

# СОЦИОЛОГИЯ СМИ

## ФЕЙК ВО СПАСЕНИЕ? ПРЕДСТАВЛЕНИЯ РОССИЯН О (НЕ)ПРИЕМЛЕМОСТИ ЛОЖНОЙ ИНФОРМАЦИИ<sup>1</sup>

*Анастасия Дмитриевна Казун* (adkazun@hse.ru)

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»,  
Москва, Россия

**Цитирование:** Казун А.Д. (2026) Фейк во спасение? Представления россиян о (не)приемлемости ложной информации. *Журнал социологии и социальной антропологии*, 29(1): 100–117. <https://doi.org/10.31119/jssa.2026.29.1.4> EDN: AREIQG

**Аннотация.** Термин «фейковые новости» стал частью не только академического, но и повседневного языка. Исследователи выделяют широкий спектр негативных последствий дезинформации. Однако остается неизвестным, проблематизирует ли ситуацию население и готова ли аудитория новостей оправдывать фейки в определенных контекстах? Эмпирическая база исследования включает 119 полуструктурированных интервью, проведенных в период с марта по май 2024 г. и посвященных восприятию недостоверного контента. В интервью подчеркивается негативное отношение к распространению фейковых новостей. Однако информанты отмечают их относительную приемлемость в случаях, когда недостоверный контент, по их мнению, не несет негативных последствий для индивида и общества (юмор и сатира), позволяет избежать неблагоприятной реакции на события повестки дня (например, паники) или имеет позитивные последствия (привлекает внимание населения к значимым проблемам, подталкивает к конструктивным или желательным для общества действиям, выступает инструментом государственной политики, «тренажером» критического мышления или средством борьбы с ложными убеждениями). При этом фейковые новости должны отвечать ряду требований: незначительность искажений фактов, чрезвычайные обстоятельства и нерегулярное распространение фейков, временный характер и предоставление впоследствии корректирующих сведений, соответствие действующему законодательству. Рассуждения о (не)приемлемости фейковых новостей могут строиться в логике этики или прагматики. В первом случае информанты указывают на невозможность оправдать дезинформацию позитивными эффектами, которые она может повлечь за собой. Во втором — предпринимаются попытки калькуляции потенциальных позитивных и негативных последствий фейков, а готовность поддерживать неэтичные меры связывается с несовершенством других людей, подверженных ошибкам мышления, ложным убеждениям и излишней эмоциональности.

**Ключевые слова:** фейковые новости, дезинформация, потребление новостей, доверие к медиа, медиацинизм.

---

<sup>1</sup> Исследование выполнено в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ.

## Введение

Проблема фейковых новостей активно обсуждается в последние годы. Исследователи подчеркивают негативные последствия распространения дезинформации (Lazer et al. 2018). Предполагается, что сформированные под ее воздействием ложные убеждения могут влиять на поведение людей, заставляя их принимать неверные решения по самым разным вопросам: от политических (Cantarella et al. 2023) до относящихся к здоровью (Southwell et al. 2023; Swire-Thompson, Lazer 2020). В этой связи предлагается привлекать внимание населения к необходимости проверки информации и высоким рискам столкнуться с недостоверным контентом. Возникает публичная дискуссия о фейковых новостях, появляются интернет-ресурсы и телевизионные программы, разоблачающие фейки. Предполагается, что это должно сформировать более критическое отношение к информации.

Однако существует иная точка зрения, согласно которой активная публичная дискуссия о фейковых новостях наносит едва ли не больший ущерб, чем дезинформация как таковая. Исследователи отмечают, что в результате подобных обсуждений в отношении фейковых новостей возникла моральная паника (Carlson 2020; Miró-Llinares, Aguerri 2023). Вместо большей внимательности и критичности к информации публичная дискуссия спровоцировала недоверие к социальным институтам и политикам (Dobber et al. 2021; Jones-Jang et al. 2021), тотальное разочарование в медиа. Уверившись, что фейки окружают их, люди перестали верить даже корректной информации (van der Meer et al. 2023). Кроме того, сам термин «фейковые новости» превратился в орудие борьбы с идеологическими оппонентами (weaponization) (Berry et al. 2023; Tong et al. 2020). И политики, и население по всему миру относят к фейкам не недостоверные новости, а контент, который не соответствует их убеждениям. Соответственно фейковые новости порой представляют собой не жанр, а ярлык (Egelhofer, Lecheler 2019), направленный на стигматизацию тех или иных акторов. Взаимные обвинения в распространении фейковых новостей могут усиливать поляризацию общества (Au et al. 2022) и агрессию по отношению к журналистам (Mazzaro 2023) и аут-группам.

Во многих странах мира наблюдается кризис доверия информационным ресурсам (Казун 2024) и обеспокоенность проблемой фейковых новостей (Шушпанова 2018). Россия не является исключением. Так, в конце 2023 г. 40 % россиян указывали, что сталкивались с фейковыми новостями в месяц, предшествующий опросу<sup>1</sup>. Кроме того, в конце

---

<sup>1</sup> Фейк-ньюс — и как с ними бороться? URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/feik-njus-i-kak-s-nimi-borotsja>.

