

Анастасия Левицкая, Александр Федоров

Медийные манипуляции в современном мире

В 2022 в московском издательстве Директ-Медиа была опубликована монография:

Левицкая А., Федоров А. Медиаобразование студентов педагогических вузов и факультетов как инструмент, противостоящий медийным манипуляционным воздействиям. М.: Директ-Медиа, 2002. 196 с.

В данной монографии* дан анализ многочисленных разновидностей медийных манипуляций, приводятся разработанные авторами критерии и способы оценивания эффективности деятельности, способствующих развитию медиакомпетентности студентов в процессе анализа медийных манипулятивных воздействий; на базе обобщения и анализа представлена теоретическая модель развития медиакомпетентности студентов педагогических вузов и факультетов в процессе анализа медийных манипулятивных воздействий (включая определение существенных признаков, качеств и свойств, разработку структуры, целей, задач, содержания данной модели, условий ее реализации). Монография предназначена для преподавателей высшей школы, студентов, аспирантов, исследователей, школьных учителей, журналистов, а также для круга читателей, которые интересуются проблемами медиаобразования и медийных манипуляционных воздействий.

***Исследование, составившее содержание данной монографии, было выполнено при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (РФФИ) в рамках научного проекта № 20-013-00001 «Медиаобразование студентов педагогических вузов и факультетов как инструмент, противостоящий медийным манипуляционным воздействиям». Руководитель проекта – профессор А. Левицкая.**

Далее мы представляем ознакомительный фрагмент данного издания, полный текст которого можно заказать на сайте издательства Директ-медиа: <https://www.directmedia.ru/book-686323-mediaobrazovanie-studentov-pedagogicheskikh-vuzov-i/>

Анастасия Левицкая, Александр Федоров

Медийные манипуляции в современном мире

Можно, наверное, согласиться с тем, что «на протяжении многих десятков лет в медиа наблюдаются две глобальные, иногда противоборствующие тенденции: «аудитория – объект манипуляции» и «аудитория – соучастник и партнер информационного процесса». Исторически наиболее продуктивной, перспективной видится вторая. Своевременность теоретического осознания этого процесса является необходимым условием цивилизованного развития как традиционных, так и новых медиа» (Бакулев, 2005: 196). Между тем, первая тенденция, увы, продолжает доминировать и, как мы полагаем, в обозримом будущем только усилится.

Причины медийных манипуляций довольно разнообразны и не поддаются однозначным трактовкам, однако, согласно мнению Г.В. Грачева и И.К. Мельник, их можно объединить в три основные группы:

- причины, обусловленные пристрастностью и субъективизмом людей, работающих в сфере масс-медиа, вызванные их индивидуально-психологическими, личностными особенностями, политическими пристрастиями, симпатиями и т.п.;
- причины, определенные политическими, социально-экономическими и организационными условиями медийной сферы (например, экономическая и административная зависимость от конкретных социальных субъектов);
- причины, зависящие от самого процесса функционирования средств массовой коммуникации: чтобы привлечь внимание и завоевать массовую аудиторию, медиа при создании и ротации тех или иных сообщений руководствуются определенными общими технологиями» (Грачев, Мельник, 1999).

Проведя в 2017 и 2018 годах обширное исследование социальных сетей в разных странах мира, С. Брэдшоу и П.Н. Хоувард обращают внимание на новые тенденции организованного медийного манипулирования, а также растущие возможности, стратегии и ресурсы, поддерживающие это явление:

- существенный рост организации кампаний по манипулированию социальными сетями в 48 странах в 2018 году по сравнению с 28 странами в 2017 году, так как в каждой стране существует как минимум одна политическая партия или государственное учреждение, использующие социальные сети для манипулирования общественным мнением; при этом большая часть этого роста происходит там, где политические партии распространяют дезинформацию во время выборов, или там, где правительственные учреждения чувствуют угрозу, связанную с нежелательными новостями и иностранным вмешательством, и в ответ на это разрабатывают свои собственные пропагандистские кампании;

- в 20 % из этих 48 стран обнаружилось свидетельства дезинформационных кампаний, проводимых через WhatsApp, Telegram и WeChat;

- манипуляционная пропаганда использует автоматизацию аккаунтов в социальных сетях и онлайн-комментариях, но все больше задействует платную рекламу и поисковую оптимизацию на расширяющемся массиве интернет-платформ;

- манипулирование в социальных сетях – большой бизнес: с 2010 года политические партии и правительства потратили более полумиллиарда долларов на исследования, разработку и внедрение психологических операций и манипуляций общественным мнением в социальных сетях. В некоторых странах это включает в себя усилия по борьбе с экстремизмом, но в большинстве стран это связано с распространением нежелательных новостей и дезинформации во время выборов, военных кризисов и сложных гуманитарных катастроф (Bradshaw, Howard, 2018: 3).

Разумеется, все эти тенденции не способствуют укреплению общественного доверия к различным учреждениям, а аудитория все чаще сталкивается с неопределенностью в отношении достоверности имеющейся медийной информации. К примеру, опрос показал, что две трети респондентов регулярно получают новости через Facebook, а одна треть респондентов сталкивается с фальшивыми новостями, которые они поначалу воспринимали как правдивые (Flintham et al., 2018).

Традиционные медиа (печать, пресса, телевидение) с каждым годом теряют свое влияние, а новые медиа, наоборот, наступают. К примеру, по данным Mediascope, в 2019 году интернет в России впервые превзошел телевидение по суточному охвату: ежедневно онлайн выходили около 75 % жителей крупных городов, а телевизор смотрели 70,4 % (Лебедева, 2019).

Конечно, если брать статистику в целом по России, а не только по медийному потреблению жителей крупных городов, телевидение всё еще доминирует. Телевидение по-прежнему остается основным источником информации для большинства россиян, хотя его аудитория постепенно снижается. Если десять лет назад информацию по телевизору получало 94 % россиян, то в 2019 году – только 72 %. Реже всего получает новости по ТВ молодежь до 25 лет (для них сегодня основной источник информации – социальные сети): 42 % против 93 % тех, кому 65 лет и более (Волков, Гончаров, 2019).

Сегодня не только обычные компьютеры и смартфоны, но и современные телевизоры, подключенные к интернету, дают пользователям (исходя из их персональных предпочтений) возможности индивидуального выбора медиатекстов, а интернет-сайты и социальные сети вовлекают аудиторию в диалог – как внутри социальных сетей, так и с государственными учреждениями, бизнес-компаниями, профессиональными журналистами и пр.

Здесь стоит подчеркнуть, что медийные манипуляторы осознанно используют эти интерактивные возможности. Но если во времена «старых медиа» этими манипуляторами были государственные и бизнес-структуры, то теперь прежде манипулируемая «сверху» аудитория стала постепенно трансформироваться из читателей/зрителей/слушателей в полноценных создателей и распространителей медиатекстов, в том числе и манипуляционного свойства. Еще в 1980-х годах газеты (в штат которых нередко входили сотни сотрудников) гордилась тиражами в два-три миллиона экземпляров, а сегодня никого уже не удивляет десятимиллионная аудитория популярного блогера.

Среди причин стремления интернет-пользователей стать авторами и распространителями медиатекстов (в том числе манипуляционного свойства) помимо финансовых можно выделить: «формирование идентичности; чувство сопричастности, собственной значимости; следование модным трендам...; желание привлечь внимание; стремление поддержать коммуникацию с единомышленниками» (Куньщиков, Строганов, 2018).

Конечно, социальные сети изначально не задумывались как политический или манипуляционный инструмент: планировалось, что они станут свободным и демократическим пространством для общения друзей и родственников, где аудитория будет мирно делиться своими впечатлениями о книгах, фильмах, музыке, путешествиях, гастрономических предпочтениях, размещать фото и видео своих любимых домашних животных, растений и т.п. Однако как только социальные сети (с их широкими возможностями сегментации пользователей по интересам) набрали многомиллионную аудиторию, они тут же стали сферой интересов бизнеса и политики. Сегодня социальные сети все чаще используются как быстрый и относительно недорогой способ массового продвижения информации, в том числе – ложной. В итоге социальные сети становятся источниками разного рода политических и рекламных фейков.

В последние годы проблемы медийных манипуляционных воздействий связываются с фальшивыми новостями. Разумеется, сами по себе фейки (ложная информация) не являются чем-то новым: фальшивые новости распространялись традиционными масс-медиа со времен из появления. Другое дело, что интернет сделал возможным массовое распространение фейков как ботами (роботами), так и реальными индивидуальными пользователями.

При этом резкое выдвижение в центр повестки проблемы фейков стало выгодно 1) оппозиционерам, протестующим против правящей власти и мейнстримных медиа; 2) властным структурам, для которых термин «фейковые новости» часто становится поводом для усиления цензуры и регулирования интернет-сферы; 3) традиционным медиа (крупнейшие газеты, телеканалы), которые болезненно переживают утрату аудитории (что, в частности, вызвало снижение доходов от рекламы) и пытаются обвинить новые медиа в нарушении правил подачи информации, непрофессионализме и безответственности (Tambini, 2017: 9).

Разумеется, большинство пользователей соцсетей в основном не создают, а распространяют чужую информацию, в том числе – фейковую. Ситуация с фальшивыми новостями социально и политически проблемна, так как фейки формируют сообщество неверно информированных граждан (Bakir, McStay, 2018). Еще одна проблема, связанная с фальшивыми новостями, в том, что они обесценивают мнения экспертов, ученых-исследователей, профессиональных журналистов, подрывают доверие к демократическим институтам и могут вызывать моральную панику (Sadiku et al., 2018: 188).

К сожалению, современная аудитория все чаще доверяет информации из соцсетей. Например, 23 % американцев используют Facebook в качестве базового, а 27 % – в качестве дополнительного источника новостей, и примерно 75 % взрослого населения США не могут разобраться в степени правдивости/ложности медиатекстов (Silverman, Singer-Vine, 2016).

Тематика медийных манипуляций сегодня весьма популярна в научном мире, и исследователи, в частности, большое внимание уделяют здесь терминологическому полю.

Прежде всего, речь идет о разделении таких понятий, как «дезинформация» и «ложная информация» (фейк).

К примеру, предлагается следующая типология: 1) «дезинформация» – информация, которая является ложной и преднамеренно созданной с целью причинения вреда человеку, социальной группе, организации или стране; 2) ложная информация – информация, которая является ложной, но не создана с целью причинения вреда; недостоверная информация – информация, основанная на реальности, используемая для причинения вреда лицу, организации или стране» (Derakhshan, Wardle, 2017: 9).

С ними в принципе согласен и Г.Г. Почепцов, полагающий, что «дезинформацией является сознательный обман, в отличие от обмана случайного, незнания, недооценки, преувеличения. Здесь нет соответствия действительности, но происходит это без злого умысла. Нет злого умысла и в литературе и искусстве, от которых мы тоже не требуем

жесткого соответствия действительности. Дезинформация вставляется в информационный поток, на базе которого принимаются решения. И это должно направить лицо, принимающее решение, к интеллектуальному или физическому поступку, выгодному для коммуникатора» (Почепцов, 2018а). Дезинформация вводит в заблуждение аудиторию прямой ложью, подтасовкой фактов и фальшивыми, но, якобы, документальными свидетельствами, с целью обеления, или, напротив, компрометации.

Итак, под термином «дезинформация» понимается «процесс манипулирования информацией: введение кого-либо в заблуждение путем предоставления неполной информации или полной, но уже ненужной информации, искажения контекста, искажения части информации. Под манипуляцией... понимается вид психологического воздействия, при котором мастерство манипулятора используется для скрытого внедрения в психику адресата целей, желаний, намерений, отношений или установок, не совпадающих с теми, которые имеются у адресата в данный момент; психологическое воздействие, нацеленное на изменение направления активности другого человека, выполненное настолько искусно, что остается незамеченным им; психологическое воздействие, направленное на неявное побуждение другого к совершению определенных манипулятором действий; искусное побуждение другого к достижению (преследованию) косвенно вложенной манипулятором цели» (Михеев, Нестик, 2018).

В отношении аудитории к дезинформации можно выделить когнитивные, эмоционально-оценочные, ценностно-смысловые и поведенческие компоненты.

Когнитивные компоненты отношения аудитории к дезинформации: оценка частоты ее медийного использования; представления о её источниках, целях, способах реализации, об ожидаемых и фактических последствиях использования, связях с другими рисками, о способах защиты от ее воздействия.

Эмоционально-оценочные компоненты отношения аудитории к дезинформации включают: значимость её угрозы по сравнению с другими видами угроз; оценка источников и использования ложной медийной информации.

Ценно-смысловые компоненты отношения аудитории к дезинформации: степень допустимости её использования; ценности, которым противоречит её использование и ценности, которыми оправдывается её использование.

Поведенческие компоненты отношения аудитории к дезинформации: предпочитаемые способы и скорость реагирования на её появление; готовность личными действиями поддержать общественные и государственные инициативы, направленные на борьбу с дезинформацией, обсуждать связанные с ней проблемы с другими людьми.

Личностные компоненты отношения аудитории к дезинформации связаны с психологическими механизмами, ценностными ориентациями, социальным доверием, уровнем тревожности, социальной идентичностью (Михеев, Нестик, 2018).

Таким образом, модель подготовки дезинформационной кампании выглядит примерно так: «определение целевой аудитории, определение дестабилизационных месседжей для данной конкретной аудитории, определение уязвимости аудитории и ее уровня сопротивления, тестирование контента и языка сообщения в фокус-группах, определение каналов доставки сообщений» (Почепцов, 2019: 28).

К сожалению, сила дезинформационных воздействий очень тесно связана с индифферентностью аудитории к дезактивации фейков, так как их опровержения направлены на существенные изменения сложившихся под влиянием ложной информации убеждений. Кроме того, длительность влияния дезинформации на индивида может быть весьма ощутимой, так как «забытая» ложная информация остается в памяти, и когда она всплывает вновь, то «воспринимается как достоверная и не вызывает сомнений» (Михеев, Нестик, 2018).

Сетевая дезинформация, используя персонализацию и конспирологию (нередко с помощью так называемых троллей и ботов), часто становится для пользователей более убедительной, чем даже правдивые медиатексты, исходящие из официальных медиа, особенно, если фейковые новости активно поддерживаются пользователями каких-нибудь сетевых групп по (политическим) интересам, а у самого индивида нет стимулов и желания разобраться в какой-то проблеме, используя метод проверки фактов путем сравнения нескольких авторитетных источников информации.

В этом контексте фальшивые новости часто рассматриваются как вид преднамеренной дезинформации (Sadiku et al., 2018: 187). Однако реально так бывает

далеко не всегда, поскольку фейковая информация может быть как полностью ложной, так и частично правдивой. В данной информации также может отсутствовать необходимый для раскрытия ее полного содержания контекст (а если его раскрыть точно и полностью, во всех подробностях, то смысл такого рода информации иногда может поменяться на противоположный). Информация может быть верной для какого-либо исключительного случая, но, будучи поданной в тотальном обобщении, также становится фейком. Кроме того, амбивалентность медийной терминологии проявляется в том, что само словосочетание «фальшивые новости» может быть использовано в политической борьбе с противниками вне зависимости от того, ложные они, или нет. Например, чтобы дискредитировать своего противника, некоторые политики огульно и цинично наклеивают на правдивые аргументы своих оппонентов ярлыки «фейков» (Dentith, 2017: 66; Tambini, 2017: 1).

