

Прищепя Г. О., асп.

Національна академія Служби безпеки України, м. Київ

ORSID ID: 0000-0001-6870-2015

ФЕЙК У ЛІНГВІСТИЧНОМУ ВИМІРІ

Технологізація сучасних комунікацій зумовила виникнення нових жанрів комунікації: медіамайданчики, соціальні мережі, форуми та блоги уособили свободу слова й незалежні думки, але у той же час стали полем використання психолінгвістичних технологій для керування настроями та поведінкою користувачів інтернету. Ситуація, що виникла серед українських журналістів, отримала назву «екстремізм в інтернеті», або «онлайнний екстремізм». Одним із проявів цього екстремізму є фейк. Дослідження цього жанру стали трендом гуманітарної науки останніх п'яти років, оскільки фейкові комунікації змінюють сприйняття цільовими аудиторіями соціальних подій у глобальному масштабі. Найцитованіші статті з питань фейку, що представлені в базі Web of Science, звертаються до питань впливу фейків на соціально-політичні події, зокрема вибори в США, агресія РФ в Україні; фейкових новин в медіа та їхній вплив на національні картини світу, громадянську позицію та філософське сприйняття реальності. Інтернет-простір надає можливості для вільного прояву особистості, часто в агресивному контексті, пов'язаному з реалізацією різних типів конфліктної мовної поведінки, включаючи маніпулювання. Наслідки від щоденного споживання такої інформації настільки ж очевидні, наскільки й непередбачувані. Разом із тим результатом використання маніпулятивних технологій для України стають поступове зниження міжнародного іміджу, руйнування почуття нації та народу, домінування російської мови та традицій для утвердження самоідентифікації, витіснення української мови та культури. Детальний аналіз праць щодо фейків дає підстави зробити висновок, що дослідження цієї проблеми найближчим часом залишатиметься нагальним питанням як академічної науки, так й політики, міжнародних відносин, журналістики, комунікацій, бізнесу, менеджменту та суспільних наук загалом; важливо відслідковувати пошуки у цьому напрямі, щоб забезпечити проактивну протидію введенню в оману глобального суспільства.

Ключові слова: фейк, гібридна війна, лінгвістичний вимір, когнітивний вплив, технологія, новини.

Сам термін «фейк» (англ. fake – підробка) є багатозначним. Зазвичай словом «фейк» позначають інформаційну містифікацію або навмисне поширення дезінформації в соціальних медіа і традиційних ЗМІ.

На думку О. Саприкіна, фейк (він розуміє термін як інструмент інформаційної війни) – дезінформація, умисне викривлення тих чи інших явищ, фактів, подій, причому зловмисність такого викривлення старанно приховується; навпаки, фейкове повідомлення містить усі ознаки правдивого повідомлення, що дає можливість впливу на певну аудиторію завдяки використанню симулякрів [5, с. 87].

Досить часто фейк ототожнюють із терміном «неправдива інформація». Так, І. Мудра пропонує таке визначення: фейк – це спеціально створена новина, подія чи журналістський матеріал, який містить неправдиву або перекручену інформацію, що дискримінує певну людину чи групу осіб в очах аудиторії. Його важко відрізнити від правди, та розповсюджується він спеціально для того, щоб дезінформувати аудиторію, пропагувати власне бачення чи позицію; викликати агресію; похитнути позицію індивідуума і змусити його засумніватися; поширити паніку; змінити усталену думку в аудиторії; спонукати по певної дії; активувати увагу й зацікавити аудиторію; переконати аудиторію за допомогою вигаданих фактів; залякування аудиторії тощо [4, с. 187].

Проте вважається, що вищезазначене є не зовсім коректним. Адже фейк – це не завжди поширення лише неправдивої інформації. Часто фейками стають правдиві події, подані під необхідним адресанту кутом зору. Одна й та сама інформація, у якій наголос робиться на різні акценти, може бути об'єктивною чи фейковою.

Вважаємо, що слід погодитися з думкою Р. Черниша, що фейк у широкому сенсі – це поширення в інтернет-мережі, засобах масової інформації чи в будь-який інший спосіб у довільній формі актуальних у даний проміжок часу для конкретної спільноти відомостей/даних про події, факти, обставини, які не відбувалися, частково правдивої інформації чи її розповсюдження крізь призму суб'єктивізму [7].