2023 — начале 2024 г. почти половина россиян выражали полное или частичное согласие с тем, что СМИ манипулируют общественным мнением, а примерно четверть — с тем, что они регулярно сообщают ложную информацию<sup>1</sup>. Качественные данные дополняют и подтверждают результаты количественных исследований. Отмечается, что люди испытывают сомнения по отношению к качеству новостей и не готовы полностью полагаться даже на те источники информации, которые они используют (Вырковский, Шамсутдинова 2024; Петрова 2024). Соответственно недостоверный контент воспринимается как часть повседневности, а сам термин фейковые новости стал частью обыденного языка. В таких условиях следует говорить о прагматичном доверии (pragmatic trust) медиаконтенту (Schwarzenegger 2020), т.е. о решении полагаться на те или иные источники новостей, несмотря на сомнения в их надежности, чтобы получить хоть какие-то сведения и не оказаться в информационном вакууме.

Однако мы мало знаем о том, проблематизируют ли россияне сложившуюся ситуацию. Всегда ли они воспринимают недостоверный контент как негативное явление? И возможен ли с их точки зрения «фейк во спасение»? Поиску ответов на эти вопросы посвящена данная статья.

### Методология

Эмпирическая часть исследования основана на 119 полуструктурированных интервью (средняя продолжительность 46 минут), проведенных в период с марта по май 2024 г. Структура информационной базы исследования представлена в таблице 1. Поскольку восприятие фейковых новостей является контекстуальным и тесно связано с событиями повестки дня (Казун 2025б), необходимо учесть, что в рассматриваемый промежуток времени активно обсуждались в медиа и привлекли общественное внимание такие события как продолжающаяся специальная военная операция (СВО)<sup>2</sup>, теракт в «Крокус Сити Холле»<sup>3</sup> (22 марта) и наводнение в Оренбургской области<sup>4</sup> (начало апреля).

---

<sup>1</sup> Барометр экономического поведения домашних хозяйств. 2024. № 3. URL: <https://www.hse.ru/mirror/pubs/share/981539441.pdf>.

<sup>2</sup> События недели. Опрос «ФОМнибус» 23–25 февраля. URL: <https://media.fom.ru/fom-bd/d08sn2024.pdf>.

<sup>3</sup> События недели. Опрос «ФОМнибус» 29–31 марта. URL: <https://media.fom.ru/fom-bd/d13sn2024.pdf>.

<sup>4</sup> События недели. Опрос «ФОМнибус» 12–14 апреля. URL: <https://media.fom.ru/fom-bd/d15sn2024.pdf>.

Таблица 1

## Структура информационной базы исследования (N=119)

		Число информантов
Пол	Мужчины	57
	Женщины	62
Возрастная группа	16–25 лет	61
	26–45 лет	25
	46–75 лет	33
Вовлеченность в потребление новостей	Низкая	30
	Средняя	42
	Высокая	47

Помимо указанных в таблице 1 параметров, которые котируются при отборе информантов, для нас было важно также фиксировать и варьировать сферу деятельности интервьюируемых и населенный пункт их проживания. В выборку были включены люди, чья профессиональная деятельность в разной степени связана с использованием интернета и необходимостью отслеживать информацию по повестке дня: UX-исследователь, IT-фрилансер, инженер, врач скорой помощи, пианистка, воспитатель в детском саду, парикмахер и т.д. Разумеется, интервью также проводились со студентами, пенсионерами и домохозяйками. Примерно половина информантов проживают в Москве (59 человек), остальные представляют иные населенные пункты, преимущественно города (Санкт-Петербург, Екатеринбург, Тюмень, Пермь, Оренбург, Владивосток, Тверь, Сочи, Краснодар, Междуреченск, Барнаул, Рязань и т.д.). Кроме того, исходя из темы исследования, значение имеет политическая позиция интервьюируемых. Однако, поскольку в настоящее время подобные вопросы являются очень чувствительными, прямо они не задавались. Тем не менее взгляды информантов могут быть реконструированы на основании их ответов об используемых новостных источниках, а также исходя из оценок, даваемых различным событиям повестки дня. Эта информация используется при интерпретации результатов, однако по этическим соображениям не раскрывается при описании интервьюируемых.

Гайд интервью включал вопросы относительно понимания информантами термина «фейковые новости», опыта столкновения с недостоверной информацией, подходов к верификации контента, оценки последствий распространения фейковых новостей для индивида и общества и т.д.

Использование в интервью как более абстрактных вопросов, посвященных представлениям о фейковых новостях, так и апелляции к индивидуальному опыту позволило получить развернутые и содержательные ответы. Осмысление проблемы в общем виде требовало от информантов относительно высокой рефлексивности, а вопросы об опыте столкновения с фейковыми новостями могли вызывать трудности с припоминанием. Именно поэтому такие типы вопросов хорошо работали в комплексе и дополняли друг друга.

Интервью проводились студентами НИУ ВШЭ, участвующими в проекте «Народные теории фейковых новостей». Интервьюерам предоставлялся гайд, составленный руководителем проекта. Перед началом полевого этапа исследования был организован инструктаж, который касался как техники ведения интервью, так и содержательных задач исследования. Интервьюерам была прочитана лекция, систематизирующая современное состояние исследований в данной области. Отдельно обсуждалась структура гайда, входящих в него вопросов. Для контроля качества собираемого эмпирического материала были установлены дедлайны для сдачи каждого интервью. Это позволяло предоставлять интервьюерам индивидуальные комментарии относительно того, что можно было бы усилить при общении со следующими информантами. Тем самым мы стремились снизить потенциальные негативные эффекты ограниченного опыта в проведении интервью на их содержательность и глубину.