Кроме того, в отличие от профессиональной дезинформации, сетевые новости могут обманывать и случайно, «мир фейков — это упрощение сложного мира, в котором мы живем. Отсюда тяга не только к фейкам, но и к конспирологии на одном уровне, и магам с гадалками — на другом» (Почепцов, 2018b). К аналогичным заключениям о природе фальшивых новостей приходят и другие исследователи (Gelfert, 2018: 108; Levy, 2017: 20).

European Association for Viewers Interests (EAVI) выделяет десять видов фальшивых новостей: ложная пропаганда, приманка, спонсируемое содержание, сатира и мистификация, ошибка, теория заговора, псевдонаука, дезинформация и фальшивое содержание, а также различные виды мотивации: деньги, политика/сила, юмор/развлечение, страсть и [цель] (неправильное) информирование (EAVI, 2017; McGonagle, 2017: 204-205). Сюда можно добавить также, что фейки часто используют неадекватные обобщения, представляя, к примеру, мнение одного человека (часто маргинального) как позицию партии или страны и презирают стандарты традиционной журналистики и (наподобие ядовитых грибов, пытающихся выдать себя за съедобные), а также имитируют внешний вид «брендовых» новостных каналов.

Понятно, что фальшивая информация может использовать так называемые симулякры (от латинского — *simulacrum*), то есть ложные копии, подменившие оригиналы и интернет-мемы (*Internet meme*) — короткие медиатексты или яркие (аудио)визуальные образы, часто поданные в ироническом или саркастическом (нередко политическом) контексте, которые распространяясь, к примеру, людьми или ботами (роботизированными компьютерными программами, имитирующими действия интернет-пользователей) в социальных сетях, приобретают огромную популярность.

Д. Рашкофф принадлежит разработка теории медиа-вирусов, которые тоже можно связать с распространением фальшивых новостей или дезинформации. Однако Д. Рашкофф считает, что медиа-вирусы можно рассматривать и в положительном контексте, так как «медиа-вирус может быть разработан с целью борьбы против той или иной политической партии, религии, общественного института, экономики, рода бизнеса или даже целого мировоззрения. Точно так же, как ученые используют вирусы для того, чтобы победить определенный телесный недуг или вызвать разрушение опасных клеток антителами, медиа-активисты используют вирусы для борьбы с теми, кого они считают врагами нашей культуры. Медиа-вирусы, будь они сконструированными, занесенными извне или самозарождающимися, вызывают социальные мутации и являются залогом определенного рода эволюции» (Рашкофф, 2003).

К. Борн выделяет несколько факторов, повлиявших на резкий взлет популярности фальшивой медийной информации:

- демократизация создания и распространения медиатекстов, так что любой человек или группа может влиять в онлайн на большое число людей;
- информационная социализация, которая приводит к получению информации отовсюду, а не из традиционных медийных агентств, подчиняющихся журналистским стандартам;
- атомизация как расхождение индивидуальных новостей от брендовых источников;
- анонимность создания и распространения медиатекстов: для сетевого пользователя сегодня важнее то, кто (например, его знакомый) прислал информацию, чем ее источник;
- персонализация информационной среды, что отличает ее от «старых масс-медиа», позволяя пользоваться микроцелевой аудиторией;

- суверенность: в отличие от телевидения, прессы и радио социальные сети саморегулируются (Born, 2017).

При этом часто скорость распространения фейковых новостей «в несколько раз выше скорости правдивых сообщений. Это связано с тем, что фейки лучше соответствуют ожиданиям человека, его представлениям о реальном мире, а не о том его варианте, о котором красиво пишут в газетах. Ведь достаточно часто фейки акцентируют негатив, в то время как обычные сообщения — позитив. А негатив всегда вызывает больший интерес. Фейк приходит в этот мир в результате резкой трансформации модели порождения и трансляции информационных потоков. Первую модель можно обозначить как «один говорит и слушает, другой слушает и говорит», вторую — как «один говорит — многие слушают», и сегодняшнюю как «многие говорят — многие слушают» (Почепцов, 2018b).

С понятиями дезинформации и фальшивой информации тесно связано понятие «манипуляция», которая, по мнению Г.В. Грачева и И.К. Мельник, в политической деятельности рассматривается в следующих двух основных значениях: махинация; система психологического воздействия, ориентированная на внедрение иллюзорных представлений (Грачев, Мельник, 1999).

В социальном плане манипуляция определяется как незаконное доминирование, подтверждающее социальное неравенство. Манипуляция как управление сознанием человека включает в себя вмешательство в процессы идеологии, формирования моделей знания, понимания в интересах тех или иных государств, организаций или групп (Van Dijk, 2006: 359).

Однако в медийной сфере термин «манипуляция» рассматривается многозначно. Конечно, ангажированное медийное агентство или конкретный блогер может намеренно вводить аудиторию в заблуждение, но может и непреднамеренно использовать для распространения ложную информацию, которую ошибочно считает верной. Но и сами медийные агентства могут стать жертвой манипуляции со стороны отдельных персон и организаций: сгенерированные медиатексты могут очень быстро стать вирусными, а журналисты, желая опередить соперников и пренебрегая проверкой достоверности полученной информации, тут же публикуют ее на вроде бы солидных медийных платформах (Fitzpatrick, 2018: 45).

Проблема манипуляции связана также с тем, что сетевой характер интернета и возможность для репликации и ремиксов изображений, текста и видео часто делает невозможным определить, откуда взялась та или иная идея, образ или воспоминание, тем более, что это связано с доминированием иронии. Всё это делает процесс разоблачения медийных манипуляций очень трудным (Marwick, 2018: 478).

Разумеется, в идеале при подаче медийных новостей необходимо стремиться к сбалансированной информации, однако, сегодня мы часто имеем дело с так называемым фальшивым информационным балансом, так как часть медиатекстов могут быть продуктом «вежливого общества» (“Polite society”) или политкорректности.

Итак, на основании анализа различных исследований (Bakir, McStay, 2018; Born, 2017; Bradshaw, Howard, 2018; Dentith, 2017; Derakhshan, Wardle, 2017; Farkas, Schou, 2018; Fitzpatrick, 2018; Flintham et al., 2018; Gelfert, 2018; Janze, Risius, 2017; Lazer et al., 2018; Levy, 2017; Marwick, 2018; Nielsen, Graves, 2017; Rushkoff, 2003; Sadiku et al., 2018; Tambini, 2017; Tandoc Jr. et al., 2018; Van Dijk, 2006; Грачев, Мельник, 1999; Кара-Мурза, Смирнов, 2009; Почепцов, 2015; 2019 и др.) можно выделить ряд основных манипуляционных приемов, используемых современными медиа:

- *appeal to authority, to opinion leaders, testimonial*: «ссылка на авторитеты», «свидетельство»: использование (в том числе и с помощью так называемых «уважаемых медиаторов») реальных и фиктивных высказываний личностей, обладающих высоким авторитетом, или же наоборот, вызывающих отрицательную реакцию у людей, на которых направляется целевое манипулятивное воздействие.

- *band wagon*: «общий вагон», «фургон с оркестром», «оркестровка»: подбор суждений, высказываний, фраз, требующих единообразия в поведении, создающих впечатление, будто так делают все или «позитивные» нации, партии или группы. С помощью этой «общности» у аудитории инициируется убежденность, что большинство людей разделяют предлагаемую медийным агентством «правильную» политическую, религиозную и т.д. точку зрения.

- *conceptual parasiticism*: паразитирование на популярных концепциях, терминах (с использованием «патриотических», «народных», молодежных, сленговых слов), (со)переживаниях, рефлексах, (латентных) желаниях, действиях и пр.; на терминах, скрывающих/изменяющих сущность явления;

- *disabling, blocking critical and rational perception*: отключение, блокировка критического и рационального восприятия сообщения путем обращения к простейшим эмоциям, к подсознанию в атмосфере шоу, скандала, акцентирования шоковых, травматических и паранормальных явлений; в частности, манипулятивный эффект может усиливаться за счет внедрения в развлекательные шоу политических оценок;

- *exploitation of slogans, myths and stereotypes*: использование и эксплуатация лозунгов, мифов и стереотипов;

- *false alternative*: ложная альтернатива, мнимый выбор, когда аудитории дозировано сообщается несколько точек зрения по заданной тематике, но так, чтобы латентно подать в лучшем свете мнение, выгодное коммуникатору; псевдоальтернатива может проявляться также в так называемой безальтернативности выбора («Иного пути у нас нет»);

- *misrepresentation*: искажение мнения оппонентов, приписывание им того, что он не говорили и не совершали;

- *mockery, trollization, deepening the subject*: высмеивание, троллизация, оглушение, то есть ироническое, саркастическое, шутливое отношение к тому или иному явлению, теме, организации, стране, нации, человеку, идее, символу и пр.; используются, чтобы что-то /кого-то опорочить, показать малозначимым и несерьезным, не заслуживающим внимания;

- *multiplication, crushing, chaos*: мозаичность, хаотизация, «забалтывание», дробление подачи информации на высокой скорости, ее избыточность, высокий темп, что позволяет с одной стороны, даже важные (политические) события встроить в общий «пулеметный» новостной ряд, а с другой стороны – создает потребность интерпретаций, объяснений, поскольку человек не хочет жить в неосмысленном им мире. Мозаичность и хаотичность лишают аудиторию ощущения упорядоченности и предсказуемости бытия;

- *name calling*: навешивание ярлыков: 1) *negative labeling, demonization*: «приклеивание отрицательных ярлыков», «демонизация», «нагативизация»: оскорбительные эпитеты, метафоры, названия, относящиеся к тому или иному явлению, организации, стране, нации, человеку, идее и пр. используются, чтобы что-то /кого-то опорочить. Здесь эксплуатируются такие негативные понятия, как «авторитарность», «агрессия», «враг», «империализм», «милитаризм», «нацизм», «национализм», «оккупация», «расизм», «тоталитаризм», «хунта» и т.п.; 2) *glittering generality*: приукрашивание фактов, «наведение румян», «сияющие обобщения»: возвышающие эпитеты, метафоры, названия, относящиеся к тому или иному явлению, организации, стране, нации, человеку, идее и пр. используются, чтобы что-то /кого-то вознести на пьедестал, прорекламирровать. Здесь эксплуатируются такие позитивные понятия, как «братство», «демократия», «дружба», «общие европейские ценности», «здоровье», «качество», «любовь», «мир», «патриотизм», «победа», «политкорректность», «превосходство», «процветание», «равенство», «свобода», «содружество», «счастье», «толерантность», «успех» и т.п.

- *opponent isolation*: лишение оппонента возможности высказывания;

- *plain folks, maximum simplicity, rubbing into trust*: «свои ребята», «игра в простонародность», «втирание в доверие», максимальное упрощение: ставка на доверительные отношения с широкой аудиторией, ее поддержку под предлогом того, что максимально упрощенные идеи, предложения коммуникатора имеют позитивный смысл, так как, якобы, близки простому народу («Да я ж такой же, как и вы все!»);

- *preemptive impact*: «упреждающий удар», то есть максимально быстрое (с существенным опережением конкурентов) сообщение новости в нужном для коммуникатора ключе; сообщение о возможных негативных или позитивных явлениях с их немедленным опровержением в пользу коммуникатора;

- *promotion and self-promotion*: реклама и самореклама личности, группы, партии, организации, фирмы и пр.;

- *reiteration*: постоянное, навязчивое повторение (включая прием исходной и вторичных информационных волн) тех или иных утверждений вне зависимости от истины;

- *rumour creation and exploitation*: создание и эксплуатация слухов;

- *sacrificed cow*: «жертвенная корова» – разоблачение коммуникатором в качестве «жертвы» некоего «меньшего зла» с целью утаить «большее зло»;

- *selection, card stacking, concept change*: селекция, «подтасовка карт», подмена понятий, тенденциозный отбор информации: отбор и несбалансированное акцентирование только положительных или только отрицательных фактов и доводов при одновременном замалчивании противоположных; использование допущений в качестве аргументации; замена позитивных (или негативных) качеств какого-то явления на иные (порой противоположные), необходимые манипулятору в данный момент. Таким образом, обосновывается привлекательность или наоборот неприемлемость какой-либо точки зрения, программы, идеи и т.п.

- *straightforward lie*: прямая ложь, фальсификация, подлог в медиатекстах;

- *transfer, projection, associated chain*: «перенос значения», ассоциативная цепь, «трансфер»: перенос позитивных (или негативных) качеств, связанных с устоявшимися в обществе позитивными или негативными понятиями, на некие необходимые манипулятору в данный момент явления, организации, страны, нации, идеи, личности и пр.; уход от обсуждения нежелательной для коммуникатора темы;

- *Trojan horse*: троянский конь: фрагментация и постепенное внедрение необходимой информации между информацией нейтральной/истинной;

Таким образом, дискуссия вокруг проблемы медийных манипуляций в последние годы резко усилилась, особенно в связи с распространением фальшивых новостей в интернете. К примеру, как доказывают исследования (Nielsen, Graves, 2017: 6-7), большинство людей, к сожалению, не проводит грань между фальшивыми новостями и другими видами новостей. Однако проблема фальшивых новостей не только связана со сфабрикованными медиатекстами, но отражает недовольство аудитории традиционными массовыми источниками информации, конкретными влиятельными политиками, партиями и организациями. С точки зрения аудитории, проблема фальшивых новостей не ограничивается лишь ложной новостью – она касается также некачественной журналистики, политической пропаганды и вводящих в заблуждение форм рекламы; доверия к общественным институтам и медийным агентствам.

Кроме того, в современном медийном мире все реже заявляет о себе однозначно истинная и однозначно ложная информация. Как правило, речь идет о довольно изощренных манипуляционных приемах, смешивающих достоверную и фальшивую информацию, поэтому здесь не может быть простых решений по части разработки механизмов запрета или удаления ложной медийной информации. И здесь «представляется перспективной разработка методов выявления сообществ в Интернете, в которых наиболее вероятно распространение ложной и вводящей в заблуждение информации» (Михеев, Нестик, 2018).

Противодействие дезинформации может опираться как на машинные (компьютерные) алгоритмы (Janze, Risius, 2017), так и на качественную аналитику (Van Dijk, 2006). Мы полагаем также, что массовое медиаобразование аудитории может эффективно способствовать развитию аналитического мышления и медиакомпетентности личности (в частности, этому может помочь синтезированная нами на основании анализа научных исследований типология масс-медийных манипуляционных приемов).