У вузькому значенні фейк – це поширення недостовірних відомостей/даних у вигідному для конкретної особи (групи осіб) ракурсі з метою викривлення об'єктивної реальності для досягнення певної мети.

Довільність поширення полягає в тому, що неважливо, яке вибране джерело (спосіб доведення) – друковані чи електронні ЗМІ, соціальні спільноти в інтернет-мережі, блоги тощо [7, с. 111].

Західні дослідники частіше використовують поняття *фейкові новини*, під якими розуміють «сфабриковану або неправдиву інформацію, що поширюється через загальнодоступні медіа-канали, включаючи друковані ЗМІ, телеканали чи Інтернет. ... *фейкові новини* не є політичною сатирою, інформацією, що представлена у форматі звіту про фейкові новини або пародією на новини» [15, с. 16–17].

Л. Компанцева наголошує, що створення і використання фейкових новин зумовлені такими чинниками:

- *намір*: постачальники фейкових новин можуть бути мотивовані фінансовими стимулами, індивідуальними політичними цілями тощо. Фейкові новини можуть надсилатися із зловмисними намірами або без них. Тим не менше, інформаційні операції мотивуються політичними цілями, а не фінансовою вигодою;

- *середовище*: фейкові новини перш за все пов'язані з новинами, які мають надходити з легітимних джерел. Проте інформаційні операції часто включають у себе більш широку інформаційну екосистему, зокрема старі та нові медіа;

- *ампліфікація*: фейкові новини існують самостійно в інтернеті. Проте послідовне скоординоване підсилення сприяє їхній участі в інформаційних операціях [2, с. 268–269].

А. Парк та М. Монтечі зауважують, що, оскільки ЗМІ зазнають певного контролю з боку громадянського суспільства, то фейкові новини «поширюються, як пожежа, через дискусійні форуми, соціальні мережі з потенційно небезпечними наслідками» [15, с. 17]. Наші дослідження сучасного медіаконтенту довели, що друковані видання та радіо мало-придатні для розповсюдження фейків: низька оперативність,

фоновий характер мовлення, друкована публікація як доказ протиправної комунікативної діяльності ускладнюють створення та розповсюдження неправдивої інформації або ж спроб зомбування аудиторії. Натомість телебачення та інтернет набувають значущої сили. Швидкість реакції на подію, відсутність часу на перевірку інформації, недбалість журналістів чи творців повідомлення, вплив влади на інформаційну політику електронних медіа породжують умисне чи випадкове породження брехні та дезінформації. Крім того, державі важко контролювати кіберпростір – і він стає платформою для маніпуляцій та інших когнітивних впливів на аудиторію.

Впливовість фейків на поведінку і ставлення цільових аудиторій зумовлена їхньою дискурсивною технологічністю: підміна понять, сенсів, створення симулякрів, заміна об'єктивної реальності на необхідну адресанту, повторюваність брехні та дезінформації – це все технології створення фейкової реальності.

М. Кіца зауважує, що фейк за своїм походженням має певний семантичний відтінок. До розпалу українсько-російського конфлікту українські ЗМІ та реципієнти часто сприймали фейк як жарт – навмисне перекручення фактів, аби викликати позитивні емоції, сміх тощо. Однак тепер дедалі частіше фейк перетворюється на справжню дезінформацію, яка вводить в оману [1, с. 286].

Р. Черниш наводить наступну класифікацію фейків за різними критеріями:

- за методом поширення: масово медійні (створюють для поширення в рейтингових ЗМІ) і локальні (поширюються під час розмов, у соціальних спільнотах, блогах тощо);
- за зовнішньою формою поширення: фотофейк, відеофейк, фейковий журналістський матеріал, фейковий допис, чутка;
- за територіальною спрямованістю: внутрішні (спрямовані на громадян конкретної території, держави) та зовнішні (спрямовані на представників міжнародної спільноти);
- за направленістю (аудиторія): представники певних соціальних верств / певного віку (наприклад, студенти, пенсіонери) та всі громадяни;

- за метою: сіяння паніки, розпалення міжнародної (расової, релігійної тощо) ворожнечі; поширення хибної думки; маніпулювання свідомістю; розважальний характер; звернення уваги на когось/щось; підготовка суспільства до сприйняття якоїсь події, явища, рішення тощо [7].

