоторые различия. Например, информанты не уделяют большого внимания потенциальному влиянию фейков на электоральное поведение и демонстрируют слабую эмоциональную вовлеченность в эту проблематику, несмотря на то, что в период полевого этапа исследования в стране проходили президентские выборы.

Полученные результаты также иллюстрируют парадокс «мудрой толпы» (wisdom of crowds) [Surowiecki, 2004], поскольку коллективная осторожность по отношению к «чужому» может сочетаться с наивным доверием к «своим» информационным каналам. Эвристики, которые выглядят как проявление рациональности (дополнительная проверка и критическое отношение к новостям), оборачиваются уязвимостью, поскольку информация из идеологически близких источников не подвергается верификации, а идеологически чуждый контент может автоматически маркироваться как фейк. Соответственно, эпистемические рутины (epistemic routines) одновременно обеспечивают экономию когнитивных ресурсов и воспроизводят селективность восприятия (selective exposure), тем самым ограничивая «мудрость толпы» [Surowiecki, 2004].

Литература / References

Бирюкова С. С., Васильева Г. Г., Казун А. Д., Красильникова М. Д., Кузина О. Е., Моисеева Д. В., Назарбаева Е. А., Пишняк А. И., Халина Н. В. Барометр экономического поведения домохозяйств в России. № 3. М.: НИУ ВШЭ, 2024. URL: <https://www.hse.ru/mirror/pubs/share/981539441.pdf> (дата обращения: 18.08.2025).

Biryukova S. S., Vasileva G. G., Kazun A. D., Krasilnikova M. D., Kuzina O. E., Moiseeva D. V., Nazarbaeva E. A., Pishnyak A. I., Halina N. V. (2024) *Barometr ekonomicheskogo povedeniya domo-hozyajstv v Rossii* [The Barometer of Economic Behavior of Households in Russia]. No. 3. Moscow: NIU VShE. URL: <https://www.hse.ru/mirror/pubs/share/981539441.pdf> (accessed: 18.08.2025).

Казун А.Д., Малыгина Н.С. Эмоциональный опыт думскроллинга: Как справиться с негативными новостями? // Интеракция. Интервью. Интерпретация. 2024. Т. 16. № 4. С. 78–95. DOI: <https://doi.org/10.19181/inter.2024.16.4.5> EDN: MYGPYR

Kazun A.D., Malygina N.S. (2024) Coping with Negative News: Emotional Experience of Doomscrolling. *Interakciya. Intervyu. Interpretaciya* [Interaction. Interview. Interpretation]. Vol. 16. No. 4. P. 78–95. (In Russ.) DOI: <https://doi.org/10.19181/inter.2024.16.4.5>

Казун А.Д. Так ли страшен фейк? Ложные новости и их роль в современном мире // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 4. С. 162–175. DOI: <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.4.791> EDN: HHBOQV

Kazun A.D. (2020) Are Fakes Really Dangerous? Fake News and Their Role in the Modern World. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: Ekonomicheskie i socialnye peremeny* [Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes]. No. 4. P. 162–175. (In Russ.) DOI: <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.4.791>

Петрова Д.В. Потребление новостей в сельской местности: (не)доверие и стратегии верификации информации // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2024. № 4. С. 91–114. DOI: <https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.4.2572>

Petrova D.V. (2024) News Consumption in Rural Area: (Dis)Trust and Verification Strategies. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: Ekonomicheskie i socialnye peremeny* [Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes]. No. 4. P. 91–114. (In Russ.) DOI: <https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.4.2572>

Радаев В.В. Нестандартное потребление. М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2025. DOI: <https://doi.org/10.17323/978-5-7598-4131-9> EDN: PFROVD

Radaev V.V. (2025) *Nestandartnoe potreblenie* [Nonstandard Consumption]. Moscow: Izdatelskij dom NIU VShE. (In Russ.) DOI: <https://doi.org/10.17323/978-5-7598-4131-9>

Радаев В.В. Нестандартные формы потребления: сравнительный анализ // Вопросы экономики. 2024. № 3. С. 43–72. DOI: <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2024-3-43-72> EDN: ZEHGOV

