

Гордійчук М. І., аспірантка,  
Інститут філології КНУ імені Т. Шевченка, м. Київ

## ПОНЯТТЯ *FAKE NEWS* ТА КОМУНІКАТИВНІ ЗАСОБИ ЙОГО ВИЯВЛЕННЯ

*У статті розглянуто поняття «fake news», а саме його етимологію та значення. Крім того, було визначено важливість виявлення «fake news» та його вплив на сучасне інформаційне поле. З'ясовано, що феномен «fake news» підриває довіру до медіаресурсів. Також у статті подано стратегії і тактики виявлення «fake news» на основі прикладів, узятих із даних проєкту «StopFake».*

**Ключові слова:** *fake news, неправдива інформація, інформаційний простір, комунікативна теорія, комунікативні стратегії і тактики.*

У сучасному світі миттєвого обміну інформації, доступності медіа та можливості кожного стати джерелом поширення новин не вся інформація зазнає якісної критичної перевірки на достовірність. Вважається, що ми живемо у світі постправди, у якому важко досягти об'єктивності, оскільки фальшива інформація викривлює сприйняття реальності. Так, у 2016-му році прикметник «постправдивий» було визнано словом року Оксфордським словником [10]. Наступного року Collins Dictionary назвав словосполучення «fake news» словом року [8]. Проте це словосполучення не втратило своєї актуальності й дотепер. Адже кожен із нас стикався з великою кількістю засобів запобігання COVID-19, які виявляються не лише непрактичними, а й безглуздими. Отже, актуальність цього дослідження зумовлена потребою уміння виявляти «fake news» за допомогою комунікативних теорій та тактик.

Дослідник С. Богданов зазначає, що генерування фейкових новин і їх нейтралізація стають важливою частиною довгострокової комунікаційної стратегії або стратегічної комунікації [1, с. 231–232]. Із цього випливає, що неправдива інформація має стратегічний характер, тобто розрахована на конкретного адресата (уряд, політичних діячів тощо), передбачає зворотну реакцію, має конкретну мету. Су-

часні та історичні дані свідчать про те, що поширення дезінформації дуже рідко пов'язані з непорозумінням, найчастіше це результат спланованих і стратегічних кампаній, які мають певну політичну чи військову мету [3].

Починаючи із середини 90-тих років ХХ ст., разом із швидким становленням і розвитком інтернету, журналісти та медіаексперти почали констатувати факт, що держава втратила монополію на новини та можливість формувати інформаційний простір суспільства. Останнім часом втрачають перше місце у написанні новин і самі медіа. Поступово руйнується класична ієрархія в світі новин спочатку за допомогою інформаційних Інтернет-ресурсів, а потім і соціальних платформ, змінюються критерії їх написання, розвиваючи поняття «медіа», «журналіст» та створюючи безліч прецедентів, законодавчо не регульованих.

Це негативно позначилося на якості медіасередовища: сьогодні часто журналісти не дотримуються вироблених стандартів журналістики, інколи свідомо ігнорують їх у боротьбі за аудиторію.

Саме з розвитком віртуального простору та його технологічними і комунікативними можливостями, численними кризами, що характеризуються, з одного боку, браком інформації, а з другого, — її надмірним обсягом, багато дослідників і пов'язують сучасний «розквіт» поняття *«fake news»*.

Широке використання словосполучення *«fake news»* політиками і медійниками остаточно розмило зміст цього поняття, поглибило в ньому суб'єктивний складник, що спровокувало критику самого концепту *«fake news»*. Водночас ця критика не заважає практичному використанню *«fake news»* із різною метою, зокрема політичною.

Як зазначається у словнику Меріам-Вебстер (Merriam-Webster), поняття *«fake news»* в англomовному середовищі виникло наприкінці ХІХ ст., із поширенням використання прикметника *«fakel/fake news»* — підроблений/підроблені новини замість *«false/false news»* — неправдивий/неправдиві новини. Ці прикметники позначають різні поняття. Прикметник *«false»* означає передусім 'неправдивий' («not true»), 'некоректний' («incorrect»), а *«fake»* є не просто 'неправдивий' («not true»), але 'імітавальний' («imitation»), 'підробний' («counterfeit»), тобто позначає імітацію реальності [9].