Усі зазначені типи фейків можуть бути визначені за низкою параметрів:

- посилення або приниження конкретної проблеми, використання привабливого «гачка» для конкретних цільових аудиторій;

- наміри посилити недовіру до політичних установ, підірвати статус-кво політичних або громадських інститутів на стратегічному рівні;

- наслідування довгострокової мети щодо провокування конфлікту;

- підробка (іноді масова) облікового запису;

- координований обмін контентом та повторювані миттєві повідомлення, зокрема в кількох групах одночасно;

- координація «лайків» або реакцій;

- створення груп або сторінок з конкретним наміром розповсюдити сенсаційні або упереджені новини;

- створення впливових (наприклад, расистських) мемів або маніпулювання фотографіями та відеоматеріалами (див. більш дет. [2, с. 270–271]).

До цих маркерів ідентифікації фейків вважаємо за необхідне додати такі:

- першоджерелом фейкових новин є соціальні мережі. Після публікації в соціальних мережах фейки починають розповсюджуватися у другорядних медіа, а далі – у центральних;

- у заголовках новин використовуються слова й словосполучення, що привертають увагу: «шок!», «сенсація!», «терміново!», «увага!»; заклики до дії – «скоріше, бо скоро це видалять з мережі!», «не піддавайтесь паніці!»; риторичні питання «Невже почалося?», «Хто вбив Януковича та організував Майдан?», «Коли Росії кінець?»;

- новини, в яких присутні елементи мови ворожнечі, ярлики, емоційно забарвлені епітети «хунта», «ватники», «бандерівці», «терористи» тощо;

- факти, що наводяться в новинах, є провокативними;

- підвищена емоційність текстів новин та їхніх заголовків – «чим страшніше і яскравіше описувана картина подій – тим більша ймовірність того, що їх описував пропагандист, а не журналіст» [9, с. 187].

Класичними прикладами фейків стали: репортаж 1-го російського телеканалу про начебто розіп'ятого військовослужбовця-ми ЗСУ хлопчика (<https://www.youtube.com/watch?v=kgfkWExDrUQ>); коментар Д. Кисельова на каналі «Росія-1» щодо нової військово-морської бази ЗСУ в Сєвєродонецьку Луганської області та бойових вододлазів СБУ (<https://www.youtube.com/watch?v=3tfqVCCJEpg>); сюжети щодо згвалтованої жінки (<https://www.youtube.com/watch?v=j-WJSWVeJnA>, <https://www.obozrevatel.com/curious/62835-ne-silno-ponravilos-rasskaz-terrorista-dnr-ob-iznasilovanii-s-penkoj-vzorval-set.htm>); перекручена заява командувача військ НАТО в Європі генерала Брідлава про ймовірність нанесення авіаційного удару по скупченнях російських військ в Україні (<https://park72.ru/politics/42065/>, <https://politics.segodnya.ua/politics/eks-komanduyushchiy-voyskami-nato-v-evrope-prizval-trampa-predostavit-ukraine-oruzhie-796628.html>) тощо. Концепція та абсурдність повідомлень вже вказує на пропаганду та замовний характер матеріалу і як наслідок – насиченість інформаційного простору фейковим контентом. А емоційна складова є настільки потужною, що у споживачів інформації віра в реальність цих подій виникає автоматично. Фейки формуються за когнітивним механізмом – особистісна комунікативна стратегія «я співчуваю» трансформується в стратегію «я вірю, що то правда». «Це механізм виникнення так званої постправди, тобто відмова від об'єктивних доказів із переходом у площину емоцій та ставлення до події. Постправда поступово завойовує своє місце у світових ЗМІ. Не дивно, що в 2016 році post-truth стало словом року за версією «Оксфордського словника англійської мови» [11].