В литературе термин «фейковые новости» обычно определяется как намеренно и проверяемо недостоверная информация, соответствующая журналистскому формату и имеющая целью введение в заблуждение (Egelhofer, Lecheler 2019). Однако, поскольку информанты свободно оперируют понятием «фейковые новости», мы не просили их руководствоваться конкретным определением данного термина и специально не поясняли его в гайде. Вместо этого в ходе интервью фиксировались «народные» определения, которые могли отличаться от академических. Это позволило выявить склонность информантов к расширенным трактовкам термина «фейковые новости» и тенденцию относить к нему пропаганду, слухи, антинаучные и конспирологические сообщения. В частности, к категории фейков могла быть отнесена достоверная в целом информация, противоречащая идеологической позиции интервьюируемого (Казун 2025а). В эмпирической части работы мы понимаем фейки в соответствии с интерпретацией информантов. Соответственно, если следовать академическим определениям, речь идет скорее о *дезинформации*, чем о *фейковых новостях* в том смысле, который в них вкладывают исследователи в области социальных наук.

## Результаты

### *Контексты приемлемости фейковых новостей*

Фейковые новости проблематизируются информантами. В частности, в интервью подчеркивается их высокая распространенность и многочисленные потенциальные риски, связанные с дезинформацией. Однако фейки могут восприниматься как оправданные в ситуациях, когда предполагается, что они не несут негативных последствий или имеют позитивные эффекты, перевешивающие связанный с дезинформацией вред. Хотя такая точка зрения, по-видимому, не является доминирующей, важно подробнее остановиться на вопросе о том, в каких случаях трансляция ложного контента представляется людям приемлемой или даже полезной.

*Мне кажется, что лучше предоставлять людям правду, чтобы они были готовы к последствиям, потому что если вы будете им рассказывать ложь, то по итогу эта ложь, она просто рождает дополнительную ложь. И это ни к чему хорошему не приводит (И17, муж., 20 лет).*

Фейковыми новостями, которые воспринимаются как **не наносящие вреда**, является сатирический и юмористический контент, «если они звучат из КВНа или из Камеди Клаба» (И54, муж., 40 лет). Дезинформация в этом случае интерпретируется как форма искусства, допускающая преувеличения или искажения для создания комического эффекта. Недостоверному контенту приписывается развлекательная, а не информационная функция. При этом предполагается, что аудитория понимает контекст и не воспринимает подобные новости буквально.

*Сатирические какие-то издания, либо какие-то люди, комики, либо, может быть, музыкальные исполнители, которые в контексте своего творчества могут что-то переиначить, переделать. Но как будто бы их творчество и подразумевает то, что они могут сказать и сделать именно в контексте творчества все, что угодно. Ну, в рамках закона, естественно. И не стоит это воспринимать серьезно (И1, муж., 19 лет).*

Вместе с тем в отдельных случаях дезинформация воспринимается не только как не несущая угрозы, но и как (отчасти) функциональная. В частности, фейковые новости могут рассматриваться как вынужденная мера в кризисной ситуации, своего рода меньшее зло, направленное на **снижение напряженности и недопущение паники**. Таким образом, приемлемость дезинформации в данном случае является контекстуаль-

ной. Фейковые новости воспринимаются как полезные строго в определенных критических обстоятельствах, в рамках которых они позволяют не допустить деструктивного поведения («не подвергать панике население и не провоцировать какие-то бунты, восстания, негативную волну» — И70, жен., 46 лет) и защищают население от негативного эмоционального опыта («не вызывать излишнюю тревожность» — И72, жен., 55 лет).

*Просто человеку спокойно, он как бы отрешен, отдален от этой темы, и все. А если бы все показывалось, как есть на самом деле, то человеку было бы сложнее. То есть бывают такие ситуации, где человеку необязательно все знать, как на самом деле происходит. В какой-то степени это защищает его от негативного (И55, жен., 53 года).*

Кроме того, нарративы отражают попытки информантов разделить индивидуальное негативное отношение к фейкам и их предполагаемую общественную значимость. «Полезность» дезинформации связывается с несовершенством общества, делающим подобные практики востребованными. В соответствии с эффектом третьего лица (third-person effect) (Yoo et al. 2022) «Другие» представляются информантам более подверженными как влиянию вызывающего панику негативного контента, так и самим фейковых новостей. Предполагаемая уязвимость «Других» отчасти легитимирует манипулирование информационным потоком.