Radaev V.V. (2024) Nonstandard Consumption Forms: A Comparative Analysis. *Voprosy Ekonomiki* [Economic Issues]. No. 3. P. 43–72. (In Russ.) DOI: <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2024-3-43-72>

Ушкин С.Г. Не только социальные сети: каналы распространения фейковых новостей в представлениях населения // Galactica Media: Journal of Media Studies. 2024. Т. 6. № 2. С. 162–176. DOI: <https://doi.org/10.46539/gmd.v6i2.460> EDN: YUXQRL

Ushkin S.G. (2024) Not Only Social Networks: Channels of Dissemination of Fake News in the Views of the Population. *Galactica Media: Journal of Media Studies*. Vol. 6. No. 2. P. 162–176. (In Russ.) DOI: <https://doi.org/10.46539/gmd.v6i2.460>

Ahmed S., Rasul M.E., Cho J. (2022) Social Media News Use Induces COVID-19 Vaccine Hesitancy Through Skepticism Regarding Its Efficacy: A Longitudinal Study from the United States. *Frontiers in Psychology*. Vol. 13. P. 1–7. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.900386>

Berger P.L., Luckmann T. (1966) *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. New York: Doubleday.

Berry R.A., Rosenbaum J.E., Corey A.M. (2023) Weaponising #Fakenews on Twitter: Generating Flak or Critiquing the Status Quo in the Trump Era? *Javnost — The Public*. Vol. 30. No. 4. P. 534–550. DOI: <https://doi.org/10.1080/13183222.2023.2267265>

Billore S., Anisimova T. (2021) Panic Buying Research: A Systematic Literature Review and Future Research Agenda. *International Journal of Consumer Studies*. Vol. 45. No. 4. P. 777–804. DOI: <https://doi.org/10.1111/ijcs.12669>

Broda E., Strömbäck J. (2024) Misinformation, Disinformation, and Fake News: Lessons from an Interdisciplinary, Systematic Literature Review. *Annals of the International Communication Association*. Vol. 48. No. 2. P. 139–166. DOI: <https://doi.org/10.1080/23808985.2024.2323736>

Carlson M. (2020) Fake News as an Informational Moral Panic: The Symbolic Deviancy of Social Media during the 2016 US Presidential Election. *Information, Communication & Society*. Vol. 23. No. 3. P. 374–388. DOI: <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1505934>



Dalen A.V. (2019) Rethinking Journalist–Politician Relations in the Age of Populism: How Outsider Politicians Delegitimize Mainstream Journalists. *Journalism*. Vol. 22. No. 11. P. 2711–2728. DOI: <https://doi.org/10.1177/1464884919887822>

Dehghan E., Glazunova S. (2021) “Fake News” Discourses: An Exploration of Russian and Persian Tweets. *Journal of Language and Politics*. Vol. 20. No. 5. P. 741–760. DOI: <https://doi.org/10.1075/jlp.21032.deh>

Ditto P.H., Liu B.S., Clark C.J., Wojcik S.P., Chen E.E., Grady R.H., Celniker J.B., Zinger J.F. (2018) At Least Bias Is Bipartisan: A Meta-Analytic Comparison of Partisan Bias in Liberals and Conservatives. *Perspectives on Psychological Science*. Vol. 14. No. 2. P. 273–291. DOI: <https://doi.org/10.1177/1745691617746796>

Dobber T., Metoui N., Trilling D., Helberger N., de Vreese C. (2020) Do (Microtargeted) Deepfakes Have Real Effects on Political Attitudes? *The International Journal of Press/Politics*. Vol. 26. No. 1. P. 69–91. DOI: <https://doi.org/10.1177/1940161220944364>

Egelhofer J.L., Boyer M., Lecheler S., Aldering L. (2022) Populist Attitudes and Politicians’ Disinformation Accusations: Effects on Perceptions of Media and Politicians. *Journal of Communication*. Vol. 72. No. 6. P. 619–632. DOI: <https://doi.org/10.1093/joc/jqac031>