За І. Мудрою, «часто фейком називають недостовірну, неправдиву інформацію, неперевірений фактаж. Вважаємо, що ці поняття

не відображають суті фейку. Адже фейк — це підробка, фальшивка, яка розповсюджується спеціально для того, щоб дезінформувати аудиторію» [4, с. 185].

Фейкові новини з їхнім безпосереднім впливом на інформаційне середовище є сферою наукових інтересів як вітчизняних, так і зарубіжних дослідників. Їхні роботи присвячені створенню та поширенню фейкової інформації. С. Ільченко у статті «Фейк у практиці електронних ЗМІ: Критерії достовірності» [2] розглянув основні тенденції використання формату «*fake news*» в сучасних електронних ЗМІ (телебачення та Інтернет), досліджував проблему довіри аудиторії до тих медіа, для яких найбільш характерний тренд фейкової журналістики.

У науковій праці «Фейкові новини: природа походження» С. Распопова [6] характеризує походження таких прототипів фейків, як чутки і жарти. Було виявлено, що в період появи та розвитку журналістики велика частина новин складалась із недостовірної інформації.

Наступна група дослідників визначила критерії та виявила види «*fake news*», що сприяє систематичному вивченню цього феномена. О. Іссерс у статті «Медіафейки: між правдою і містифікацією» (Коммуникативные исследования. 2014. № 2, с. 112–123) розглянула питання створення фейків у сучасних засобах масової інформації, визначила значення слів «фейк», «фейковий» у сучасній практиці ЗМІ. Авторка аналізує функції фейкових повідомлень, а також виділяє типи медіафейків. Комунікативні дослідження А. Суходолова та А. Бичкової «Фейкові новини» як феномен сучасного медіапростору» [7] присвячені теоретичному осмисленню феномена створення і поширення «*fake news*» у сучасному медіапросторі. Дослідники розкривають зміст поняття «фейк» у широкому розумінні. У статті розкрито заходи з нейтралізації впливу «*fake news*».

Серед зарубіжних дослідників варто відзначити вчених Наньянського технологічного університету, які в дослідженні «Визначення «підроблених новин»: типологія наукових визначень» розглянули термін «підроблені новини», виходячи з аналізу 34 наукових статей, в яких використовувався цей термін у період із 2003 по 2017 рік.

Медіааналітики говорять про простоту створення фальшивої інформації та граничну складність її викриття. Вони стверджують, що багато підроблених новин пишуться звичайними людьми,

які користуються простою формулою: скандальний заголовок плюс помилкова інформація означає прибуток. Одне можна сказати точно: підроблені новини набагато легше сфабрикувати і поширити, ніж виявити і викрити [7].

В епоху глобалізації інформації стає складніше регулювати і контролювати фейкові новини. Це пов'язано з багатьма чинниками: глобалізація, модернізація ЗМІ, використання технологій у комунікації і т. д. Як зазначає А. Назарчук, володіння інформацією є найціннішим ресурсом. Індивід, а не інститут, стає активним суб'єктом інформаційного обміну. При цьому засоби масової інформації посідають чільні позиції [10].

Одна з причин, яка стимулює постійний розвиток фейкових новин, — це Інтернет і накопичення значних інформаційних масивів. Якщо раніше традиційні ЗМІ виступали своєрідними регуляторами, володіючи ексклюзивними ресурсами контролю інформації, то нові медіа дають аудиторії можливість отримати необхідну інформацію в режимі реального часу [3].

Термін «fake» є порівняно новим для політичного дискурсу. Використання словосполучення «*fake news*» для всієї недостовірної інформації є проблематичним у застосуванні. Раніше його можна було зустріти у сленговій лексиці різних спільнот. Трансформація інформаційного середовища визначила «фейк» як невід'ємну частину професійної мови журналіста.

На сьогодні існують різні дослідницькі парадигми цього поняття. С. Богданов подає наступне визначення поняття «фейк»: «якщо брати до уваги, що реальна новина — це оперативне інформаційне повідомлення про події, що сталися нещодавно або відбуваються зараз та становить політичний, економічний або громадський інтерес для аудиторії», то «фейкова новина» — це повідомлення, створене як справжня новина, але помилкове повністю або частково [9].