У сучасній російській журналістиці фейки вважаються адекватною технологією подання новин. Так, російський журналіст В. Яковлев визначає фейк як один із методів бойової спецпропаганди – «великої брехні», сутність якого полягає в тому, щоб «із максимальною впевненістю запропонувати аудиторії настільки глобальну та жахливу брехню, що майже неможливо повірити, начебто можна про таке брехати. Трюк полягає в тому, що правильно скомпонована і добре продумана «велика брехня» викликає у слухача чи глядача глибоку емоційну травму, яка потім надовго визначає його погляди всупереч будь-яким доводам логіки й розуму» [8].

«Постправда» як когнітивна основа сучасних комунікацій викликає занепокоєння сучасних науковців (А. Єрмоленко, Л. Компанцева, О. Марків, Г. Почепцов), а фейкові новини відносять до форми дискурсивного інжинірингу, спрямованого на забезпечення публічної циркуляції дискурсів (А. Граан, А. Ходгес). «Творці фейкових новин, чи то македонські тінейджери, чи то американські екстремісти, чи то російські «ферми троллів», працюють на просування необхідного уявлення про певну проблему. Вони часто носять сенсаційний або ж непристойний характер, щоб отримати монетизацію в кліках. Можуть також працювати на негативну мету із розповсюдження дезінформації та породження недовіри серед аудиторії. Втім, хоч ці практики дискурсивного інжинірингу намагаються формувати публічну циркуляцію дискурсів, це не означає, що вони завжди чи часто досягають успіху, оскільки принцип подачі фейкових матеріалів спрямований не до інтелекту, а на емоційне збудження і активацію наперед запрограмованих реакцій» [13].

Проаналізуємо технологію появи та розповсюдження фейків на матеріалі інформаційного агентства «Остров»:

Все почалося з того, що "дехто" репортер Руденко "отримав непідтверджену інформацію про загибель в результаті вибуху трьох жителів окупованої Горлівки. На основі почутого дзвону він тут же розмістив у своєму "телеграм-каналі" сенсаційне повідомлення: "Селище 6/7 Горлівка, троє загиблих, все мирні! Попередньо, міна скинута з БПЛА!". Через кілька хвилин його підхопив ще один "телеграфіст", який називає себе "військ-

кор Медведєв". Спочатку він традиційно для фабрики сепаратистської пропаганди перепостив повідомлення. Потім, що відбувається досить рідко, посмів засумніватися і спробував перевірити ще раз скупу інформацію. Однак за кілька годин після старту вищеописаного фейку, вельми популярний на окупованій частині Донецької області ресурс *Inside Donetsk* реанімував цю фальшивку. "Троє мирних жителів загинули в результаті вибуху під Горлівкою, причини події встановлюються", - повідомив він з посиланням на чергове "джерело", відмовившись, щоправда, від згадки про всюдисущий "український БПЛА". А ось "Репортер Руденко" від версії "українських карателів" не відмовився і продовжив її розганяти. "На місці загибелі людей в районі Горлівки, селище шахти 6/7, працюють фахівці! Розглядаються відразу три версії – обстріл, робота БПЛА і необережне поводження з боєприпасом! Чекаємо висновків слідчої групи", – поставив він на перше місце саме підступність "укропів".

Отже, незважаючи на відсутність будь-якого підтвердження факту цієї самої підступності, засоби масової пропаганди "ДНР" продовжували тиражування цієї інформації. В кінцевому підсумку виявилось, що три чоловіки під Горлівкою дійсно загинули. Вони намагалися розпиляти невідомий пристрій: балон або снаряд. Навіть самозване "МВС ДНР" визнало, що "причиною події (загибель трьох цивільних осіб – "ОстроВ") стало необережне поводження з вибухонебезпечним предметом". Але старшого товариша, який особистим прикладом показує, що не можна здаватися навіть у випадках, коли українського сліду днем з вогнем не знайдеш, такі пояснення не влаштували. "ДОНБАС, ТРОЄ ЗАГИБЛИХ ЦИВІЛЬНИХ. Розпил СНАРЯДА молотком? ТАК БУВАЄ? ТАК, ПРИЧИНА – ПІДРИВ, АЛЕ ...", – знову закрутив інтригу російський пропагандист і майстер фейкових новин Олександр Сладков...