Egelhofer J.L., Lecheler S. (2019) Fake News as a Two-Dimensional Phenomenon: A Framework and Research Agenda. *Annals of the International Communication Association*. Vol. 43. No. 2. P. 97–116. DOI: <https://doi.org/10.1080/23808985.2019.1602782>

Farkas J., Schou J. (2018) Fake News as a Floating Signifier: Hegemony, Antagonism and the Politics of Falsehood. *Javnost — The Public*. Vol. 25. No. 3. P. 298–314. DOI: <https://doi.org/10.1080/13183222.2018.1463047>

Freiling I., Stubenvoll M., Matthes J. (2023) Support for Misinformation Regulation on Social Media: It Is the Perceived Harm of Misinformation that Matters, Not the Perceived Amount. *Policy & Internet*. Vol. 15. No. 4. P. 731–749. DOI: <https://doi.org/10.1002/poi3.360>

Greene C.M., Murphy G. (2021) Quantifying the Effects of Fake News on Behavior: Evidence from a Study of COVID-19 Misinformation. *Journal of Experimental Psychology*. Vol. 27. No. 4. P. 773–784. DOI: <https://doi.org/10.1037/xap0000371>

Gros A.E. (2017) The Typicality and Habituality of Everyday Cognitive Experience in Alfred Schutz’s Phenomenology of the Lifeworld. *Meta: Research in Hermeneutics, Phenomenology, and Practical Philosophy*. Vol. 9. No. 1. P. 63–85.

Gunther A.C., Storey J.D. (2003) The Influence of Presumed Influence. *Journal of Communication*. Vol. 53. No. 2. P. 199–215. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2003.tb02586.x>

Hameleers M. (2020) My Reality Is More Truthful Than Yours: Radical Right-Wing Politicians’ and Citizens’ Construction of “Fake” and “Truthfulness” on Social Media — Evidence from the United States and The Netherlands. *International Journal of Communication*. Vol. 14. P. 1135–1152.

Hameleers M., Brosius A., de Vreese C.H. (2022) Whom to Trust? Media Exposure Patterns of Citizens with Perceptions of Misinformation and Disinformation Related to the News Media. *European Journal of Communication*. Vol. 37. No. 3. P. 237–268. DOI: <https://doi.org/10.1177/02673231211072667>

Hasell A., Halversen A. (2024) Feeling Misinformed? The Role of Perceived Difficulty in Evaluating Information Online in News Avoidance and News Fatigue. *Journalism Studies*. Vol. 25. No. 12. P. 1441–1459. DOI: <https://doi.org/10.1080/1461670X.2024.2345676>

Humprecht E., Esser F., Aelst P.V. (2020) Resilience to Online Disinformation: A Framework for Cross-National Comparative Research. *The International Journal of Press/Politics*. Vol. 25. No. 3. P. 493–516. DOI: <https://doi.org/10.1177/1940161219900126>

Jones-Jang S.M., Kim D.H., Kenski K. (2021) Perceptions of Mis- or Disinformation Exposure Predict Political Cynicism: Evidence from a Two-Wave Survey during the 2018 US Midterm Elections. *New Media & Society*. Vol. 23. No. 10. P. 3105–3125. DOI: <https://doi.org/10.1177/1461444820943878>

Lazer D.M.J., Baum M.A., Benkler Y., Berinsky A.J., Greenhill K.M., Menczer F., Metzger M.J., Nyhan B., Pennycook G., Rothschild D., Schudson M., Sloman S.A., Sunstein C.R., Thorson E.A.,

Watts D.J., Zittrain J.L. (2018) The Science of Fake News. *Science*. Vol. 359. No. 6380. P. 1094–1096. DOI: <https://doi.org/10.1126/science.aao2998>

Lee S., Gil de Zúñiga H., Munger K. (2023) Antecedents and Consequences of Fake News Exposure: A Two-Panel Study on How News Use and Different Indicators of Fake News Exposure Affect Media Trust. *Human Communication Research*. Vol. 49. No. 4. P. 408–420. DOI: <https://doi.org/10.1093/hcr/hqad019>

