

РАЗДЕЛ 4. ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ЭКСПЕРТИЗА: ЯЗЫК И ПРАВО

УДК 811.161.1'42:811.161.1'38

ББК ШП41.12-51+ШП41.12-55

DOI 10.26170/1999-2629_2021_06_19

ГСНТИ 16.31.61

Код ВАК 10.02.19 (5.9.8)

К. В. Злоказов

Санкт-Петербургский университет МВД России, Санкт-Петербург, Россия

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0664-8444>

М. Б. Ворошилова

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Екатеринбург, Россия

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7578-352X>

Ю. В. Злоказова

Санкт-Петербургский университет МВД России, Санкт-Петербург, Россия

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-9380-4785>

E-mail: zkirvit@yandex.ru, shinkari@mail.ru, YuliaZlokazova@yandex.ru.

Информация или дезинформация? Читатель и fake-news

АННОТАЦИЯ. Цель статьи — описание субъективных стратегий оценки дезинформации читателем. Исследование инициировано проблемой противодействия росту криминализации информационного пространства. Рост числа случаев мошенничества, совершенных посредством интернет-коммуникации, актуализирует вопросы научно-противодействия информационному воздействию на аудиторию. Для этого в статье рассматриваются стратегии верификации информации, дается их характеристика. Продемонстрированы лексический, тематический и знаковый подходы к оценке фактов, выявлены особенности их применения. Показаны субъективные стратегии проверки информации, являющиеся отражением социальных практик и индивидуального опыта читателя. Описаны аналитическая, когнитивная, социальная стратегии проверки фактов, дана характеристика их применения, специфика использования применительно к разным условиям и особенностям получаемой информации. Раскрыта роль доверия как субъективной формы отношения читателя к содержанию и источнику информации, способу ее получения. В ходе эмпирического исследования проверяется распространение данных стратегий, дается оценка частоты их встречаемости. В целях исследования разрабатывается специальная анкета, проводится статистическая оценка показателей ее надежности. Выборка исследования составляет 725 человек, 47 % мужчины, ср. возраст 29,3 года, SD = 5,9 лет. Выборку составили жители трех субъектов Российской Федерации, имеющие образование, работающие в сферах промышленности, торговли, образования и медицины. Результаты исследования показали преобладание когнитивной стратегии верификации (54 % опрошенных) над социальной (39 % опрошенных) и аналитической (16 % опрошенных). Наиболее тесно связанными являются когнитивная и аналитическая стратегия (34 % опрошенных), когнитивная и социальная стратегии (29 % опрошенных). Половые различия в использовании стратегий не установлены. Делается вывод о необходимости дальнейшего изучения содержания стратегий верификации информации, выявления роли внутренних механизмов, обеспечивающих их формирование, а также проведения оценки эффективности стратегий в различении признаков дезинформации.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: дезинформация; ложная информация; Интернет; интернет-пространство; интернет-технологии; интернет-коммуникация; интернет-мошенничество; стратегия верификации; проверка информации; информационное воздействие; интернет-тексты; читатели.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ: Злоказов Кирилл Витальевич, кандидат психологических наук, доцент, начальник научно-исследовательского отдела, Санкт-Петербургский университет МВД России; 198206, Россия, г. Санкт-Петербург, ул. Летчика Пилютова, д. 1, кор. 9, каб. 129; e-mail: zkirvit@yandex.ru.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ: Ворошилова Мария Борисовна, кандидат филологических наук, доцент, начальник управления научной работы, Уральский институт управления — филиал РАНХиГС при Президенте РФ; 620144, Россия, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта, 66; e-mail: shinkari@mail.ru.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ: Злоказова Юлия Валерьевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры транспортной безопасности, Санкт-Петербургский университет МВД России; 198510, Россия, г. Петергоф, ул. Аврора, д. 33А; e-mail: YuliaZlokazova@yandex.ru.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: Злоказов, К. В. Информация или дезинформация? Читатель и fake-news / К. В. Злоказов, М. Б. Ворошилова, Ю. В. Злоказова // Политическая лингвистика. — 2021. — № 6 (90). — С. 168-175. — DOI 10.26170/1999-2629_2021_06_19.

