

МЕДИАТЕКСТ И МЕДИАДИСКУРС

УДК 070:316.653:81'42

DOI: 10.17223/26188422/9/4

А. Д. Гавриш

ФЕЙКОВЫЕ НОВОСТИ КАК ВИД МАНИПУЛЯТИВНЫХ ПОЛИТИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ

Представлены результаты исследования фейковых новостей как разновидности манипулятивных медиатехнологий. Анализ новостных онлайн-ресурсов и публикаций американских политиков в социальных сетях показал, что в реалиях современного американского политического медиадискурса нежелательная, цензурированная информация вытесняется на периферию информационного пространства и избыточно замещается фейковыми сообщениями. Цель технологии – создание информационного давления на базе формирующегося эмоционально-когнитивного блока, выгодного адресанту.

Ключевые слова: медиадискурс, СМИ, языковая личность политика, манипулятивные технологии, фейковые новости

Медиалингвист А. А. Беловодская под «фейковыми новостями» предлагает понимать фальшивые новостные сообщения, медиамистификацию, ложную информацию, распространяемую в СМИ под видом новостей [1. С. 416]. Хотя фейковые новости – не новый термин, в политическом медиадискурсе США он приобрел несколько иное смысловое наполнение в связи с широким использованием его высшим должностным лицом государства, каковым до недавних пор являлся Дональд Трамп. Термин был активно введен в общеупотребительную лексику и стал являться в ряде случаев квалифицирующим признаком авторитарного, безапелляционного стиля подачи информации. По словам М. Р. Желтухиной, «в XXI веке наблюдается расцвет распространения фейковых новостей» [2. С. 114]. Феномен их успеха заключается в создании устойчивого сращения эмоций и привнесенного в фактологию семантического содержания, когда информации приписываются смыслы, объективно отсутствующие в ней. Эта технология является, на наш взгляд, манипулятивной. При ее исполь-

зовании СМИ опираются на неосведомленность и некомпетентность аудитории, а также на непроверяемость интерпретаций, используемых при создании фейковых новостей. В нашей статье мы будем понимать фейковые новости как акцентуированную и особым образом структурированную информацию, включающую в себя привнесенное смысловое содержание и устойчивую скрепленность избирательной фактологии с простимулированным и спровоцированным эмоциональным откликом. Важность высоких эмоциональных значений в рамках обсуждения политических тем подчеркивается такими исследователями, как М. Р. Желтухина, М. В. Бусыгина, М. Г. Меркулова, И. А. Зюбиной, Л. М. Бузиновой, которые отмечают, что общение на политические темы всегда характеризуется оценочной характеристикой, чисто личным восприятием, повышенной эмоциональностью, т.е. имеет субъективный компонент [3. С. 644].

Попробуем описать особенности технологии создания фейковых новостей и их распространения в медиасреде. Как правило, на начальных этапах форсированными темпами создается особый понятийный аппарат, неизменяемым способом связанный с фактологией, что приводит к появлению устойчивых причинно-следственных связей, некритически принимаемых большинством аудитории. Понятийный аппарат лексически оформляется, затем последовательно и методично закрепляется в стабильных словосочетаниях, широко распространяемых даже вне контекстной среды.

Способы употребления таких устойчивых сочетаний постоянно расширяются таким образом, что становятся дискурсообразующими. Неиспользование этого понятийного аппарата в актуальном дискурсе начинает позиционироваться как необразованность, пробел в знаниях. Проявление неосведомленности в контексте обсуждения фейковых новостей начинает восприниматься большинством аудитории негативно, как отсутствие соучастия в «известных всем событиях». Фейковые новости начинают занимать место общераспространенных знаний, становятся частью общепринятой лексики. В реалиях американского политического медиадискурса нежелательная, цензурированная информация не просто вытесняется на периферию информационного пространства, а избыточно замещается фейковыми новостями-сообщениями. Фейк в данном случае как бы вытесняет, забалтывает и зашумляет важную информацию, создавая свой горизонт событий. Причем этот горизонт предположительно может формироваться во-

круг неподдельных заранее спланированных и реализованных «фактов» общественной жизни.

С. С. Распопова и Е. Н. Богдан приводят в своей работе следующую статистику: «Twitter обнародовал данные о количестве ботов за 2014 г.: ежемесячно более 23 млн (8,5 %) активных пользователей Twitter были ботами. По данным Facebook, за тот же период, ботами оказались от 5,5 до 11,2 % их пользователей. Около 20 % Twitter-сообщений в период президентской кампании в Америке 2016 г. были также созданы автоматически» [4. С. 31]. Если рассматривать любую цепь новостных сообщений с точки зрения актуальной информативности, то всегда можно выделить часть аудитории, для которой даже цельный нецензурированный поток информации будет казаться неправдоподобным, искусственным, далеким от реальности. Таким образом, необходимо принять, что для определенного процента адресатов любые новости будут восприниматься как фейковые уже в силу психологических особенностей восприятия и анализа информации.

Д. Трамп активно содействовал распространению термина «фейковые новости» в медиасреде. Он не обнародовал что-то до этого неизвестное, а лишь актуализировал и придал импульс существующему термину. На наш взгляд, это могло быть сделано для быстрого и «компактного» оценочного реагирования, не требующего привлечения развернутой аргументации. В социальной сети «Твиттер» Д. Трамп неоднократно размещал сообщения, в которых обвинял в распространении фейковых новостей такие американские новостные ресурсы, как *Washington Post*, *CNN*, *NBC*, *ABC* и *CBS*: «The #AmazonWashingtonPost, sometimes referred to as the guardian of Amazon not paying internet taxes (which they should) is FAKE NEWS!»; «So they caught Fake News CNN cold, but what about NBC, CBS & ABC? What about the failing @nytimes & @washingtonpost? They are all Fake News!»; «Sorry folks, but if I would have relied on the Fake News of CNN, NBC, ABC, CBS, washpost or nytimes, I would have had ZERO chance winning WH» [5]. Также он периодически употреблял в своих публикациях термин «фейковые новости» изолированно от упоминания конкретных новостных источников, говоря в целом о бесконтрольности СМИ, публикующих фейки, а также призывая аудиторию не верить им: «The Fake News Media hates when I use what has turned out to be my very powerful Social Media – over 100 million people! I can go around them»; «Wow, so many Fake News stories today. No matter

what I do or say, they will not write or speak truth. The Fake News Media is out of control!»; «Do not believe the #FakeNews!...» [6]. Таким образом, он присваивает себе право категорично высказывать ценностные суждения, не обременяя себя необходимостью последовательного выстраивания логически обоснованных критических подходов, и весьма расширительно толкует само понятие «фейковые новости», смещая акценты в зависимости от конкретных тактических задач.

Д. Трамп принимает на себя роль авторитетного источника и присваивает своим оценочным суждениям более высокий статус, чем фейковым новостям. Под авторитетным источником мы понимаем такого участника коммуникации, который продуцирует информацию, принимаемую некоторой частью аудитории совершенно некритически. Одной из причин, побуждающих коммуникантов принять кого-либо в качестве авторитетного источника, следует назвать конформность как широко распространенную особенность реагирования человеческой психики [7].

С другой стороны, часть аудитории может действительно безоговорочно разделять точку зрения авторитетного источника, исходя из тех или иных личностных соображений (в том числе и протестных). Д. Трамп постулирует себя в качестве авторитетного источника, предпочитая такие формы коммуникации, которые позволяют ему высказываться категорично и кратко. К примеру, он был одним из немногих политиков-лидеров государства, кто активно использовал социальную сеть «Твиттер» для коммуникации с аудиторией. Для эффективного функционирования авторитетного источника необходима доверительная эмоционально значимая связь с аудиторией. Д. Трамп в сети «Твиттер» общался со своей аудиторией на простом языке, не использовал «утяжеленную» лексику, быстро реагировал на актуальные для большинства аудитории события, всячески демонстрировал свое равнодушное эмоционально насыщенное отношение к тому, о чем он писал. Таким образом, он достаточно успешно противопоставил хорошо отлаженной, но громоздкой системе фейковых новостей использование себя в качестве авторитетного источника. Подтверждением этого факта может служить блокировка его аккаунта администрацией «Твиттера» без права восстановления [8].

Можно отметить, что Д. Трамп творчески подошел к использованию достаточно ригидной технологии «авторитетного источника»: однажды он даже опубликовал список победителей придуманной им премии за лучшие фейковые новости 2017 г. Лидером этой премии

стал телеканал *CNN*, который занял 4 строки рейтинга из 11. На втором месте по количеству фейков оказалось издание *The New York Times*. Список был опубликован на сайте Республиканской партии США и сопровождался комментариями-опровержениями каждой из фейковых, по мнению Д. Трампа, новостей. На 11-й строке Д. Трамп разместил не единичную новость, а целую ситуацию, касающуюся многократных обвинений его в сговоре с Россией: «Russian collusion is perhaps the greatest hoax perpetrated on the American people. THERE IS NO COLLUSION!». Эта строчка в рейтинге сопровождалась также ссылкой на публикацию Д. Трампа в социальной сети «Твиттер», где он утверждал, что российский заговор окончательно опровергнут. Отметим, что эта тема находилась в центре внимания американских СМИ на протяжении всего 2017 г. [9]

В качестве одного из недостатков стратегии можно выделить подавляющую монологичность высказываний. Спонтанный диалог является для стратегии авторитетного источника потенциальной угрозой, так как может продемонстрировать очевидную некомпетентность адресанта в той или иной области знаний. Полилог всегда представляется более живым и естественным, но в рамках этой стратегии он может быть реализован лишь отчасти, вероятнее всего только при использовании заранее спланированных сценарных ходов. По всей видимости, наличие определенного сценария стало неотъемлемой частью большинства стратегий, реализуемых в рамках политического дискурса. Недаром М. Р. Желтухина и А. В. Омельченко отмечают в нем явления, сближающие его с театральным действием: «Одна из главных подпиток и содержательных примет политических конфликтов — публичность, театральность, игра на публику, азарт политика как артиста на своем бенефисе» [10. С. 162].

Другая тенденция, состоящая в реализации несколько иной манипулятивной стратегии фейковых новостей и достаточно часто наблюдаемая в рамках американского политического медиадискурса, это создание эмоционально-когнитивного блока, в котором когнитивная составляющая неявно замещается эмоциональной. Эта стратегия является многоуровневой, энергозатратной и требует приложения усилий большого количества коммуникантов.

Первый этап создания центрального эмоционально-когнитивного блока состоит в присваивании реальному факту качеств сверхценного события. Этот процесс происходит как бы вне оценочных и интерпре-

тационных суждений заинтересованной стороны. Следующий этап – широкое освещение схожих фактов при уже закреплённом у части аудитории эмоциональном отклике. Эти факты воспринимаются в эмоциональном контексте первичного реального факта, причем у определенной аудитории усиленно формируется своего рода сдвиг в сторону стереотипного эмоционального реагирования. Таким образом, при последовательном построении цепи фактов формируются и закрепляются стереотипные реакции, относительно устойчивые к рациональной контраргументации оппонентов.

Рассмотрим на конкретных примерах способы реализации данной стратегии. В конце мая 2020 г. в американских новостях появилась новость об убийстве полицейским афроамериканца Джорджа Флойда [11]¹. Далее за констатацией в СМИ факта гибели афроамериканца последовало создание эмоционально значимых сигналов, неявно подсказывающих аудитории «верное» реагирование на подобные сигналы. К примеру, 28 мая 2020 г. Хиллари Клинтон опубликовала в своей социальной сети «Инстаграм» изображение с портретом Дж. Флойда [12]. Началась широкая медиакампания, направленная на установление связей между современной фактологией (в которой центральным событием являлось трагическое происшествие с Дж. Флойдом) и масштабной исторической ретроспективой. Среди американцев интенсивно распространялись идеи-напоминания о том, что афроамериканцев угнетали рабовладельцы. Из видеотеки крупнейшей стриминговой онлайн-платформы *HBO Max* была изъята кинокартина «Унесенные ветром», так как эту киноленту раскритиковали за якобы имевшуюся в ней романтизацию рабства [13]. Далее в американском медиадискурсе наблюдалось создание и интенсивное внедрение в общеупотребительную лексику аббревиатуры «BLM» (Black Lives Matter). Х. Клинтон 1 июня 2020 г. опубликовала в социальной сети «Инстаграм» фото здания Белого Дома с подписью «elections matter» [14], 5 июня опубликовала портрет афроамериканки Бреонны Тейлор с подписью «her life mattered» [15], а 9 июня на ее странице в «Инстаграме» появился пост с хэштегом «#blacklivesmatter» [16]. Следующим этапом в продвижении стало создание ритуалов, обязывающих некоторую часть аудитории определенным образом реагировать на

¹ Отметим, что дата публикации – 31 мая 2020 г., дата последнего редактирования – 20 апреля 2021 г., т.е. в данную статью в крупнейшем мировом онлайн-издании *The New York Times* до сих пор вносятся изменения.

поведение активистов протестных выступлений. Значимые медиаличности и некоторые американские политики стали публично преклонять колено в знак солидарности с протестующими [17].

Отметим, что в этой стратегии особенно важны выбор первичного ключевого факта и наличие в ближайшей перспективе повторяющихся фактов, схожих с ним. Оппонент не может отрицать наличие самого факта, а его оценка и интерпретация (мнение, трактовка, суждение) при сформированном с помощью эмоционально-когнитивного блока отклике будут восприниматься как неэтичная попытка этот факт оспорить. Целью стратегии является создание масштабной информационной волны, «безоценочно констатирующей протестные выступления». Ее уверенно можно отнести к категории фейковых новостей уже в силу того, что при ее реализации умышленно игнорируется возможность интерпретаций, трактовок и оценок. Суть осмысления любого события состоит в тщательном и последовательном разборе разных точек зрения, которых при подобной подаче информации просто не существует. Конечная цель стратегии фейковых новостей – создание избыточного информационного давления на базе эмоционально-когнитивного блока, выгодного адресанту.

При продвижении фейковых новостей производится разнообразная стимуляция конформного поведения. Манипулятивные технологии продвижения фейков рассчитаны на последовательное и длительное влияние на самую широкую аудиторию. Формируется идеологически обусловленный конструкт, к которому постепенно добавляются «чистые факты». Способы, используемые при формировании фейковых новостей, ограничивают возможности контраргументирования, так как создание аналогичных конструктов с использованием тех же технологий практически невозможно, ибо будет восприниматься аудиторией как отрицание фактов и создание альтернативной реальности. Фейковые новости распространяются с помощью методов, способствующих преодолению защитных психологических барьеров, связанных с особенностью восприятия информации человеческой психикой. Нами отмечен такой феномен, как резкое увеличение частотности при распространении фейковых новостей.

Таким образом, можно говорить об особых способах введения фейковых новостей в медиадискурс. Преодолев барьеры отторжения, они становятся привычной для аудитории информацией, сохраняя при этом неизменными элементы, вызывающие желательное эмоциональ-

ное реагирование. Фейковые новости по ряду своих признаков близки к классической пропаганде. Теоретически можно ожидать переход «зрелых» фейковых новостей к закреплению их при помощи дискурсивных связей, напрямую не связанных со СМИ. «Зрелые» фейковые новости потенциально могут формировать «заинтересованную» актуальную околонаучную и научную проблематику. «Фейковость» новостей, скорее всего, является имманентным, отчасти присущим всем новостям признаком. Сугубо объективные новости, содержащие лишь статистические данные, были бы просто неинтересны аудитории, эмоционально не значимы для нее.

Анализ актуального материала американского политического медиадискурса позволил нам сделать вывод о том, что фейковые новости – не новый термин, однако в политическом медиадискурсе США он приобрел иное смысловое наполнение в связи с широким использованием его высшим должностным лицом государства Д. Трампом. Сам термин «фейковые новости» был введен в общеупотребительную лексику и стал являться в ряде случаев квалифицирующим признаком авторитарного, безапелляционного стиля подачи информации. Фейковые новости можно рассматривать как акцентуированную и особым образом структурированную информацию, включающую привнесенное смысловое содержание и устойчивую скрепленность избирательной фактологии со спровоцированным эмоциональным откликом.

На сегодняшний момент имеется несколько сформированных манипулятивных стратегий распространения фейковых новостей. В рамках этих стратегий создается особый понятийный аппарат, неизменяемым способом связанный с фактологией. Нежелательная информация избыточно замещается разрастающимися фейковыми новостями. В качестве одной из методик, способных противостоять фейковым новостям, в рамках американского политического дискурса используется стратегия авторитетного источника. Авторитетный источник как адресант в ряде случаев получает больше преимуществ в коммуникационном процессе, он не втягивается в диалоговое и полилоговое противостояние с оппонентами. Авторитетность источника в качестве коммуниканта в медиадискурсе США подкреплялось компетентностными полномочиями Д. Трампа как президента. Однако использование стратегии «авторитетный источник» показало себя неспособным полноценно противостоять информационному давлению организованной части медиасреды.

Литература

1. Медиалингвистика в терминах и понятиях : словарь-справочник / под ред. Л. Р. Дускаевой. М. : Флинта, 2018. 440 с.
2. Желтухина М. Р. Основные вызовы XXI века: фэйк-ньюсмейкинг, кибербулинг, экстремизм (от теории речевой деятельности к речевым практикам) // Теория речевой деятельности: вызовы современности : материалы XIX Междунар. симпозиума по психолингвистике и теории коммуникации. Москва, 6–8 июля 2019 г. М. : Канцлер, 2019.
3. Zheltukhina M. R., Busygina M. V., Merkulova M. G., Zyubina I. A., Buzinova L. M. Linguopragmatic aspect of modern communication: main political media speech strategies and tactics in the USA and the UK // *XLinguae*. 2018. 11 (2). P. 639–654.
4. Распопова С. С., Богдан Е. Н. Фейковые новости: информационная мистификация : учеб. пособие. М. : Аспект Пресс, 2018. 112 с.
5. Wemple E. Opinion: Trump on Washington Post: ‘fake news’. Trump on helpful Washington Post story: ‘well reported’ // *The Washington Post*. 2017. July 6. URL: <https://www.washingtonpost.com/blogs/erik-wemple/wp/2017/07/06/trump-on-washington-post-fake-news-trump-on-helpful-washington-post-story-well-reported>
6. Schaub M. Trump’s claim to have come up with the term “fake news” is fake news, Merriam-Webster dictionary says // *Los Angeles Times*. 2017. Oct. 9. URL: <https://www.latimes.com/books/jacketcopy/la-et-jc-fake-news-20171009-story.html>
7. Овчаренко Д. С. Положительное и отрицательное влияние конформизма в общественной жизни // *Вестник университета*. 2014. № 20. С. 328–331.
8. Полякова В. Twitter навсегда заблокировал аккаунт Трампа // РБК. 2021. 9 янв. URL: <https://www.rbc.ru/politics/09/01/2021/5ff8f6599a7947cb28665d7e>
9. Dedaj P. President Trump reveals winners of his ‘Fake News’ awards // *Fox News*. 2018. Jan. 17. URL: <https://www.foxnews.com/politics/president-trump-reveals-winners-of-his-fake-news-awards>
10. Желтухина М. Р., Омельченко А. В. Экология политического языка и культуры на рубеже XX–XXI веков: исчезающая духовность и трансформирующаяся ментальность под властью психотехнологий // *Духовность и ментальность: экология языка и культуры на рубеже XX–XXI веков : сб. статей по материалам МНПК, посвящённой педагогической и научной деятельности проф. Галины Васильевны Звёздовой и приуроченной к её юбилею*. Липецк : ЛГПУ имени П. П. Семенова-Тян-Шанского, 2017. Ч. 2. 306 с.
11. Hill E., Tiefenthaler A., Triebert C., Jordan D., Willis H., Stein R. How George Floyd Was Killed in Police Custody // *The New York Times*. 2020. May 31. UPD: 2021. April 20. URL: <https://www.nytimes.com/2020/05/31/us/george-floyd-investigation.html>
12. [Публикация Хиллари Клинтон в социальной сети Instagram, 28 мая 2020 г.]. URL: <https://www.instagram.com/p/CAvk2JlpM8B/?igshid=16z0fdh495zb0>

13. WSJ: HBO Мах убрал «Унесенных ветром» из каталога фильмов на фоне протестов в США // ТАСС. 2020. 10 июня. URL: <https://tass.ru/obschestvo/8691737>.

14. [Публикация Хиллари Клинтон в социальной сети Instagram, 1 июня 2020 г.]. URL: <https://www.instagram.com/p/CA5ZhIJI7t/?igshid=8txobbxnxq8l>

15. [Публикация Хиллари Клинтон в социальной сети Instagram, 5 июня 2020 г.]. URL: <https://www.instagram.com/p/CBENkxipPa3/?igshid=92d9wqdc82t>

16. [Публикация Хиллари Клинтон в социальной сети Instagram, 9 июня 2020 г.]. URL: <https://www.instagram.com/p/CBOgKFFJerw/?igshid=15iok1k56el3>

17. Байден преклонил колено в знак солидарности с протестующими в США // РБК. 2020. 10 июля. URL: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/5f07eb899a79475856a9bb68>

Fake News as a Type of Manipulative Political Technologies

Voprosy zhurnalistiki – Russian Journal of Media Studies. 2021. 9. pp. 68–79

Alesya D. Gavrish, Moscow City Pedagogical University (Moscow, Russian Federation). E-mail: prostozachem@mail.ru

DOI: 10.17223/26188422/9/4

Keywords: media discourse, mass media, language personality of politician, manipulative technologies, fake news.

The article analyses and describes the phenomenon “fake news” as a type of modern manipulative media technologies. The research is based on the material of current online news resources and publications made by American politicians in social networks. “Fake news” is not a new term, but it has acquired a different meaning in the American political media discourse due to its wide use by Donald Trump. The term “fake news” has been introduced into common usage vocabulary and has become in some cases a qualifying sign of the authoritarian style of information delivery. The analysis of the material shows that, in the realities of modern American political media discourse, undesirable censored information is not simply displaced to the periphery of the informational space, but it is redundantly replaced by fake messages. In this case, fake news is making a lot of noise about some important information, creating its own event horizon. The author argues that the main aim of the strategy is to create excessive informational pressure on the basis of an emotional-cognitive unit that benefits the addressee. It has been found that the first step in creating the emotional-cognitive unit is to assign to a real fact characteristics of an event of great value. The next step is to broadly cover similar facts along with the already established emotional response of part of the audience. These facts are accepted and interpreted in the emotional context of the primary real fact.

References

1. Duskaeva, L.R. (ed.) (2018) *Medialingvistika v terminakh i ponyatiyakh: slovar'-spravochnik* [Medialinguistics in terms and concepts: A reference dictionary]. Moscow: Flinta.

2. Zheltukhina, M.R. (2019) [The main challenges of the 21st century: Fake newsmaking, cyberbullying, extremism (from the theory of speech activity to speech practices)]. *Teoriya rechevoy deyatel'nosti: vyzovy sovremennosti* [Theory of speech activity: Current challenges]. Proceedings of the XIX International Symposium on Psycholinguistics and Communication Theory. Moscow. 6–8 July 2019. Moscow: Kantsler. (In Russian).

3. Zheltukhina, M. R. et al. (2018) Linguopragmatic aspect of modern communication: main political media speech strategies and tactics in the USA and the UK. *XLinguae*. 11 (2). pp. 639–654.

4. Raspopova, S.S. & Bogdan, E.N. (2018) *Feykovye novosti: Informatsionnaya mistifikatsiya: uch. posobie* [Fake news: Information hoax: A textbook]. Moscow: Aspekt Press.

5. Wemple, E. (2017) Opinion: Trump on Washington Post: ‘fake news’. Trump on helpful Washington Post story: ‘well reported’. *The Washington Post*. July 6, 2017. [Online] Available from: <https://www.washingtonpost.com/blogs/erik-wemple/wp/2017/07/06/trump-on-washington-post-fake-news-trump-on-helpful-washington-post-story-well-reported>.

6. Schaub, M. (2017) Trump’s claim to have come up with the term “fake news” is fake news, Merriam-Webster dictionary says. *Los Angeles Times*. Oct. 9, 2017. [Online] Available from: <https://www.latimes.com/books/jacketcopy/la-et-jc-fake-news-20171009-story.html>.

7. Ovcharenko, D.S. (2014) Polozhitel'noe i otritsatel'noe vliyanie konformizma v obshchestvennoy zhizni [Positive and negative influence of conformism in public life]. *Vestnik universiteta*. 20. pp. 328–331.

8. Polyakova, V. (2021) Twitter navsegda zablokiroval akkaunt Trampa [Twitter permanently suspends Trump’s account]. *RBK*. January 9, 2021. [Online] Available from: <https://www.rbc.ru/politics/09/01/2021/5ff8f6599a7947cb28665d7e>.

9. Dedaj, P. (2018) President Trump reveals winners of his ‘Fake News’ awards. *Fox News*. Jan. 17, 2018. [Online] Available from: <https://www.foxnews.com/politics/president-trump-reveals-winners-of-his-fake-news-awards>.

10. Zheltukhina, M.R. & Omel'chenko, A.V. (2017) [Ecology of political language and culture at the turn of the 21st century: Disappearing spirituality and transforming mentality under the power of psychotechnology]. *Dukhovnost' i mental'nost': ekologiya yazyka i kul'tury na rubezhe XX–XXI vekov* [Spirituality and mentality: Ecology of language and culture at the turn of the 21st century]. Proceedings of the International Conference. Pt. 2. Lipetsk: Lipetsk State Pedagogical University. (In Russian).

11. Hill, E. et al. (2021) How George Floyd was killed in police custody. *The New York Times*. May 31, 2020. UPD: April 20, 2021. [Online] Available from: <https://www.nytimes.com/2020/05/31/us/george-floyd-investigation.html>.

12. Clinton, H. (2020) *George Floyd: #JUSTICEFOR FLOYD*. [Instagram]. 28 May 2020. [Online] Available from: <https://www.instagram.com/p/CAvk2JlpM8B/?igshid=16z0fdh495zb0>.

13. TASS. (2020) WSJ: HBO Max ubral “Unesennykh vetrom” iz kataloga fil'mov na fone protestov v SShA [WSJ: HBO Max pulls *Gone With the Wind* from its streaming platform amid protests in the United States]. 10 June 2020. [Online] Available from: <https://tass.ru/obschestvo/8691737>.

14. Clinton, H. (2020) *Elections matter*. [Instagram]. 1 June 2020. [Online] Available from: <https://www.instagram.com/p/CA5ZhIIJ17t/?igshid=8txobbgxq8l>.

15. Clinton, H. (2020) *Happy Birthday Breonna Taylor*. [Instagram]. 5 June 2020. [Online] Available from: <https://www.instagram.com/p/CBENkxipPa3/?igshid=92d9wqdc82t>.

16. Clinton, H. (2020) “*Each one of these names was somebody’s baby.*” #blacklivesmatter. [Instagram]. 9 June 2020. [Online] Available from: <https://www.instagram.com/p/CBOgKFFJerw/?igshid=15iiok1k56el3>.

17. RBK. (2020) Bayden preklonil koleno v znak solidarnosti s protestuyushchimi v SShA [Biden kneels in solidarity with the protesters in the United States]. 10 July 2020. [Online] Available from: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/5f07eb899a79475856a9bb68>.