Lee S., Jones-Jang S.M. (2024) Cynical Nonpartisans: The Role of Misinformation in Political Cynicism during the 2020 U.S. Presidential Election. *New Media & Society*. Vol. 26. No. 7. P. 4255–4276. DOI: <https://doi.org/10.1177/14614448221116036>

Lee T. (2021) How People Perceive Influence of Fake News and Why it Matters. *Communication Quarterly*. Vol. 69. No. 4. P. 431–453. DOI: <https://doi.org/10.1080/01463373.2021.1954677>

Levine T.R. (2014) Truth-Default Theory (TDT). *Journal of Language and Social Psychology*. Vol. 33. No. 4. P. 378–392. DOI: <https://doi.org/10.1177/0261927X14535916>

Manjoo F. (2008) *True Enough: Learning to Live in a Post-Fact Society*. Wiley: Wiley & Sons.

Mazzaro K. (2023) Anti-Media Discourse and Violence against Journalists: Evidence from Chávez's Venezuela. *The International Journal of Press/Politics*. Vol. 28. No. 3. P. 469–492. DOI: <https://doi.org/10.1177/19401612211047198>

Miró-Llinares F., Aguerri J.C. (2023) Misinformation about Fake News: A Systematic Critical Review of Empirical Studies on the Phenomenon and Its Status as a "Threat". *European Journal of Criminology*. Vol. 20. No. 1. P. 356–374. DOI: <https://doi.org/10.1177/1477370821994059>

Park C.S. (2024) Why People Rely on Fact-Checkers? Testing Theses of "Perceived Severity of Fake News" and "Disappointment in News Media". *Journalism Studies*. Vol. 25. No. 1. P. 1–18. DOI: <https://doi.org/10.1080/1461670X.2023.2289878>

Rojas H. (2010) "Corrective" Actions in the Public Sphere: How Perceptions of Media and Media Effects Shape Political Behaviors. *International Journal of Public Opinion Research*. Vol. 22. No. 3. P. 343–363. DOI: <https://doi.org/10.1093/ijpor/edq018>

Ross A., Vaccari C., Chadwick A. (2022) Russian Meddling in U.S. Elections: How News of Disinformation's Impact Can Affect Trust in Electoral Outcomes and Satisfaction with Democracy. *Mass Communication and Society*. Vol. 25. No. 6. P. 786–811. DOI: <https://doi.org/10.1080/15205436.2022.2119871>

Schiff K.J., Schiff D.S., Bueno N.S. (2024) The Liar's Dividend: Can Politicians Claim Misinformation to Evade Accountability? *American Political Science Review*. Vol. 119. No. 1. P. 71–90. DOI: <https://doi.org/10.1017/S0003055423001454>

Schütz A. (1953) Common-Sense and Scientific Interpretation of Human Action. *Philosophy and Phenomenological Research*. Vol. 14. No. 1. P. 1–38. DOI: <https://doi.org/10.2307/2104013>

Slovic P. (2010) *The Feeling of Risk: New Perspectives on Risk Perception*. London; New York: Earthscan.

Stroud N.J., Lee J.K. (2013) Perceptions of Cable News Credibility. *Mass Communication and Society*. Vol. 16. No. 1. P. 67–88. DOI: <https://doi.org/10.1080/15205436.2011.646449>

Sude D.J., Sharon G., Dvir-Gvirsman S. (2023) True, Justified, Belief? Partisanship Weakens the Positive Effect of News Media Literacy on Fake News Detection. *Frontiers in Psychology*. Vol. 14. P. 1–16. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1242865>

Surowiecki J. (2004) *The Wisdom of Crowds: Why the Many Are Smarter than the Few*. New York: Anchor Books.

Taylor P.M. (2013) *Munitions of the Mind a History of Propaganda from the Ancient World to the Present Era*. Manchester; New York: Manchester University Press.

