

Политические науки

УДК 32.019.5

Баргашевич Д. А.,
аспирант 2 курса кафедры политологии,
Финансовый университет при Правительстве РФ

Фейк-ньюс: признаки и основания классификации

DOI: 10.33979/2587-7534-2024-4-162-172

В статье представлено исследование фейковых новостей и различных трактовок этого понятия, а также приведены классификации российских и зарубежных ученых относительно этого феномена и основания для данных классификаций. Помимо этого, автором работы выведено собственное определение фейковых новостей и приведена авторская классификация уровней фейков, которые мы наблюдаем в современном мире, рассмотрено понятие «пост-правды», и современное медиаполе, создающее все условия для возникновения подобного вида новостей.

***Ключевые слова:** фейк, фейковая новость, постправда, медиаполе, законодательство, основания для классификации.*

Bartashevich D. A.,
*2st year postgraduate student of the Department of Political Science,
Financial University under the Government of the Russian Federation*

Fake news: signs and grounds for classification

The article presents a study of fake news and various interpretations of this concept, as well as the classifications of Russian and foreign scientists regarding this phenomenon and the basis for these classifications. In addition, the author of the work has derived his own definition of fake news and provides the author's classification of the levels of fake news that we observe in the modern world, considers the concept of "post-truth", and the modern media field, which creates all the conditions for the emergence of this type of news.

***Keywords:** fake, fake news, post truth, media field, legislation, grounds for classification.*

Введение

Медиа-поле сегодня – это симбиоз журналистики, блогосферы, пиара, маркетинга и рекламы. За счет взаимодействия и сотрудничества всех этих сфер, а часто их сочетания и смешения, оно расширяется и позволяет существовать большому разнообразию информации, которую достаточно сложно проверить оперативно. Политические события, происходящие последние несколько лет, и реакция на них в социальных сетях даже привели к возникновению новых законов (яркий пример: Федеральный закон от 14.07.2022 №255-ФЗ «О контроле за деятельностью лиц, находящихся под иностранным влиянием» [Федеральный закон № 255-ФЗ, 2022]), в которых дается определение таким терминам, как «иноагент», с пояснением, кто таковым является. Также, в марте 2019 года в «Закон об информации, информационных технологиях и защите информации» [Федеральный закон № 149-ФЗ, 2006] были внесены поправки, касающиеся создания и распространения фейковых новостей, подобные поправки также были добавлены и в Кодекс об административных правонарушениях.

Логично говорить, что в инфопространстве, где присутствует большое количество мнений, достаточно сложно обстоит ситуация с фактами. Именно это наводит на размышления о фейк-ньюс и о том, что диджитализация и быстрая информатизация приводят не только к достаточной информированности общества обо всей событиях, происходящих в мире, но и порождают такое явление, как фейковые новости, которое набрало свою большую популярность в период президентских выборов Трампа в 2018 году. Актуальность работы обусловлена развитием медиаполя, увеличения доли влияния интернета в распространении информации и все более преобладающей роли новых медиа над традиционными. Помимо этого, одним из основополагающих факторов исследования является активное распространение фейков в угоду формирования определенной картины мира у населения.

В мировом дискурсе вопросы, касающиеся фейк-ньюс, их классификации и признаков, достаточно популярны, но из-за регулярного развития технологий и создания новых изолированных методов создания фейков (в том числе GPT, искусственного интеллекта) данная область требует более тщательного изучения и внимания. К теме фейков обращаются и западные, и отечественные ученые, разбирая и терминологию (например, работы Головацкой О.Е. о происхождении термина «fakenews» [Головацкая, 2019], Фиониной А.С. об «определении, источниках и классификации термина» [Фионина, 2021]), и ситуацию, в которой существуют фейки (монография под редакцией Поповой О.В. «Политика пост-правды и популизм») и новые подходы к классификации фейковых новостей (“A Survey of Fake News: Fundamental Theories, Detection Methods, Opportunities”, Xinyi Zhou, Reza Zafarani [Zhou, Zafarli, 2020]).

Обратимся к основному понятию, которое используется в данной работе, и несколькими его трактовкам.