Многочисленные исследования (Bulger, Davison, 2018; De Abreu, 2019; Dell, 2019: 619-620; Gallagher, Magid, 2017: 1; Hartai, 2014; Hobbs, 2010; 2011; Jolls, Wilson, 2014; Mason et al., 2018: 1; McDougall et al, 2018; Mihailidis, 2018; Müller, Denner, 2019: 5; Potter, 2012; Potter, McDougall, 2017; Shen et al., 2019; Wilson, 2019) доказывают, что медиаобразование может дать положительные результаты в том, что касается знаний, навыков и установок в плане анализа и критического осмысления медиа и дезинформации. Вместе с тем не стоит забывать, что создатели дезинформации, группы, проводящие политические кампании с использованием данных социальных сетей, экстремисты и агенты «фабрик троллей» обладают высоким уровнем медиакомпетентности. Поэтому одних лишь медиакомпетенций граждан недостаточно:

для того, чтобы на демократическом уровне противостоять медийным манипуляциям, необходимо иметь в виду и деятельность медийных агентств различного уровня и масштаба и государственных структур (McDougall et al, 2018: 6; Mihailidis, 2018; Müller, Denner, 2019: 5; Wilson, 2019).

Так или иначе, но именно заострившаяся в последние годы проблема медийных манипуляций вновь привлекла внимание к медиаобразованию. Медийную грамотность все чаще стали связывать с борьбой с фальшивыми новостями, а различные заинтересованные стороны – от педагогов до законодателей и медийных агентств – способствовали созданию новых ресурсов и медиаобразовательных программ (Bulger, Davison, 2018: 5; Fake news..., 2018; European Commission, 2018a; 2018b; Friesem, 2019; Gallagher, Magid, 2017; Give..., 2019; Mason et al., 2018: 1; Müller, Denner, 2019: 5; Haigh et al., 2019; Hobbs, McGee, 2014; Horbatuck, Sears, 2018; Ireton, Posetti, 2019; McDougall, 2019; Murrok et al., 2018; Pradekso et al., 2018; Salma, 2019; Silverman, 2015).

Дж. Суитер (Suiter, 2016) связывает эти новые тенденции со следующими причинами:

- синтез таких часто разнополярных и противоречивых явлений, как глобализация, экономический кризис, локальные вооруженные конфликты, борьба против терроризма;
- возникновение новой медиасистемы, где доминируют развлекательные шоу, социальные интерактивные сети и фильтры информации.

Слияние этих факторов усилило эмоциональную составляющую медиа, одновременно серьезно ослабив доверие к ним аудитории, поставило под сомнение многие государственные институты и политические ценности, создали повышенный скептицизм по отношению к медиа и журналистике. В итоге легитимность либеральных ценностей теряет свою значимость, зато открываются двери для антилиберальных сил, популистские и националистические призывы которых набирают силу (Suiter, 2016: 25; Pérez Tornero et al., 2018: 230-232).

На сегодняшний день медиапедагогами (Bulger, Davison, 2018; Hobbs, 2017; McDougall et al, 2018; News..., 2019: 35; Wilson, 2019 и др.) предлагаются следующие практические направления учебной работы с новостной медийной информацией:

- установить четкие принципы построения медиаобразовательной программы;
- создать увлекательный для аудитории модульный учебный план, подобрать яркие материалы, включающие в себя примеры новостей и информации (в том числе – манипулятивного свойства);
- разработать ряд оценочных вопросов и интерактивных задач относительно тематики каждого занятия;
- создать количественные и качественные инструменты оценки медиакомпетентности аудитории;
- подходить к учащимся не только как к потребителям, но и как к создателям медиатекстов;
- привлекать новостные агентства в качестве образовательных партнеров;
- сотрудничать с журналистами, в том числе привлекая их на медиаобразовательные курсы, используя их для преподавания (в том числе – виртуального) и тестирования;
- научить аудиторию ценить стандарты качества журналистики;

Итак, доказано (Bulger, Davison, 2018: 5; Fake news..., 2018; Friesem, 2019; Gallagher, Magid, 2017; Mason et al., 2018: 1; Müller, Denner, 2019: 5; Give..., 2019; Haigh et al., 2019; Horbatuck, Sears, 2018; Ireton, Posetti, 2019; McDougall, 2019; Murrok et al., 2018; Pradekso et al., 2018; Salma, 2019; Silverman, 2015), что инициативы по повышению медийной грамотности, в том числе образовательные программы с участием журналистов, снижают уязвимость аудитории к медийным манипуляциям и дезинформации. Развитие критического мышления и аналитических навыков – ключевой компонент успешной образовательной деятельности. Медиакомпетентная аудитория с большей вероятностью выявят дезинформацию, что позволяет надеяться на эффективность медиаобразовательных программ (McDougall et al, 2018: 7).

Вот почему так важны следующие вопросы:

- Может ли медиаобразование быть успешным в подготовке аудитории к контактам с поддельными медиатекстами?
- На какие группы населения нужно ориентироваться медиапедагогам? Какие новые медиаобразовательные инициативы надо развивать?

- Каким образом медиаобразовательные программы медийной грамотности помогут людям понять, что часто они преувеличивают свои умения оценивать ложные медиатексты?

- Может ли проверка фактов в (новостных) медиатекстах целесообразной в ежедневных контактах человека с медиа?

- Каким образом аудитория, приверженная дезинформации и пропаганде, может использовать может сеять недоверие к медиа и создать враждебные медиатексты?

- Каким образом, политически ангажированные медиапедагоги могут способствовать пропаганде фальшивых, идеологически предвзятых медиатекстов среди массовой аудитории?

Только если каждый человек (с помощью медиапедагога или самостоятельно) будет изучать ключевые концепции медиаобразования (например, репрезентацию, аудиторию, идеологию и др.) и развивать сбалансированное и неангажированное аналитическое мышление по отношению к современным медиатекстам (включая новости), можно будет избежать как ложной бинарности «реальность против фейка», так и опасности гиперциничного недоверия ко всем медиа (McDougall, 2019: 42).

Кроме того, мы согласны с Д. Бэкингамом (Buckingham, 2017) в том, что пока развитие медиакомпетентности человека, к сожалению, не поддерживается руководством медийных агентств, которые нередко далеки от желания подлинного информирования граждан и продвижения демократии. Заявляя о том, что в условиях свободного экономического рынка регулирование медиа невозможно (а фальшивая информация – помимо всего прочего – часто приносит финансовую прибыль), медийные агентства возлагают всю ответственность за контакты с медиатекстами на индивидуального потребителя. Такой подход может служить основой для государственного регулирования медиа и правительственных заявлений о поддержке медиаобразования (которые часто так и остаются только заявлениями). В любом случае педагогических подходов (медиаобразования) недостаточно, нужна осознанная стратегия реформирования медийной сферы. Кроме того, надо еще учитывать и разновекторную деятельность интернет-авторов, не входящих ни в какие традиционные медийные корпорации (Buckingham, 2017).

В данном контексте мы полностью согласны с Дж. МакДугэллом: медиаобразование должно научить аудиторию на практике применять разработки медийных исследователей и медиапедагогов в отношении современной медиасферы; медиаобразование должно основываться на динамичных интерактивных подходах и сотрудничестве деятелей образования и медиакультуры; а к традиционным медиаобразовательным темам следует добавить практические упражнения по анализу социальных сетей и интернетной информации, в частности, относительно коммерческой и политической эксплуатации и манипуляционных воздействий (McDougall, 2019: 42-43).

Case Studies 1: Псевдо-Хомский, или Медийные манипуляции в научной сфере

Традиционная модель медийных воздействий предполагает, что аудитория делится фальшивыми сообщениями не только для корыстного распространения информации, но и потому, что их вводят в заблуждения манипуляторы. Мировоззрение аудитории формируется ее социокультурными и политическими позициями и убеждениями, которые часто очень сильно разнятся или даже враждебны. Вместе с тем сегодня манипуляционные медийные тексты – это часть медиасферы, следовательно, необходимо исследовать, какие алгоритмы и рекламные действия продвигают или стимулируют манипуляционное содержание. Для того чтобы решить проблему ложной медийной информации, используемой в манипуляционных целях, необходимы эффективные модели и технологии. Ложная информация – это не просто проблема существовавшей и ранее поляризации аудитории. Всё это вызвано не только падением доверия к традиционной журналистике, но также переходом к получению основной части информации через интернет (и в частности – через социальные сети). Исследование этих сложных процессов может смягчить последствия медийных манипуляционных процессов (Marwick, 2018: 509-510).

Сегодня в научном мире огромное значение придается исследованиям, направленным на разработку технологий выявления медийных манипуляций и ложных медиатекстов (Bakir, McStay, 2018; Born, 2017; Bradshaw, Howard, 2018; Dentith, 2017; Derakhshan, Wardle, 2017; Farkas, Schou, 2018; Fitzpatrick, 2018; Flintham et al., 2018; Gelfert, 2018; Janze, Risius, 2017; Lazer et al., 2018; Levy, 2017; Marwick, 2018; Nielsen, Graves, 2017; Rushkoff, 2003; Sadiku et al., 2018; Tambini, 2017; Tandoc Jr. et al., 2018; Van Dijk, 2006 и др.).

Мы полагаем, что в этом направлении значительных успехов достиг британский The Open University, который в 2014 году разработал технологию антиманипуляционной критической оценки медийной информации PROMPT (название представляет собой акроним шести ключевых слов: **P**resentation (презентация), **R**elevance (релевантность), **O**bjectivity (объективность), **M**ethod (метод), **P**rovenance (источник), **T**imeliness (своевременность) (The Open University, 2014).

М. Куновская применила эту антиманипуляционную технологию к вот уже около десяти лет распространяющемуся по просторам интернета тексту с многозначительным названием «Noam Chomsky – "10 strategies of manipulation" by the media» («Наум Хомский – «10 стратегий манипуляций с помощью медиа» (Pseudo-Chomsky, 2010-2020).

Презентация («Ясно ли представлена и донесена информация? Рассмотрите язык, расположение и структуру») (The Open University, 2014).

Здесь М. Куновская пришла к выводу, что точки зрения английской грамматики текст выглядит нормально, но точки зрения четкости есть серьезные проблемы, так как ясное сообщение должно отвечать на вопрос: кто и что делает, но анализируемый текст дает на это размытый ответ (Куновская, 2017).

Релевантность («Имеет ли статья отношение к теме, которую вы исследуете? Посмотрите введение или обзор, чтобы узнать, о чем в основном идет речь») (The Open University, 2014).

М. Куновская предположила, что «большинство перепостивших ссылку на псевдо-Хомского наверняка специально информацию о способах управления массами не искали, но были привлечены заголовком, отвечающим каким-то скрытым чаяниям. Точки зрения совпали, и дальше автор мог аргументировать как угодно» (Куновская, 2017). Добавим к этому, что в статье псевдо-Хомского нет никаких конкретных ссылок на какие-либо научные труды, нет и их научного обзора.

Объективность («Является ли статья предвзятой или мотивированной определенной повесткой дня? Эмоционален ли её язык? Есть ли в ней скрытые, корыстные интересы?») (The Open University, 2014).

М. Куновская права в том, что «текст, автор которого старается быть объективным, обычно написан в бесстрастной, рациональной манере. В субъективном, напротив, встречается экспрессивная лексика, метафоры, преувеличения и преуменьшения» (Куновская, 2017). В тексте псевдо-Хомского такого рода экспрессия присутствует. Более того, есть и следующая эмоциональная фраза: «Обращайтесь к публике как к маленькому ребенку. Большая часть рекламы для широкой публики использует речь, аргументы, людей и особенно детские интонации, часто близкие к слабым, как будто зритель – маленький ребенок или умственно отсталый человек» (Pseudo-Chomsky, 2010-2020).

Метод («Ясно ли, как собирались данные? Были ли методы подходящими, и можете ли вы им доверять?») (The Open University, 2014).

Здесь в статье псевдо-Хомского (Pseudo-Chomsky, 2010-2020) нет никаких ссылок на использование каких-либо научных методов, процедуры сбора данных и авторитетных источников.

Источник («Ясно ли, откуда взялась информация? Можете ли вы определить автора(ов) / организацию(и), и заслуживают ли они доверия? Есть ли ссылки/цитаты, которые ведут к дальнейшему чтению, и заслуживают ли они доверия?») (The Open University, 2014).

Ни на один из этих логичных вопросов в статье псевдо-Хомского нет, а сам текст можно прочесть (на всех основных европейских языках) на сотнях ненаучных и просто развлекательных сайтах (Pseudo-Chomsky, 2010-2020). При этом данный текст опубликован там без даты и без ссылки на какой-либо авторитетный источник. Ни один из этих интернет-источников, разумеется, нельзя назвать надежным.

Зато в интернете есть подлинное интервью Н. Хомского журналисту М. Неврадакису (Nevradakis, 2012).

В этом интервью М. Неврадакис задает известному ученому вопрос, касающийся именно этого текста «Noam Chomsky - "10 strategies of manipulation" by the media» (Pseudo-Chomsky, 2010).

В ответ Н. Хомский совершенно определенно говорит следующее:

«Я должен добавить здесь предостережение. Возможно, вы имеете в виду что-то, что циркулирует в интернете под названием, кажется, «10 стратегий манипуляций с помощью медиа», которое приписывается мне, но я его не писал. Было много попыток исправить это, убрать, но как только что-то попадает в интернет, это безнадежно. Так что если это то, что вы имеете в виду, то это не моё» (Chomsky, 2012).

Таким образом, в данном случае мы имеем прямое утверждение Н. Хомского, что популярный текст под названием "Noam Chomsky - "10 strategies of manipulation" by the media" – фальшивка, не имеющая к его научным трудам никакого отношения.

Своевременность («Насколько актуален материал? Ясно ли, когда он был написан? Соответствует ли дата написания вашим требованиям, или это устаревший материал?») (The Open University, 2014).

Здесь в статье псевдо-Хомского (Pseudo-Chomsky, 2010-2020) нет никаких конкретных и точных примеров того, как применяются манипуляционные стратегии. Из данного текста также совершенно непонятно, когда именно он был написан

Таким образом, М. Куновская на основе применения технологии PROMT делает обоснованный вывод, что текст "Noam Chomsky – "10 strategies of manipulation" by the media" (Pseudo-Chomsky, 2010-2020) не заслуживает доверия (Куновская, 2017).

Чтобы лучше разобраться в источнике фальшивой информации, мы решили воспользоваться поисковой системой Google и сначала узнать, сколько ссылок на текст "Noam Chomsky – "10 strategies of manipulation" by the media" содержится в интернете.

В ответ на данную фразу поисковая система Google выдает 14 500 страниц на всех основных языках мира. При этом оказалось, что до 2002 года таких ссылок нет вовсе, но нам удалось обнаружить текст на французском языке "Stratégies de manipulation" (Timsit, 2002), по тексту полностью совпадающий с англоязычной статьей псевдо-Хомского (Pseudo-Chomsky, 2010), размещенной на одном из популярных сайтов о медицине.

При этом франкофонный автор С. Тимси в своей статье, размещенной на научно-популярном сайте Syti.net, ни разу не упоминает и не ссылается на Н. Хомского, и даже не включает в название своей статьи цифру 10, хотя в ней и перечисляется ровно десять манипуляционных стратегий.