«Підроблені новини» — відносно недавнє доповнення нашого словника. Слово «*fake*» мало використовувалося як прикметник до кінця XVIII ст., але «*fake news*», очевидно, були і до 1890-тих років [4]. Безсумнівно, існував широкий спектр виразів на його позначення, «*fake news*» — найбільш поширений. Виходячи із сучасних принципів фейкової журналістики, «*fake*» можна визначити як «журналістське повідомлення, опубліковане в ЗМІ, що містить

недостовірну і неперевірену інформацію, яка не відповідає реальним фактам та емпіричній дійсності» [4].

Рада ЗМІ в Сінгапурі визначає «підроблені новини» як різні види дезінформації, які часто зустрічаються в оманливих заголовках, сумнівних теоріях, статтях, твітах та інших джерелах інформації, що ставлять під сумнів питання про достовірність. Підроблені новини можуть бути повністю схожим на достовірні повідомлення. Варто відзначити, що якщо журналіст не перевіряв фактів, а просто скопіював інформацію з іншого ЗМІ — він мимоволі створив фейк.

Категорія об'єктивності в новинах завжди визначає якість повідомлення, оскільки саме це відрізняє новини від *«fake news»*. У професійному співтоваристві прийнято виділяти такі характеристики якісної інформації: об'єктивність, достовірність джерел, неупередженість викладу і нейтральність, збалансованість (баланс джерел) або плюралізм думок.

Варто відзначити, що ще десять років тому фейки існували переважно як результат недобросовісної роботи журналіста, а зараз це потужна зброя, яка створюється з конкретною метою. Фейкові новини — це один із напрямів містифікації в сучасному медіа-просторі, тобто «це сфабриковані новинні матеріали, брехню в яких можна розпізнати та перевірити, хоча вони і здатні ввести аудиторію в оману» [6].

Як правило, *«fake news»* має схожу структуру з достовірною новиною (влучний заголовок, основна частина, висновок). Основна функція новинної інформації полягає в інформуванні про певну подію або явище, однак фейкові новини є альтернативним жанровим утворенням, коли в конкретних дискурсивних обставинах канонічні варіанти журналістських жанрів зазнають значних модифікацій і варіацій [3]. У сучасних умовах структура жанрів постійно змінюється, редукується і набуває нових форм реалізації.

Також варто відзначити, що деякі дослідники медіа не відносять *«fake news»* до жанрового розмаїття. Так, дослідник «The American Statistical Association» Брайан Таррана говорить про те, що підроблених новин не існує: «Якщо це підробка, це не може бути новиною, тому що новини про те, що насправді відбулося» [10].

У теорії комунікації виділяють такі стратегії впливу *«fake news»* на масову свідомість: аргументативну, апелятивну, валоративну та стратегію оптимізації перлокутивного впливу [5]. Кожна з цих стратегій має декілька тактик у своєму арсеналі.

У межах аргументативної стратегії виділяють тактику маніпулювання (цифрами, фактами, виправдання негативних наслідків певних подій) та тактику деталізації (створення логічного ланцюжка) [5]. Ми проаналізували «*fake news*», що були виявлені українською організацією боротьби з інформаційними фейками про Україну та інші держави у міжнародних медіа «StopFake». Ця організація зародилася у 2014 році у розпалі гібридної війни в Україні, але вже налічує велику базу пропагандистських фейків та їхнього розвінчання. Тактика маніпулювання є досить поширеною зброєю в інформаційній війні і може використовувати різні об'єкти маніпуляції, як цифри, так і заяви конкретних політичних осіб. У базі проєкту «StopFake» ми знайшли такий вираз маніпулювання фактами «Ukraine Has Not Complying with Minsk Agreements for Five Years» (Feb. 18, 2020). (Російські пропагандистські ресурси подають Україну як сторону, яка не слідує Мінським угодам і тим виправдовують свої дії). Щодо тактики деталізації, яка виявляється через створення логічного ланцюжка подій, ми знайшли такий приклад «Ukraine preparing to attack Russian nuclear facilities. Fascism returns to Ukraine» (Nov. 11, 2019). У цьому повідомленні вибудовується така логіка: підготовка до атаки ядерних установ — повернення фашизму.

