

ПОЛІТИЧНІ ІНСТИТУТИ ТА ПРОЦЕСИ

Історико-політичні проблеми сучасного світу:
Збірник наукових статей. – Чернівці:
Чернівецький національний університет,
2021. – Т. 44. – С. 52-63
DOI: 10.31861/mhpi2021.44.52-63

Modern Historical and Political Issues:
Journal in Historical & Political Sciences. – Chernivtsi:
Chernivtsi National University,
2021. – Volume. 44. – pp. 52-63
DOI: 10.31861/mhpi2021.44.52-63

УДК 327(470:477):001.92]:316.776.23

© Євгенія Вознюк¹

Особливості поширення російських фейків в Україні

У статті розкрито поняття фейку та фейкової інформації; охарактеризовано їх види, мету і основне завдання поширення; виокремлено класифікації фейків.

У ході дослідження наголошено на найдоступніших каналах для поширення фейків – Інтернет-платформах, соцмережах та месенджерах. Доведено, що ефективно використовують усі можливості соціальних мереж боти й тролі. Визначено, що протягом довгого часу в Україні серйозною проблемою є інформаційна ізоляція окупованих територій, а також що соціальні мережі є надзвичайно дієвим маніпулятивним інструментом та потужним джерелом (дез)інформації, завдяки якому індустрія фейків постійно зміцнюється.

Проаналізовано Facebook як найбільший соціальний медіа-сервіс у кожній великій країні, що став засобом поширення фейкових новин та іншої пропаганди. Досліджено чимало прикладів використання фейків, маніпуляцій у соціальних мережах.

Доведено, що боротись із розповсюдженням фейків надзвичайно складно, а отже їх спростування є не найефективнішим підходом для боротьби з ними, навіть якщо існують факти та аргументи для їх спростування, досить легко схилити читачів зайняти позицію оборони й ще глибше повірити в неправдиву історію. Запропоновано декілька порад, щоб уникнути масового розповсюдження фейків.

Ключові слова: фейк, соціальні мережі, маніпуляція, маніпулятивний інструмент, фейкова новина.

The Features of the Russian Fakes Spreading in Ukraine

The article reveals the concept of fake and fake information; their types, purpose, and the main task of distribution are characterized; fake classifications are singled out.

The study highlighted the most accessible channels for the distribution of fakes – Internet platforms, social networks, and messengers. It has been proven that bots and trolls use all the possibilities of social networks effectively. It has been determined that information isolation of the occupied territories has been a serious problem in Ukraine for a long time and that social networks are an extremely effective manipulative tool and a powerful source of (dis)information, thanks to which the fake industry is constantly strengthening. It is revealed that Russian propaganda fakes built destabilizing and destructive codes against Ukrainians: “armed coup”, “Kyiv regime”, “junta”, “desertion” and emphasized Russia’s heroism – “Russia helps fraternal peoples”, “Russia does not wage war”, “Russian army is noble and peaceful”. It is determined that with the beginning of hostilities in Donbas the communication strategies of the Ukrainian, Russian and pro-Russian mass media became significantly radicalized. It is emphasized that another feature of Russian fakes is the combination of “negative” Ukrainians with the “West as a key enemy”, which is waging a global geopolitical war against Russia. According to the Russian media, it is the West, the United States, and NATO that are waging war in Ukraine, and as proof of this, headlines to sensational materials.

Facebook has been analysed as the largest social media service in every major country, which has become a means of spreading fake news and other propaganda. Many examples of the use of fakes, manipulations in social networks have been studied.

¹Доцент кафедри міжнародних відносин і регіональних студій Волинського національного університету імені Лесі Українки, Україна. E-mail: vozniukjane.vippo@gmail.com, Voznyuk.yevhenija@vnu.edu.ua; <https://orcid.org/0000-0002-7828-7430>.

It is worth noting that in Ukraine for 4 years there is a ban on Russian Internet services, which in May 2017 banned Kaspersky Lab and Dr. Web, all Yandex services, ABBYY, 1C, and Mail.ru Group, which owns the social networks VKontakte and Odnoklassniki.

It has been proven that it is extremely difficult to fight the spreading of fakes, so refuting them is not the most effective approach to combating them, even if there are facts and arguments to refute them. The author offers a number of useful tips that should be followed to effectively avoid the spread of fakes throughout Ukraine.

Key words: fake, social networks, manipulation, manipulative tool, fake news.