Под фейк-ньюс [Аннемари, Пандерс, 2023] принято понимать ложную информацию, специально распространяемую в новых медиа или традиционных СМИ для получения какой-либо выгоды (пропаганды, реализации

экономических или политических целей и т.п.). Словарь-справочник политической психологии дает более серьезное и жесткое определение термину, называя фейки намеренным обманом и пропагандой, реализуемой определенным кругом лиц в ущерб другому с целью реализации собственных политических интересов [Шестопал, 2002: 218].

Вопрос фейк-ньюс был настолько актуальным, а его трактовка до конца не ясной, что в 2018 году на круглом столе Комиссии общественной палаты РФ по развитию информационного сообщества обсуждался вопрос распространения фейков на просторах интернета [Соболь, 2018]. В ходе заседания было вынесено следующее определение: «фейк-ньюс – это информационная мистификация, распространяемая посредством традиционных и новых медиа, целью которой является политическая и экономическая выгода определенных сторон». В августе 2020 года на сайте Государственной думы РФ в разделе «новости» появляется статья [Государственная дума, 2024], посвященная понятию фейковых новостей и тому, какая ответственность может грозить за их распространение. На сайте Госдумы можно найти следующее определение данного термина: «фейк-ньюс – это недостоверная общественно значимая информация, распространяемая под видом достоверных сообщений и создающая угрозу для безопасности обществу».

Можно отметить, что тенденция определения фейк-ньюс похожая: «не полностью достоверная информация, значимая для общества и создающая угрозу его безопасности». Стоит добавить, что исходя из множества определений, фейк никогда не трактуется как полная ложь, что дает основания полагать, что фейк – это, скорее, полуправда, недостоверная или искаженная информация, классификацию которой мы обозначим чуть далее. Но фейку необходимо на что-то опираться, поэтому в своем основании он должен иметь каплю правды (факт события, человека, какое-либо происшествие).

Чаще всего фейки встречаются в публицистике, в традиционных СМИ и новых медиа [Вартанова, 2012]. Из-за распространения и популяризации телеграмм-канала, контролировать распространение каких-либо слухов и отслеживать их влияние на людей становится все сложнее. Рассмотрим, какими характерными чертами и признаками должны обладать фейковые новости, чтобы являться таковыми [Фейковые новости, 2021]:

1) Яркий заголовок, часто не имеющий под собой основания.

Конечно, грамотный и привлекающий внимание заголовок – это основа успешно читаемого лонгрида, но часто бывает так, что, являясь правдой, к новости внимание привлекает заголовок, далекий от содержания самого материала.

Отличный пример: новость, выпущенная на РИА-новости в октябре 2023 года автором данного исследования относительно повышения цен на зеленый кофе на российском рынке. В самом тексте информация касается объективных факторов, которые напрямую влияют на стоимость зелены (зеленый кофе на профессиональном языке) на рынке, в то время как различные сетевые издания стали создавать на основе фактов информационные заголовки ради хайпа и

привлечения внимания. Так, в оригинальном материале [Кофейни РФ, 2024] речь шла о скачках курсах и непосредственном влиянии на цену, а также на конечного потребителя. Заголовок, к примеру, MoskvichMag же был следующим: «В московских кофейнях снизят качество кофе из-за вашего нежелания пить хороший дорогой» [В московских кофейнях, 2024]. Подобный заголовок был создан только для привлечения внимания, потому что, в целом, не имел ничего общего с содержанием оригинальной статьи. На данном примере автором наблюдалось, каким образом безобидная новость, касающаяся кофе, может поднять панику на рынке, и о ней напишут даже в канале Ксении Собчак.

2) Отсутствие ссылки на авторитетный источник информации.

Часто в фейковых новостях отсутствует отсылка на какой-либо конкретный источник информации. Самый банальный пример, с которым многие сталкивались – это фраза «британские ученые заявили» и дальнейшие рассуждения на этот счет. Более интересными примерами могут служить новости западных инфорагенств о недавних событиях в нашей стране. Например, такие высказывания, как: «Bloomberg: в окружении Путина не верят в причастность Украины к теракту». Безусловно, Bloomberg может называться авторитетным источником, но в данном высказывании как раз отсутствует источник, на мнении которого может основываться данная новость [Bloomberg, 2024].