БЛАГОДАРНОСТИ. Исследование выполнено при поддержке РФФИ, проект № 20-012-00415 «Когнитивные интернет-технологии как фактор формирования экстремистского поведения молодежи: механизмы воздействия и профилактика».

АКТУАЛЬНОСТЬ

Проблемы восприятия информации становятся предметом активного изучения в научной публицистике. Объяснение этому видится, с одной стороны, в стремлении участников обсуждения осмыслить состояние современного информационного пространства. Многие исследователи констатируют, что читатель остается один на один с информационным потоком, значительным по объему и противоречивым по содержанию. Поскольку возможности современных информационных технологий обеспечивают неограниченную поставку информации читателю, он сам, в силу собственных предпочтений и интересов, выступает ее регулятором. В этой связи существенной проблемой, связанной с потреблением информации, выступает проблема дезинформации.

Дезинформация, понимаемая как процесс производства неточной, недостоверной информации, специальным образом направляемой субъекту, искажает восприятие правильной информации, влияет на его решения и действия [Vosoughi, Roy, Agar 2018]. Поскольку для современного общества различие информации и дезинформации в настоящее время является не только практической, но и научной проблемой, целесообразно обратиться к основным теоретическим концепциям информации для выявления ее признаков, а также охарактеризовать стратегии верификации информации, существующие у современного читателя.

Для решения этой проблемы в данной статье рассматриваются подходы к различению информации и дезинформации, обсуждаются формы и способы ее субъективной оценки. В эмпирическом исследовании, охватившем выборку из более 700 человек, изучаются субъективные стратегии верификации информации. На основе выполненного исследования делается вывод о дальнейших направлениях изучения дезинформации.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Процесс восприятия информации читателем относится к числу междисциплинарных областей исследования. Одной из первых работ, посвященных восприятию информации, стала книга Г. Д. Лассуэлла «Техника пропаганды в мировой войне» [Lasswell 1927]. В дальнейшем вопросы восприятия информации людьми сформировали самостоятельную область исследования, предметами исследования в которой выступают информационное воздействие, методы и формы распространения информации,

оценка ее воздействия. На первом этапе развития (начало XX — 70-е гг. XX века) речь идет о пропагандистской работе с населением и отдельными сообществами. Внутри данной области выделяются направления, посвященные не только рассмотрению закономерностей продуцирования информации, обладающей определенными свойствами (доступности, убедительности), но и защиты от вредоносного информационного воздействия. Набирает популярность и экономическое направление исследований, фокусирующееся на влиянии рекламной информации на поведение потребителя и формирование потребительских привычек.

Поскольку технические средства информации долгое время подвергались государственному, корпоративному и общественному контролю, только в последние десятилетия начинает разрабатываться проблематика целостного восприятия информации ее субъектом. Объяснение этому видится в повышении самостоятельности субъектов получения информации, обеспечиваемой современными системами связи и коммуникации. Печатные и интернет-СМИ, системы коммуникации, состоящие из близких родственников, коллег и знакомых, образуют информационное пространство, обеспечивающее моментальную передачу и адресную доставку информации. Но наряду с увеличением количества доступной индивиду информации, возникает проблема ее селекции. Речь идет, во-первых, об определении иерархии поступающей информации — приоритетности восприятия и реагирования, во-вторых, о выборе индивидом определенной, лично значимой для него информации из общего объема доступной, в-третьих, доведения им определенной информации до своего социального окружения. Все эти аспекты формируют новую модель информационного пространства, регулируемого и управляемого ее субъектом (читателем). Начиная с 80-х гг. XX в. вплоть до настоящего времени формируется направление ее исследований в аспекте восприятия и обмена информацией отдельными индивидами, социальными группами, сообществами.

В контексте развития предметной области исследований трансформируются подходы к восприятию и оценке субъектом дезинформации. Поскольку для ранних моделей распространения информации основным верификатором выступал ее источник и способ распространения, то проверка заключалась в установлении источника и пути получения. При этом количество верифицированных источников информации было огра-

ничено небольшим числом государственных, крупных корпоративных источников, а пути распространения информации предполагали последовательное ее продвижение от источника к реципиенту. Как следствие, сохранялось ясное разделение между источником информации, ее транслятором (передатчиком) и интерпретатором.