Постановка наукової проблеми та її значення. Кремль та, підтримувані Росією, самопроголошені ЛНР і ДНР через український інформаційний простір проводять потужні маніпулятивні спецоперації. Вони спрямовані на спотворення минулого, викривлення теперішнього і моделювання майбутнього, створення вигаданої доданої реальності в українському суспільстві, а у підсумку на жорстке управління Україною загалом.

В умовах інформаційної агресії Росії проти України розглядаємо маніпуляцію як політичну інформаційну обробку суспільної думки в інтересах визначених економічних, соціальних, політичних та інших груп і осіб, як систему засобів інформаційного і психологічного впливу на свідомість за допомогою масового поширення фейків із метою нав'язування певних ідей, цінностей. Досить актуальним є пошук і вироблення механізмів захисту інформаційного простору України від інформаційно-маніпулятивних посягань в умовах, коли Російська Федерація проводить повноцінну інформаційну окупацію.

Аналіз останніх досліджень. Особливо актуально досліджується тема у Глосарії : навчальному енциклопедичному словнику-довіднику із питань інформаційної безпеки за загальною редакцією професора А. М. Шуляк. Гостро піднімається питання масового продукування фейків та сучасна індустрія маніпуляцій у Дмитра Кулеби у книзі «Війна за реальність : як перемагати у світі фейків, правд і спільнот», а також у Т. Савчука, І. Парфенюка, А. Шуляк, Є. Тихомирової. Аналіз впливу та використання соціальних мереж у російсько-українському інформаційному протистоянні чітко прослідковується у І. Матвіїшиної, В. Малинка та О. Довженко. Пропагандистська лексика, використання негативних наративів зустрічаємо у роботах В. Кондратова, А. Шуляк та В. Романюк.

Мета статті полягає в дослідженні проблем та особливостей поширення російських фейків та фейкової інформації в Україні найдоступнішими каналами – Інтернет-платформи, соцмережі та месенджери. Зазначена мета визначає такі **завдання**: встановити мету поширення фейків та їх основні види; проаналізувати найбільш доступні канали для поширення фейків Російської Федерації; охарактеризувати Facebook як найбільший соціальний медіа-сервіс, а також швидкий засіб поширення фейкових новин й іншої пропаганди; висвітлити та проаналізувати декілька прикладів фейків російської пропаганди; - визначити та запропонувати ряд порад, щоб уникнути розповсюдження фейкової інформації інформаційним простором України.

Виклад основного матеріалу. Фейкова інформація (англ. *fake* – фальшивий, сфабрикований): 1) шахрайство, повністю або частково вигадана інформація про суспільні події, справжніх людей, або про речі, явища, що подаються у мас-медіа під виглядом справжніх журналістських матеріалів; 2) спеціально спотворена новина, подія чи журналістський матеріал, який містить неправдиву або перекручену інформацію, що дискримінує певну людину чи групу осіб в очах аудиторії² Як синонім до поняття вживається термін «журналістська качка» чи латинське словосполучення «*non testatur*» чи його скорочення NT, що в перекладі означає «не перевірено», але німецькою мовою звучить як «качки» (нім. – ente), у сучасних українських соціальних медіа фейкова інформація спрямована на дезінформацію, введення в оману аудиторії, що, у результаті, викликає негативні емоції. Д. Кулеба у книзі «Війна за реальність: як перемагати у світі фейків, правд і спільнот» зазначає, що «фейк – це сконструйована фальшива новина і маніпуляції так, щоб у споживачів складалося чітке переконання: це і є важлива для мене правда, яку всі приховують від мене, тому що в умовах комунікативної війни емоції загострюються, а кри-

² Глосарій: навчальний енциклопедичний словник-довідник із питань інформаційної безпеки (2019) (Ред. Шуляк, А.). МПБП «Гордон», Київ, с. 523.

тичне мислення притуплюється»³ Фейками можуть бути фотографії, зроблені в програмі Photoshop; відеоролики, що не несуть правдивого контенту; написані або вигадані неправдиві новини, які важко відрізнити від правдивих; фальшиві акаунти в соціальних мережах тощо.