3) Эмоциональный текст с отсутствием четкого описания хронологии событий. Психология человека такова, что, когда он попадает в эмоции, ему становится сложно справиться с тревогой. Фейковые новости обычно излишне эмоциональны. Последнее время ложные высказывания в адрес России можно услышать из уст западных политиков. Безусловно, они направлены на локальную европейскую аудиторию, которая воспринимает подобные выражения за чистую монету. Например, по французских новостях регулярно можно слышать выражения в адрес президента РФ относительно того, что он – настоящий тиран, что слишком эмоционально окрашено и также не несет в себе никакого смысла, кроме как цели повлиять на формирование определенного образа [TFLInfoFrance, 2024].

4) Однобокий текст с обозначением одной позиции. Если мы говорим о новости – то это должен быть факт, если о какой-либо статье или видео, то позиция автора должна быть обоснована и опираться на определенные аргументы, в то время как в фейках обычно, кроме «он плохой» или «его нужно свергнуть», не достаёт аргументации и обоснования позиции.

5) Фото и видео материалы. Конечно, из-за распространения искусственного интеллекта сегодня очень сложно иногда отличить правду от действительности. Искусственный интеллект и технологии дипфейков позволяют создавать фейки, каких раньше не видывал свет, тем не менее, излишняя эмоциональность, слишком резкие и быстрые ответы в медиа, однобокая позиция должны привлечь внимание и к визуальному сопровождающему контенту, который необходимо проанализировать, прежде чем ему поверить. Сегодня добавить какого-либо политика или лидера мнений в

какой-либо фото- или видеоматериал, при этом сделать это достаточно органично не составляет никакого труда.

Интересным примером может стать Дональд Трамп и его присоединение к героям фильма «Во все тяжкие» [Better Call Trump, 2024], где герой, которому придали образ Трампа, играет роль нечестного юриста, а его голос в диалогах абсолютно идентичен голосу бывшего президента США.

б) Несмотря на то, что фейковые новости уже создаются и пишутся достаточно грамотно, чтобы больше вливаться в доверие к читателям, остаётся фактом, что фейки могут изобиловать ошибками, а также несостыковками.

Чтобы фейк зажил своей жизнью, ему необходимо пройти несколько этапов [Molina, Sundar, 2019]:

1) Зарождение. Любому ложному сообщению необходимо родиться, а в кризисные ситуации люди склонны и придумывать, и верить больше абсурдным и излишне гипертрофированным новостям. Вернемся к примеру с кофе: первой появилась новость на портале информационного агентства РИА.

2) Распространение. Часто люди сами становятся источниками и распространителями фейковых новостей. Через 30 минут огромное количество сетевых изданий стали выпускать свои интерпретации данной новости с заголовками, далекими от реальности.

3) Трансформация фейка. Этап, в ходе которого фейк трансформируется, появляются новые персонажи, новые детали, и вокруг него все еще больше закручивается. Фейк дошел до того, что слова эксперта, которые были приведены в данном материале, стали искажаться и исказились до такой степени, что повергли в панику весь рынок и большинство любителей кофе.

4) Максимальное тиражирование фейка, которое происходит органическим путем, особенно в каких-либо кризисных ситуациях. Люди за пределами кофейной индустрии попали в панику и действительно начали думать о том, что кофе станет настолько дорогим, что они не смогут его себе позволить. Безусловно, этому способствовала новость о повышении цен на кофе в канале Ксении Собчак. Далее большое количество людей начали тиражировать эту интерпретированную новость у себя в социальных сетях, что привело к еще большему охвату.

В современном мире, когда существует некая иллюзия полного самоконтроля, человек склонен желать узнать правдивые новости о мире, но, с другой стороны, ему хочется, чтобы эти новости коррелировали с его собственной картиной мира. Тем самым, распространение фейков становится еще более простым занятием. Можно провести параллель с индустрией рекламы и маркетинга, и сказать, что главное в создании удачного фейка – это подобрать верную аудиторию для какой-либо конкретной новости, чтобы она органично растиражировалась. Самый распространенный способ тиражирования подобного вида новостей – это лайки и репосты, что мы показали на примере новости о кофе. Но только на лайках и репостах нельзя останавливаться, для распространения фейковой информации сегодня достаточно активно

используются различные боты, большие данные, а также проплаченные лидеры мнений.