*При серьезном каком-то конфликте или происшествии, когда официальные новостные источники преуменьшают потери, чтобы паники не было... Мне кажется, это один из методов пропаганды, который, везде используется. И я его оправдываю лично, потому что все-таки паника в народе — это не очень хорошо. Но, с другой стороны, как будто я ощущаю, что меня обманывают, что мне не до конца что-то рассказывают. И, конечно, я внутри негативно к этому отношусь, но если ставить на весы, условно, спокойствие населения, чтобы это не приводило еще к большим разрушениям, то я это оправдываю (И48, жен., 20 лет).*

Положительные эффекты фейковых новостей, описываемые информантами, разнообразны. В частности, дезинформация рассматривается как функциональная, если она позволяет привлечь внимание населения к значимым проблемам, «интерес вызвать к чему-то» (И14, жен., 46 лет). Предполагается, что фейковые новости могут заставить людей заинтересоваться какими-либо вопросами в области культуры («может быть какая-то ситуация, связанная с культурой, и это больше привлечет людей изучать

эту тему» — И11, жен., 17 лет), способствовать тому, чтобы «люди, например, улучшили свой образ жизни, стали задумываться о защите природы» (И36, муж., 18 лет). Внимание к подобным значимым вопросам, в свою очередь, должно так или иначе влиять на поведение, подталкивая к конструктивным или желательным для общества действиям. Разумеется, подобные цели могут достигаться и без привлечения ложной информации. Однако использование фейковых новостей обосновывается (1) либо в логике «цель оправдывает средства», когда информанты предполагают, что забота о здоровье или экологическое поведение обладают такой высокой значимостью, что способы их стимулирования важны в меньшей степени — «когда затрагивается тема здоровья, любые средства хороши» (И97, жен., 28 лет); (2) либо через указание на то, что сенсационность контента, присущая фейковым новостям, повышает эффективность, с которой он достигает аудитории.

*Возможно какая-то была опубликована фейковая новость о том, что в городе, я не знаю, отстреливают или травят бездомных животных, дохантеры, вот это все. И даже если это изначально не было правдой, то люди начали как-то более внимательно относиться к своим животным и следить за тем, что они там на улице делают, чаще надевать намордники... И там снизился какой-то процент нападений собак на других собак или на людей. Здесь вроде бы как никаких негативных последствий это [публикация фейка] за собой не повлекло. Но вообще, конечно, можно было этой цели добиться другим путем. Но, наверное, менее эффективно было бы сказать, что «давайте надевать на своих собак намордники, чтобы они никого не кусали». Это, конечно, никто не слушает. А вот когда есть какой-то такой фактор опасности, и ты думаешь о том, что ты не ради других стараешься, а ради себя и своего животного, это более эффективно (И49, жен., 21 год).*

Фейковые новости также могут рассматриваться как приемлемый инструмент государственной политики, позволяющий формировать «настроение общества» (И42, муж., 21 год) и «вектор общественных обсуждений» (И3., муж., 20 лет).

*Возможно, [фейковые новости оправданны] в каком-то исключительном случае, когда общество находится в критическом состоянии, и ему нужна какая-то поддержка. Либо, возможно, правительство принимает меры, которые отвечают долгосрочным интересам страны, при этом общество хочет меры, которые ориентированы на краткосрочное благосостояние страны. И в таком случае, возможно,*

*для более выигрышных долгосрочных перспектив нужно создать манипуляции между ними. Но, опять же, неизвестно, насколько это морально приемлемо (И79, муж., 18 лет).*

Интересна также тенденция рассматривать фейковые новости как своеобразный «тренажер» критического восприятия информации, позволяющий «потренироваться в политическом мышлении» (И15, жен., 23 года). Информанты верят, что опыт столкновения с недостоверным контентом и последующими его разоблачениями позволяет, с одной стороны, осознать важность верификации информации, с другой стороны, научиться обращать внимание на индикаторы, которые могут указывать на ложный характер новости.

*Если в общественно-политическом пространстве вбрасывается сначала какая-то умеренно фейковая новость, а затем идет понятное, логичное, ясное ее разоблачение, то у людей в целом повышается чувствительность к такого рода новостям и критическое восприятие информации. <...> Грубо говоря, сеанс черной магии с разоблачением (И6, муж., 35 лет).*

*Они [фейковые новости] научат людей анализировать. Если хоть какой-то человек научится анализировать... Допустим, придёт ко мне моя дочь и скажет: «Мам, слушай, прикинь вот это вот...». «Да это ерунда!». «Что значит ерунда?». «Давай я тебе расскажу, почему это ерунда». И в следующий раз она подумает: точно, надо же, мать-то что-то говорила, вот может я тоже там потыкаю [перепроверю информацию] (И12, жен., 45 лет).*

Парадоксальным образом фейки могут также рассматриваться как средство борьбы с ложными убеждениями. В частности, по мнению информантов, ложные новости приемлемо использовать для того, чтобы переубедить антипрививочников. Вероятно, готовность приписывать им такую функцию также связана с тем, что сенсационность контента, свойственная фейкам, позволяет достичь большую аудиторию. Соответственно люди с антинаучными взглядами, возможно, предпочитающие альтернативные, а не мейнстримные медиа, имеют большие шансы услышать соответствующую информацию.

*Есть люди, которые заблуждаются с точки зрения подтвержденной науки, медицины, там, чего-то еще... Они реально заблуждаются, и, если через вот такие [фейковые] новости получится их переубедить, я думаю, что чуть лучше будет житья и людям вокруг, и их детям, например, и им самим (И1, муж., 19 лет).*

### Условия приемлемости фейковых новостей

Мы рассмотрели контексты и ситуации, в которых люди воспринимают фейковые новости как оправданные. Однако, рассуждая о приемлемости дезинформации, интервьюируемые часто делают оговорки, что (1) фейковые новости в любом случае представляют собой негативное явление, (2) распространение фейковых новостей можно оправдать и принять только при соблюдении ряда условий и ограничений. Информанты готовы проявлять толерантность к недостоверному контенту в следующих случаях.