Наш дальнейший поиск текста "Noam Chomsky – "10 strategies of manipulation" by the media" показал, что с 2002 по первую половину 2010 года статьи с таким названием в интернете не было. Однако в сентябре и октябре 2010 года на разных интернет сайтах текст "Stratégies de manipulation" (как на французском, так и на английском языках) возник уже под названием "Noam Chomsky – "10 strategies of manipulation" by the media" (Pseudo-Chomsky, 2010), а в последующие годы далее стал размножаться на разных языках на сотнях сайтов.

Появление в интернете непроверенной информации сегодня, к сожалению, заурядное явление. Однако случай с текстом, обманно приписанным Н. Хомскому, оказалась гораздо сложнее: его стали активно цитировать – как подлинный академический источник – в научных статьях, монографиях, исследовательских отчетах и диссертациях.

Например, позитивная ссылка на данную фальшивку есть в отчете по научному проекту "Noam Chomsky – Theorist", выполненному тремя американскими учеными (Aguilar et al, 2012: 3) в Техасском университете в 2012 году. Аналогичный случай со ссылкой на псевдо-Хомского произошел и с французскими учеными, опубликовавшими свою статью в научном журнале "Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale" (De Visscher, Latinis, 2015: 101).

Ссылки на текст псевдо-Хомского проникли в монографию доктора экономических наук Е.Е. Румянцевой «Правда против обмана населения, искажения реальности и замены понятий: экспертные комментарии медиановостей в 1997-2017 гг.» (Румянцева, 2017: 6), в книгу Ф.О. Богачева о позитивном образе мышления (Богачев, 2011: 179-182), в десятки статей, опубликованных журналах (Гоголь, Протопопова, 2014: 231; Канатаев,

2014: 11; Кипяткова, Торгованова, 2016: 76-78; Ларионова, 2015: 1083; Орехов, 2019: 142; Фарафонтова, 2012: 54-55; Федотова, 2015: 417, 419 и др.).

Более того, были защищены диссертации, авторы которых (вместе с их научными руководителями) (Трохинова, 2019: 236, 335; Шихалиева, 2014: 105-106) всерьез рассматривали текста "Noam Chomsky – "10 strategies of manipulation" by the media" (Pseudo-Chomsky, 2010), как реальный научный источник.

Эти факты свидетельствуют, что фальшивка, запущенная в массовую интернет-ротацию и научный оборот с использованием классического манипуляционного приема «ссылки на авторитеты», может быть некритически принята как подлинная не только массовой аудиторией, но и учеными, не попытавшимися проверить источник и корректность данной информации. Парадоксально, но в данном случае многие авторы научных работ о медийных манипуляциях сами стали жертвой медийной манипуляции с использованием лже-статьи на данную тему.

Хорошо, что профессор Н. Хомский прямо указал на ложное приписывание ему текста "Noam Chomsky – "10 strategies of manipulation" by the media" (Pseudo-Chomsky, 2010), которого он никогда не писал (Chomsky, 2012). Но если какой-то интернет-троль попытается далее запустить в интернет ложные тексты уже умерших знаменитых ученых, то разоблачить эти фальшивки будет значительно труднее.

Применим антиманипуляционную технологию PROMPT (The Open University, 2014) для научной статьи на тему медиаобразования «Система медиаобразования молодежи в Республике Беларусь», опубликованной в научном журнале «Труды Белорусского государственного технологического университета» (Богданова, Петрова, 2017: 71-78).

В результате анализ данной статьи показал следующее:

Презентация

Статья «Система медиаобразования молодежи в Республике Беларусь» построена вполне логично, информация о состоянии дел с медиаобразованием белорусских школьников и студентов дана научным языком.

Ревалентность

Данная статья полностью соответствует медиаобразовательной тематике, в ней есть обзор научной литературы по данной теме.

Объективность

Данная статья поначалу не выглядит предвзятой, она написана стандартным научным языком, лишенным яркой эмоциональной окраски. На первый взгляд, в ней не видны скрытые, корыстные интересы.

Метод

Поначалу кажется, что данные для статьи собирались и анализировались традиционным для научной статьи образом (сбор и компаративный анализ научной литературы по теме), но вопрос о доверии к этим методам будет раскрыт нами ниже.

Источник

Используя поисковую систему Google и систему «Анти-плагиат», мы обнаружили, что реальными источниками для статьи «Система медиаобразования молодежи в Республике Беларусь» стали следующие научные монографии и статьи:

- «Медиаобразование молодежной аудитории» (Жилавская, 2009);
- «Исследования и практическая реализация медиаобразовательных проектов в современной Белоруссии» (Чельшева, 2012: 42-52);
- «Дискурс исследований медиаобразования как артикуляция вызова культурной ситуации» (Шарко, 2012).

При этом ни один из этих источников не указан в статье «Система медиаобразования молодежи в Республике Беларусь» (Богданова, Петрова, 2017: 71-78) в списке использованной литературы.

Наш анализ текста статьи «Система медиаобразования молодежи в Республике Беларусь» (Богданова, Петрова, 2017: 71-78) показал, что она представляет собой практически 90 % плагиат и составлена из больших фрагментов указанных выше научных трудов (Жилавская, 2009; Чельшева, 2012: 42-52; Шарко, 2012).

Сам текст статьи «Система медиаобразования молодежи в Республике Беларусь» (Богданова, Петрова, 2017: 71-78), исключая список литературы, состоит из 31045 знаков (включая пробелы). Из этого объема текст, полностью заимствованный из монографии «Медиаобразование молодежной аудитории» (Жилавская, 2009), составляет в статье

«Система медиаобразования молодежи в Республике Беларусь» 3782 знака (12,2 %). Центральная часть статьи «Система медиаобразования молодежи в Республике Беларусь» (Богданова, Петрова, 2017: 71-78) практически полностью состоит из текста, заимствованного из статьи И.В. Челышевой (16893 знаков, то есть 54,4 % общего объема текста, который приписали себе А.А. Богданова и Л.И. Петрова), а заключение взято из статьи О.И. Шарко (6859 знаков, то есть 22,1 %).

Итого заимствованный без всяких ссылок чужой текст составляет в статье «Система медиаобразования молодежи в Республике Беларусь» (Богданова, Петрова, 2017: 71-78) 27534 знака, то есть 88,7 %.

Таким образом, мы не только выяснили, откуда реально пришла (украденная) информация в статью «Система медиаобразования молодежи в Республике Беларусь» (Богданова, Петрова, 2017: 71-78), но и доказали, что «авторы» данной статьи не заслуживают доверия, а существующие ссылки/цитаты, имеющиеся в «их» тексте, не являются надежными, так как не указывают на три реальных (украденных псевдоавторами статьи) источника, из которых и состоит статья, подписанная А.А. Богдановой и Л.И. Петровой.

Возвращаясь к критерию *Объективность*, можно утверждать, что за плагиатом авторов статьи «Система медиаобразования молодежи в Республике Беларусь» (Богданова, Петрова, 2017: 71-78) скрываются, по-видимому, корыстные интересы: перед нами имитация научного труда, попытка манипуляции академической аудиторией путем подмены настоящего исследовательского содержания заимствованными фрагментами из чужих работ.

Своевременность

Статья «Система медиаобразования молодежи в Республике Беларусь» (Богданова, Петрова, 2017: 71-78) опубликована в 2017 году, однако, в списке использованной литературы включены научные труды только с 1989 по 2011 год. Отсутствие в списке литературы научных трудов 2012-2017 годов объясняется тем, что он тоже составлен не А.А. Богдановой и Л.И. Петровой, а взят в готовом виде из уже упомянутых выше научных работ (Жилавская, 2009; Челышева, 2012: 42-52; Шарко, 2012), в которых, по причинам времени их публикации не было ссылок на труды 2012-2017 годов.

Таким образом, вопрос об актуальности статьи «Система медиаобразования молодежи в Республике Беларусь» полностью снимается, так как плагиат не может быть актуальным.

Таким образом, мы приходим к выводу, что манипуляции в научном мире могут, в частности, проявляться в следующих видах:

- подмена авторства научного труда, то есть замена в статье фамилии малоизвестного автора на фамилию научной знаменитости (манипуляционный прием «Ссылка на авторитеты») с последующим распространением теперь уже ложного научного текста в интернете. Данный манипуляционный прием при отсутствии обязательной в подобных случаях проверки на подлинность вызывает целый шлейф цитирований и ссылок в научных изданиях разных стран, так как ученые, цитирующие фальшивку, ошибочно убеждены, что имеют дело с подлинной статьёй уважаемого мэтра; цель данной манипуляции – не извлечение прямой выгоды для манипулятора, а своего рода научный троллинг: доказать академической аудитории, что при фальшивом приписывании фамилии авторитетного в научном мире автора чужому посредственному тексту, можно «заставить» ученых принять эту фальшивку за подлинный научный труд;
- использование учеными чужих научных трудов (безо всяких на них ссылок) в своих публикациях (манипуляционный прием прямого плагиата) с корыстной целью присвоения чужого труда, выдавая его за собственный.

В любом случае наше исследование выявило настоятельную необходимость – и для исследователей, и для редакций научных журналов – тщательной проверки цитируемых источников, которые могут быть ложными. Представители научного мира, традиционно считающиеся наиболее информированными людьми на планете, не должны становиться жертвами манипуляционных воздействий.

Далее на портале: <https://www.directmedia.ru/book-686323-mediaobrazovanie-studentov-pedagogicheskikh-vuzov-i/>

Литература

- Бакка Т. и др. Медиаграмотність та критичне мислення на уроках суспільствознавства: посібник для вчителя / Ред. В. Іванов, О. Волошенко. Київ: ЦВП, АУП, 2016. 243 с.
- Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. М.: Аспект Пресс, 2005. 176 с.
- Библер В.С. От наукоучения – к логике культуры. Два философских введения в XXI век. М., 1991.
- Богачев Ф. Успех или позитивный образ мышления. М., 2011. 395 с.
- Богданова А.А., Петрова Л.И. Система медиаобразования молодежи в республике Беларусь // Труды БГТУ. Серия 4. 2017. 201(2): 71-78.
- Бондаренко Е.А. Система аудиовизуального образования в 5-9 классах общеобразовательной школы. Дис. ... канд. пед. наук. М., 1997.
- Вебер В. Портфолио медиаграмотности // Информатика и образование. 2002. № 1.
- Волков Д., Гончаров С. Российский медиа-ландшафт 2019: телевидение, пресса, интернет и социальные сети // Levada.ru. 01.08.2019. <https://www.levada.ru/2019/08/01/21088/print/>
- Вятрович В. Бандера: старі та нові міфи. 2009. <http://www.memory.gov.ua/news/bandera-stari-ta-novi-mifi>
- Гоголь С.А., Протопопова Т.В. Механизмы управления государством людскими массами // Фундаментальные и прикладные исследования: проблемы и результаты. 2014. № 12: 229-233.
- Гороховский А. Фактчекинг как тренд журналистских расследований: возможности и перспективы. Алматы, 2017. 111 с.
- Грачев Г., Мельник И. Манипулирование личностью: организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия. М.: РАН, 1999.
- Гура В.В. Медиакомпетентность как цель педагогического проектирования электронно-образовательных ресурсов // Медиаобразование. 2005. № 1: 77-80.
- Дахин А.Н. Компетенция и компетентность: сколько их у российского школьника // Вопросы интернет-образования. 2004. № 17.
- Дзялошинский И.М. Медиа и социальная активность молодежи // Медиаобразование – от теории к практике. Сб. III Всероссийской конференции «Медиаобразование и молодежная аудитория. Томск, 2009.
- Жилавская И.В. Интерактивная (журналистская) модель медиаобразования // Медиаскоп. 2009. № 2.
- Жилавская И.В. Медиаобразование молодежной аудитории. Томск: ТИИТ, 2009.
- Зоркая Н.М. Уникальное и тиражированное: средства массовой коммуникации и репродуцированное искусство. М., 1981.
- Кайратулы Б. Было обнаружено, что медный продукт убивает коронавирус (Мыс бұйымның коронавирусты жойатыны анықталды) // Egemen.kz. 17.04.2020. <https://egemen.kz/article/230236-mys-buyymnyh-koronavirusty-dgoyatyny-anyqtaldy>
- Канатаев Д.В. Духовное отчуждение как латентный фактор социальной нестабильности // Психолого-педагогические проблемы безопасности человека и общества. 2014. 4(25): 11.
- Кара-Мурза С. Краткий курс манипуляции сознанием. М.: Алгоритм, 2002.
- Кара-Мурза, С., Смирнов С. Манипуляция сознанием-2. М.: Эксмо-Алгоритм, 2009. 528 с.
- Кипяткова О.И., Торгованова О.Н. 10 способов, которые изменяют мир // Вестник Тверского государственного технического университета. 2016. № 3: 75-79.
- Костина А.В. Массовая культура как феномен постиндустриального общества. М., 2006.
- Куновская М. Как распознать британского ученого? // Мастерская самообразования. 20.11.2017. <https://masam.by/kak-raspoznat-britanskogo-uchenogo/>
- Куньшиков С.В., Строганов В.Б. Трансформация специфики политического манипулирования в "новых медиа" // Вопросы управления. 2018. 6(36): 7-12.
- Ларионова Д.П. Информация как социальное оружие // Электронный вестник Ростовского социально-экономического института. 2015. № 3-4: 1082-1086.
- Лебедева В. Спящая аудитория // Коммерсант. 2019. № 240. 27.12.2019. <https://www.kommersant.ru/doc/4188734>
- Лукашенко А. Водкой надо не только руки мыть // Яндекс. 13.04.2020. https://yandex.ru/efir?stream_id=4c0590a56ba5aebcb70aadb9d30eea0d&from_block=logo_partner_player
- Лукашенко А. Лекарство, самое настоящее // YouTube, канал RT. 29.03.2020. <https://www.youtube.com/watch?v=FEDqjY5WkcQ>
- Маликов Т. Фейк. Полоскания рта соленой водой при коронавирусе // Factcheck.kz. 22.04.2020. <https://factcheck.kz/claim-checking/verdict/fejk-poloskaniya-rta-solenoj-vodoj-pri-koronaviruse/>
- Мальшева Е. «Елена Мальшева Vs Коронавирус: что делать, чтобы не заболеть?» // 360 градусов. Новости. 3.02.2020. https://yandex.ru/efir?stream_id=407e97394a771b5b83d69f76a05ef8df&from_block=logo_partner_player
- Михеев Е.А., Нестик Т.А. Дезинформация в социальных сетях: состояние и перспективы психологических исследований // Социальная психология и общество. 2018. 9(2): 5-20. DOI:10.17759/sps.2018090201
- Орехов В. Технологии манипулирования масс-медиа как реальная угроза будущему // Записки Таврического национального университета. Серия: Филология. Социальные коммуникации. 2019. 30(69), 2(1): 138-142.
- Печищев И. Фейкостроительство // Медианавигатор. 2018. <https://medianavigator.org/exercise/11>
- Писаревская Д.В. Способы распознавания недостоверных новостей // Медийная индокринатизация: антропологические исследования. М., 2018: 150-167.
- Погорелова И.В. Информационные искажения в медийных гипертекстовых заголовках // Филология: научные исследования. 2018. 3: 285-291.
- Поличко Г.А. Междисциплинарные связи литературного курса и факультета по основам киноискусства как средство эстетического развития старшеклассников. Дис. ... канд. пед. наук. М., 1987.
- Помогает ли баня при коронавирусе? Экспертный ответ. 20.04.2020. <https://bannik.ru/blog/pomogaet-li-bana-pri-koronaviruse-ekspertnyj-otvet>
- Почепцов Г. Как убить фейк, или где украинские контр-нарративы. 2019. <https://hvylya.net/analytics/society/kak-ubit-feyk-ili-gde-ukrainskie-kontr-narrativyi.html>
- Почепцов Г. Контексты возникновения дезинформации // Псифактор. 2018. <https://psyfactor.org/psyops/disinformation.htm>
- Почепцов Г. Пропаганда 2.0 и новости // Псифактор. 2015. <https://psyfactor.org/psyops/propaganda38.htm>
- Почепцов Г. Фейки и дезинформация: что дальше? // Псифактор. 2018. <https://psyfactor.org/psyops/feyki-i-desinformatsiya-1.htm>
- Почепцов Г.Г. Дез(информация). Киев: Паливода, 2019. 248 с.
- Рашкофф Д. Медиавирус. М.: Ульта-культура, 2003. 368 с.
- Ростов на Дону проснулся! 28.04.2020. <https://www.youtube.com/watch?v=x4IcTVCF5VI> олов-на-Дону охвачен протестами против изоляции во время эпидемии? – Фейк. 4.05.2020. <https://factcheck.kg/ru/post/438>