Одним из факторов распространения фейковых новостей является эпоха постправды (в разных источниках, политика постправды), когда ситуация, предрассудки, политическая ангажированность и эмоции превалируют над реальными фактами [Попова, 2018]. Именно данный феномен дает все основания для возникновения подобных новостей, которые не просто вредят общественному порядку, но и влияют на политические процессы. Само понятие постправды достаточно близко к определению фейк-ньюс, так как постправда – это легко опровергаемая ложь, в которую продолжает верить определенное количество заинтересованных людей [Котенов, 2023]. Как и понятие фейковых новостей, понятие «post-truth» стало словом года, по мнению Оксфордского словаря, только не в 2019, а в 2016 году, потому что это слово достаточно четко охарактеризовало эпоху, в которую мы живем, и направление политики, в котором работаем.

Постправда, также как и фейк-ньюс, характеризуется искажением понятий в медиа, эмоциональностью, игнорированием основополагающих фактов, отсылками к ценностям и убеждениям человека: много эмоций, мнений и мало фактов [Тузовский, 2020]. Важно заметить, что все подобные современные коммуникационные технологии обращаются к уже существующим методам пропаганды и строят их на основе методик, разработанных достаточно давно. Так, например, в своей «Пропаганде» Эдвард Бернейс [Бернейс, 2024] вывел основные направления работы с аудиторией и уже в начале XX века писал о важности сегментации и работы с общественностью. Этот факт отсылает нас к тому, что в современном мире для любого фейка, как и для успешной рекламы, важна правильная целевая аудитория, через которую фейки могут тиражироваться органически. Фейковые новости и те, кто их создает, используют те же механизмы и технологии, которые были разработаны и опробованы еще 100 лет назад.

Уже существует достаточное количество классификаций фейков, предложенных различными учеными и исследователями медиа.

Исследователи медиа выделяют следующие виды фейковых новостей: газетные утки, сатиру, комментарии, личное мнение, поданное с позиции объективного факта, городскую журналистику, особняком можно поставить дипфейки, которые набирают свою популярность.

Синьи Чжоу и Реза Зафарани из Сиракузского университета США представляют свое видение классификации фейков, опираясь на их признаки, и выделяют следующие виды: материалы, основанные на «знании» (пример, «британские ученые заявили»), определенном стиле написания, варианте подачи или просто пропаганде и источнике информации.

В российской практике А.П. Суходулов [Суходулов, 2017] предлагает следующую классификацию:

1) По количеству лжи в составе текста: фальсификация, частичная фальсификация, реальное событие с искажением каких-либо фактов, действующих лиц и моментов.

2) По факту события: реально ли было какое-либо событие, произошло ли оно в прошлом, а интерпретируется как событие, произошедшее в настоящем и т.п.

3) По принимающим в событии участникам: заявление кого-либо или группы лиц, сведения от очевидцев события.

4) По типу контента: развлекательное, политическое, манипулятивное, мошенническое.

Можно отметить, что основанием для классификации фейковых новостей, в основном, является уровень правды в их содержании, а также подлинности какого-либо события и его участников [Padalko, Chomko, Chumachenko, 2023].

Таким образом, автор предлагает свою трактовку определения фейковых новостей и их классификацию. Fake News – это информация, предполагающая прототипические события, но искажённая или интерпретируемая определенным образом, в интересах какой-либо группы лиц для реализации политических и экономических целей и осуществления определенных задач, необходимых для формирования общественного мнения.

Материал, который содержит в себе фейковую новость, можно представить следующим образом (рис.1):