Отже, замісили в соціальних мережах щось, додали незрозуміло що – і тхнутий фейк з'являється вже не в "Телеграмі", а на сторінках інформаційних ресурсів, які вважають себе ЗМІ: "ЗСУ з БПЛА вбили трьох жителів Горлівки". Виправдуйтеся тепер, "укропи". (<https://www.ostro.org/donetsk/politics/articles/600169/>).

Проаналізуємо наведений приклад. Автор фейку пропонує «гачок» для читачів – загибель мирних мешканців Горлівки від нібито снаряду від українського БПЛА, тим самим формується недовіра до Збройних Сил України й впроваджується меседж – «українці порушують перемир'я». Фейк спрямований на довгостроковий конфлікт. Розповсюджувач інформації – нікому не відомий «Репортер Руденко». Активне розповсюдження матеріалу – понад 5 тис. переглядів і перепостів у кількох групах одночасно – спрямоване на створення «ефекту каруселі», щоб у потоці інформації сховати реальні факти.

Емоційність повідомлення (*Оправдывайтесь теперь, "укропы"...* (*Виправдовуйтесь теперь, укропи*); *этот случай не явный и странный, очень странный..., трагедия (цей випадок не явний і дивний, дуже дивний....., трагедія)*) й використання ярликів (*укропы*), опозиції свої – чужі (*бойці ДНР – укропи*) спрямовані на спотворення іміджу України й формування образу ворога.

Фейки є небезпечним зряддям інформаційно-психологічної війни, метою якої є вплив на свідомість та морально-психологічний стан української громади, її деморалізація та дезорієнтація, зміна картини світу соціуму [1, с. 214]. Через системність та повторюваність у часі фейки можуть призводити до зомбування споживачів інформації та успішної реалізації зовнішньополітичних цілей агресора невоєнними способами.

Інтернет-простір надає можливості для вільного прояву особистості, часто в агресивному контексті, пов'язаному з реалізацією різних типів конфліктної мовної поведінки, включаючи маніпулювання та експлуатацію ідей «дружби народів». Така фейкова інформація є частиною російської пропаганди та негативно впливає на мешканців Донбасу зокрема та всієї України загалом, викликає агресію та розпалює ворожнечу. Розуміючи це, російські пропагандисти підтримують значну кількість вебсайтів медіа-партнерства, а також інформаційних агентств в усьому світі.

Наслідки від щоденного споживання такої інформації настільки ж очевидні, наскільки й непередбачувані. «Адже сіяння паніки, псевдоекспертні висновки та фейсбук-стратегії вплива-

ють не лише на емоційний стан людей, а й на їхні конкретні рішення та дії. Хтозна, чи не це підштовхує людей брати до рук зброю» [6, с. 287]. Результатами використання маніпулятивних технологій для України стають поступове зниження міжнародного іміджу, руйнування почуття нації та народу, домінування російської мови та традицій для утвердження самоідентифікації, витіснення української мови та культури.

Отже, для боротьби з агресивним фейковим контентом необхідно системно формувати критичне мислення у громадян України, не лише розвінчувати, а й висміювати фейки, що є найгострішою зброєю протидії пропаганді РФ.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Кіца М. О.* Фейкова інформація в українських соціальних медіа: поняття, види, вплив на аудиторію. *Наукові записки: Соціальні комунікації*, 2016. Вип. 1 (52). С. 281–287. URL: <http://nz.uad.lviv.ua/static/media/1-52/36.pdf>.

2. *Компанцева Л. Ф.* Лінгвістична експертиза соціальних мереж: підручник. Київ: НА СБУ, 2018. С. 268–269.

3. *Ланаєв Ю.* Контртра. Як зупинити російські фейки. URL: <http://tyzhden.ua/Society/184903>.

4. *Мудра І.* Поняття «фейк» та його види у ЗМІ. *Теле- та радіожурналістика*. 2016. № 15. С. 187. URL: <http://publications.lnu.edu.ua/collections/index.php/teleradio/article/viewFile/694/699>.

5. *Саприкін О. А.* Фейк як інструмент інформаційної війни проти України. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*, 2016. № 1. С. 87–94. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bdi_2016_1_15.

6. *Снітко О.* Проекти тотального зомбування в інформаційному просторі України. *Інформаційна безпека людини, суспільства, держави*. 2017. №1 (21). С. 207–215. URL: [file:///C:/Users/HOME/Downloads/iblsd_2017_1\(21\)_26.pdf](file:///C:/Users/HOME/Downloads/iblsd_2017_1(21)_26.pdf).