В современных условиях следует признать стирание границ между этими элементами цепи передачи информации, а также возможность фальсификации, подделки как источника, так и способа ее продвижения. Поэтому развиваются методы проверки информации на точность и подлинность.

ФАКТ-ЧЕКИНГ. ПОДХОДЫ К ВЫЯВЛЕНИЮ ДЕЗИНФОРМАЦИИ

К настоящему времени сформировалось несколько подходов к выявлению дезинформации. Все они созданы благодаря количественной парадигме работы с информацией, реализуются посредством накопления большого массива информации и его обработки формальными методами. Выделяются (1) лексический, (2) тематический, (3) знаниевый подходы к выявлению дезинформации.

Лексический подход ориентирован на работу с новостными массивами и основывается на статистике словоупотребления. Предметом оценивания выступает структура информационного сообщения, типовые (клишированные) высказывания, термины. Для решения используются метод «*мешка слов*» («*bag of words*») — словаря, позволяющего выделить нетипичные слова, указывающие на фальсификацию; метод семантического анализа, выделяющий лексику, несвойственную специалистам в области знаний и указывающую на намеренное искажение информации, метод синтаксического анализа, определяющий синтаксические структуры и позволяющий оценивать степень отклонения от синтаксиса, употребляемого при построении новостных фраз [Burkhardt 2017].

Тематический подход ограничен изучением тем информационных сообщений, что предполагает работу с заголовками либо новостными анонсами [Bago, Rand, Pennycook 2020]. Суть подхода основывается на предположении о сходстве фейковых новостей с рекламными сообщениями. Считается, что подобные новости формулируются таким образом, чтобы привлекать внимание читателя, содержат эмоционально яркие заголовки и, как правило, нацелены на порождение определенной реакции. Таким образом, тематический анализ отсеивает ново-

сти, содержащие данные признаки, идентифицируемые как атрибуты дезинформации.

Знаниевый подход направлен на оценку содержания сообщения. Для этого привлекаются эксперты в определенных областях знаний, используются системы тегирования, позволяющие читателям маркировать информацию, содержащую искаженные сведения. Кроме того, создаются специальные группы пользователей, проверяющие новости на предмет очевидных манипуляций информацией. Прочитывая сообщение, пользователи самостоятельно принимают решение о наличии в тексте дезинформации, а специальная программа обобщает их в виде рейтинговой оценки [Tam, Weidlich, Yin, Zheng, Hung, Stantic 2019].

Рассмотренные способы отражают наиболее распространенные подходы к противодействию распространению дезинформации. Дополнительными средствами их реализации могут выступать компьютерные алгоритмы (так называемое машинное обучение), гибридные подходы, объединяющие лексические, тематические методы в скоринговые системы оценивания [Okoro, Abara, Umagba, Ajonye, Isa 2018]. Как отмечают критики, несмотря на повышение качества верификации, доля недостоверной информации, предоставляемой читателям, продолжает оставаться значительной. Объяснение этому видится в том, что, строго говоря, данные способы не выступают самостоятельными инструментами верификации, а являются аналитическими наборами правил, применяемыми для выявления противоречий в информации. Фактически они выступают производными от существующих представлений относительно дезинформации, выработанных в лингвистике. В основе правил лежат практики верификации информации, используемые отдельными сообществами (например, экспертами в определенной области знаний) и показавшие свою эффективность применительно к конкретным видам информации. Следует признать, что тематика информации может быть многообразной, а применяемые методы недостаточными для ее верификации, поскольку ориентированы на выделение типовых признаков недостоверной информации. Как следствие, они могут выполнять роль фильтра для информационных потоков, но слабо применимы для проверки фактов, нацеленных на конкретного индивида.