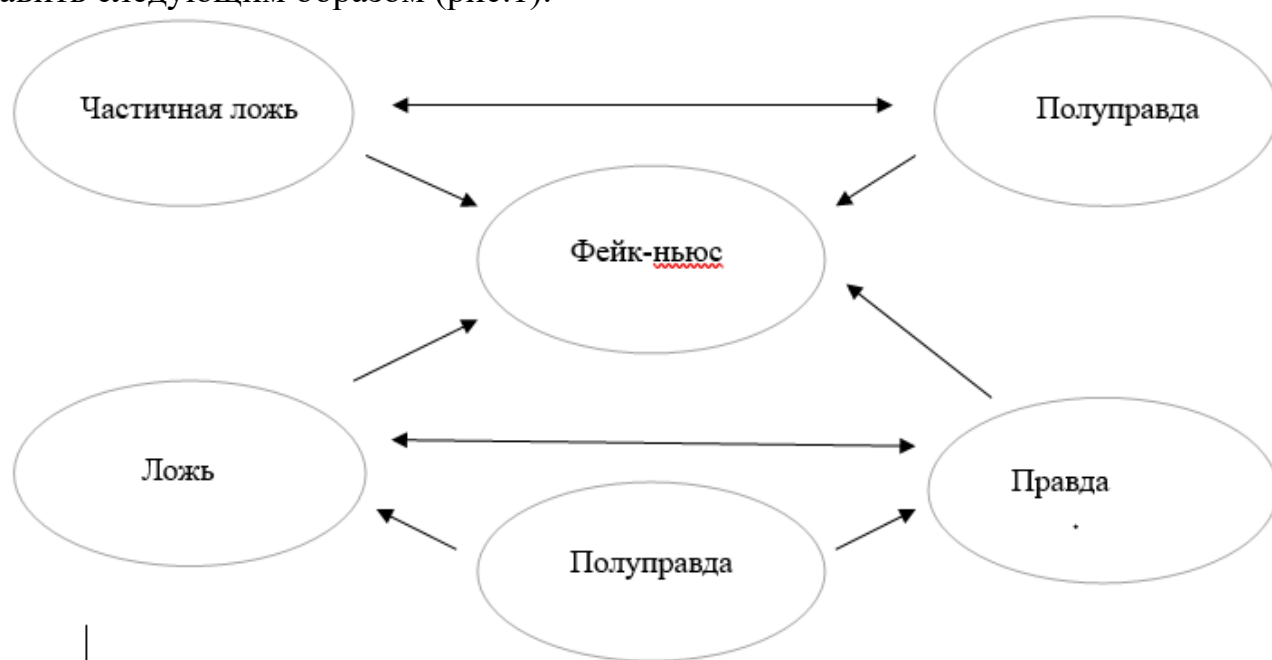


Рисунок 1. Состав фейковой новости

На данной схеме достаточно явно показано, что фейк-ньюс представляют собой полуправду, имеющую под собой реальное основание. На основании проведенного исследования автором предлагается следующая классификация фейковых новостей:

- 1) Новости с небольшим искажением информации, когда основополагающее событие позиционируется как правда, но допускается искажение фактов;
- 2) Новости, в которых скрывается какое-либо количество фактов, но за основу берется правда;
- 3) Полуправда, когда происходит смешение правдивых факторов и факторов вымышленных;
- 4) Ложь, представленная в формате правды, когда все, что окружает какой-либо факт, – вымышлено.

Научная новизна работы заключается в исследовании понятия фейковых новостей, данного разными авторами в их научных трудах, выведении авторского определения и структуры фейковой новости, а также их классификации для дальнейшей работы с ними. При современной ситуации, сложившейся на мировой арене сегодня, крайне важно понимать структуру и классификацию фейков, масштабы и технологии их создания, чтобы адекватно противостоять все продолжающемуся интенсивному иностранному информационному воздействию, в том числе в формате фейк-ньюс.

У разных исследователей и представителей научного, политического и журналистского сообщества в России ведутся разговоры относительно возможности государственного регулирования фейков, на данный момент это возможно только в случае введения определенных поправок к законам, о чем было упомянуто чуть выше. Степень достоверности информации определяет генпрокурор РФ и его заместители в рамках их компетенций. Все итоговые ограничительные меры и запрет работы какого-либо диджитального издания контролируется через Роскомнадзор, то есть своевольничать открыто у представителей власти, так или иначе, нет возможности, и процесс блокировки может занять какое-либо время, особенно, если, на первый взгляд в нем открыто не идет речь о политике и не призывает к каким-либо экстремистским действиям. По мнению руководителя Комитета по государственному строительству и законодательству, цель штрафов больше профилактическая, нежели карательная. Также в поправках к данному закону четко обозначено, что является фейком, а что нет, так как гражданин, который сделал репост какого-либо поста с недостоверной информацией, потому что в нее поверил, не является правонарушителем, в то время как создатель фейка попадает по АК. Правда существует мнение о том, что с фейками (исходя из истории мистификаций и желания человека фантазировать и верить этим фантазиям [Головацкая, 2019]) посредством их удаления бороться не стоит, и лучше уйти в степь образования и делиться с пользователями знаниями, каким образом они могут противостоять фейкам и не поддаваться на различные провокации.