7. *Черниш Р. Ф.* Фейк як один із інструментів негативного впливу на національну безпеку України в умовах ведення гібридної війни. *Часопис Київського університету права*. 2019/2. С. 109–114.

8. *Яковлев В.* Бойова пропаганда: жертви серед нас. URL: <https://www.umoloda.kyiv.ua/number/0/2010/104292/>.

9. *Allcott, H., & Gentzkow, M.* Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives* 31, 2017. №2: 211–36. URL: <https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/jep.31.2.211>.

10. *Baym, G.* The Daily Show: Discursive Integration and the Reinvention of Political Journalism/ Political Communication 22, 2005. N 3: 259–276.

11. *Graan A., Hodges A., Stalcup M.* Conversation on Technology, Trust, and Publics in an Age of Mass Disinformation. UNDERSTANDING "FAKE NEWS": A BIBLIOGRAPHIC PERSPECTIVE. *Fake News and Anthropology: A Conversation on Technology, Trust, and Publics in an Age of Mass Disinformation*. URL: <https://polarjournal.org/2020/02/16/anthropology-and-fake-news-a-conversation-on-technology-trust-and-publics-in-an-age-of-mass-disinformation/>.

12. *Lewandowsky, S., Ecker, U. K., & Cook, J.*, Beyond Misinformation: Understanding and Coping with the “Post-truth” Era. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*. 6, 2017. № 4. C. 353–69.

13. *Mihailidis, P., & Viotty, S.* Spreadable Spectacle in Digital Culture: Civic Expression, Fake News, and the Role of Media Literacies in “Post-fact” Society. *American Behavioral Scientist* 61, 2017. № 4. C. 441–54.

14. *Narvaez, D.* Moral Complexity: The Fatal Attraction of Truthiness and the Importance of Mature Moral Functioning. *Perspectives on Psychological Science*, 2010. № 2:163.

15. *Andrew Park, Matteo Montecchi, Cai ‘Mitsu’ Feng, Kirk Plangger, and Leyland Pitt* Defence Strategic Communications. Vol. 8. Autumn 2020. RIGA.8.4., P. 141–172.

16. *Tandoc Jr, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R.* Defining “Fake News: A Typology of Scholarly Definitions *Digital Journalism* 6, 2018. № 2. P. 137–53.

17. *Khaldarova, I., & Pantti, M.* Fake News: The Narrative Battle Over the Ukrainian Conflict, *Journalism Practice* 10, 2016. № 7. P. 891–901.

Pryschepa H. O., PHD Student

National Academy of Security Service of Ukraine, Kyiv

ORSID ID: 0000-0001-6870-2015

FAKE IN THE LINGUISTIC DIMENSION

The technologicalization of modern communications has led to the emergence of new genres of communication: media platforms, social networks, forums and blogs have embodied freedom of speech and independent thought, but at the same time have become a field of psycholinguistic technology to control the moods and behavior of Internet users. The situation that arose among Ukrainian journalists was called "extremism on the Internet" or "online extremism." One of the manifestations of this extremism is fake. Research in this genre has become a trend

in the humanities over the past five years, as fake communications are changing the audience's perception of social events on a global scale. The most cited articles on fake, presented in the Web of Science database, address the impact of fakes on socio-political events, including the US election, Russia's aggression in Ukraine; fake news in the media and their impact on national worldviews, civic attitudes and philosophical perceptions of reality. The Internet provides opportunities for free expression, often in an aggressive context involving different types of conflicting language behavior, including manipulation. The consequences of daily consumption of such information are as obvious as they are unpredictable. At the same time, the use of manipulative technologies for Ukraine results in a gradual decline in the international image, the destruction of the feelings of the nation and the people, the dominance of the Russian language and traditions to establish self-identification, displacing the Ukrainian language and culture. A detailed analysis of works on fakes leads to the conclusion that the study of this problem in the near future will remain a pressing issue in both academic science and politics, international relations, journalism, communications, business, management and social sciences in general; it is important to monitor the search in this direction to provide proactive counteraction to the misleading global society.