Поэтому целесообразно обратиться к субъективным способам верификации информации, представляющим собой приемы определения ее достоверности. В отличие от подходов, опирающихся на количествен-

ные методы оценки информации, субъективные методы имеют интуитивный характер, основываются на интеллектуальном потенциале читателя и его возможностях обращаться к окружающим людям для обсуждения новостей. Субъективные методы формируются под влиянием социальных практик оценки информации и жизненного опыта людей в большей степени, чем экспертных знаний и навыков. Вместе с тем именно субъективная оценка информации является последним рубежом, определяющим отношение читателя к информации и, как следствие, решающим ее судьбу — применяться либо быть забытой. К настоящему времени в социальной психологии и психолингвистике описано несколько концепций, объясняющих, каким образом люди верифицируют информацию, получаемую посредством систем коммуникаций.

Аналитическая стратегия предполагает углубленное изучение субъектом информации, показавшейся недостоверной. Как отмечала А. Б. Купрейченко и Е. В. Шляхова, основу восприятия информации составляет отношение к читателю к содержанию сообщения, его источнику и способу получения [Купрейченко, Шляхова 2012]. В психологических исследованиях доверие связывается с приписываемыми информации свойствами (объективности, достоверности, полноты, точности и актуальности). При этом в представлении людей данные свойства организованы иерархически и, что немаловажно, субъективно. Соответственно, доверие к источнику информации для одного читателя связано с ее точностью, а затем объективностью, а для другого читателя — с актуальностью и полнотой. При этом содержание информации тоже имеет значение: развлекательная оценивается через призму одной конфигурации признаков, а деловая — другой. Как следствие, совокупность применяемых признаков специфична для каждого читателя и может варьироваться в зависимости от множества условий. В целом аналитическая стратегия заключается в изучении характеристик пригодности информации, выявлении ее источника и пути получения [Hasson, Simmons, Todorov 2005].

Когнитивная стратегия верификации информации заключается в проверке ее содержания интеллектуальными методами. Предполагается, что люди убеждаются в связности и логичности текста, обоснованности аргументации, углубляются в оценку состоятельности источника информации. Фактически когнитивная стратегия также основывается на недоверии к тексту, однако реализуется путем познавательной деятельности

читателя, скептического отношения, вдумчивого и последовательного изучения информации [Mayo 2015]. Важно отметить, что данная стратегия начинается с сомнения в достоверности сведений, однако базируется на способностях читателя размышлять и оценивать содержание информации.

Социальная стратегия верификации предполагает использование знаний и опыта других людей для изучения и оценки информации. Как правило, социальная стратегия осуществляется посредством обсуждений с окружением читателя — близкими людьми, родственниками, коллегами. Это вовсе не означает наличие людей, способных выполнять функцию экспертной оценки информации, но выступает практикой совместного обсуждения — «социального мышления», в котором групповое обсуждение является единственным способом принятия решений в сложных, неоднозначных ситуациях [Resnick 1991]. Их примерами выступают дискуссии присяжных заседателей, консилиумы врачей, экспертных групп в различных сферах профессиональной деятельности. Анализ стратегий показывает, что группы, как правило, уделяют внимание качеству рассматриваемой информации, заботятся о точности и обоснованности решений. В противовес им, практики социального мышления в неформальных сообществах (например, родственников, друзей, соседей) практически не изучались с этих позиций.

Обобщая, подчеркнем, что субъективные стратегии выявления дезинформации направлены на оценку ее содержания, путей получения, обсуждения с другими людьми. При этом медиатором восприятия выступает субъективное доверие читателя. В то же время вид доверия различается. В аналитических стратегиях речь идет о доверии к источнику информации, способу ее распространения. В когнитивных — скептическом отношении читателя к содержанию информации. В социальных стратегиях ключевое значение имеет прагматический аспект оценки информации, предполагающий, что ее использование будет полезным для всех участников группы, позволит им выполнить поставленную задачу.