Безусловно, сегодня существуют специальные платформы, на которых есть возможность проверить какую-либо новость на ее аутентичность, но тем не менее, фейки становятся все более изощренными, а информация требует относиться к себе крайне внимательно. Еще Маршал Маклюэн [Маклюэн, 2023]

сказал, что «информация – естественный ресурс, и борьба за него – важная задача в настоящее время».

Исходя из этого, стоит заметить, что понимание фейковых новостей, их признаков, умения анализировать их и отличать от фактов – необходимый навык не только для исследователей и политологов, но и обычных людей. Понимание же классификации фейковых новостей дает возможность получить более четкое представление о возможностях распространения и работы подобных технологий.

Список литературы

Аннемари, Пандерс, 2023 – *Аннеамари Б., Пандерс В.* Фейк. Все, что надо знать о пропаганде, фальшивых новостях и теориях заговора. М.: Манн, Иванов и Фебрэб (МИФ). 2023. С. 168.

Бернейс, 2024 – *Бернейс Э.* Пропаганда. М.: «АСТ». 2024. С. 192.
В московских кофейнях – В московских кофейнях снизят качества кофе из-за вашего нежелания пить хороший дорогой / Москвич MAG. URL: <https://moskvichmag.ru/gorod/v-moskovskih-kofejnyah-snizyat-kachestvo-kofe-iz-za-vashego-nezhelaniya-pit-horoshij-dorogoj/?ysclid=lv150ff6bez18358626> (дата обращения: 10.08.2024).

Вартанова, 2012 – *Вартанова Е.* Расширение современного медиаполя. 2012. URL: https://www.journ.msu.ru/blog/blog_vartanovoy/21.php (дата обращения: 30.08.2024)

Головацкая, 2019 – *Головацкая О.Е.* Значение и происхождение термина «fakenews». 2019. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/znachenie-i-proishozhdenie-termina-fake-news/viewer> (дата обращения: 30.08.2024)

Жаботинская, 2019 – *Жаботинская С.* Семь типов фейковых новостей. 2019 URL: <https://naked-science.ru/article/media/issledovатели-opredelili-sem-tipov-fejkovyh-novostej?ysclid=luvnixe6v6566470922> (дата обращения: 14.09.2024).

Котенов, 2023 – *Котенов А.А.*, Постправда. 2023. URL: <https://bigenc.ru/c/postpravda-33db1f?ysclid=luzrxghbo858301697> (дата обращения: 30.08.2024)

Кофейни РФ из-за курса валют – Кофейни РФ из-за курса валют могут снизить требования к качеству кофе / РИА новости. URL: <https://ria.ru/20231010/kofeyni-1901684364.html?ysclid=lv159thhci526210885> (дата обращения: 10.08.2024).

Маклюэн, 2023 – *Маклюэн М.* Понимание медиа: внешние расширения человека. М.: Кучково поле. 2023. С. 467.

Попова, 2018 – *Попова О. В.* «Политика постправды» и популизм. СПб.: Скифия-принт. 2018. С. 216.

Садчиков, 2022 – *Садчиков Д. И.* Фейковые новости в социальных сетях: механизмы распространения и воздействия на аудиторию. 2022. URL: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/59150/1/978-5-91256-403-1_2018_078.pdf?ysclid=luvngkgxmw309799146 (дата обращения: 01.09.2024)

Соболь, 2018 – *Соболь Я. И.* Роль фейковых новостей в современной медиакommunikации. 2018. URL: https://dspace.spbu.ru/bitstream/11701/14192/1/Sobol_YAI_Rol_fejkovyh_novostej_v_sovremennoj_mediakommunikacii.pdf (дата обращения: 01.09.2024)

Суходолов, 2017 – *Суходолов А. П.* Феномен фейковых новостей в современном медиа-пространстве. 2017. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-fejkovyh-novostey-v-sovremennom-mediaprostranstve?ysclid=m23o9dttl2108767695> (дата обращения: 01.09.2024)

Тузовский, 2020 – *Тузовский И. Д.* Пост-правда как синдром цифровой эпохи: предельное понимание феномена и сценарии будущего. 2020. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/postpravda-kak-sindrom-tsifrovoju-epohi-predelnoe-ponimanie-fenomena-i-stsenarii-budushego/viewer> (дата обращения: 01.09.2024)