Key words: *fake, hybrid war, linguistic dimension, cognitive influence, technology, news.*

REFERENCE

1. *Allcott H., Gentzkow M.* Social Media and Fake News in the 2016 Election // *Journal of Economic Perspectives* 31, N 2 (2017): 211–36. URL: <https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/jep.31.2.211>.
2. *Baym, G.* The Daily Show: Discursive Integration and the Reinvention of Political Journalism? // *Political Communication*. 22. N 3 (2005). 259–276.
3. *Graan Andrew, Hodges Adam, Stalcup Meg.* Understanding ‘fake news’: a bibliographic perspective // *Fake News and Anthropology: A Conversation on Technology, Trust, and Publics in an Age of Mass Disinformation*. URL: <https://polarjournal.org/2020/02/16/anthropology-and-fake-news-a-conversation-on-technology-trust-and-publics-in-an-age-of-mass-disinformation/>.
4. *Kitsa M.* Feikova informatsiia v ukrainskikh socialnykh media: poniattya, vidy, vplyv na audytoriiu. *Naukovi zapysky: Sotsialni komunikatsii*, 2016. Vyp. 1 (52). 281–287. URL: <http://nz.uad.lviv.ua/static/media/1-52/36.pdf>
5. *Kompantseva L.* Lihvisticzna ekspertyza socialnykh merezh. K.: NA SBU, 2018.
6. *Lapteva Y.* Kontrhra. Yak zupynyty rosiisky feiky. URL: <http://tyzhden.ua/Society/184903>.

7. Lewandowsky, S., Ecker, U. K., & Cook, J., Beyond Misinformation: Understanding and Coping with the “Post-truth” Era’. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition* 6, N°4 (2017). 353–69.
8. Mihailidis, P., & Viotty, S. Spreadable Spectacle in Digital Culture: Civic Expression, Fake News, and the Role of Media Literacies in “Post-fact” Society’. *American Behavioral Scientist* 61/ N4 (2017). 441–54.
9. Mudra I. Poniattia “feik” ta yoho vydy u ZMI. *Tele- ta radiozhurnalistyka*. 2016. Vyp. 15, 187. URL: <http://publications.lnu.edu.ua/collections/index.php/teleradio/article/viewFile/694/699>.
10. Narvaez, D. Moral Complexity: The Fatal Attraction of Truthiness and the Importance of Mature Moral Functioning’ *Perspectives on Psychological Science* 5, N 2 (2010): 163–81.
11. Park Andrew, Montecchi Matteo, Cai ‘Mitsu’ Feng, Kirk Plangger, and Leyland Pitt. Understanding Fake News. *Defence Strategic Communications*. Vol. 8. Autumn 2020. 141–172.
12. Saprykin O. Feik yak instrument informacii noi viiny proty Ukrainy. Bibliotekaznavstvo. Dokumentoznavstvo. Informolohiia. 2016. № 1. 87–94. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bdi_2016_1_15.
13. Snitko O. Proekty totalnoho zombuvannia v informacii nomu prostori Ukrainy. *Informaciina bezpeka liudyny, suspilstva, derzhavy*. 2017. № 1 (21). 207–215. URL: [file:///C:/Users/HOME/Downloads/iblsd_2017_1\(21\)_26.pdf](file:///C:/Users/HOME/Downloads/iblsd_2017_1(21)_26.pdf).
14. Tandoc Jr, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R., Defining “Fake News”: A Typology of Scholarly Definitions. *Digital Journalism* 6, N 2 (2018): 137–53.
15. Khaldarova, I., & Pantti, M., ‘Fake News: The Narrative Battle Over the Ukrainian Conflict’, *Journalism Practice* 10, N° 7 (2016): 891–901.
16. Chernysh R. Feik yak ody n z instrumentiv nehativnoho vplyvu na natsionalnu bezpeku Ukrainy v umovakh vedennia hibridnoi viiny. *Chasopys Kyivskoho universitetu prava*. 2019/2. 109–114.
17. Yakovlev V. Boiova propaganda: zhertyv sered nas. URL: <https://www.umoloda.kyiv.ua/number/0/2010/104292/>.

Дата надходження до редакції – 20.07.2021
 Дата затвердження редакцією – 19.08.2021