Апелятивна стратегія налічує такі тактики: ідеологізації, апелювання до потреб адресата та ретроспекції [5]. Для підтримання своєї ідеології пропагандистам потрібно постійно наголошувати на своїй беззаперечній правильності та правдивості. Розглянемо наступний приклад: «Polling proves that Ukraine is ready to capitulate because reporting by Russia's Defence Ministry TV channel Zvezda never lies and Ukraine violated the Budapest Memorandum» (Dec. 30, 2019). У цьому реченні ідеологізація виявляється у фрагменті «Russia's Defence Ministry TV channel Zvezda never lies». Пропагандисти виділяють саме цей канал з-поміж інших для підтримки своєї ідеології. Тактика апелювання до потреб адресата використовується на основі вивчення потреб цільової аудиторії. Зачепивши потрібні важелі, пропагандисти залучають людей до їх підтримки. Так у прикладі «Armenia Resumes Flights to Crimea» (Jan. 15, 2020) автор апелює до потреби вірмен поїхати в Крим, але офіційно країна не визнає його анексію. Тактика ретроспекції маніпулює минулими подіями, достовірність яких суперечлива і її важко перевірити, оскільки події вже відбулись. Наприклад: «Crimea Supported Ukraine for Many Years» (March 21,

2020). Таку заяву можна як підтвердити, так і спростувати, але важко перевірити, тому що наразі ситуація змінилась.

Валоративна стратегія включає тактики позиціонування, дискредитації опонента та дистанціонування [5]. Перша тактика чітко поляризує події чи заяви. Так в інформаційному повідомленні «Ukraine Threatens Russia with War» (July 6, 2020) пропагандисти чітко виділяють ворога та спрямовують увагу на його агресію. Тактика дискредитації опонента має на меті розхитати довіру до певних інституцій чи угод. У заяві «Ukraine to Revise the EU Association Agreement Due to its Inequality» (June 2, 2020) автор прагне поставити під сумнів Угоду про Асоціацію між Україною та Європейським Союзом, цим дискредитуючи обидва об'єкти повідомлення. Тактика дистанціонування полягає в уникненні відповідальності за подану інформацію. Указуючи, що твердження належать не нам, а комусь іншому, до прикладу західним дослідникам, імена яких не зазначаються, пропагандисти подають потрібне повідомлення нібито чужими словами. Ми знайшли приклад цієї тактики у базі «StopFake»: «Western Scientists Predict 80% Chance of Nuclear Accident in Ukraine» (May 10, 2020).

Щодо стратегії оптимізації перлокутивного впливу, то вона ґрунтується на таких тактиках: створення емоцій, мнемонізації та візуалізації [5]. Для реалізації тактики створення емоцій часто використовуються такі стилістичні засоби, як гіпербола, літота чи метонімія, оскільки за допомогою цих засобів можна викликати гострі емоції у людей. Повідомлення «Coronavirus to Bring Food Shortages in Ukraine» (Feb. 26, 2020) викликає страх, проте словосполучення «food shortages» значно гіперболізує реальні факти. Останні дві тактики залучають візуальний матеріал для підкріплення інформаційного повідомлення. Тактика мнемонізації полягає у візуальному акцентуванні, а тактика візуалізації надає фото чи відеоматеріали, що супроводжують зазначену інформацію.

Відсутність видимих кордонів між професійною журналістикою і необ'єктивною інформацією, що отримала назву «*fake news*», зумовила трансформацію медіа. Уже кілька років триває поглиблене вивчення фейкових новин у сучасній медійній комунікації. На сьогодні науковці досліджують такі актуальні питання: які умови необхідні для розвитку фальшивих новин і наскільки велику загрозу для журналістики становить масштабне надходження неякісної інформації.

Розглядаючи феномен «*fake news*», ми дійшли висновку, що цей термін дійсно політизований. Однак свобода слова в країні означає, що уряд не може ув'язнювати, штрафувати або накладати громадянську відповідальність на людей або організації, ґрунтуючись на тому, що вони говорять або пишуть, за винятком інших обставин. Це стосується не тільки традиційних засобів масової інформації, а й мовлення в мережі Інтернет. Однак Верховний суд постановив, що певні типи мовлення регламентуються законом. Наприклад, наклеп, відкриті погрози, образи, непристойність і комерційна реклама.