Федеральный закон, 2022 – Федеральный закон от 14 июля 2022 г. N 255-ФЗ «О контроле за деятельностью лиц, находящихся под иностранным влиянием». URL: <https://rg.ru/documents/2022/07/19/document-inoagent.html?ysclid=luzk4rqv1q693654887> (дата обращения: 20.08.2024)

Федеральный закон, 2006 – Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ (ред. от 12.12.2023) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/c3b53a3601408c50895476568264472cfd0a83bc/ (дата обращения: 20.05.2024)

Фейковые новости, 2024 – Фейковые новости: чем опасны, как появляются и как их отличить от настоящих. URL: <https://netology.ru/blog/08-2021-fake-news?ysclid=luzo2703j8926373717> (дата обращения: 15.09.2024).

Фионина, 2021 – *Фионина А. С.* Определение, источники и классификация “Fakenews”. 2021. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/opredelenie-istochniki-i-klassifikatsiya-termina-fake-news/viewer> (дата обращения: 05.09.2024)

Что такое фейковые, 2024 – Что такое фейковые новости и как за них будут наказывать. URL: <http://duma.gov.ru/news/49341/> (дата обращения: 14.09.2024).

Шестопал, 2002 – *Шестопал Е. Б.* Политическая психология. М.: Инфа-М. 2002. С. 218.

Better Call Trump – Better Call Trump URL: https://www.youtube.com/watch?v=Ho9h0ouemWQ&embeds_referring_euri=https%3A%2F%2Ftranslated.turbopages.org%2F&source_ve_path=MzY4NDIsMjM4NTE&feature=emb_title (Дата обращения: 12.08.2024).

Bloomberg: в окружении Путина – Bloomberg: в окружении Путина не верят в причастность Украины к теракту / Telegram. URL: <https://t.me/MariaVladimirovnaZakharova/7694> (дата обращения: 10.08.2024).

TFLInfoFrance – TFLInfoFrance. URL: <https://www.tf1info.fr/replay-tf1/video-le-13-heures-du-samedi-13-avril-2024-2295412.html> (дата обращения: 15.08.2024).

Molina, Sundar, 2019 – *Molina M. D., Sundar S. S.* “Fake News” Is Not Simply False Information: A Concept Explication and Taxonomy of Online Content.

2019. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0002764219878224> (дата обращения: 20.08.2024)

Padalko, Chomko, Chumachenko, 2023 – *Padalko H., Chomko V., Chumachenko D.* A novel approach to fake news classification using LSTM-based deep learning models. 2023. URL: https://translated.turbopages.org/proxy_u/en-ru.ru.72622690-66183ea1-351b4e49-74722d776562/https/www.frontiersin.org/articles/10.3389/fdata.2023.1320800/full?_ya_mt_enable_static_translations=1 (дата обращения: 20.08.2024)

Zhou, Zafarani, 2020 – *Zhou X., Zafarani R.* A Survey of Fake News: Fundamental Theories, Detection Methods, and Opportunities // *ACM Comput. Surv.* 1, 1, Article 1. P. 37.

УДК 32(327+327.2)

Чекулаев А. А.,

*кандидат политических наук, доцент,
доцент кафедры общей и прикладной политологии,
Орловский государственный университет имени И. С. Тургенева*

Итоги президентских выборов в Соединенных Штатах Америки и новый виток международной турбулентности в мировой политике

DOI: 10.33979/2587-7534-2024-4-172-181

В данной статье авторы анализируют переизбрание Дональда Трампа на президентский пост в США. Г-н Трамп является выходцем из богатых слоев американского общества, его поддерживают миллиардеры с Уолл-стрит. Политическая программа Д. Трампа содержала множество популистских идей, нацеленных на разные классы и слои американского общества. Он является компромиссной фигурой для ведущих представителей истеблишмента, делающего бизнес на американском империализме.

Ключевые слова: *победа Трампа, кризис империализма, мировая политика, финансовый капитал, классовые и корпоративные интересы, международная конфронтация, конкурентная борьба.*

Chekulaev A. A.,

*Candidate of Political Sciences, Docent,
Associate professor of Department of General and Applied Political Science,
Orel State University named after I. S. Turgenev*

The results of the presidential elections in the United States of America and a new round of international turbulence in world politics