В целом субъективные стратегии верификации выступают базовыми способами проверки качества информации. От их эффективности зависит мера уязвимости читателя перед дезинформацией. Поэтому с практической точки зрения научное исследование данных стратегий имеет очевидные перспективы. Конечно, выполненное нами обобщение во многом является умозрительным, проведенным на основе анализа

научной литературы. Будучи предельно отвлеченным, оно не учитывает практику использования стратегий читателями и не рассматривает неизбежно возникающее их смешение, частичное искажение, неполноту. Фактически все описанные стратегии могут быть модифицированы каждым из читателей с учетом его индивидуальных особенностей восприятия, имеющихся знаний и жизненного опыта. Поэтому важным вопросом является изучение описанных стратегий в реальном процессе восприятия информации. С этой целью нами проводится эмпирическое исследование.

ЭМПИРИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

Целью эмпирического исследования выступило выявление субъективных стратегий, используемых читателями для проверки фактов.

Метод исследования — анкетный опрос. В целях исследования нами была создана анкета, включающая утверждения, соответствующие описанным субъективным стратегиям. Изучалось три группы признаков, для каждого из которых были сформулированы пять утверждений:

- аналитической стратегии (напр.: «В случае сомнения, я проверяю источник информации», «В случае сомнения, уточняю путь, которым информация попала ко мне» и др.);
- когнитивной стратегии (напр.: «В случае сомнения, я всегда проверяю аргументы, на которых она строится», «В случае сомнения, я всегда проверяю факты, указанные в сообщении» и др.);
- социальной стратегии (напр.: «В случае сомнения, обсуждаю новость с друзьями», «В случае сомнения, обсуждаю информацию с известными мне экспертами» и др.).

В результате разработки анкеты был получен комплекс из пятнадцати утверждений, согласие с которыми рассматривалось нами как указание в пользу использования той или иной стратегии. Для измерения мнений использовалась пятибалльная шкала Лайкерта. Специально оценивалось качество анкеты. Измерялись согласованность и связность ответов обследуемых. Проверка утверждений посредством расчета критерия α Кронбаха, используемого в качестве статистического показателя надежности, показала, что все блоки вопросов обладают удовлетворительным уровнем согласованности (утверждения аналитической стратегии — 0,75; когнитивной — 0,81; социальной — 0,77). Уровень межпунктовой корреляции блоков вопросов составил 0,43, что свидетельствует о среднем (и достаточном для целей исследования) уровне связи пунк-

тов друг с другом. Основываясь на полученных результатах, можно утверждать, что анкета обладает удовлетворительными психометрическими характеристиками и пригодна для сбора информации.

Методом обработки результатов выступил расчет показателей дескриптивной статистики (рассчитывались среднее, стандартное отклонение, а также относительные показатели в виде процентов).

Выборка исследования — 725 человек, 47 % — мужчины, ср. возраст — 29,3 года, SD = 5,9 лет. Выборку составили жители Ульяновской, Свердловской областей, Республики Башкортостан. Большая часть опрошенных имеет высшее образование, работает в сферах промышленности, торговли, образования и медицины.

Результаты исследования. Оценка результатов осуществлялась путем расчета степени согласия респондентов с утверждениями анкеты.

В целом в выборке исследования наибольшей популярностью пользуется когнитивная стратегия верификации (54 % опрошенных), социальная (39 % опрошенных), аналитическая (16 % опрошенных). Среди индивидуализированных (смешанных) стратегий были установлены связи когнитивной и аналитической стратегий (34 % опрошенных), а также когнитивной и социальной стратегий (29 % опрошенных). Сравнение статистик ответов мужчин и женщин не выявило различий в применении определенных стратегий верификации информации.

Обсуждение результатов исследования. Эмпирическое исследование было нацелено на изучение субъективных стратегий верификации информации. Посредством специально разработанной анкеты изучались признаки применения трех видов стратегий, выявленных нами при анализе теоретических представлений. В ходе исследования определены эмпирические характеристики применения стратегий в выборке, установлены частоты их встречаемости.

Характеризуя результаты, отметим, что их ценность заключается, во-первых, в разработке инструмента изучения субъективных стратегий проверки фактов читателем. В силу относительной новизны научной проблемы, в настоящее время отсутствуют инструменты, позволяющие измерять и оценивать стратегии верификации информации. С помощью созданной методики возникают перспективы исследования более сложных вопросов, связанных с верификацией тематической информации, получаемой посредством новостей, информационных сообщений, коммуникативных ситуаций.

Вторым важным результатом исследования стало эмпирическое описание стратегий проверки информации читателями. Поскольку на теоретическом этапе исследования были определены три вида стратегий, выполненное исследование показало частоту их проявлений.

Так, наиболее предпочитаемой стала когнитивная стратегия, предполагающая анализ содержания информации, поиск расхождений и противоречий. Второй по встречаемости стала социальная стратегия верификации, заключающаяся в обсуждении информации с другими людьми, совместном решении о ее истинности либо ложности. Наконец, третьей по частоте упоминания стала аналитическая стратегия, предполагающая оценку источника информации, путей ее получения. Отметим, что сравнение выборки по полу не выявило различий между мужчинами и женщинами в предпочитаемом способе проверки информации. Это, на наш взгляд, свидетельствует об отсутствии влияния пола (гендера) на процессы восприятия, обработки, оценки и интерпретации информации.

Подводя итоги, отметим, что проблема противодействия дезинформации рассматривается в контексте способности индивида выявлять ее в новостном потоке. Проблематика дезинформации (в том числе распространения так называемых *fake-news*) заключается, с одной стороны, в политической, экономической и психологической поддержке, оказываемой в производстве неверной информации и ее распространении. С другой стороны, темпы распространения *fake-news* оказывают дезорганизующее влияние на общество, повышая уровень тревожности, недоверия к государственным и социальным структурам, потенциал появления антиобщественных социальных движений.

Считая, что наряду с количественными лингвистическими методами противодействия дезинформации следует изучать и индивидуальные стратегии верификации информации, в данной статье мы рассматриваем сложившиеся практики проверки фактов. Вследствие децентрализованности информационного пространства, возможности отдельных индивидов оказывать влияние на мнения, убеждения окружающих, в данной статье изучаются наиболее распространенные способы проверки фактов.

Методические и эмпирические результаты выполненного исследования раскрывают новые перспективы социо- и психолингвистического изучения имплицитных стратегий верификации информации. Наиболее важными, по мнению авторов, выступают процессы

оценки фактов, а также социально-психологические механизмы их образования.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное нами исследование было направлено на изучение эмпирических стратегий восприятия информации читателем. В ходе него были определены основные модели восприятия информации, отношения к ее содержанию, выявлены стратегии верификации. Полученные результаты показывают, что когнитивные стратегии верификации информации преобладают над социальными и аналитическими.

Современный читатель верифицирует информацию только в том случае, если она не считается заслуживающей доверия, в противном случае с высокой долей вероятности информация будет признана верной, несмотря на очевидную ложность. Эти результаты свидетельствуют о потенциальной незащищенности читателя от дезинформации в ситуации неоправданного доверия к ней, при отсутствии возможности ее верифицировать через обращение к близким людям.

Выводы исследования ориентируют на дальнейшее изучение субъективных механизмов, определяющих отношение к информации и дезинформации читателя.

ЛИТЕРАТУРА

1. Купрейченко, А. Б. Доверие к информации как фактор доверия к электронным масс-медиа / А. Б. Купрейченко, Е. В. Шляхова. — Текст : непосредственный // Психологическая наука и образование. — 2012. — № 1. — С. 370—380.
2. Bago, B. Fake news, fast and slow: Deliberation reduces belief in false (but not true) news headlines / B. Bago, D. G. Rand, G. Pennycook. — Text : unmediated // *Journal of Experimental Psychology: General*. — 2020. — № 149 (8). — P. 1608—1613. — DOI 10.1037/xge0000729.
3. Burkhardt, J. M. History of Fake News / J. M. Burkhardt // *Library Technology Reports*. — 2017. — № 53. — P. 5—9.
4. Hasson, U. Believe it or not: On the possibility of suspending belief / U. Hasson, J. P. Simmons, A. Todorov. — Text : unmediated // *Psychological Science*. — 2005. — № 16. — P. 566—571.
5. Lasswell, H. Propaganda Technique in the World War / H. Lasswell. — London : Kegan Paul, 1927. — 233 p.
6. Mayo, R. Cognition Is a Matter of Trust: Distrust Tunes Cognitive Processes / R. Mayo. — Text : unmediated // *European Review of Social Psychology*. — 2015. — № 26. — DOI 10.1080/10463283.2015.1117249.
7. Okoro, E. M. A Hybrid Approach to Fake News Detection on Social Media / E. M. Okoro, B. A. Abara, A. O. Umagba, A. A. Ajonye, Z. S. Isa. — Text : unmediated // *Nigerian Journal of Technology*. — 2018. — № 37 (2). — P. 454. — DOI 10.4314/njt.v37i2.22.
8. Resnick, L. B. Shared cognition: Thinking as social practice / L. B. Resnick. — Text : unmediated // *Perspectives on socially shared cognition* / L. B. Resnick, J. M. Levine, S. D. Teasley (eds.). — American Psychological Association, 1991. — P. 1—20. DOI 10.1037/10096-018.
9. Tam, N. T. User Guidance for Efficient Fact Checking / N. T. Tam, M. Weidlich, Yin H., Zheng B., Hung Nguyen Q. V., B. Stantic. — Text : unmediated // *Proceedings of the VLDB Endowment*. — 2019. — № 12. — P. 850—863.
10. Vosoughi, S. The spread of true and false news online / S. Vosoughi, D. Roy, S. Aral. — Text : unmediated // *Science*. — 2018. — № 359 (6380). — P. 1146—1151. — DOI 10.1126/science.aap9559.

K. V. Zlokazov

St. Petersburg University of the Ministry of Internal Affairs, St. Petersburg, Russia
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0664-8444>

M. B. Voroshilova

Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation, Ekaterinburg, Russia
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7578-352X>

Yu. V. Zlokazova

St. Petersburg University of the Ministry of Internal Affairs of Russia; Peterhof, Russia
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-9380-4785>

E-mail: zkirvit@yandex.ru, shinkari@mail.ru, YuliaZlokazova@yandex.ru.

Information or Disinformation? Reader and Fake News

ABSTRACT. *The purpose of this article is to describe subjective strategies of disinformation evaluation by readers. The topic of the study is brought about by the need to counteract the growing criminalization of the Internet space. The increase in the number of frauds committed by means of Internet communications actualizes the questions of scientific counteraction to the information impact on the audience. To this end, the article considers the strategies of information verification and characterizes them. It also demonstrates the lexical, thematic and knowledge-based approaches to the evaluation of facts and reveals the specificity of their application. The study depicts the subjective strategies of information verification, which are a reflection of social practices and individual experience of the reader. The authors describe the analytical, cognitive, and social strategies of fact checking, the characteristics of their use, and the specificity of their application in relation to different conditions and peculiarities of the information received. The article reveals the role of trust as a subjective form of the readers' attitude to the content and the source of information and the method of obtaining it. In the course of empirical investigation, the authors test the popularity of these strategies and assess the frequency of their occurrence. For the purposes of the study, a special questionnaire has been developed, and statistical evaluation of its reliability indicators has been carried out. The sample of the study includes 725 people, 47% men, average age 29.3 years, SD = 5.9 years. The sample is made up of residents of three subjects of the Russian Federation, possessing higher education, working in industry, trade, education and medicine. The results of the research indicate the prevalence of the cognitive verification strategy (54% of those examined) over the social (39%) and the analytical (16%) strategies. The most closely related strategies are the cognitive and the analytical ones (34% of respondents), and the cognitive and the social strategies (29% of respondents). Gender distinctions in the use of strategies have not been registered. It is concluded that further investigation is necessary to study the content of information verification strategies, to reveal the role of internal mechanisms that ensure their formation, as well as to assess the effectiveness of the strategies in identifying disinformation.*

KEYWORDS: *disinformation; false information, Internet; Internet space; Internet technologies; Internet communication; Internet fraud; verification strategy; information check; information impact; Internet texts; readers.*

AUTHOR'S INFORMATION: *Zlokazov Kirill Vital'evich, Candidate of Psychology, Associate Professor, Director of Science and Research Department, St. Petersburg University of the Ministry of Internal Affairs, St. Petersburg, Russia.*

AUTHOR'S INFORMATION: *Voroshilova Mariya Borisovna, Candidate of Philology, Associate Professor, Director of Research Activity Department, Ural Institute of Management — Branch of RANEPa under the President of the Russian Federation, Ekaterinburg, Russia.*

AUTHOR'S INFORMATION: *Zlokazova Yuliya Valer'evna, Candidate of Economics, Associate Professor of Department of Transport Security, St. Petersburg University of the Ministry of Internal Affairs, Peterhof, Russia.*

FOR CITATION: *Zlokazov, K. V. Information or Disinformation? Reader and Fake News / K. V. Zlokazov, M. B. Voroshilova, Yu. V. Zlokazova // Political Linguistics. — 2021. — No 6 (90). — P. 168-175. — DOI 10.26170/1999-2629_2021_06_19.*

ACKNOWLEDGMENTS. *The study is accomplished with financial support of the Russian Foundation for Basic Research (RFBR), project No 20-012-20022 “Cognitive Internet Technologies as a Factor of Formation of Extremist Behavior of Young People: Mechanisms of Influence and Prevention”.*

REFERENCES

1. Kupreichenko, A. B. Trust in information as a factor of trust in electronic mass media / A. B. Kupreichenko, E. V. Shlyakhova. — Text : unmediated // Psychological Science and Education. — № 1. — P. 370—380. [Doverie k informacii kak faktor doveriya k elektronnyim mass-media / A. B. Kupreichenko, E. V. Shlyakhova. — Tekst : neposredstvennyj // Psihologicheskaya nauka i obrazovanie. — 2012. — № 1. — S. 370—380] — (In Rus.).
2. Bago, B. Fake news, fast and slow: Deliberation reduces belief in false (but not true) news headlines / B. Bago, D. G. Rand, G. Pennycook. — Text : unmediated // Journal of Experimental Psychology: General. — 2020. — № 149 (8). — P. 1608—1613. — DOI 10.1037/xge0000729.

3. Burkhardt, J. M. History of Fake News / J. M. Burkhardt // Library Technology Reports. — 2017. — № 53. — P. 5—9.

4. Hasson, U. Believe it or not: On the possibility of suspending belief / U. Hasson, J. P. Simmons, A. Todorov. — Text : unmediated // Psychological Science. — 2005. — № 16. — P. 566—571.

5. Lasswell, H. Propaganda Technique in the World War / H. Lasswell. — London : Kegan Paul, 1927. — 233 p.

6. Mayo, R. Cognition Is a Matter of Trust: Distrust Tunes Cognitive Processes / R. Mayo. — Text : unmediated // European Review of Social Psychology. — 2015. — № 26. — DOI 10.1080/10463283.2015.1117249.

7. Okoro, E. M. A Hybrid Approach to Fake News Detection on Social Media / E. M. Okoro, B. A. Abara, A. O. Umagba, A. A. Ajonye, Z. S. Isa. — Text : unmediated // Nigerian Journal of Technology. — 2018. — № 37 (2). — P. 454. — DOI 10.4314/njt.v37i2.22.

8. Resnick, L. B. Shared cognition: Thinking as social practice / L. B. Resnick. — Text : unmediated // Perspectives on socially shared cognition / L. B. Resnick, J. M. Levine, S. D. Teasley (eds.). — American Psychological Association, 1991. — P. 1—20. DOI 10.1037/10096-018.

9. Tam, N. T. User Guidance for Efficient Fact Checking / N. T. Tam, M. Weidlich, Yin H., Zheng B., Hung Nguyen Q. V., B. Stantic. — Text : unmediated // Proceedings of the VLDB Endowment. — 2019. — № 12. — P. 850—863.

10. Vosoughi, S. The spread of true and false news online / S. Vosoughi, D. Roy, S. Aral. — Text : unmediated // Science. — 2018. — № 359 (6380). — P. 1146—1151. — DOI 10.1126/science.aap9559.