- Румянцева Е.Е. Правда против обмана населения, искажения реальности и замены понятий: экспертные комментарии медиановостей в 1997–2017 гг. М.: Директ-Медиа, 2017. 417 с.
- Тилеухан Ж. Может ли медное изделие уничтожить коронавирус? // Factcheck.kz 26.04.2020. <https://factcheck.kz/claim-checking/verdict/mozhet-li-mednoe-izdelie-unichtozhit-koronavirus/>
- Трохинова О.И. Легитимация непопулярных политических решений: коммуникационный аспект. Дис. ... канд. полит. наук. СПб., 2019. 336 с.
- Усов Ю.Н. Кинообразование как средство эстетического воспитания и художественного развития школьников. Дис. ... д-ра пед. наук. М., 1989.
- Фарафонтон Е.Л. К вопросу об информационном терроризме // PR и реклама: традиции и инновации. 2012. 7(1): 53-59.
- Федоров А. Медийные манипуляции в современном мире // Психология интегральной индивидуальности в информационном обществе // Саратов: Наука, 2021: 150-159.
- Федоров А. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза. М., 2007.
- Федоров А., Левицкая А., Новиков А. Коронавирус как источник медийных манипуляций // Crede Experto. 2020. № 2: 1-12. <http://ce.if-mstuca.ru/index.php/130000/130001-media/kkimm>
- Федотова, Н.А. Рекреативные функции СМИ: идеологический и политический контекст // Вестник Челябинского государственного университета. 2015. 5(360).
- Философский энциклопедический словарь. М., 2010.
- Фрейд З. Неудовлетворенность культурой // Искусство кино. 1990. № 12: 18-31.
- Халилов В.М. Трансформация образа журналиста и изображение прессы в кинематографе в кинематографе США в начале XXI века // Россия и Америка в XXI веке. 2. М., 2007.
- Хилько Н.Ф. Роль аудиовизуальной культуры в творческом самоосуществлении личности. Омск, 2001.
- Хуторской А.В. Ключевые компетенции как компонент личностно-ориентированной парадигмы образования // Ученик в общеобразовательной школе. М., 2002: 135-157.
- Чельшова И.В. Теоретические исследования и практическая реализация медиаобразовательных проектов в современной Белоруссии // Дистанционное и виртуальное обучение. 2012. № 12: 42-52.
- Черкасова В.П. Медиауправление общественным политическим сознанием: телевидение и интернет. М., 2019.
- Шарко О.И. Дискурс исследований медиаобразования как артикуляция вызова культурной ситуации // Сборник докладов Международной интернет-конференции «Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса государственных участников СНГ». Минск, 2012: 137-145. https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/27768/1/Sharko_ito_2012.pdf
- Шихалиева У.К. Феномен манипуляции в контексте современной культуры: философский анализ. Дис. ... канд. философ. наук. Астрахань, 2014.
- Adams, P. (2018). The upside of "fake news": renewed calls for media literacy. *Social Education* 82(4): 232–234.
- Aguaded, I., Romero-Rodriguez, L.M. (2015). Mediamorphosis and misinformation in the infosphere: media, digital and information literacy face of changes in information consumption habits. *EKS*. 16(1). <http://dx.doi.org/10.14201/eks20151614457>
- Aguilar, J.F., Sullivan, M., Evans, M. (2012). Project one - Noam Chomsky – Theorist. The University of Texas at Brownsville: 3. http://butleratutb.pbworks.com/w/file/attach/55791595/project%20one_JA.docx
- Aksenov, P. (2021). Rossiya priostanavlivaet rabotu svoej missii pri NATO [Russia suspends its mission to NATO]. BBC. 18.10.2021. [Electronic resource]. URL: <https://www.bbc.com/russian/news-58956835> [in Russian]
- Albright, J. (2017). Welcome to the era of fake news. *Media and Communication*. 5(2): 87-89. doi: 10.17645/mac.v5i2.977
- Aldwairi, M., Alwahedi, A. (2018). Detecting fake news in social media networks. *Procedia Computer Science*. 141: 215-222.
- Alexandrova, I. (2021). COVID-19 v Rossii: novyj antirekord po chislu smertej [COVID-19 in Russia: a new anti-record in the number of deaths]. Euronews. 27.10.2021. [Electronic resource]. URL: <https://ru.euronews.com/2021/10/27/russia-covid-keeps-rising> [in Russian]
- Alexandrova, I. (2021). Sahalin prevrashchaetsya v "zelyonyj ostrov" [Sakhalin becomes a "green island"]. Euronews. 1.11.2021. [Electronic resource]. URL: <https://ru.euronews.com/2021/11/01/russian-islands-go-green> [in Russian]
- Alexandrova, I. (2021). V NATO reshili, kak sderzhivat' Rossiyu [NATO has decided how to contain Russia]. Euronews. 21.10.2021. [Electronic resource]. URL: <https://ru.euronews.com/2021/10/21/nato-defense-min-summit> [in Russian]
- Alexandrova, I. (2021). V Rossii aktivizirovalis' moshenniki, predlagayushchie poddel'nye sertifikaty o vakcinacii [Fraudsters offering fake vaccination certificates have become more active in Russia]. Euronews. 26.10.2021. [Electronic resource]. URL: <https://ru.euronews.com/2021/10/26/russia-covid-fake-certificates> [in Russian]
- Alexandrova, I. (2021). V Rossii boryutsya s poddel'nymi privivochnymi sertifikatami [Russia is struggling with fake vaccination certificates]. Euronews. 5.07.2021. [Electronic resource]. URL: <https://ru.euronews.com/2021/07/05/russia-fake-certificates> [in Russian]
- Alexandrova, I. (2021). Yuriy Gagarin - pervyj navsegda [Yuri Gagarin - the first forever]. Euronews. 11.04.2021. [Electronic resource]. URL: <https://ru.euronews.com/culture/2021/04/11/gagarin-tribute> [in Russian]
- Antonova, N. (2021). Scientists Want Out of Russia. *Foreign Policy*. 14.10.2021. <https://foreignpolicy.com/2021/10/14/scientists-space-russia-paranoia-elite-corruption/>
- Azzimonti, M., Fernandes, M. (2018). Social media networks, fake news, and polarization. NBER Working Paper. 24462: 1-64.
- Azzimonti, M., Fernandes, M. (2021). Social media networks, fake news, and polarization. Revised Edition. Cambridge: Working Paper. 24462. [Electronic resource]. URL: <http://www.nber.org/papers/w24462>
- Baake, D., Kornblum, S., Lauffer, J., Mikos, L., Thiele, G. (eds.) (1999). *Hanbuch Mediaen: Medienkompetenz. Modelle und Projekte*. Bonn: Bundeszentrale für Politische Bildung, 308 p.
- Bakir, V., McStay, A. (2018). Fake news and the economy of emotions: problems, causes, solutions. *Digital Journalism*. 6(2): 154-175. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1345645>
- Balmas, M. (2012). When fake news becomes real: combined exposure to multiple news sources and political attitudes of inefficacy, alienation, and cynicism. *Communication Research*. 20(10): 1-25. doi: 10.1177/0093650212453600
- Barluet, A. (2021). Moscou "n'abandonnera jamais" la Crimée mais craint les sanctions. *Le Figaro*. 22.08.2021. [Electronic resource]. URL: <https://www.lefigaro.fr/international/moscou-n-abandonnera-jamais-la-crimee-mais-craint-les-sanctions-20210822>
- Barsukov, P. (2021). "Svernnyj potok – 2" gotov k zapusku [Nord Stream 2 is ready for launch]. Euronews. 18.10.2021. [Electronic resource]. URL: <https://ru.euronews.com/2021/10/18/germany-russia-nordstream-2-ready-to-pump> [in Russian]
- Barsukov, P. (2021). "Vladimir Putin – nastoyashchij drug Izrailya" ["Vladimir Putin is a true friend of Israel"]. Euronews. 22.10.2021. [Electronic resource]. URL: <https://ru.euronews.com/2021/10/22/russia-israel-sochi-talks> [in Russian]
- BBC (2021). "Chukotka" iz utok i rasprava nad zajcami: gromkie skandaly s rossijskimi chinovnikami na ohote ["Chukotka" of ducks and massacre of hares: high-profile scandals with Russian officials on the hunt]. BBC. 1.11.2021. [Electronic resource]. URL: <https://www.bbc.com/russian/news-59122946> [in Russian]

- BBC (2021). "Sputnik" ne doletel. Kontrakty na postavku rossijskoj vakciny sryvayutsya po vsemu miru ["Sputnik didn't make it. Contracts to supply Russian vaccines are being frustrated around the world]. BBC. 30.07.2021. [Electronic resource]. URL: <https://www.bbc.com/russian/features-57969809> [in Russian]
- BBC (2021). Delo o foto v stringah pered Isaakievskim soborom: sud otkazal sledstviyu [Case of thong photo in front of St. Isaac's Cathedral: court rejected the investigation]. BBC. 30.10.2021. [Electronic resource]. URL: <https://www.bbc.com/russian/news-59106469> [in Russian]
- BBC (2021). Moldova i "Gazprom" dogovorilis' o postavkah gaza na pyat' let [Moldova and Gazprom agree on gas supplies for five years]. BBC. 29.10.2021. [Electronic resource]. URL: <https://www.bbc.com/russian/news-59098395> [in Russian]
- BBC (2021). Putin i Lukashenko dogovorilis' ob integracii Rossii i Belarusi. O chem imenno? [Putin and Lukashenko agreed on the integration of Russia and Belarus. About what exactly?]. BBC. 9.09.2021. [Electronic resource]. URL: <https://www.bbc.com/russian/news-58507110> [in Russian]
- BBC (2021). Rossiya namerena "de-fakto integrirovat'" Donbass, schitaet Evrosoyuz [Russia intends to "de facto integrate" Donbass, says EU]. BBC. 13.05.2021. [Electronic resource]. URL: <https://www.bbc.com/russian/news-57087885> [in Russian]
- BBC (2021). Rossiya nazvala SSHA "nedruzhestvennoj stranou". Amerikanskoe posol'stvo ne smozhet nanimat' rossiyan [Russia called the U.S. an "unfriendly country". American Embassy won't be able to hire Russians]. BBC. 25.04.2021. [Electronic resource]. URL: <https://www.bbc.com/russian/news-56865142> [in Russian]
- BBC (2021). Rossiya vtoroj den' podryad obnovlyaet maksimum smertej s Covid-19 [Russia updates maximum deaths with Covid-19 for second day in a row]. BBC. 27.10.2021. [Electronic resource]. URL: <https://www.bbc.com/russian/news-59061868> [in Russian]
- BBC (2021). Strel'ba v Permskom universitete: pogibli shest' chelovek [Shooting at Perm University: six people dead]. BBC. 20.09.2021. [Electronic resource]. URL: <https://www.bbc.com/russian/news-58622874> [in Russian]
- BBC (2021). V Danii zaderzhali rossijskoe nauchnoe sudno "Akademik Ioffe" [The Russian research vessel Akademik Ioffe was detained in Denmark]. 4.11.2021. [Electronic resource]. URL: <https://www.bbc.com/russian/news-58988143> [in Russian]
- BBC (n.d.). Find out what the BBC is doing to increase trust and transparency in online news. [Electronic resource]. URL: <https://www.bbc.com/russian/institutional-50098149>
- BBC News (2021). Coronavirus worldwide: data by country and region. 1.11. 2021. <https://www.bbc.com/russian/news-51706538>
- Bean, J. (2017). The medium is the fake news. *Interaction*: 24-25. DOI: 10.1145/3064776
- Berghel, H. (2017). Lies, damn lies, and fake news. *Computer*/ 50(2): 80-85.
- Bertin et al., 2018 – Bertin, B., Aguiar, L., Gomez-Herrera, E., Mueller-Langer, F. (2018). The Digital transformation of news media and the rise of disinformation and fake news. Seville: European Commission, Joint Research Centre. 56 p.
- Bertin, B., Aguiar, L., Gomez-Herrera, E., Mueller-Langer, F. (2018). The Digital transformation of news media and the rise of disinformation and fake news. Seville: European Commission, Joint Research Centre. 56 p.
- Beutelsbacher, S. (2021). Ökonom sieht Russland hinter Amerikas historischem Steuer-Leak. *Die Welt*. 11.06.2021. <https://www.welt.de/politik/ausland/article231736993/USA-Oekonom-sieht-Russland-hinter-Amerikas-historischem-Steuer-Leak.html>
- Beyond Fake News – 10 Types of Misleading News (2017). <https://eavi.eu/beyond-fake-news-10-types-misleading-info/>
- Bharali, B., Goswami, A.L. (2018). Fake news: credibility, cultivation syndrome and the new age media. *Media Watch*. 9(1): 118-130. doi: 10.15655/mw/2018/v9i1/49277
- Bigalke, S. (2021). Putins Rendezvous mit dem Lieblingsfeind. 16.06.2021. *Süddeutsche Zeitung*. <https://www.sueddeutsche.de/politik/gipfel-putin-biden-usa-russland-1.5323193>
- Born, K. (2017). Six reasons there's more fake news today. <https://www.marketwatch.com/story/six-features-of-the-age-of-fake-news-2017-10-24>
- Bowker, J. (ed.) (1991). *Secondary Media Education. A Curriculum Statement*. London: British Film Institute.
- Bradshaw, S., Bailey, H., Howard, P.N. (2021). *Industrialized Disinformation 2020. Global Inventory of Organized Social Media Manipulation*. Oxford.
- Bradshaw, S., Howard, P.N. (2018). *Challenging truth and trust: a global inventory of organized social media manipulation*. Oxford: University of Oxford, 25 p.
- Buckingham, D. (1991). Teaching about Media. In: Lusted, D. (ed.). *The Media Studies Book*. London – New York: Routledge: 12-35.
- Buckingham, D. (2000). *The Making of Citizens*. London – New York: Routledge, 235 p.
- Buckingham, D. (2003). *Media education: literacy, learning and contemporary culture*. Cambridge, UK: Polity Press, 219 p.
- Buckingham, D. (2015). Do We Really Need Media Education 2.0? Teaching Media in the Age of Participatory Culture. In: Lin, T.B., Chen, V., Chai, C. (eds.) *New Media and Learning in the 21st Century*. Education Innovation Series. Singapore: Springer.
- Buckingham, D. (2017). Fake news: Is media literacy the answer? 12.01.2012. <https://davidbuckingham.net/2017/01/12/fake-news-is-media-literacy-the-answer/>
- Buckingham, D., Sefton-Green, J. (1997). *Multimedia Education: Media Literacy in the Age of Digital Culture*. In: Kubey, R. (ed.). *Media Literacy in the Information Age*. New Brunswick and London: Transaction Publishers: 290.
- Bulger, M., Davison, P. (2018). *The promises, challenges, and futures of media literacy*. New York: Data & Society Research Institute, 33 p.
- Carson, A. (2021). *The Fake News Crisis. Lessons for Australia from the Asia-Pacific*. *Governing During Crises Policy Brief*. 12.
- Chomsky, N. (2012). Interview with Noam Chomsky. 13.10.2012. http://www.x-pressed.org/?xpd_article=interview-with-chomsky
- Churmanova, K. (2021). Spasenie soseda. Skol'ko teryaet Rossiya na podderzhke Belarusi [Saving a neighbor. How much Russia loses on supporting Belarus] // BBC. 9.09.2021. [Electronic resource]. URL: <https://www.bbc.com/russian/features-58508091> [in Russian]
- Colomina, C., Sánchez Margalef, H., Youngs, R. (2021). *The impact of disinformation on democratic processes and human rights in the world*. Brussels: European Parliament.
- Conroy, N.J., Rubin, V.L., Chen, Y. (2015). *Automatic deception detection: methods for finding fake news*. ASIST 2015. St. Louis, USA.
- Copeland, P. (2016). *Factual Entertainment: How to make media literacy popular. Beyond propaganda*. London: Legatum Institute, 32 p.
- Courtney, I. (2018). In an era of fake news, information literacy has a role to play in journalism education in Ireland. *Irish Communication Review*, 16 (1): 19-33.
- De Abreu, B.S. (Ed.) (2019). *Teaching media literacy*. Chicago: ALA Neal-Schuman, 235 p.
- De Visscher, H., Latinis, P. (2015). Le sens critique. Et quoi encore? *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, 1 (105): 99-118. <https://www.cairn.info/revue-les-cahiers-internationaux-de-psychologiesociale-2015-1-page-99.htm>
- Dell, M. (2019). Fake news, alternative facts, and disinformation: the importance of teaching media literacy to law students. *Touro Law Review*: 35 (2): 619-648.