Мета поширення фейків дуже різна – від поширення новин заради грошей до шахрайства, особливо для fishing-атак (вид шахрайства, мета якого – виманювання в довірливих чи неуважних користувачів мережі персональних даних клієнтів онлайн-аукціонів, сервісів із переказу або обміну валюти, Інтернет-магазинів. Основне завдання фейкових повідомлень зводиться до передачі недостовірної інформації й прагнення переконати аудиторію в її правдивості. За методом поширення їх класифікують: - мас-медійні, які створюють спеціально для ЗМК й через них поширюються, - мережні чутки, що поширюють чийсь вигадку через соціальні мережі. За формою розрізняють фотофейк – найбільш поширений і водночас найлегший для спростування, відеофейк та фейковий журналістський матеріал⁴. Також фейки можна систематизувати як навмисно створені; вигадки, що сприйняті як правда; масштабні містифікації; умисне однобічне висвітлення подій; історії, у яких «правда» є суперечливою.

Британська телерадіомовна корпорація (BBC) пропонує таку класифікацію фейків: неправдиві новини, поширені навмисно; новини, які містять правдиву інформацію, але не є цілком точними (може виникнути, якщо журналісти чи блогери не перевірили факти, перш ніж опублікувати матеріал, або перебільшили деякі з них).

Варто виділити три типи неправдивих повідомлень характерних українському інформаційному простору:

- спеціально створені й розповсюджені, аби завдати шкоду;
- створені без наміру спричинити шкоду;
- створені на основі конкретних подій чи інформації й розповсюджені для того, щоб завдати шкоду.

Найбільш доступні канали для поширення фейків – Інтернет-платформи, соцмережі та месенджери. Непереверену інформацію, поширену через ці канали, можуть підхопити як «класичні» ЗМІ, так і інші сайти. Можливість фейкам поширюватися якнайшвидше надають соціальні мережі. Вони створюють відчуття реальної причетності до соціально-політичних процесів не лише на рівні спілкування, а й конкретних дій, участі у розв'язанні конкретних суспільних проблем. З огляду на такі властивості, як доступність, анонімність, оперативність, високий рівень довіри, сегментація за інтересами, соціальні мережі є зручними для поширення фейків.

Серед детермінант, що сприяють використанню соціальних мереж виділимо такі:

- дешевизну й мобільність поширення інформації;
- можливість приховати реальні джерела, поширювати фейки в кількох мережевих ресурсах;
- безкарність, анонімність;
- технічні можливості Інтернету дають змогу не лише створювати мережі та впливати на споживачів інформації, але й проводити моніторинг мереж, визначаючи можливі мережі й адреси поширювачів тієї чи іншої інформації.

Завдяки розширеному доступу до інформації та її продукування, полегшенню взаємодії людей, розділених територіально, та можливості утворення спільнот однодумців відкриваються нові можливості для використання соціальних мереж для поширення фейків.

Ефективно використовують можливості соціальних мереж боти й тролі. Боти – визначена технологія, що за допомогою спеціально-прописаних програм здійснює постійну комунікацію в соціальних мережах. Тролі – це особи, які за матеріальну вигоду підбурюють у соцмережах та провокують. Замовний тролінг полягає в навмисному розміщенні повідомлення провокативного, принизливого змісту, аби спровокувати суперечку, довести опонентів до нестями від роздратування, обурення. Розміщення «вірусних» матеріалів на ресурсах відео- та фотохостингу, у соціальних мережах дає змогу ефективно поширювати потрібний контент.

Протягом довгого часу в Україні серйозною проблемою є інформаційна ізоляція окупованих територій. Так, станом на квітень 2015 р. у Донецькій області працювали: 10 новинних і понад 30 загалом російських каналів телебачення; 3 сепаратистських телеканали: «Оплот», «Новоро-

³ Кулеба, Д. (2019) *Війна за реальність : як перемагати у світі фейків, правд і спільнот*. Книголав, Київ, с. 70.

⁴ Глосарій (2019). Вказ. пр., с. 519.

сия», «Донецкая республика»; сайти: «Новороссия», «Новости Донецкой республики», «Оплот». Політику російських окупантів також ідеологічно забезпечували газети: російські «Комсомольская правда», «Российская газета»; сепаратистські – «Новороссия», «Донецкая республика» і «Мирный Донбасс»; радіо «Республика». У Луганській області працювали: телеканали: «Луганськ-24» і ГТРК ЛНР – сепаратистський канал, що працює на захоплених потужностях телеканалу ІРТА; провідний сайт сепаратистів «Луганський інформаційний портал» і сайт «Исток» