

Научная статья  
УДК 32.019.51  
doi: 10.17223/15617793/515/12

## Концептуальные шаблоны создания фейковых новостей

Борис Александрович Тхориков<sup>1</sup>, Виктор Александрович Клименко<sup>2</sup>, Ольга Сергеевна Осадчая<sup>3</sup>,  
Дарья Михайловна Мацепуро<sup>4</sup>, Давид Александрович Труфанов<sup>5</sup>

<sup>1, 3</sup> Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), Москва, Россия  
<sup>2, 4, 5</sup> Национальный исследовательский Томский государственный университет, Томск, Россия

<sup>1</sup> tkhorikov-ba@rguk.ru

<sup>2</sup> klimenko@siberia.design

<sup>3</sup> osadchaya-os@rguk.ru

<sup>4</sup> daria.matsepuro@mail.tsu.ru

<sup>5</sup> david.trufanov@siberianai.tsu.ru

**Аннотация.** Описаны 15 концептуальных шаблонов создания фейковых новостей, разработанных с помощью метода аналогий и адаптации «основных шаблонов качественной рекламы» Яакоба Голденберга. В качестве основы выступает обработка 387 фейковых материалов. Первичная валидизация шаблонов проведена с использованием опроса 30 респондентов (коэффициент альфа Кронбаха  $\approx 0,89$ ). Данные шаблоны предлагаются интегрировать в системы машинного обучения с целью повышения точности алгоритмов по обнаружению дезинформации и недопущения дестабилизации политической ситуации в стране.

**Ключевые слова:** фейковые новости, манипулятивный контент, дезинформация, медиакоммуникации, языковые модели

**Источник финансирования:** исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 25-28-00051, <https://rscf.ru/project/25-28-00051>.

**Для цитирования:** Тхориков Б.А., Клименко В.А., Осадчая О.С., Мацепуро Д.М., Труфанов Д.А. Концептуальные шаблоны создания фейковых новостей // Вестник Томского государственного университета. 2025. № 515. С. 107–113. doi: 10.17223/15617793/515/12

Original article  
doi: 10.17223/15617793/515/12

## Conceptual templates for creating fake news

Boris A. Tkhorikov<sup>1</sup>, Viktor A. Klimenko<sup>2</sup>, Olga S. Osadchaya<sup>3</sup>, Daria M. Matsepuro<sup>4</sup>, David A. Trufanov<sup>5</sup>

<sup>1, 3</sup> Kosygin State University of Russia, Moscow, Russian Federation  
<sup>2, 4, 5</sup> National Research Tomsk State University, Tomsk, Russian Federation

<sup>1</sup> tkhorikov-ba@rguk.ru

<sup>2</sup> klimenko@siberia.design

<sup>3</sup> osadchaya-os@rguk.ru

<sup>4</sup> daria.matsepuro@mail.tsu.ru

<sup>5</sup> david.trufanov@siberianai.tsu.ru

**Abstract.** The study aims to identify conceptual patterns of fake news creation and adapt them for use in machine learning systems to improve the accuracy of disinformation detection. A database of 387 fake news collected from various platforms, social networks and information resources was analyzed. The materials cover topics of politics, science, health and social issues, which made it possible to identify universal strategies for creating disinformation. The main research method was the adaptation of Jacob Goldenberg's "basic patterns of quality advertising" using the analogy method. This made it possible to identify universal principles actively used in the creation of fake news. Each of the identified patterns was tested for applicability and reliability. For this purpose, validation was carried out with the participation of 30 respondents, whose results showed a high level of consistency (Cronbach's alpha coefficient  $\approx 0.89$ ). As a result of the study, 15 variations of conceptual templates for creating fake news were developed and described: 1. "Figurative analogy" – the use of visual semiotics to create unusual images ("Substitution" — one element of the situation is replaced by a visually similar symbol; "Simplification" – exaggeration or simplification of known analogies or a specific situation). 2. "Exaggerated situation" – hypertrophy of the properties of a situation or object. ("Absurdity" – demonstration of absurd decisions; "Accentuation" – exaggeration of the significance of an event). 3. "Consequences" – manipulation of fear of the future through isolated facts ("Common problems" – exaggeration of threats to society; "Inversion problems" – negative consequences of refusing to make decisions). 4. "Competition" – comparison of a situation with another, real or fictional ("Attributive competition" – demonstration of the weakness of

an object in comparison with another; "Alternative competition" – comparison with hypothetical conditions). 5. "Interactive engagement" – encouraging the audience to act through interactive elements ("Appeal" – a direct appeal through emotional content; "Participation" – nudging to mental participation). 6. "Violation of logic" – manipulation through distortion of temporal, spatial and logical aspects ("Addition" – linking unrelated phenomena; "Multiplication" – exaggeration of the scale of the problem; "Division" – breaking an event into small parts to increase drama; "Anticipation" – transferring events to the past or future). 7. "Deception" – creation of completely fictitious content. The study showed that the proposed patterns are universal conceptual tools for analyzing and classifying fake news. Their integration into machine learning systems allows to increase the accuracy of disinformation detection. The presented results are of significant practical importance for the development of algorithms to combat fake news and can be used by specialists in the field of data analysis, information security and media.

**Keywords:** fake news, manipulative content, disinformation, media communications, language models

**Financial support:** The research was carried out at the expense of the grant of the Russian Science Foundation No. 25-28-00051, <https://rscf.ru/project/25-28-00051>

**For citation:** Tkhorikov, B.A., Klimenko, V.A., Osadchaya, O.S., Matsepuro, D.M. & Trufanov, D.A. (2025) Conceptual templates for creating fake news. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal*. 515. pp. 107–113. (In Russian). doi: 10.17223/15617793/515/12

В пространстве современных политических исследований все более отчетливо прослеживается трансформация информационных потоков в инструмент стратегического влияния. Дезинформационные конструкции, маскирующиеся под новостной контент, перестали быть просто элементом медиасреды. Они превратились в действенный механизм переформатирования политической реальности [1]. Их воздействие на общественное сознание приобретает системный характер, формируя искусственные повестки и перекраивая традиционные модели восприятия власти.

Современные платформы социального взаимодействия создали идеальные условия для экспоненциального роста фальсифицированных сообщений. Алгоритмическая логика цифровых медиа, основанная на принципах вовлеченности и эмоционального резонанса, непреднамеренно стала катализатором распространения деструктивного контента [2]. Парадоксальным образом, именно высокая скорость генерации и вариативность фейковых нарративов обеспечивают их устойчивость в информационном поле: они не просто адаптируются к когнитивным особенностям аудитории, но и активно используют эти особенности для усиления воздействия [3].

Технологизация производства дезинформации достигла уровня, когда стандартизованные шаблоны контента позволяют создавать убедительные фальсификации практически в промышленных масштабах [4]. Отдельные ресурсы используют модульные системы публикаций, где замена ключевых элементов превращает один базовый сюжет в десятки вариативных сообщений [5]. Более того, применение генеративных нейросетевых моделей привело к появлению текстовых конструкций, практически неотличимых от материалов профессиональных СМИ, что радикально усложняет процедуры верификации [6].

Разработка комплексных методов идентификации искусственных нарративов представляет собой не только академический интерес, но и насущную потребность политической практики. Создание эффективных инструментов деконструкции дезинформационных стратегий может стать важным фактором сохранения целостности публичного пространства и защиты институционального доверия.

Несмотря на значительный массив научных работ, посвященных феномену фейковых новостей, систематизация их структурных особенностей остается фрагментарной. Отсутствие унифицированной типологии дезинформационных конструкций во многом обусловлено их смысловой полиморфностью [7]. Примечательно, что большинство исследований акцентируют внимание на социальных последствиях распространения фальсификаций, оставляя в тени анализ их архитектоники и семиотических механизмов [8].

В этом контексте особую ценность приобретают работы, выявляющие устойчивые маркеры дезинформации через призму лингвистического анализа, визуальной семиотики и информационных технологий. Так, ряд исследований демонстрирует эффективность выявления шаблонных структур через анализ композиционных особенностей текста [9], тогда как другие фокусируются на распознавании повторяющихся паттернов в мультимодальных сообщениях, где текст и изображение образуют единый манипулятивный комплекс [10].

Кроме того, как показано в работе [11], применение крупномасштабных визуально-языковых моделей (LVLM) позволяет достичь высокой точности анализа мультимодального контента. Эти модели, интегрируя текстовые и визуальные признаки, демонстрируют около 80% точности, а использование метода Chain of Thought (CoT) дополнительно повышает этот показатель на 7%.

Развивая это направление, исследователи [12] предлагают гибридный подход, сочетающий CNN-LSTM архитектуры с методами объясненного ИИ. Особенно важно, что данный метод не только показывает исключительную точность (99% на стандартных датасетах), но и обеспечивает прозрачность принятия решений через визуализацию ключевых текстовых фрагментов.

В этом же контексте находится исследование [13], где графовые нейронные сети применяются для мультимодального анализа. Предложенное решение отличается не только высокой эффективностью (95,8% для Twitter и 88,9% для Weibo), но и существенной экономией вычислительных ресурсов, что делает его перспективным для практического применения.

Не менее важным аспектом, как отмечается в работе [14], является интерпретируемость результатов. Использование методов объясненного ИИ позволяет не только выявлять фейковые материалы, но и понимать логику их построения, что открывает новые возможности для систематизации структурных элементов дезинформации.

Таким образом, современные технологии демонстрируют значительный потенциал в борьбе с фейковыми новостями. Комплексный анализ текстовых и визуальных признаков, дополненный методами объясненного ИИ, создает прочную основу для разработки эффективных систем обнаружения дезинформации. Дальнейшее развитие этого направления, включая исследование структурных шаблонов фейков, позволит создать более точные и устойчивые методы защиты информационного пространства. Исходя из этого, была выдвинута исследовательская гипотеза о том, что при анализе массива фейковых материалов можно выявить типовое применение общих элементов при их создании, включающих текстовые материалы, визуальную семиотику, варианты интерпретации контента и возникающие импликатуры, а также использование эмоциональных и рациональных триггеров, что позволяет разработать систематизированную классификацию инструментальных шаблонов создания фейковых новостей. Также сформулирована цель работы, заключающаяся в определении ключевых шаблонов фейковых новостей и описании их структуры.

### Материалы и методы

В основу разрабатываемой системы шаблонов создания фейковых новостей положена работа профессора Колумбийского университета Якоба Голденберга [15], адаптированная с помощью метода аналогий на основе обработки 387 фейковых материалов, размещенных в телеграм-канале «Война с фейками» (<https://t.me/warfakes>) в период 01.11.2024–25.12.2024.

Систематизация фейков осуществлялась с помощью когнитивной логической обработки, при которой каждая новость анализировалась на предмет соответствия одному или нескольким шаблонам. Методология включала этапы абстрагирования ключевых элементов контента, логический разбор структуры и содержания, а также индуктивное и дедуктивное сопоставление с уже известными шаблонами. Это позволило выделить типичные паттерны и создать адаптированные шаблоны, отражающие современные манипулятивные стратегии.

С учетом технических ограничений исследовательского коллектива в подготовке датасета для обучения нейросети первичная валидизация разработанных шаблонов проводилась с помощью социологических методов. В период 26.12.2024 – 28.12.2024 на базе ФГБОУ ВО «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)» тридцать случайно отобранных участников наблюдения в возрасте 19–35 лет оценивали каждый из formalizованных шаблонов. Для этого им предлагалось изучить на экране монитора фейковую новость и

описание шаблона, по которому она разработана. Затем по пятибалльной шкале оценить, насколько фейковая новость укладывается в соответствующий шаблон, где 5 – полностью укладывается и может быть объяснена по шаблону, 0 – абсолютно не соответствует шаблону. Внутренняя согласованность ответов осуществлялась с помощью коэффициента альфа Кронбаха.

Для пилотного исследования было выбрано 30 участников в возрасте 19–35 лет, что обусловлено несколькими факторами. Во-первых, данная возрастная группа представляет собой наиболее активных пользователей цифровых технологий, подвергающихся влиянию фейковых новостей. Это делает их подходящей выборкой для анализа восприятия и оценки предложенных шаблонов. Во-вторых, размер выборки, хотя и небольшой, является допустимым для пилотного изучения, целью которого является предварительное тестирование методов и инструментов перед проведением более масштабного исследования.

### Результаты

Использование реальных примеров позволило подтвердить гипотезу о шаблонности подготовки фейков, как и рекламных материалов. По ряду классификационных признаков они достаточно легко описывались существующими шаблонами, а их вариации помогли уточнить классификацию Якоба Голденберга. Анализ контента показал, как манипуляции с визуальными образами, гиперболизация ситуаций и создание ложных логических связей становятся мощными инструментами манипуляционного воздействия на общественные настроения и действия. Это позволило выделить типичные паттерны и создать адаптированные шаблоны, отражающие современные манипулятивные стратегии (табл. 1).

Таким образом, подготовленная классификация шаблонных решений представляет собой не только научный интерес, но и практическое руководство для понимания и совершенствования противодействия информационным манипуляциям. Данные шаблоны могут быть интегрированы в алгоритмы машинного обучения, предоставляя им четкие критерии для классификации и идентификации фейковых новостей. Чтобы уловить семантику и представления текста на синтаксическом уровне, из входного текста будут извлекать соответствующие контекстно-зависимые представления токенов, а также совокупное текстовое представление, используя предварительно обученную двунаправленную модель представления кодировщика из трансформеров (BERT) [16] в качестве языковой модели (LM). В дальнейших исследованиях будет подготовлен соответствующим образом размеченный датасет из текстовых и визуальных примеров фейковых новостей, структурированных по шаблонам.

Первичная валидизация пригодности разработанных шаблонов для обучения нейросети проводилась путем оценки возможности описания реальных дезинформирующих материалов с их помощью. На рис. 1 приведен пример задания оценки шаблона 3.1 «Общие проблемы».

Аналогичным образом участники опроса оценили все 15 шаблонов. Результаты опроса в обобщенном виде представлены в табл. 2. С помощью компьютерной программы для статистической обработки данных SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) было установлено, что результаты исследования имеют вы-

сокую внутреннюю согласованность оценок соответствия фейковых новостей предложенным шаблонам (коэффициент альфа Кронбаха  $\approx 0,89$ ), что косвенно свидетельствует о надежности разработанного инструмента оценки и предварительно подтверждает концептуальную валидность шаблонов.

Таблица 1  
Концептуальные шаблоны для создания фейковых новостей

| Наименование шаблона  | Вариации шаблона  | Условные примеры  |
|---|---|---|
| 1. «Образная аналогия» – использование визуальной семиотики (символов, связанных с ситуацией, персоной, объектом) для создания необычных образов  | 1.1. «Замещение» – один элемент ситуации (персоны, объекта) заменяется визуально схожим символом  | Использование изображения политического лидера в форме животного  |
|   | 1.2. «Упрощение» – один элемент конкретной ситуации (персоны, объекта) или их известных аналогий предельно утрируется (упрощается)  | Изображение городов, уничтоженных ядерными взрывами   |
| 2. «Преувеличенная ситуация» – гипертрофирование определенных свойств (проявлений) ситуации (персоны, объекта)  | 2.1. «Нелепость» – демонстрация нереалистичной, но визуально впечатляющей альтернативы текущей ситуации (персоне, объекту). Предложение абсурдных (популистских) решений проблемы     | «Нужно носить скафандрь из-за загрязнения воздуха»  |
|   | 2.2. «Акцентированность» – преувеличение одного свойства ситуации (персоны, объекта), значимости события или проблемы   | «Все жители города заболели из-за новой вакцины»  |
| 3. «Последствия» – стимулирование негативного представления своего и общего будущего на основании единичных фактов  | 3.1. «Общие проблемы» – преувеличенные негативные последствия для общества, которые усиливают внимание к текущему состоянию ситуации, объекта или действиям персоны                   | «Если вы не проголосуете сейчас – потом будет поздно»   |
|   | 3.2. «Инверсионные проблемы» – демонстрация негативных последствий при отказе от предлагаемых решений   | «Отказ от этого лекарства приведет к эпидемии»  |
| 4. «Конкуренция» – конкретной ситуации (персоне, объекту) противопоставляется другая, реально существующая и обладающая лучшими характеристиками, по мнению целевых аудиторий                                   | 4.1. «Атрибутивная конкуренция» – демонстрация отдельной слабости (язвимости) ситуации (персоны, объекта) в сравнении с чем-то (кем-то) реально существующим                          | «Этот политик спасет страну, а его оппонент довел бы до кризиса»  |
|   | 4.2. «Альтернативная конкуренция» – демонстрация отдельной слабости (язвимости) ситуации (персоны, объекта) путем сравнения с чем-то вымышленным или в альтернативных условиях        | «Эти технологии смогут читать ваши мысли»   |
| 5. «Интерактивное вовлечение» – побуждение аудитории к определенным действиям через интерактивные элементы  | 5.1. «Призыв» – прямой призыв к простому действию с помощью демонстрации эмоционального контента  | «Ваш холодильник следит за вами! Эксперты выяснили, что современные холодильники собирают информацию о продуктах и отправляют данные производителям. Проверьте его настройки сейчас и защитите свою семью от слежки!»   |
|   | 5.2. «Соучастие» – подталкивание к мысленному участию в чем-либо или сочувствию (одобрению) действий других с помощью утверждений о неотвратимости наступления негативных последствий | «Представьте, что завтра отключат электричество навсегда – вы готовы?»  |
| 6. «Нарушение логики» – искаженная интерпретация временных, пространственных и иных аспектов окружающего мира с помощью нарушений основных законов и правил логики для создания ложных (манipулятивных) выводов | 6.1. «Сложение» – объединение разрозненных (несвязанных) явлений (событий, людей, объектов)   | «Ученые обнаружили, что употребление кофе связано с глобальным потеплением: миллионы людей ежедневно выпивают кофе, а кофейные отходы якобы усиливают выбросы углерода, что напрямую влияет на климатические изменения. Одновременно рост цен на кофе вызывает недовольство у фермеров, что приводит к экономическому кризису в сельских регионах.» |
|   | 6.2. «Умножение» – преувеличение масштабов проблемы   | «Опасный вирус атакует людей через банкоматы: за последние сутки зафиксировано уже десятки тысяч случаев заражения после снятия наличных»   |
|   | 6.3. «Деление» – разделение незначительных событий на части для подчеркивания деталей   | «Поезд опять опоздал на 10 минут, а это – четвертая техническая задержка за месяц! У кого-то срываются важные встречи, кто-то пропускает экзамены, а у пожилых людей поднимается давление из-за стресса. Очередное доказательство неспособности железных дорог обеспечить безопасность и точность движения!»  |
|   | 6.4. «Предвосхищение» – перенос событий в прошлое или будущее   | «Экономисты уже предупреждали, что в 2030 году цены на хлеб могут вырасти в 5 раз из-за решений правительства по налогам».  |
| 7. «Обман» – создание полностью вымышленного контента, в том числе с помощью нейросетей   |   | «Россия нанесла удар ядерным оружием. Смотрите видео»   |

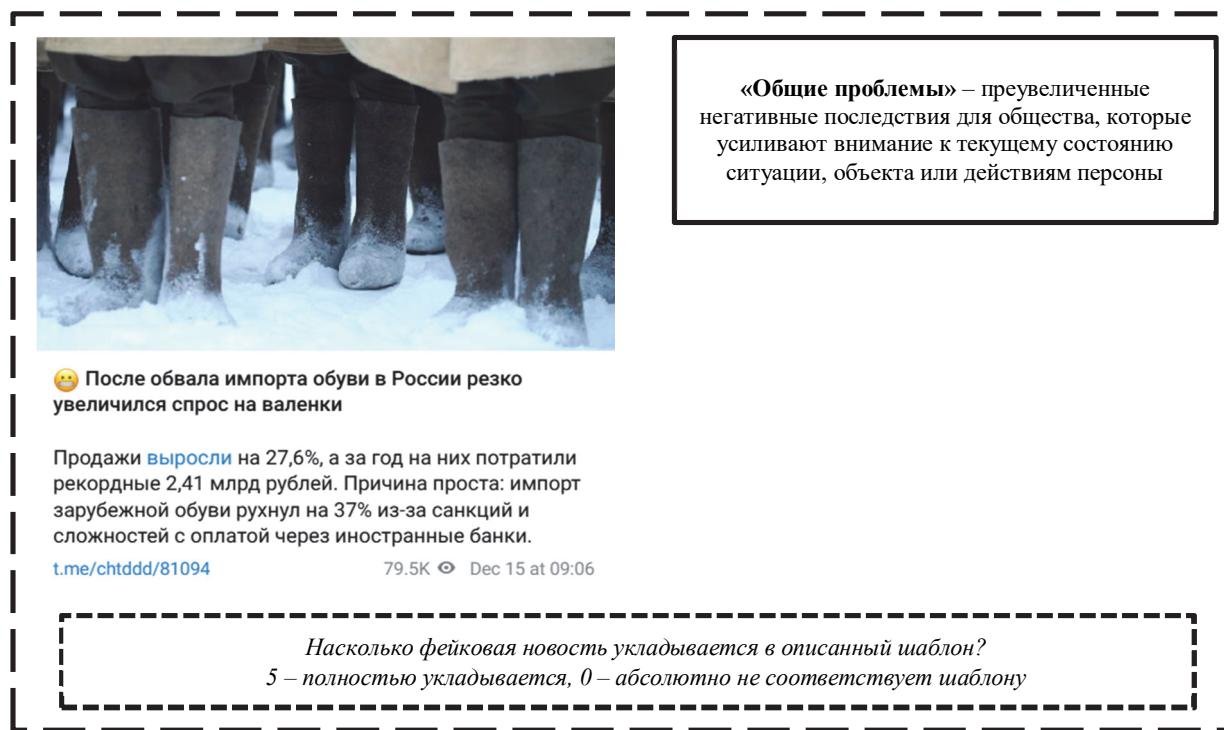


Рис. 1. Пример задания для опроса

Таблица 2  
Результаты оценки валидизации шаблонов

| ID | Шаблоны создания фейкового контента |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |   |
|----|-------------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|---|
|    | 1.1                                 | 1.2 | 2.1 | 2.2 | 3.1 | 3.2 | 4.1 | 4.2 | 5.1 | 5.2 | 6.1 | 6.2 | 6.3 | 6.4 | 7 |
| 1  | 5                                   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 3   | 3   | 5 |
| 2  | 5                                   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5 |
| 3  | 5                                   | 5   | 4   | 4   | 3   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5 |
| 4  | 5                                   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 3   | 3   | 5   | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5 |
| 5  | 5                                   | 5   | 5   | 5   | 5   | 3   | 3   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5 |
| 6  | 5                                   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5 |
| 7  | 5                                   | 5   | 4   | 4   | 5   | 5   | 4   | 4   | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 4   | 5 |
| 8  | 5                                   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5 |
| 9  | 5                                   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 3   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5 |
| 10 | 5                                   | 5   | 4   | 4   | 5   | 5   | 3   | 3   | 5   | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5 |
| 11 | 5                                   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5 |
| 12 | 5                                   | 5   | 4   | 4   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5 |
| 13 | 5                                   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5 |
| 14 | 5                                   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5 |
| 15 | 5                                   | 5   | 5   | 4   | 4   | 3   | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5 |
| 16 | 5                                   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5 |
| 17 | 5                                   | 5   | 5   | 5   | 5   | 3   | 4   | 3   | 3   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5 |
| 18 | 5                                   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 3   | 4   | 5 |
| 19 | 5                                   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5 |
| 20 | 5                                   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5 |
| 21 | 5                                   | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5 |
| 22 | 5                                   | 5   | 4   | 4   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 3   | 3   | 3   | 3   | 5 |
| 23 | 5                                   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5 |
| 24 | 5                                   | 5   | 5   | 5   | 3   | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 3   | 3   | 5 |
| 25 | 5                                   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5 |
| 26 | 5                                   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5 |
| 27 | 5                                   | 5   | 4   | 4   | 4   | 3   | 3   | 5   | 5   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 5 |
| 28 | 5                                   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5 |
| 29 | 5                                   | 5   | 5   | 5   | 4   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 5   | 5   | 5 |
| 30 | 5                                   | 5   | 5   | 5   | 5   | 3   | 3   | 4   | 4   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 5 |

Полученные результаты требуют ряда пояснений из-за их ограничений. В частности, небольшой размер выборки снижает статистическую мощность исследования и ограничивает обобщение выводов на широкую

популяцию. Выбор участников исключительно из одной возрастной группы и одной образовательной среды снижает презентативность. Потенциальный эффект группы и отсутствие внешних валидирующих

данных ограничивают надежность полученных оценок. Поэтому их следует рассматривать в качестве промежуточных итогов для последующих исследований, которые будут выполняться нами далее.

Однако на текущем этапе исследования результат указывает на устойчивость инструмента оценки и подтверждает предварительную концептуальную валидность шаблонов. Высокая согласованность оценок респондентов предполагает, что шаблоны адекватно отражают характеристики фейковых новостей. Для дальнейшего подтверждения валидности требуются дополнительные исследования, включая контент-анализ, экспертные оценки и сравнение с существующими типологиями.

### Обсуждение

Исследование показало, что фейковые новости формируются с использованием стандартизованных шаблонов, что позволяет быстро адаптировать контент под различные аудитории и платформы. Определенные шаблоны, такие как «Образная аналогия», «Превеличенная ситуация» и «Последствия», выявляют общие манипулятивные стратегии, используемые для создания убедительных и привлекающих внимание материалов.

Проведенная первичная валидизация шаблонов с помощью социологического опроса продемонстрировала высокую степень согласованности оценок участников. Это подтверждает концептуальную валидность разработанных шаблонов и их пригодность для дальнейшего использования в системах автоматического распознавания дезинформации. Однако важно отметить, что небольшая выборка и ограниченная возрастная группа участников могут снизить обобщаемость результатов и требуют дальнейших итераций верификации.

Исследование также выявило необходимость расширения обучающих наборов данных (датасетов), включающих разнообразные примеры из различных регионов и культурных контекстов. Это позволит повысить точность и устойчивость моделей машинного

обучения в условиях современного информационного ландшафта.

### Заключение

Результаты проведенного исследования вносят вклад в развитие политологии, расширяя понимание инструментария создания фейковых новостей как технологии политического влияния. Разработанная классификация фейковых новостей раскрывает системные механизмы их производства и распространения, что имеет ключевое значение для анализа современных политических коммуникаций, изучения манипулятивных практик и трансформации публичного пространства.

Особую ценность для политических исследований представляет демонстрация эффективности междисциплинарного подхода, объединяющего методы анализа рекламных технологий, семиотики и компьютерной лингвистики. Такой синтез позволяет не только адаптировать существующие исследовательские методики к изучению политических фейков, но и разрабатывать новые концептуальные рамки для анализа информационных войн, электоральных манипуляций и кризисов легитимности.

Практическая значимость исследования заключается в создании инструментария для выявления политически мотивированной дезинформации. Предложенные шаблоны могут быть интегрированы в системы мониторинга медиапространства, что особенно актуально в условиях гибридных конфликтов и возрастающей роли цифровых платформ в политической мобилизации. Разработка подобных решений способствует укреплению информационной безопасности государства, противодействию внешнему вмешательству в политические процессы и сохранению стабильности демократических институтов.

Таким образом, исследование открывает новые перспективы для изучения фейковых новостей как элемента политической борьбы, предлагая как теоретические, так и прикладные инструменты для анализа инейтрализации этого феномена в контексте современных вызовов политике.

### Список источников

1. Lazer D.M.J. et al. The science of fake news // Science. 2018. Vol. 359, № 6380. P. 1094–1096. doi: 10.1126/science.aa02998
2. Vosoughi S., Roy D., Aral S. The spread of true and false news online // Science. 2018. Vol. 359, № 6380. P. 1146–1151. doi: 10.1126/science.aap9559
3. Pennycook G., Rand D.G. Fighting misinformation on social media using crowdsourced judgments of news source quality // Proceedings of the National Academy of Sciences. 2019. Vol. 116, № 7. P. 2521–2526.
4. Shu K. et al. Fake news detection on social media: A data mining perspective // ACM SIGKDD explorations newsletter. 2017. Vol. 19. № 1. P. 22–36. doi: 10.1145/3137597.3137600
5. Ruiz J.M.G. Discerning disinformation through design: Exploring fake news website design patterns // The Asian Conference on Media, Communication & Film. 2018. URL: <https://papers.iafor.org/submission42587/>
6. Wang W.Y., Chang Y.C., Peng W.C. Style-News: Incorporating Stylized News Generation and Adversarial Verification for Neural Fake News Detection // arXiv preprint arXiv:2401.15509. 2024.
7. Tandoc Jr E.C., Lim Z.W., Ling R. Defining «fake news» A typology of scholarly definitions // Digital journalism. 2018. Vol. 6, № 2. P. 137–153.
8. Pennycook G., Rand D.G. Fighting misinformation on social media using crowdsourced judgments of news source quality // Proceedings of the National Academy of Sciences. 2019. Vol. 116, № 7. P. 2521–2526.
9. Wu J. et al. Prompt-and-align: prompt-based social alignment for few-shot fake news detection // Proceedings of the 32nd ACM International Conference on Information and Knowledge Management. 2023. P. 2726–2736.
10. Guo H. et al. Each Fake News is Fake in its Own Way: An Attribution Multi-Granularity Benchmark for Multimodal Fake News Detection // arXiv preprint arXiv:2412.14686. 2024.
11. Jin R. et al. Fake News Detection and Manipulation Reasoning via Large Vision-Language Models // arXiv preprint arXiv:2407.02042. 2024.
12. Hashmi E. et al. Advancing Fake News Detection: Hybrid Deep Learning With Fast Text and Explainable AI. // IEEE Access. 2024. Vol. 12. P. 44462–44480. doi: 10.1109/access.2024.3381038

13. Dhawan M. et al. Game-on: Graph attention network based multimodal fusion for fake news detection // Social Network Analysis and Mining. 2024. Vol. 14. Art. No. 114. doi: 10.1007/s13278-024-01271-4
14. Giri M., Eswaran S., Honnavalli P. Automated and Interpretable Fake News Detection With Explainable Artificial Intelligence // Journal of Applied Security Research. 2024. Vol. 19, Is. 4. P. 628–648. doi: 10.1080/19361610.2024.2356431
15. Goldenberg J., Mazursky D., Solomon S. The fundamental templates of quality ads // Marketing science. 1999. Vol. 18, № 3. P. 333–351. doi: 10.1287/mksc.18.3.333
16. Devlin J., Chang M.W., Lee K., Toutanova K. Bert: pre-training of deep bidirectional transformers for language understanding. 2018. arXiv preprint arXiv:1810.04805.

## References

1. Lazer, D.M.J. et al. (2018) The science of fake news. *Science*. 359 (6380). pp. 1094–1096. doi: 10.1126/science.aoa2998
2. Vosoughi, S., Roy, D. & Aral, S. (2018) The spread of true and false news online. *Science*. 359 (6380). pp. 1146–1151. doi: 10.1126/science.aap9559
3. Pennycook, G. & Rand, D.G. (2019) Fighting misinformation on social media using crowdsourced judgments of news source quality. *Proceedings of the National Academy of Sciences*. 116 (7). pp. 2521–2526.
4. Shu, K. et al. (2017) Fake news detection on social media: A data mining perspective. *ACM SIGKDD Explorations Newsletter*. 19 (1). pp. 22–36. doi: 10.1145/3137597.3137600
5. Ruiz, J.M.G. (2018) Discerning disinformation through design: Exploring fake news website design patterns. *The Asian Conference on Media, Communication & Film*. [Online] Available from: <https://papers.iafor.org/submission42587/> (Accessed: 25.05.2024).
6. Wang, W.Y., Chang, Y.C. & Peng, W.C. (2024) Style-News: Incorporating Stylized News Generation and Adversarial Verification for Neural Fake News Detection. *arXiv preprint arXiv:2401.15509*. [Online] Available from: <https://arxiv.org/abs/2401.15509> (Accessed: 25.05.2024).
7. Tandoc, E.C., Lim, Z.W. & Ling, R. (2018) Defining "fake news" A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*. 6 (2). pp. 137–153.
8. Pennycook, G. & Rand, D.G. (2019) Fighting misinformation on social media using crowdsourced judgments of news source quality. *Proceedings of the National Academy of Sciences*. 116 (7). pp. 2521–2526.
9. Wu, J. et al. (2023) Prompt-and-align: prompt-based social alignment for few-shot fake news detection. *Proceedings of the 32nd ACM International Conference on Information and Knowledge Management*. pp. 2726–2736.
10. Guo, H. et al. (2024) Each Fake News is Fake in its Own Way: An Attribution Multi-Granularity Benchmark for Multimodal Fake News Detection. *arXiv preprint arXiv:2412.14686*. [Online] Available from: <https://arxiv.org/abs/2412.14686> (Accessed: 25.05.2024).
11. Jin, R. et al. (2024) Fake News Detection and Manipulation Reasoning via Large Vision-Language Models. *arXiv preprint arXiv:2407.02042*. [Online] Available from: <https://arxiv.org/abs/2407.02042> (Accessed: 25.05.2024).
12. Hashmi, E. et al. (2024) Advancing Fake News Detection: Hybrid Deep Learning With Fast Text and Explainable AI. *IEEE Access*. 12. pp. 44462–44480. doi: 10.1109/ACCESS.2024.3381038
13. Dhawan, M. et al. (2024) Game-on: Graph attention network based multimodal fusion for fake news detection. *Social Network Analysis and Mining*. 14. Art. No. 114. doi: 10.1007/s13278-024-01271-4
14. Giri, M., Eswaran, S. & Honnavalli, P. (2024) Automated and Interpretable Fake News Detection With Explainable Artificial Intelligence. *Journal of Applied Security Research*. 19 (4). pp. 628–648. doi: 10.1080/19361610.2024.2356431
15. Goldenberg, J., Mazursky, D. & Solomon, S. (1999) The fundamental templates of quality ads. *Marketing Science*. 18 (3). pp. 333–351. doi: 10.1287/mksc.18.3.333
16. Devlin, J., Chang, M.W., Lee, K. & Toutanova, K. (2018) BERT: Pre-training of Deep Bidirectional Transformers for Language Understanding. *arXiv preprint arXiv:1810.04805*. [Online] Available from: <https://arxiv.org/abs/1810.04805> (Accessed: 25.05.2024).

## Информация об авторах:

**Тхориков Б.А.** – д-р экон. наук, зав. кафедрой сервисных технологий и бизнес-процессов Российского государственного университета имени А.Н. Косягина (Технологии. Дизайн. Искусство) (Москва, Россия). E-mail: tkhorikov-ba@rguk.ru

**Клименко В.А.** – канд. техн. наук, канд. психол. наук, директор Сибирского центра дизайна Национального исследовательского Томского государственного университета (Томск, Россия). E-mail: klimenko@siberia.design

**Осадчая О.С.** – канд. экон. наук, старший преподаватель кафедры сервисных технологий и бизнес-процессов Российского государственного университета имени А.Н. Косягина (Технологии. Дизайн. Искусство) (Москва, Россия). E-mail: osadchaya-os@rguk.ru

**Матсепуро Д.М.** – канд. ист. наук, директор Центра науки и этики Национального исследовательского Томского государственного университета (Томск, Россия). E-mail: daria.matsepuro@mail.tsu.ru

**Труфанов Д.А.** – магистрант института прикладной математики и компьютерных наук, специалист Сибирского (Томского) центра изучения искусственного интеллекта и цифровых технологий Национального исследовательского Томского государственного университета (Томск, Россия). E-mail: david.trufanov@siberianai.tsu.ru

## Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

## Information about the authors:

**B.A. Tkhorikov**, Dr. Sci. (Economics), head of the Department of Service Technologies and Business Processes, The Kosygin State University of Russia (Moscow, Russian Federation). E-mail: tkhorikov-ba@rguk.ru

**V.A. Klimenko**, Cand. Sci. (Engineering), Cand. Sci. (Psychology), director of the Siberian Design Center, National Research Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation). E-mail: klimenko@siberia.design

**O.S. Osadchaya**, Cand. Sci. (Economics), senior lecturer, The Kosygin State University of Russia (Moscow, Russian Federation). E-mail: osadchaya-os@rguk.ru

**D.M. Matsepuro**, Cand. Sci. (History), director of the Centre for Science and Ethics, National Research Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation). E-mail: daria.matsepuro@mail.tsu.ru

**D.A. Trufanov**, master's student, National Research Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation). E-mail: david.trufanov@siberianai.tsu.ru

## The authors declare no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 21.01.2025;  
одобрена после рецензирования 17.06.2025; принята к публикации 30.06.2025.

The article was submitted 21.01.2025;  
approved after reviewing 17.06.2025; accepted for publication 30.06.2025.