Искажения информации должны быть незначительными. Оправданным является не прямой обман, а «минимальное изменение данных» (И21, жен., 21 год), «недосказанность» (И5, муж., 60 лет) или «умалчивание» (И97, жен., 28 лет). Предполагается, что подобные искажения не будут иметь серьезного негативного эффекта для общества.

*Когда допустим, есть необходимость избежать паники, избежать каких-то там волнений, конечно, может быть, информация может быть дозирована, немножко искажена и смягчена, чтобы новость не повлекла какую-то бурную реакцию. И, естественно, я считаю, что это допускается (И24, муж., 47 лет).*

Приемлемость фейковых новостей является контекстуальной. Распространение дезинформации оправдывается в чрезвычайных обстоятельствах (трагедии, кризисы), если оно направлено на снижение паники и избежание дестабилизации ситуации. При этом использование фейковых новостей «не должно носить системный характер» (И41, муж., 48 лет), а населению впоследствии следует предоставить корректирующую информацию.

*Фейковые новости иногда могут нести пользу народу, так как эти новости, например, специально сглаживают углы, чтобы люди себя спокойнее чувствовали. Но мне кажется, что лучше, чтобы люди знали правду. Однако, на короткий срок это может быть полезно, так как правительство, скорее всего, это дело делает целенаправленно, чтобы успокоить народ и ситуацию в стране (И16, жен., 20 лет).*

Интересно, что в данном случае распространение фейков приписывается кризисной коммуникации органов власти. Часть аудитории новостей наделяет государство правом использовать дезинформацию для общественного блага: «Государство должно понимать то, что с некоторыми фейками нужно бороться, а некоторые фейки можно и распространять» (И42, муж., 21 год). Можно предположить, что они будут менее чувствительны к неточностям в новостях из официальных источников,

не воспринимая обнаруженные искажения как основания для недоверия информационным ресурсам.

Кроме того, поскольку фейковые новости являются объектом правового регулирования и часто обсуждаются в публичном поле именно с этой точки зрения, информанты указывают на приемлемость дезинформации только при условии ее соответствия законодательству: «Ситуации, когда это делается под контролем закона из каких-то соображений безопасности» (И57, муж., 52 года).

### *Релятивизм, прагматизм и этика*

В целом рассуждения о приемлемости фейковых новостей принимают форму поиска компромисса между индивидуальными представлениями об этике и прагматизме. Информанты могут негативно оценивать дезинформацию как таковую, апеллируя к моральной стороне вопроса, или же оправдывать или критиковать такой контент, калькулируя предполагаемые плюсы и минусы его распространения. Во втором случае, приемлемость фейковых новостей может обосновываться тем, что «любые средства могут быть оправданы целью» (И94, муж., 18 лет). В качестве примеров приводятся ситуации, когда дезинформация воспринимается как меньшее зло (например, контент, направленный на снижение паники в кризисных ситуациях) или средство достижения бесспорного блага (например, мотивирование людей к здоровому образу жизни и соблюдению медицинских рекомендаций).

Готовность принимать сомнительные с этической точки зрения формы массовой коммуникации приписывается несовершенству мира и общества. Информанты сознают, что достоверный новостной контент является нормативно желательным, однако указывают, что окружающие их люди не всегда адекватно реагируют на такую информацию, что обуславливает приемлемость ее периодического искажения. Таким образом, ответственность за распространение фейков частично перекладывается на абстрактных других, недостатки которых снижают эффективность иных форм коммуникации.

*Ну, если бы все были такими молодцами, как я, с более-менее хитрой головой на плечах, то фейки — это, безусловно, плохо, и их не должно существовать. Если мы вернёмся к реальности, то, наверное, иногда фейки играют хорошую роль в плане, они эти горящие головы... не дают им перегреться (И95, муж., 18 лет).*

Кроме того, в интервью четко прослеживается релятивистское отношение к природе информации, присущее эпохе постправды (Stenmark

et al. 2018). Новостной контент осмысляется в логике «нельзя делить все на черное и белое» (И42, муж., 21 год). С одной стороны, информанты рассматривают достоверные и недостоверные новости не как дихотомию, а как континуум, подчеркивая, что контенту присуща та или иная «степень фейковости». С другой стороны, информация не разделяется однозначно на полезную и вредную, ее функции оцениваются с учетом контекста. Такой дифференцированный подход к рассмотрению фейковых новостей и их последствий позволяет людям допускать, что дезинформация может быть частично оправдана. Например, в случае, если степень ее фейковости невысокая, а событийный контекст делает ее позитивные эффекты более значимыми, чем негативные. Соответственно, говоря о приемлемости фейковых новостей, информанты не оправдывают прямую ложь, а пытаются осмыслить сложную и неоднозначную медиасреду (Назаров 2018; Казун 2024), в которой живут.