- Dentith, M.R.X. (2017). The Problem of fake news. *Public Reason*. 8(1-2): 65-79.
- Derakhshan H., Wardle, C. (2017). Information Disorder: Definitions. Understanding and Addressing the Disinformation Ecosystem. Annenberg School for Communication: 5-12.
- Desuin, H., Rouart, V. (2021). Russie: Le régime pourrait-il survivre sans Poutine? *Le Figaro*. 9.04.2021. [Electronic resource]. URL: <https://www.lefigaro.fr/vox/monde/russie-le-regime-pourrait-il-survivre-sans-poutine-20210409>
- Doval, V. (2021). Priznanie rossijskoj vakciny "Sputnik V": rezul'tat ocheviden [Recognition of the Russian Sputnik V vaccine: the result is obvious]. *Euronews*. 2.02.2021. [Electronic resource]. URL: <https://ru.euronews.com/2021/02/02/sputnik-vaccine-91-percent-efec> [in Russian]
- Ehrlich, M. (1997). Journalism in the movies. *Critical Studies in Mass Communication*. 14(3): 267-281.
- Ehrlich, M. (2004). Journalism in the Movies. Chicago: University of Illinois Press.
- Ehrlich, M. (2005). Shattered Glass, movies, and the free press myth. *Journal of Communication Inquiry*. 29(2): 103-118.
- Ehrlich, M. (2006). Facts, truth and bad journalists in the movies. *Journalism*. 7: 501-519.
- Euronews (2021). Moskva priostanavlivaet deyatelnost' missii NATO [Moscow Suspends NATO Mission Activities]. *Euronews*. 18.10.2021. [Electronic resource]. URL: <https://ru.euronews.com/2021/10/18/russia-suspends-mission-to-nato-ppp> [in Russian]
- Euronews (2021). Protests against COVID health pass held across Europe. 8.08.2021. [Electronic resource]. URL: <https://www.euronews.com/2021/08/08/protesters-demonstrating-across-europe-against-vaccination-and-the-health-pass>
- Euronews (2021). Protests against COVID health pass held across Europe. 8.08.2021. [Electronic resource]. URL: <https://www.euronews.com/2021/08/08/protesters-demonstrating-across-europe-against-vaccination-and-the-health-pass>
- Euronews (n.d.). We believe All Views matter. [Electronic resource]. URL: <https://ru.euronews.com/about>
- European Commission (2018a). A multi-dimensional approach to disinformation. Report of the independent High level Group on fake news and disinformation. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- European Commission (2018b). Fake news and Disinformation Online, Eurobarometer Report FL464. <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/first-findings-eurobarometer-fake-news-and-online-disinformation>
- Fake news and critical literacy. The final report of the Commission on fake news and the teaching of critical literacy in schools (2018). London: National Literacy Trust, 35.
- Farkas, J., Schou, J. (2018). Fake News as a Floating Signifier: Hegemony, Antagonism and the Politics of Falsehood. *Javnost - The Public*, 25 (3): 298-314. DOI: 10.1080/13183222.2018.1463047
- Fedorov, A., Levitskaya, A. (2020). Pseudo-Chomsky or Media Manipulation in the Scientific Area. *Media Education*. 2: 238-245. http://ejournal53.com/journals_n/1592498824.pdf
- Fedorov, A., Levitskaya, A. (2021). Media Manipulation and Movies. *Media Education*. 17(1): 64-69. http://ejournal53.com/journals_n/161555209.pdf DOI:10.13187/me.2021.1.64.
- Fielden, A., Grupac, M., Adamko, P. (2018). How users validate the information they encounter on digital content platforms: the production and proliferation of fake social media news, the likelihood of consumer exposure, and online deceptions. *Geopolitics, History, and International Relations*. 10(2): 51-57.
- Figueira, A. Oliveira, L. (2017). The current state of fake news: challenges and opportunities. *Procedia Computer Science*. 121: 817-825.
- Fitzpatrick, N. (2018). Media manipulation 2.0: the impact of social media on news, competition, and accuracy. *Athens Journal of Mass Media and Communications*. 4(1): 45-62. DOI: 10.30958/ajmmc.4.1.3
- Fletcher, R., Cornia, A., Graves, L., Nielsen, R.K. (2018). Measuring the reach of "fake news" and online disinformation in Europe. Oxford: University of Oxford: 1-10.
- Fletcher, R., Nielsen, R. (2017). People don't trust news media – and this is key to the global misinformation debate. *Understanding and Addressing the Disinformation Ecosystem*. Los Angeles: Annenberg School for Communication: 13-17.
- Flintham, M., Karner, C., Creswick, H., Gupta, N., Moran, S. (2018). Falling for fake news: investigating the consumption of news via social media. CHI 2018, April 21-26, 2018, Montreal, QC, Canada. <https://doi.org/10.1145/3173574.3173950>
- France-Presse (2021). Plus de 40 000 manifestants contre le pass sanitaire en France. 16.10.2021. [Electronic resource]. URL: <https://www.tvanouvelles.ca/2021/10/16/plus-de-40-000-manifestants-contre-le-pass-sanitaire-en-france>
- France-Presse (2021). Plus de 40 000 manifestants contre le pass sanitaire en France. 16.10.2021. [Electronic resource]. URL: <https://www.tvanouvelles.ca/2021/10/16/plus-de-40-000-manifestants-contre-le-pass-sanitaire-en-france>
- France-Presse (2021). Plus de 40 000 manifestants contre le pass sanitaire en France. 16.10.2021. [Electronic resource]. URL: <https://www.tvanouvelles.ca/2021/10/16/plus-de-40-000-manifestants-contre-le-pass-sanitaire-en-france>
- France-Presse (2021). Plus de 40 000 manifestants contre le pass sanitaire en France. 16.10.2021. [Electronic resource]. URL: <https://www.tvanouvelles.ca/2021/10/16/plus-de-40-000-manifestants-contre-le-pass-sanitaire-en-france>
- Friesem, Y. (2019). Teaching Truth, Lies, and Accuracy in the Digital Age: Media Literacy as Project-Based Learning. *Journalism & Mass Communication Educator*, 1–14. <https://doi.org/10.1177/1077695819829962>
- Gahirwal, M., Moghe, S., Kulkarni, T., Khakhar, D., Bhatia, J. (2018). Fake news detection. *International Journal of Advance Research, Ideas and Innovations in Technology*. 4(1): 817-819.
- Gallagher, K., Magid, L. (2017). Parent & educator guide media literacy & fake news. *Connect Safely*, 13 p.
- Gelfert, A. (2018). Fake News: A Definition. *Informal Logic*. 38(1): 84-117. <https://doi.org/10.22329/il.v38i1.5068>
- Ghitis, F. (2021). Putin's Russia isn't a model for anyone. *The Washington Post*. 22.04.2021. <https://www.washingtonpost.com/opinions/2021/04/22/putins-russia-isnt-model-anyone/>
- Giles, K. (2016). *Handbook of Russian Information Warfare*. Rome: NATO Defense College, 2016, 77 p.
- Give facts a fighting chance. A global playbook for teaching news literacy (2019). Washington: The News Literacy Project, 43 p.
- Goering, C.Z., Thomas, P.L. (eds.) (2018). *Critical media literacy and fake news in post-truth America*. Leiden: Brill Sense.
- Golubeva, A. (2021). "Gosudar'-iskupitel'" i ego "nevinnoe gosudarstvo": byl li u Rossii shans na demokratiyu? ["The State Redeemer" and His "Innocent State": Did Russia Have a Chance for Democracy?]. *BBC*. 16.08.2021. [Electronic resource]. URL: <https://www.bbc.com/russian/in-depth-58230578> [in Russian]
- Good, H. (1989). *Outcasts: The Image of journalists in contemporary film*. Metuchen, New Jersey: The Scarecrow Press.
- Grynszpan, E. (2018). Tuerie "à l'américaine" dans une école russe. *Le Temps*. 17.10.2018. [Electronic resource]. URL: <https://www.letemps.ch/monde/tuerie-lamericaine-une-ecole-russe>
- Grynszpan, E. (2021). Les "lignes rouges" de Vladimir Poutine. *Le Temps*. 22.04.2021. [Electronic resource]. URL: <https://www.letemps.ch/monde/lignes-rouges-vladimir-poutine>
- Guseva, E. (2021). NATO vysylaet rossijskih diplomatov [NATO expels Russian diplomats]. *Euronews*. 7.10.2021. [Electronic resource]. URL: <https://ru.euronews.com/2021/10/07/russian-diplomats-expelled-nato> [in Russian]
- Gusseinov, G. (2019). Kak Rossiya okazalas' malen'koj stranoj? [How is Russia a small country?]. *Radio France Internationale*. 04.08.2019. [Electronic resource]. URL: <https://www.rfi.fr/ru/rossiya/20190804-kak-rossiya-okazalas-malenkoi-stranoi>
- Gutschker, T. (2021). Joe Bidens „heilige Verpflichtung“. *Frankfurter Allgemeine*. 14.06.2021. <https://www.faz.net/aktuell/politik/ausland/nato-joe-biden-nennt-beistandsklausel-heilige-verpflichtung-17388945.html>