Tong C., Gill H., Li J., Valenzuela S., Rojas H. (2020) "Fake News Is Anything They Say!" — Conceptualization and Weaponization of Fake News among the American Public. *Mass Communication and Society*. Vol. 23. No. 5. P. 755–778. DOI: <https://doi.org/10.1080/15205436.2020.1789661>



Van Aelst P., Strömbäck J., Aalberg T., Esser F., de Vreese C., Matthes J., Hopmann D., Salgado S., Hubé N., Stępińska A., Papathanassopoulos S., Berganza R., Legnante G., Reinemann C., Sheaffer T., Stanyer J. (2017) Political Communication in a High-Choice Media Environment: A Challenge for Democracy? *Annals of the International Communication Association*. Vol. 41. No. 1. P. 3–27. DOI: <https://doi.org/10.1080/23808985.2017.1288551>

van der Linden S., Panagopoulos C., Roozenbeek J. (2020) You Are Fake News: Political Bias in Perceptions of Fake News. *Media, Culture & Society*. Vol. 42. No. 3. P. 460–470. DOI: <https://doi.org/10.1177/0163443720906992>

van der Meer Toni G.L.A., Hameleers M., Ohme J. (2023) Can Fighting Misinformation Have a Negative Spillover Effect? How Warnings for the Threat of Misinformation Can Decrease General News Credibility. *Journalism Studies*. Vol. 24. No. 6. P. 803–823. DOI: <https://doi.org/10.1080/1461670X.2023.2187652>

Сведения об авторе:

Казун Анастасия Дмитриевна — кандидат социологических наук, старший научный сотрудник, лаборатория экономико-социологических исследований, доцент факультета социальных наук, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия. **Email:** adkazun@hse.ru. **ПИНЦ Author ID:** 822971; **ORCID ID:** 0000-0002-9633-2776; **ResearcherID:** K-6835-2015.

Статья поступила в редакцию: 17.03.2025

Принята к публикации: 25.08.2025

BAK 5.4.4.

.....

“To Tarnish the Pure and Illuminate the Tainted”: Russian Perceptions of the Potential Risks of Fake News⁸

DOI: 10.19181/inter.2025.17.3.2

Anastasia D. Kazun HSE University, Moscow, Russia
E-mail: adkazun@hse.ru

The article presents findings from a qualitative study of Russians' perceptions of the potential consequences of fake news. Examining lay representations of such risk is crucial because these beliefs carry real-world implications and can shape behavior. Drawing on 119 semi-structured interviews conducted in 2024, informants problematize the prevalence of fake news and describe a broad spectrum of possible harms, which can be provisionally grouped into three classes of threats to public life: threats to social solidarity; risks related to individual well-being; and impacts on the functioning of social institutions. In the first case, participants highlight the dangers of political destabilization and the emergence of intergroup and interpersonal conflict. Risks

⁸ The study is supported by the Russian Science Foundation, grant № 23–78–01206. Russian Science Foundation. URL: <https://rscf.ru/project/23-78-01206/>

to individual well-being are understood as the effects of fake news on people's mental and/or physical health. Negative impacts on institutional functioning — particularly within the media sphere and electoral institutions — are discussed less intensively and with less emotional involvement. I suggest that informants assess the consequences of fake news by invoking readily available risk scripts, including scenarios of “panic” (“they are scaring us”), “division” (“they want to set us against each other”), and “manipulation”. Perceptions of disinformation risks are formed at the intersection of personal experiences of salient recent events (the COVID-19 pandemic, the onset of the Special Military Operation, and economic volatility), public debates that provide the language for problem framing and reinforce beliefs about the high prevalence of fakes, and broader socio-cultural trends such as the diffusion of therapeutic culture, polarization, and societal fragmentation. Overall, representations of the consequences of fake news are context-dependent and are often articulated through examples drawn from the current news agenda.

Keywords: fake news; disinformation; news consumption; media trust; relativism of facts; media effects

Author Bio:

Anastasia D. Kazun — Candidate of Sociology, Senior Researcher, Laboratory for Studies in Economic Sociology, Associate Professor, Faculty of Social Sciences, HSE University, Moscow, Russia. **Email:** adkazun@hse.ru. **RSCI Author ID:** [822971](#); **ORCID ID:** [0000-0002-9633-2776](#); **ResearcherID:** [K-6835-2015](#).

Received: 17.03.2025

Accepted: 25.08.2025