Усе це допускає існування сприятливого підґрунтя для створення і поширення дезінформації та «*fake news*» в країні, так все те, що не регламентується законом, має право на існування і вплив на громадську думку. Це своєрідна колізія, оскільки, з одного боку, діяльність преси ніким не регламентується і є особливим дзеркалом громадської думки, але, з іншого боку, виступає потужною зброєю для маніпулювання суспільною свідомістю. Відсутність законів прямої дії дає можливість будь-якій людині отримати доступ до інформації, яка в інших країнах вважалася б недоступною, за винятком питань, що стосуються національної безпеки.

Успішне функціонування «*fake news*» в інформаційному полі пояснюється низкою чинників, один з яких — криза довіри між засобами масової інформації, державними структурами і більшою частиною населення.

Дослідження, проведене Расмусом Нільсеном і Лукасом Грейвсом у 2017 році [9] й засноване на опитуванні інтернет-користувачів і аналізі даних із 8 фокус-груп, підкреслює, що обговорення фальшивих новин реалізується через низьку довіру до засобів масової інформації за допомогою використання терміна «*fake news*» як політизованого слова.

Отже, в межах цього дослідження ми виявили етимологію терміна *fake news*, його протиставлення виразу «*false news*» та виокремили комунікативні тактики та стратегії виявлення *fake news* на прикладах, проаналізованих із бази проєкту боротьби з інформаційними фейками «StopFake». Результати дослідження показали, що «*fake news*» — це реальна загроза демократії та інформаційному полю. В епоху миттєвого обміну інформацією та можливостей кожного створювати новини виявлення «*fake news*» є важливою навичкою. Комунікативна теорія слугує ефективним засобом для цього.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Богданов С. «Мерцающие» события: особенности фейковых новостей и их место в стратегических коммуникациях. *Век информации*. Т. 2. 2017. С. 231–232.
2. Ильченко С. Фейк в практике электронных СМИ: критерии достоверности. *Медиаскоп*. 2016. № 4. URL: <http://www.mediascope.ru/2237>.
3. Кошкарлова Н. Фейковые новости: креативное решение или мошенничество? *Вестник ТГПУ*. 2018. № 2 С. 14–18. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/fejkovyue-novosti-kreativnoe-reshenie-ili-moshennichestvo>.
4. Мудра І. Поняття «фейк» та його види у ЗМІ. *Теле- та радіожурналістика*. 2016. № 15. С. 184–188.
5. Омельчук Ю. Псевдоновини як жанр сучасного англомовного медіадискурсу: лінгвокогнітивний, комунікативно-прагматичний параметри : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Запоріжжя, 2018. 20 с.
6. Распопова С. Фейковые новости: Природа происхождения. *Вестник Челябинского государственного университета*. №11. 2017. С. 48–53. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/fejkovyue-novosti-priroda-proishozhdeniya>.
7. Суходолов А., Бычкова А. «Фейковые новости» как феномен современного медиапространства. Вопросы теории и практики журналистики. *Евразийское сотрудничество: гуманитарные аспекты*. 2017. С. 87–106. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/fenomen-fejkovyh-novostey-v-sovremennom-mediaprostranstve>.
8. Hunt J. ‘Fake news’ named Collins Dictionary’s official Word of the Year for 2017. *Independent*. URL: <https://www.independent.co.uk/news/uk/home-news/fake-news-word-year-2017-collins-dictionary-donald-trump-kellyanne-conway-antifa-corbynmania-gender-fluidity-fidget-spinner-a8032751.html> (дата звернення: 28.10.2020).
9. Merriam-Webster Dictionary. The Real Story of ‘Fake News’. URL: <https://www.merriam-webster.com/words-at-play/the-real-story-of-fake-news> (дата звернення: 28.10.2020).
10. Oxford Learner’s Dictionaries. Post-truth. URL: <https://www.oxford-learnersdictionaries.com/definition/english/post-truth> (дата звернення: 28.10.2020).

## ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. StopFake.org. URL: <https://www.stopfake.org/en/main/> (дата звернення: 28.10.2020).

Стаття надійшла до редакції 09.12.2020 р.

## THE CONCEPT OF *FAKE NEWS* AND AND ITS DETECTION BY MEANS OF COMMUNICATIVE THEORY

*The article studies the concept of “fake news,” focusing on researching its etymology and the scope of its meaning. The meaning of the concept of “fake news” is studied based on the contrast with the word combination “false news”. The coinages “post-truth” and “fake news” have been recognized as the words of the year by different dictionaries in the recent years, which contributes to the image of the present-day media. Various definitions of fake news of different scholars were analyzed. It was found that fake news are relatively easy in making and spreading due to the advancement of modern technologies. However, they disrupt the faith of readers in media, which stands for the need for the detection of fake news in mass media. Consequently, the detection of fake news has been acknowledged as a crucial skill in the modern era. The paper analyzes the ways communicative theory can be used in the detection of fake news in the media. Four main strategies were identified, namely argumentative, appellative, evaluative, and the strategy of optimizing of perlocutionary effect. Each of the strategies is applied in various ways in fake news making with the use of appropriate tactics within their scope. The argumentative strategy operates with the tactics of manipulation and detalization. Tactics of ideologization, appeal to addressees’ needs and retrospection are used within the appellative strategy. Evaluative strategy includes the tactics of positioning, discrediting the opponent and distancing. And within the strategy of optimizing of perlocutionary effect the tactics of emotion evocation, mnemonization and visualization are identified. The paper provides a theoretical background to all of these strategies. Also, their practical application in the media was analyzed based on the examples taken from the independent fact-checking organization “StopFake”. It was found that all of them are frequently used in the hybrid war against Ukraine to disrupt its official government, treaties with European partners, and provoke chaos within the state.*

**Keywords:** *fake news, disinformation, information space, communicative theory, communicative strategies and tactics.*

## REFERENCES

1. *Bogdanov, S.* (2017). Mertsayuschie sobytiya: osobennosti feykovykh novostey i ikh mesto v strategicheskikh kommunikatsiyakh. *Vek Informatsii*, 2, 231–232. [in Russian].
2. *Ichenko, S.* (2016). Feyk v praktike elektronnykh SMI: Kriterii dostovernosti. *Mediascope*, 4. URL: <http://www.mediascope.ru/2237>. [in Russian].
3. *Koshkarova, N.* (2018). Feykovyie novosti: kreativnoe reshenie ili moshennichestvo? *Vestnik TGPU*, 2(191), 14–18. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/feykovyie-novosti-kreativnoe-reshenie-ili-moshennichestvo>. [in Russian].
4. *Mudra, I.* (2016). Ponyattia «feyk» ta yoho vydy u ZMI. *Tele- ta Radiozhurnalistyka*, 15, 184–188. [in Ukrainian].
5. *Omelchuk, Yu.* (2018). *Psevdonovyny yak zhanr suchasnoho anhlomovnoho mediadyskursu: linhvokohnitivnii, komunikativno-prahmatychnii parametry* [Doctoral dissertation]. Zaporizhzhia National University. [in Ukrainian].
6. *Raspopova, S.* (2017). Feykovyie novosti: Priroda proishozhdeniya. *Vestnik Chelyabinskogo Gosudarstvennogo Universiteta*, 11(407), 48–53. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/feykovyie-novosti-priroda-proishozhdeniya>. [in Russian].
7. *Suhodolov, A. & Bychkova, A.* (2017). «Feykovyie novosti» kak fenomen sovremennogo mediaprostranstva. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki. Evroaziatskoe Sotrudnichestvo: Gumanitarnye Aspekty*, 87–106. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/fenomen-feykovyih-novostey-v-sovremen-nom-mediaprostranstve>. [in Russian].
8. *Hunt, J.* (2017, November 2). ‘Fake news’ named Collins Dictionary’s official Word of the Year for 2017. *Independent*. URL: <https://www.independent.co.uk/news/uk/home-news/fake-news-word-year-2017-collins-dictionary-donald-trump-kellyanne-conway-antifa-corbynmania-gender-fluidity-fidget-spinner-a8032751>. [in English].
9. *Merriam-Webster Dictionary.* (n. d.). *The real story of ‘fake news’*. URL: <https://www.merriam-webster.com/words-at-play/the-real-story-of-fake-news>. [in English].
10. *Oxford Learner’s Dictionaries.* (n. d.). Post-truth. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/post-truth>. [in English].

## SOURCES

1. StopFake.org. URL: <https://www.stopfake.org/en/main/>.