- Haigh, M., Haigh, T., Matychak T. (2019). Information literacy vs. fake news: the case of Ukraine. *Open Information Science*, 3: 154–165.
- Harbusch, N., Röpcke, U., Stritzel, B. (2021). Corona macht Putin noch gefährlicher. *Bild*. 15.06.2021. <https://www.bild.de/politik/inland/politik-inland/cyberangriffe-und-propaganda-corona-macht-putin-noch-gefaehrlicher-76749548.bild.html#fromWall>
- Hart, A. (1997). Textual pleasures and moral dilemmas: teaching media literacy in England. In: Kubey, R. (ed.). *Media Literacy in the Information Age*. New Brunswick and London: Transaction Publishers: 202.
- Hartai, L. (2014). Report on Formal Media Education in Europe (WP3), European Media Literacy Education Study (EMEDUS), Lifelong Learning Programme. <https://eavi.eu/wp-content/uploads/2017/02/Media-Education-in-European-Schools-2.pdf>
- Hobbs, R. (2010). *Digital and Media Literacy: A Plan of Action*. Washington, DC: The Aspen Institute.
- Hobbs, R. (2011). Empowering Learners with Digital and Media Literacy. *Knowledge Quest*. 39(5), 12-17.
- Hobbs, R. (2017). Teaching and learning in a post-truth world. *Educational Leadership*, 75(3), 26-31. http://www.ascd.org/publications/educational_leadership/nov17/vol75/num03/Teaching_and_Learning_in_a_Post-Truth_World.aspx
- Hobbs, R., McGee, S. (2014). 'Teaching about Propaganda: An Examination of the Historical Roots of Media Literacy'. *Journal of Media Literacy Education*, 6(2), 56-66.
- Hofstein Grady, Peter, R., Ditto, H., Loftus, E.F. (2021). Nevertheless, partisanship persisted: fake news warnings help briefly, but bias returns with time. *Grady et al. Cogn. Research*. 6(52): 14. <https://doi.org/10.1186/s41235-021-00315-z>
- Hopkins, V. (2021). Apathy and Wariness of Kremlin Leave Russians Unvaccinated. *The New York Times*. 18.10.2021. <https://www.nytimes.com/2021/10/18/world/europe/russia-virus-vaccine.html>
- Horbatuck, L., Sears, L. (2018). Combating "fake news" and misinformation with information literacy. Washington: National Association of Independent Schools, 29 p.
- Howard, P.N., Neudert, L.-M., Prakash, N. (2021). Digital misinformation / disinformation and children. UNICEF. [Electronic resource]. URL: <https://www.unicef.org/globalinsight/media/2096/file/UNICEF-Global-Insight-Digital-Misinformation-and-Children-2021.pdf>
- Ilyin, A., Churmanova, K., Volkova, O. (2021). Nerabochie dni vmesto prazdnika: chem opasna "chetvertaya volna" koronavirusa v Rossii [Non-working days instead of a holiday: what is the danger of the "fourth wave" of coronavirus in Russia]. *BBC*. 20.10.2021. [Electronic resource]. URL: <https://www.bbc.com/russian/news-58983777> [in Russian]
- Ireton, C., Posetti, J. (2019). *Journalism, fake news & disinformation: handbook for journalism education and training*. Paris: UNESCO.
- Jacques, L. (2021). Russie: lancé comme une fusée, Sputnik V récolte la méfiance. *Libération*. 3.01.2021. [Electronic resource]. URL: https://www.liberation.fr/planete/2021/01/03/lance-comme-une-fusee-sputnik-v-recolte-la-mefiance_1810238/
- Janze, C., Risius, M. (2017). Automatic Detection of Fake News on Social Media Platforms. *PACIS 2017 Proceedings*. <http://aisel.aisnet.org/pacis2017/261>
- Jeangène Vilmer, J.-B., Escorcía, A., Guillaume, M., Herrera, J. (2018). Information Manipulation: A challenge for our democracies, report by the Policy planning staff (CAPS) of the Ministry for Europe and foreign affairs and the Institute for strategic research (IRSEM) of the Ministry for the armed forces. Paris: CAPS and IRSEM, 207 p.
- Jolls, T., Wilson, C. (2014). The Core Concepts: Fundamental to Media Literacy Yesterday, Today and Tomorrow. *Journal of Media Literacy Education*, 6(2): 68–77.
- Kellner, D., Share, J. (2005). Toward Critical Media Literacy: Core concepts, debates, organizations, and policy. *Discourse: studies in the cultural politics of education*. 26(3): 369-386.
- Kepinski, O. (2021). Latvija prekrashchaet veshchanie rossijskih telekanalov [Latvia stops broadcasting Russian TV channels]. *Euronews*. 1.02.2021. [Electronic resource]. URL: <https://ru.euronews.com/2021/02/01/latvia-cuts-russian-channels> [in Russian]
- Kepinski, O. Ekaterina Alyohina: zhenskij put' k zvyozdam Michelin [Ekaterina Alyokhina: a woman's way to Michelin stars]. *Euronews*. 27.10.2021. [Electronic resource]. URL: <https://ru.euronews.com/2021/10/27/ru-woman-michelin-chef> [in Russian]
- Kessler, G. (2021). Timeline: How the Wuhan lab-leak theory suddenly became credible. *The Washington Post*. 25.05.2021. [Electronic resource]. URL: <https://www.washingtonpost.com/politics/2021/05/25/timeline-how-wuhan-lab-leak-theory-suddenly-became-credible/>
- Khachatryan, K. (2021). Glava Pentagona v Rumynii obvinil Rossiyu [The head of the Pentagon in Romania blamed Russia]. *Euronews*. 20.10.2021. [Electronic resource]. URL: <https://ru.euronews.com/2021/10/20/austin-in-romania> [in Russian]
- Khurshudyan, I. (2021). Now booming on Moscow's black market: Fake vaccine certificates. *The Washington Post*. 27.06.2021. https://www.washingtonpost.com/world/europe/moscow-fake-vaccine-coronavirus/2021/06/26/0881e1e4-cf98-11eb-a224-bd59bd22197c_story.html
- Kim, J.-N., de Zúñiga, H.G. (2020). Pseudo-Information, Media, Publics, and the Failing Marketplace of Ideas: Theory. *American Behavioral Scientist*. 1(16). DOI: 10.1177/0002764220950606
- Knight Foundation (2018). *American Views: Trust, Media and Democracy*. Gallup / Knight Foundation Survey. https://kf-site-production.s3.amazonaws.com/publications/pdfs/000/000/242/original/KnightFoundation_AmericansViews_Client_Report_01_0917_Final_Updated.pdf
- Kornienko, M. (2021). Sovetskoe ili rossijskoe? Kak simvoly SSSR stali chast'yu sovremennoj Rossii [Soviet or Russian? How the Symbols of the USSR Became a Part of Modern Russia]. *BBC*. 6.11.2021. [Electronic resource]. URL: <https://www.bbc.com/russian/features-59167195> [in Russian]
- Kubey, R. (1997). *Media Education: Portraits of an Evolving Field*. In: Kubey, R. (ed.) *Media Literacy in the Information Age*. New Brunswick & London: Transaction Publishers.
- Lazer, D.M.J., Baum, M.A., Benkler, Y. et al. (2018). The science of fake news. Addressing fake news requires a multidisciplinary effort. *Science*, 359 (6380): 1094-1096. DOI: 10.1126/science.aao2998
- Lerner, S., Hvistendahl, M. (2021). New Details Emerge About Coronavirus Research at Chinese Lab. *The Intercept*. 6.09.2021. [Electronic resource]. URL: <https://theintercept.com/2021/09/06/new-details-emerge-about-coronavirus-research-at-chinese-lab/>
- Levitskaya, A., Fedorov, A. (2020). Analysis of Manipulative Media Texts: World Media Literacy Education Experience. *Media Education*. 3: 430-442. http://ejournal53.com/journals_n/1600177494.pdf
- Levitskaya, A., Fedorov, A. (2020). Typology and Mechanisms of Media Manipulation. *International Journal of Media and Information Literacy*. 5(1): 69-78. DOI: 10.13187/ijmil.2020.1.69 http://ejournal46.com/journals_n/1592591594.pdf
- Levitskaya, A., Fedorov, A. (2021). Criteria and Methods for Assessing the Effectiveness of Activities, Contributing to the Development of Students' Media Competence in the Process of Analyzing Media Manipulative Influences. *International Journal of Media and Information Literacy*. 2021. 6(1): 129-145. http://ejournal46.com/journals_n/1624031397.pdf DOI: 10.13187/ijmil.2021.1.129.

- Levitskaya, A., Fedorov, A. (2021). Theoretical Model of Media Competence's Development of Teachers-to-be in the Process of the Analysis of Manipulative Media Influences. *Media Education*, 17(2): 323-332. http://ejournal53.com/journals_n/1623852601.pdf DOI: 10.13187/me.2021.2.323/
- Levy, N. (2017). The bad news about fake news. *Social Epistemology Review and Reply Collective*, 6(8): 20-36.
- Lipman, M. (2009). *Media manipulation and political control in Russia*. London: Chatham House: 1-16.
- Logunov, D.Y., Dolzhikova, I.V., Shcheblyakov, D.V. et al. Safety and efficacy of an rAd26 and rAd5 vector-based heterologous prime-boost COVID-19 vaccine: an interim analysis of a randomised controlled phase 3 trial in Russia. *The Lancet*, 397(10275): 671-681. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(21\)00234-8](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(21)00234-8)
- Lonsdale, S. (2016). *The journalist in British fiction and film: Guarding the guardians from 1900 to the present*. London, U.K.: Bloomsbury Academic.
- Makarova, A. (2021). Koronaskeptiki ili koronapofigisty? Kak v Rossii odnosyatsya k epidemii COVID-19 [Coronaskeptics or "Coronanegativists"? How Russia views the COVID-19 epidemic]. *Radio France Internationale*. 20.10.2021. [Electronic resource]. URL: <https://www.rfi.fr/ru> [in Russian]
- Mandraud, I., Ayache, S. (2021). Covid-19 : le lent décollage du vaccin russe Spoutnik V. *Le Monde*. 21.01.2021. [Electronic resource]. URL: https://www.lemonde.fr/planete/article/2021/01/21/covid-19-le-destin-contrarie-du-vaccin-russe-sputnik-v_6067012_3244.html
- Manvell, R. (1978). Media ethics: How movies portray the press and broadcasters. In Rubin, B. (ed.). *Questioning media ethics*. New York: Praeger: 209-231.
- Markovic, P. (2021). Russie : le Covid flambe, la faute aux autorités. *Libération*. 21.10.2021. [Electronic resource]. URL: https://www.liberation.fr/international/europe/russie-le-covid-flambe-la-faute-aux-autorites-20211021_MS3D2EYUJNAAJGVDANSLRVV2NQ/?redirected=1
- Martens, B., Aguiar, L., Gomez-Herrera, E., Mueller-Langer, F. (2018). *The Digital transformation of news media and the rise of disinformation and fake news*. Seville: European Commission, Joint Research Centre.
- Marwick, A., Lewis, R. (2017). *Media Manipulation and Disinformation Online*. New York: Data & Society Research Institute, 104 p.
- Marwick, A.E. (2018). Why do people share fake news? A sociotechnical model of media effects. *Georgetown law technology review*, 2(2): 474-512.
- Mason, L.E., Krutka, D.G., Stoddard, J. (2018). Media literacy, democracy, and the challenge of fake news. *Journal of Media Literacy Education*, 10(2): 1-10.
- McDougall, J. (2019). Media literacy versus fake news: critical thinking, resilience and civic engagement. *Medijske Studije / Media Studies*, 10 (19): 29-45. DOI: 10.20901/ms.10.19.2
- McDougall, J., Zezulakova, M., van Driel, B., Sternadel, D. (2018). *Teaching media literacy in Europe: evidence of effective school practices in primary and secondary education, NESET II report*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. DOI: 10.2766/613204.
- McNair, B. (2010). *Journalists in film: heroes and villains*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- McNair, B. (2011). Journalism at the movies. *Journalism Practice*, 5(3): 366-375.
- McNair, B. (2014). From Cinema to TV: Still the same old stories about journalism. *Journalism Practice*, 8(2): 242-244.
- Mihailidis, P. (2018). Fake news: Is media literacy a solution? 22.03.2018. <https://www.wise-qatar.org/fake-news-media-literacy-solution-paul-mihailidis/>
- Mihailidis, P., Viotty, S. (2017). Spreadable spectacle in digital culture: civic expression, fake news, and the role of media literacies in "post-fact" society. *American Behavioral Scientist*: 1-14. doi: 10.1177/0002764217701217
- Milan, A. (2010). Modern portrayals of journalism in film. *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 1(1): 46-57.
- Müller, P., Denner, N. (2019). *How we can resist "fake news"?: analysis*. Kiev: Friedrich Naumann Foundation for Freedom, Academy of Ukrainian Press.
- Murrock, E., Amulya, J., Druckman, M., Liubyva, T. (2018). *International Winning the war on state-sponsored propaganda Gains in the ability to detect disinformation a year and a half after completing a Ukrainian news media literacy program*. Washington: Research and Exchanges Board (IREX), 47 p.
- Murrock, E., Amulya, J., Druckman, M., Liubyva, T. (2018). *International Winning the war on state-sponsored propaganda gains in the ability to detect disinformation a year and a half after completing a Ukrainian news media literacy program*. Washington: Research and Exchanges Board (IREX), 47 p.
- NATO (2016). *Internet trolling as a tool of hybrid warfare: the case of Latvia*, 106 p. <http://www.stratcomcoe.org/internet-trolling-hybrid-warfare-tool-case-latvia-0>
- NATO, 2020 – NATO 2030: United for a New Era. *Analysis and Recommendations of the Reflection Group Appointed by the NATO Secretary General*. NATO. 20.11.2020. [Electronic resource]. URL: https://www.nato.int/nato_static_fl2014/assets/pdf/2020/12/pdf/201201-Reflection-Group-Final-Report-Uni.pdf
- Nevradakis, M. (2012). Interview with Noam Chomsky. 13.10.2012. http://www.x-pressed.org/?xpd_article=interview-with-chomsky
- News and Media Literacy Toolkit (2019). *Media Literacy Council, Common Sense Education*, 60 p.
- Nielsen, R.K., Graves, L. (2017). "News you don't believe": Audience perspectives on fake news. *Oxford: University of Oxford*: 1-8.
- Pérez Tornero, J.M., Tayie, S.S., Tejedor, S., Pulido, C. (2018). How to confront fake news through news literacy? *State of the art. Doxa.comunicación*, 26: 211-235.
- Potter, J. (2012). *Digital Media and Learning Identity: The New Curatorship*. New York: Palgrave Macmillan.
- Potter, J., McDougall, J. (2017). *Digital Media, Education and Culture: Theorising Third Space Literacy*. London: Palgrave MacMillan.
- Potter, W.J. (2001). *Media Literacy*. Thousand Oaks – London: Sage Publication, 423 p.
- Potter, W.J. (2012). *Digital media and learning identity: The New Curatorship*. New York: Palgrave Macmillan.
- Pozdnyakov, A. (2021). "Izdevatel'stvo na grani sadizma": MID Rossii raskritikoval SSHA za vydachu viz rossiyanam v Varshave ["Mockery on the verge of sadism": Russian Foreign Ministry criticized the U.S. for issuing visas to Russians in Warsaw]. *Euronews*. 24.10.2021. [Electronic resource]. URL: <https://ru.euronews.com/2021/10/24/us-russia-visa-row-ppp-reaction> [in Russian]
- Pozdnyakov, A. (2021). "Kinoekipazh" MKS vernulsya na Zemlyu [The "movie crew" of the ISS returned to Earth]. 17.10.2021. [Electronic resource]. URL: <https://ru.euronews.com/2021/10/17/russian-cinema-crew-back-on-earth> [in Russian]
- Pozdnyakov, A. (2021). Moldaviya i Rossiya dogovorilis' o postavkah gaza [Moldova and Russia agreed on gas supplies]. *Euronews*. 29.10.2021. [Electronic resource]. URL: <https://ru.euronews.com/2021/10/29/moldova-gazprom-contract-ppp> [in Russian]
- Pozdnyakov, A. (2021). Naval'nogo obvinyayut v ekstremizme. Emu grozit do 10 let tyur'my [Navalny is accused of extremism. He faces up to 10 years in prison]. *Euronews*. 28.09.2021. [Electronic resource]. URL: <https://ru.euronews.com/2021/09/28/navalny-new-criminal-case-ppp> [in Russian]