*Тут сейчас во мне две стороны борются. Человек такой рациональный и человек такой справедливый. Справедливый человек во мне говорит, что нет, никаких плюсов в них [фейковых новостях] нет. Рациональный человек же во мне говорит, что, всякие ситуации, например, там, где агитируют за ЗОЖ, где пытаются снизить волнение населения... Очевидно, тут от фейковой новости будут какие-то позитивные более-менее последствия, потому что они в первом случае приведут к популяризации ЗОЖ потенциально. Во втором случае они могут предотвратить какие-то массовые волнения, которые могут вылиться в деструктивность абсолютную. И как бы в этом случае они хорошие. Тут как бы, опять-таки, нет ничего абсолютно плохого и ничего абсолютно хорошего. Есть только серое. Фейковые новости, в том числе, они серые. Но я больше склоняюсь к тому, что поскольку мы получаем информацию, и на эту информацию полагаемся, и этой информацией живем, человек без информации — это ничто, то лучше, чтобы эта информация преподносилась в наиболее объективном виде, и к этому должна стремиться современная журналистика (И85, жен., 18 лет).*

### Заключение

Доминирующий нарратив направлен на проблематизацию дезинформации. Даже подчеркивая приемлемость и функциональность распространения фейковых новостей в определенных ситуациях, информанты одновременно отмечают, что данная практика ими не одобряется и представляется спорной с точки зрения морали. Для того чтобы дезинформация могла рассматриваться как оправданная, требуется ее соответствие

нескольким условиям: незначительность искажений фактов, чрезвычайные обстоятельства и нечастое распространение фейков, временный характер и предоставление впоследствии корректирующих сведений, соответствие действующему законодательству. Вместе с тем говорить о том, что дезинформация практически всегда неприемлема для россиян, нужно с осторожностью. Термин «фейковые новости» является идеологически окрашенным и часто используется в качестве оружия, направленного против оппонентов. Фейки можно рассматривать как скользящее означающее (*floating signifier*) (Laclau 2005), так как термин принимает разные значения в зависимости от контекста, а различные политические проекты стремятся переопределить его границы (Farkas, Schou 2018). В интервью мы видим, что в некоторых случаях ярлык фейковости присваивается не ложному контенту, а интерпретации реальности, которая противоречит взглядам информанта. Соответственно по крайней мере в ряде случаев размышления о неприемлемости дезинформации фактически представляют собой неприятие альтернативных точек зрения по тем или иным вопросам.

Вместе с тем информанты отмечают (относительную) приемлемость фейковых новостей в тех случаях, когда недостоверный контент, по их мнению, не несет негативных последствий для индивида и общества (юмор и сатира), позволяет избежать неблагоприятной реакции на события повестки дня (например, паники) или имеет позитивные последствия (привлекает внимание населения к значимым проблемам, подталкивает к конструктивным или желательным для общества действиям, выступает инструментом государственной политики, «тренажером» критического мышления или средством борьбы с ложными убеждениями).

Однако некоторые ожидания информантов противоречат результатам существующих академических исследований. Например, предоставление корректирующей информации, которые представляются аудитории необходимым этапом, в действительности имеют ограниченную эффективность. Фейковые новости могут сохранять свое влияние даже после опровержения (Thorson 2016; Нестик, Михеев 2022). Соответственно предлагаемые в интервью условия приемлемости дезинформации, необязательно могут нивелировать или снизить негативные эффекты ее распространения. Подчеркнем, что в данном исследовании выделены не случаи, в которых фейковые новости являются полезными и оправданными, а контексты, в которых они *воспринимаются* таковыми.

Рассуждения о приемлемости фейковых новостей могут строиться в логике этики или прагматики. В первом случае информанты указывают на невозможность оправдать дезинформацию позитивными эффектами,

которые она может повлечь за собой. Во втором случае предпринимаются попытки калькуляции потенциальных позитивных и негативных последствий фейков. Принятие отхода от этического поведения (размещение только достоверного контента) для достижения общественного блага обосновывается несовершенством мира, которое делает дезинформацию более эффективным способом управления общественным мнением. Предполагается, что другим людям присущи ошибки мышления, ложные убеждения и чрезмерная эмоциональность, которая может приводить к деструктивному поведению. По мнению информантов, фейковые новости следует использовать для корректировки их убеждений и действий. Соответственно сами размышления о функциональности фейковых новостей вписываются в логику эффекта третьего лица: считая других более подверженными различным негативным влияниям (Perloff, Shen 2023) (например, антинаучного и конспирологического контента, вызывающих панику новостей), информанты готовы принять спорные с этической точки зрения меры.

Наконец, следует отметить, что восприятие фейковых новостей в целом является контекстуальным. Так, акцент на необходимости недопущения паники в чрезвычайных обстоятельствах (в том числе с использованием дезинформации) связан с опытом проживания кризисов и трагедий последних лет.

### Литература / References

Вырковский А.В., Шамсутдинова Ю.Ф. (2024) Категория доверия к масс-медиа в условиях информационной турбулентности: время обновлять концепции? *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*, 6: 182–203. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.6.2529>

Vyrkovsky A.V., Shamsutdinova Y.F. (2024) The Category of Trust in Mass Media in the Conditions of Information Turbulence: Time to Update the Concepts? *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*, 6: 182–203. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.6.2529> (in Russian).

Казун А.Д. (2025а) «Народные теории» фейковых новостей. *Полис. Политические исследования*, 6: 73–85.