- Pradekso, T., Setyabudi, D. and Manalu, R. (2018). Digital Media Literacy Campaign in Identifying News. E3S Web of Conferences, 73, ICENIS 2018. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/2018731401514015>
- Pseudo-Chomsky (2010-2020). Noam Chomsky - "10 strategies of manipulation" by the media. <https://www.demenzemedicinagenerale.net/pdf/14-10-strategies-of-manipulation.pdf>
- Pushkarskaya, A., Berdnikova, E., Sazonov, T. (2021). "Moya Rossiya sidit v tyur'me". Kak proshli akcii storonnikov Naval'nogo v regionah ["My Russia sits in prison". How the actions of Navalny's supporters passed in the regions]. BBC. 23.01.2021. [Electronic resource]. URL: <https://www.bbc.com/russian/news-55782734> [in Russian]
- Putin, 2021 – Putin, V. (2021). Poslanie Prezidenta Federal'nomu Sobraniyu [President's Message to the Federal Assembly]. 21.04.2021. [Electronic resource]. URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/transcripts/copy/65418> [in Russian]
- RBC (2021). Results of voting in the elections to the State Duma. Infographics. RBC. 21.09.2021. [Electronic resource]. URL: <https://www.rbc.ru/politics/21/09/2021/61477f849a79473b3047d829> [in Russian]
- RFI (2021). Edinaya Rossiya pobezhdaet, u KPRF – rekord: pervye rezul'taty vyborov v Gosdumu ["United Russia" wins, the CPRF has a record: the first results of the State Duma elections]. Radio France Internationale. 19.09.2021. [Electronic resource]. URL: <https://www.rfi.fr/ru> [in Russian]
- RFI (2021). Eto "ne protivorechit Konstitucii": v Rossii vystupili za obyazatel'nyuy vakcinaciyu [It "does not contradict the Constitution": Russia advocated compulsory vaccination]. Radio France Internationale. 10.11.2021. [Electronic resource]. URL: <https://www.rfi.fr/ru> [in Russian]
- RFI (2021). Konstantin Habenskij naznachен hudrukом MHT im. Chekhova [Konstantin Khabensky appointed head of Chekhov Moscow Art Theater]. Radio France Internationale. 27.10.2021. [Electronic resource]. URL: <https://www.rfi.fr/ru> [in Russian]
- RFI (2021). Lukashenko i Putin podpisali integracionnyj dekret [Lukashenko and Putin signed an integration decree]. Radio France Internationale. 4.11.2021. [Electronic resource]. URL: <https://www.rfi.fr/ru> [in Russian]
- RFI (2021). Rossiya pobila novyj antirekord smertnosti ot koronavirusa. Putin ob'yavil vyhodnye [Russia broke a new anti-record of deaths from the coronavirus. Putin announced the weekend]. Radio France Internationale. 20.10.2021. [Electronic resource]. URL: <https://www.rfi.fr/ru> [in Russian]
- RFI (2021). Rossiya stala absolyutnym liderom po chislu trebovanij gosorganov k Google ob udalenii kontenta [Russia became the absolute leader in the number of government demands to Google to remove content]. Radio France Internationale. 11.10.2021. [Electronic resource]. URL: <https://www.rfi.fr/ru> [in Russian]
- RFI (2021). Rossiya zapustila na MKS pervyj kinoekipazh dlya s'emok fil'ma [Russia launched the first "movie crew" to the ISS to shoot a movie]. Radio France Internationale. 15.10.2021. [Electronic resource]. URL: <https://www.rfi.fr/ru> [in Russian]
- RFI (2021). V Rossii ob'yavili o priostanovke raboty svoej missii pri NATO [Russia announced the suspension of its mission to NATO]. Radio France Internationale. 18.10.2021. [Electronic resource]. URL: <https://www.rfi.fr/ru> [in Russian]
- RFI (2021). V Rossii vveli dopolnitel'nye ogranicheniya na period lokdauna [In Russia, additional restrictions were introduced for the lockdown period]. Radio France Internationale. 25.10.2021. [Electronic resource]. URL: <https://www.rfi.fr/ru> [in Russian]
- RFI (2021). Za vizoj – v Varshavu: Gosdep vnes rossiyan v spisok "bezdomnyh nacional'nostej" [Go to Warsaw for a visa: the American State Department has added Russians to the list of "homeless nationalities"]. Radio France Internationale. 24.10.2021. [Electronic resource]. URL: <https://www.rfi.fr/ru> [in Russian]
- Roth, A. (2021). Moscow's cafes 'sacrificed' as Russian government plays Covid catch-up. The Guardian. 29.06.2021. <https://www.theguardian.com/world/2021/jun/29/moscow-cafe-owners-starved-of-custom-as-russian-government-plays-covid-catch-up>
- Rowe, C. (1992). Hacks on Film. *Washington Journalism Review*. 14: 27-9.
- Ruchansky, N., Seo, S., Liu, Y. (2017). CSI: A hybrid deep model for fake news detection. *CIKM'17*. doi: 10.1145/3132847.3132877
- Rushkoff, D. (1994). *Media Virus!* New York: Ballantine Books.
- Sadiku, M.N.O., Eze, T.P., Musa, S.M. (2018). Fake news and misinformation. *International Journal of Advances in Scientific Research and Engineering*. 4(5): 187-190. doi: [dx.doi.org/10.31695/IJASRE.2018.32728](https://doi.org/10.31695/IJASRE.2018.32728)
- Salma, A.N. (2019). Defining digital literacy in the age of computational propaganda and hate spin politics. The 10th IGSSCI (International Graduate Students and Scholars' Conference in Indonesia) New media and the changing social landscape of contemporary societies: How are new media reshaping the whole aspects of life of contemporary societies?, *KnE Social Sciences*: 323–338. DOI 10.18502/kss.v3i20.4945
- Saltzman, J. (2002). Frank Capra and the image of the journalist in American film. In *Image of the Journalist in Popular Culture*. Los Angeles.
- Saran, V. (2016). Media manipulation and psychological war in Ukraine and the Republic of Moldova, *CES Working Papers*. 8(4): 738-752.
- Schmidt, F. (2021). „Wir werden mit dieser EM wahrscheinlich völlig ersticken“. *Frankfurter Allgemeine*. 13.06.2021. <https://www.faz.net/aktuell/politik/ausland/in-russland-steigen-die-corona-zahlen-wieder-17387019.html>
- Scholl, S. (2020). Russland: Wie viel Autorität genießt Wladimir Putin noch? *Frankfurter Rundschau*. 04.12.2020. <https://www.fr.de/politik/wladimir-putin-russland-krebs-erkrankung-krankheit-krise-ruecktritt-kreml-politik-90110699.html>
- Schuller, K. (2021). Neun Worte über Nord Stream 2. *Frankfurter Allgemeine*. 7.02.2021. <https://www.faz.net/aktuell/politik/inland/russland-und-nawalnyj-merkels-umgang-mit-nord-stream-2-17183727.html>
- Schwab et al., 2021 – Schwab, N., Earle, G., Goodin, E., Phillips, M. (2021). Putin brought 'attractive' translator to distract Trump during G20 meeting. *Daily Mail*. 28.09.2021. <https://www.dailymail.co.uk/news/article-10037359/Grisham-Trump-pretended-act-tough-Putin-cameras.html>
- Semali, L.M. (2000). *Literacy in Multimedia America*. New York – London: Falmer Press, 243 p.
- Shaffer, M.M. (2009). *Journalism in the Spotlight: An analysis of Hollywood's portrayal of the journalist in American films*. University of Tennessee Honors Thesis Projects. https://trace.tennessee.edu/utk_chanhonoproj/1319
- Shane, S. (2017). The Fake Americans Russia Created to Influence the Election. *The New York Times*. 7.09.2017. <https://www.nytimes.com/2017/09/07/us/politics/russia-facebook-twitter-election.html>
- Sheludkova, I. (2021). Premiya opponentu Kremlya [Award to a Kremlin opponent]. *Euronews*. 20.10.2021. [Electronic resource]. URL: <https://ru.euronews.com/2021/10/20/navalny-moscow-reax> [in Russian]
- Sheludkova, I. (2021). Uspekh "Sputnika V" v San-Marino [The success of Sputnik V in San Marino]. *Euronews*. 10.05.2021. [Electronic resource]. URL: <https://ru.euronews.com/2021/05/10/sputnik-v-san-marino-success> [in Russian]
- Shen, C., Kasra, M., Pan, W., Bassett, G.A., Malloch, Y., Brien, J.F. (2019). Fake images: The effects of source, intermediary, and digital media literacy on contextual assessment of image credibility online. *New Media & Society*, 21(2): 438–463. DOI: 10.1177/1461444818799526.
- Silverblatt, A. (2001). *Media Literacy*. Westport, Connecticut – London: Praeger, 449 p.
- Silverblatt, A., Enright Eliceiri, E.M. (1997). *Dictionary of Media Literacy*. Westport, Connecticut – London: Greenwood Press, 234 p.

Silverman, C. (ed.) (2015). *Verification Handbook*. Maastricht: European Journalism Centre, 122 p. <http://verificationhandbook.com/downloads/verification.handbook.pdf>

Silverman, C., Singer-Vine, J. (2016). Most Americans who see fake news believe it, new survey says. <https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/fake-news-survey>

Suiter, J. (2016). Post-truth Politics. *Political Insight*, 7 (3): 25-27.

Swinford, S. (2021). Nord Stream 2: Vladimir Putin accused of 'choking' gas supply to push up price. *The Times*. 8.10.2021. <https://www.thetimes.co.uk/article/nord-stream-2-vladimir-putin-accused-of-choking-gas-supply-to-push-up-price-7r28rlt0g>

Tambini, D. (2017). *Fake News: Public Policy Responses*. Media Policy Brief 20. London: Media Policy Project, London School of Economics and Political Science, 16 p.

Tandoc Jr., E.C., Lim, Z.W., Ling, R. (2018). Defining "Fake News", *Digital Journalism*, 6 (2): 137-153. DOI: 10.1080/21670811.2017.1360143

Teaching..., 2021 – Teaching Media Literacy and fighting Disinformation with eTwinning (2021). Luxembourg: Publications Office of the European Union. [Electronic resource]. URL: https://www.etwinning.net/downloads/BOOK2021_eTwinning_INTERACTIF.pdf

The Open University, 2014 – The Open University (2014). Evaluation using PROMPT. <http://www.open.ac.uk/libraryservices/beingdigital/objects/87/index.htm#>

Times, 2021 – Times (2021). The Times view on Alexei Navalny's bravery: Russian Hero. 23.12.2020. <https://www.thetimes.co.uk/article/the-times-view-on-alexei-navalny-s-bravery-russian-hero-wqfmg6hh8>

Timsit, S. (2002). *Stratégies de manipulation*. <http://www.syti.net/Manipulations.html>

Vamanu, I. (2019). Fake News and Propaganda: A Critical Discourse Research Perspective. *Open Information Science*. 3: 197-208.

van der Linden, S., Roozenbeek, J., Maertens, R., Basol, M., Kácha, O., Rathje, S., Steenbuch Traberg, C. (2021). How Can Psychological Science Help Counter the Spread of Fake News? *The Spanish Journal of Psychology*. 24(e25): 1-9. DOI: 10.1017/SJP.2021.23

Van Dijk, T.A. (2006). Discourse and manipulation. *Discourse & Society*, 17 (2): 359-383. DOI 10.1177/0957926506060250

Vargo, C.J. (2018). The agenda-setting power of fake news: A big data analysis of the online media landscape from 2014 to 2016. *New Media & Society*. 20(5): 2028-2049. DOI: 10.1177/1461444817712086

Vendik, Y. (2020). "Rossiya v upadke, no eshche opasna" – doklad NATO o strategii na desyatiletie ["Russia in decline but still dangerous" – NATO's strategy report for the decade]. BBC. 2.12.2020. [Electronic resource]. URL: <https://www.bbc.com/russian/news-55154136> [in Russian]

Vendik, Y. (2020). Evrodeputaty o Rossii: hvatit illyuzij, nuzhny zhestkie sankcii [Deputies of European Parliament about Russia: Enough illusions, we need tough sanctions]. BBC. 9.02.2021. [Electronic resource]. URL: <https://www.bbc.com/russian/news-55981455> [in Russian]

Vitkine, B. (2021). Bons baisers de Crimée : voyage dans la région vitrine de Vladimir Poutine. *Le Monde*. 6.08.2021. [Electronic resource]. URL: https://www.lemonde.fr/m-le-mag/article/2021/08/06/bons-baisers-de-crimée-voyage-dans-la-region-vitrine-de-vladimir-poutine_6090668_4500055.html

VOA news (2021). For fourth week, French protest health pass, vaccine mandate. 7.08.2021. [Electronic resource]. URL: https://www.voanews.com/a/covid-19-pandemic_fourth-week-french-protest-health-pass-vaccine-mandate/6209300.html

Waldrop, M.M. (2017). The genuine problem of fake news. *PNAS*. 114(48): 12631–12634. doi 10.1073/pnas.1719005114

Weir, F. (2021). Communists face rare crackdown in Russia, upending old balance. *The Christian Science Monitor*. 26.10.2021. <https://www.csmonitor.com/World/Europe/2021/10/26/Communists-face-rare-crackdown-in-Russia-upending-old-balance>

Wilson, C. (2019). *Media and Information Literacy: Challenges and Opportunities for the World of Education*. Ottawa: The Canadian Commission for UNESCO's IdeaLab, 17 p.

Worsnop, C.M. (2004). *Media literacy through critical thinking*. Washington State Office of Superintendent of Public Instruction and NW Center for Excellence in Media Literacy, 60 p.

Zhou, X., Zafarani, R., Shu, K., Liu, H. (2019). Fake news: fundamental theories, detection strategies and challenges. *WSDM '19*, February 11–15, 2019, Melbourne, VIC, Australia. <https://doi.org/10.1145/3289600.3291382>

Zynda, T. (1979). The Hollywood version: Movie portrayals of the press. *Journalism History*. 6(1): 16-32. <http://charliekaycheyenne.com/2015/09/14/media-strategies/>

<http://elena-v-kuzmina.blogspot.com/2014/05/noam-chomsky-10-strategies-of.html>

<http://laxastraducidas.blogspot.com/2013/12/proposta-de-traballo-10-strategies-of.html>

<http://lodel.irevues.inist.fr/cahierspsychologiepolitique/index.php?id=1805>

http://paulmasson.atimbli.net/site/IMG/pdf_DOCUMENT_SHOMSKY-2.pdf

<http://r-sistons.over-blog.com/article-les-10-strategies-de-manipulation-souriez-vous-etes-roules-par-sarkozy-58040963.html>

<http://rusrand.ru/analytics/desyat-strategy-manipulirovaniya-s-pomoschyu-smi>

http://theinternationalcoalition.blogspot.com/2011/07/noam-chomsky-top-10-media-manipulation_08.html

<http://www.abovetopsecret.com/forum/thread633151/pg1>

<http://www.eveiletsante.fr/dix-strategies-de-manipulation-de-masses-noam-chomsky/>

<http://www.interpsychologia.com/blagopolucie/59>

<http://www.lescheminsdelenergie.com/2016/07/les-10-strategies-de-manipulation-des-masses.html>

<https://4add.wordpress.com/2011/06/07/noam-chomsky-10-strategies-of-manipulation-by-the-media-your-mind-is-under-attack-american-brothers-wake-up/>

<https://blogs.mediapart.fr/vincent-verschoore/blog/011010/les-dix-strategies-de-manipulation-de-masse-noam-chomsky>

<https://counterinformation.wordpress.com/about/>

https://en.wikimannia.org/10_strategies_of_manipulation

<https://lingualeo.com/ru/jungle/10-strategies-of-manipulation-by-the-media-86908>

<https://membaca.home.blog/2018/11/18/noam-chomsky-10-strategies-of-manipulation-by-the-media/>

<https://noam-chomsky.tumblr.com/post/13867896307/noam-chomsky-10-strategies-of-manipulation-by>

<https://nospensees.fr/les-10-strategies-de-manipulation-de-masse-selon-noam-chomsky/>

<https://parisis.files.wordpress.com/2011/01/noam-chomsky.pdf>

<https://psyfactor.org/lib/manipulation3.htm>

<https://vanguardparty.tumblr.com/post/6633036845/noam-chomsky-10-strategies-of-manipulation-by>

<https://www.coursehero.com/file/44222125/noam-chomskypdf/>

<https://www.psychologos.ru/articles/view/desyat-strategy-manipulirovaniya-s-pomoschyu-smi>

<https://www.sb-innovation.de/showthread.php?28521-quot-10-strategies-of-manipulation-by-the-media-quot>

<https://www.translatum.gr/forum/index.php?topic=357067.0>