Kazun A.D. (2025a) “Folk Theories” of Fake News. *Polis. Politicheskie issledovaniya* [Polis. Political Studies], 6: 73–85. (in Russian).

Казун А.Д. (2025б) «Очернить светлое и чистое, обелить темное и грязное»: представления россиян о потенциальных рисках фейковых новостей. *ИНТЕР-акция. ИНТЕРвью. ИНТЕРпретация*, 3: 35–54.

Kazun A.D. (2025b) “To Tarnish the Bright and Pure, to Whitewash the Dark and Dirty”: Russians’ Perceptions of the Potential Risks of Fake News. *INTERakciya*.

*INTERv'yu. INTERpretaciya* [INTERaction. INTERview. INTERpretation], 3: 35–54 (in Russian).

Казун А.Д. (2024) Перспективные направления исследований потребления новостей в контексте медиасреды с большим выбором. *Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика*, 2: 3–47. <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.2.2024.347>

Kazun A.D. (2024) Promising Areas for News Consumption Research in High-Choice Media Environment. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika* [Bulletin of Moscow University. Series 10: Journalism], 2: 3–47. <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.2.2024.347> (in Russian)

Назаров М.М. (2018) Современная медиасреда: разнообразие и фрагментация. *Социологические исследования*, 8: 54–64. <https://doi.org/10.31857/S013216250000762-1>.

Nazarov M.M. (2018) Modern media landscape: diversity and fragmentation. *Sotsiologicheskie issledovaniya* [Sociological Studies], 8: 54–64. <https://doi.org/10.31857/S013216250000762-1> (in Russian).

Нестик Т.А., Михеев Е.А. (2022) Психологические факторы эффективности опровержения дезинформации в социальных сетях. *Институт психологии Российской академии наук. Организационная психология и психология труда*, 2, 65–94. [https://doi.org/10.38098/ipran.opwp\\_2022\\_23\\_2\\_003](https://doi.org/10.38098/ipran.opwp_2022_23_2_003)

Nestik T.A., Mikheev E.A. (2022) Psychological factors of the effectiveness of refuting disinformation in social networks. *Institut Psikhologii Rossiyskoy Akademii Nauk. Organizatsionnaya Psikhologiya i Psikhologiya Truda*. [Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences. Organizational Psychology and Psychology of Labor], 2: 65–94. [https://doi.org/10.38098/ipran.opwp\\_2022\\_23\\_2\\_003](https://doi.org/10.38098/ipran.opwp_2022_23_2_003) (in Russian).

Петрова Д.В. (2024) Потребление новостей в сельской местности: (не)доверие и стратегии верификации информации. *Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены*, 4: 91–114. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.4.2572>

Petrova D.V. (2024) News Consumption in Rural Area: (Dis)Trust and Verification Strategies. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i socialnye peremeny* [Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes], 4: 91–114. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.4.2572> (in Russian).

Шушпанова И.С. (2018) «Постправда» в социальной реальности: риски и угрозы. *Социологические исследования*, 12: 94–104. <https://doi.org/10.31857/S013216250003173-3>

Sushpanova I.S. (2018) “Post-truth” in Social Reality: Risks and Threats. *Sotsiologicheskie issledovaniya* [Sociological Studies], 12: 94–104. <https://doi.org/10.31857/S013216250003173-3> (in Russian).

Au C.H., Ho K.K.W., Chiu D.K.W. (2022) The Role of Online Misinformation and Fake News in Ideological Polarization: Barriers, Catalysts, and Implications.

*Information Systems Frontiers*, 24(4): 1331–1354. <https://doi.org/10.1007/s10796-021-10133-9>

Berry R.A., Rosenbaum J.E., Corey A. M. (2023) Weaponising #Fakenews on Twitter: Generating Flak or Critiquing the Status Quo in the Trump Era? *Javnost — The Public*. <https://doi.org/10.1080/13183222.2023.2267265>

Cantarella M., Fraccaroli N., Volpe R. (2023) Does fake news affect voting behaviour? *Research Policy*, 52: 104628. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2022.104628>

Carlson M. (2020) Fake news as an informational moral panic: The symbolic deviancy of social media during the 2016 US presidential election. *Information, Communication & Society*, 23(3): 374–388. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1505934>

Dobber T., Metoui N., Trilling D., Helberger N., de Vreese C. (2021) Do (Micro-targeted) Deepfakes Have Real Effects on Political Attitudes? *The International Journal of Press/Politics*, 26(1): 69–91. <https://doi.org/10.1177/1940161220944364>

Egelhofer J.L., Lecheler S. (2019) Fake news as a two-dimensional phenomenon: A framework and research agenda. *Annals of the International Communication Association*, 43(2): 97–116. <https://doi.org/10.1080/23808985.2019.1602782>

Farkas J., Schou J. (2018) Fake News as a Floating Signifier: Hegemony, Antagonism and the Politics of Falsehood. *Javnost — The Public*, 25: 298–314. <https://doi.org/10.1080/13183222.2018.1463047>

Jones-Jang S.M., Kim D.H., Kenski K. (2021) Perceptions of mis- or disinformation exposure predict political cynicism: Evidence from a two-wave survey during the 2018 US midterm elections. *New Media & Society*, 23(10): 3105–3125. <https://doi.org/10.1177/1461444820943878>

Laclau E. (2005) *On Populist Reason*. London: Verso.

Lazer D. M. J., Baum M. A., et al. (2018) The science of fake news. *Science*, 359(6380): 1094–1096. <https://doi.org/10.1126/science.aao2998>

Mazzaro K. (2023) Anti-Media Discourse and Violence Against Journalists: Evidence from Chávez's Venezuela. *The International Journal of Press/Politics*, 28(3): 469–492. <https://doi.org/10.1177/19401612211047198>

Miró-Llinares F., Aguerri J.C. (2023) Misinformation about fake news: A systematic critical review of empirical studies on the phenomenon and its status as a 'threat'. *European Journal of Criminology*, 20(1): 356–374. <https://doi.org/10.1177/1477370821994059>

Perloff R.M., Shen L. (2023) The Third-Person Effect 40 Years After Davison Penned It: What We Know and Where We Should Traverse. *Mass Communication and Society*, 26(3): 384–413. <https://doi.org/10.1080/15205436.2022.2134802>

Schwarzenegger C. (2020) Personal epistemologies of the media: Selective criticality, pragmatic trust, and competence-confidence in navigating media repertoires in the digital age. *New Media & Society*, 22(2): 361–377. <https://doi.org/10.1177/1461444819856919>

Southwell B.G., Machuca J.O., Cherry S.T., Burnside M., Barrett N.J. (2023) Health Misinformation Exposure and Health Disparities: Observations and Opportunities. *Annual Review of Public Health*, 44: 113–130. <https://doi.org/10.1146/annurev-publhealth-071321-031118>

Stenmark M., Fuller S., Zackariasson U. (2018) *Relativism and Post-Truth in Contemporary Society: Possibilities and Challenges*. Cham: Springer.

Swire-Thompson B., Lazer D. (2020) Public Health and Online Misinformation: Challenges and Recommendations. *Annual Review of Public Health*, 41: 433–451. <https://doi.org/10.1146/annurev-publhealth-040119-094127>

Thorson E. (2016) Belief Echoes: The Persistent Effects of Corrected Misinformation. *Political Communication*, 33(3): 460–480. <https://doi.org/10.1080/10584609.2015.1102187>

Tong C., Gill H., Li J., Valenzuela S., Rojas H. (2020) “Fake News Is Anything They Say!”—Conceptualization and Weaponization of Fake News among the American Public. *Mass Communication and Society*, 23(5): 755–778. <https://doi.org/10.1080/15205436.2020.1789661>

van der Meer T. G. L. A., Hameleers M., Ohme J. (2023) Can Fighting Misinformation Have a Negative Spillover Effect? How Warnings for the Threat of Misinformation Can Decrease General News Credibility. *Journalism Studies*, 24(6): 803–823. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2023.2187652>

Yoo J., Kim D., Kim W.-G. (2022) Fake news on you, Not me: The Third-Person Effects of Fake News in South Korea. *Communication Research Reports*, 39(3): 115–125. <https://doi.org/10.1080/08824096.2022.2054790>

## LIES FOR THE GREATER GOOD? RUSSIAN PERCEPTIONS OF THE (UN)ACCEPTABILITY OF DISINFORMATION<sup>1</sup>

*Anastasia Kazun* (adkazun@hse.ru)

HSE University, Moscow, Russia

**Citation:** Kazun A. (2026) Lies for the greater good? Russian perceptions of the (un)acceptability of disinformation. *Zhurnal sotsiologii i sotsialnoy antropologii* [The Journal of Sociology and Social Anthropology], 29(1): 100–117 (in Russian). <https://doi.org/10.31119/jssa.2026.29.1.4> EDN: AREIQG

**Abstract.** The term “fake news” has entered not only academic discourse but also everyday language. Researchers highlight a wide range of negative consequences

---

<sup>1</sup>The study was implemented in the framework of the Basic Research Program at the HSE University.

associated with disinformation. However, it remains unknown whether the public problematizes this situation and whether news audiences are willing to justify fake news in certain contexts. This study's empirical base comprises 119 semi-structured interviews conducted between March and May 2024, focusing on perceptions of fake news. While the interviews reveal a generally negative attitude towards the dissemination of fake news, respondents noted its relative acceptability under specific circumstances. These include situations where the misinformation is perceived as having no negative consequences for individuals or society (e.g., humor and satire), avoids adverse reactions to current events (e.g., panic), or yields positive outcomes (e.g., raising public awareness of significant issues, prompting constructive or socially desirable actions, serving as a tool of state policy, a "training ground" for critical thinking, or a means of combating false beliefs). However, such fake news must meet certain criteria: minimal factual distortion, extraordinary circumstances and infrequent dissemination, temporary nature with subsequent corrective information provided, and compliance with existing legislation. Reasoning regarding the (un)acceptability of fake news can be framed within ethical or pragmatic logics. In the former, respondents emphasize the impossibility of justifying disinformation through potential positive effects. In the latter, attempts are made to calculate the potential positive and negative consequences of fake news, with a willingness to endorse unethical measures linked to the perceived shortcomings of others — individuals susceptible to cognitive biases, false beliefs, and excessive emotionality.

**Keywords:** fake news, disinformation, news consumption, media trust, media cynicism.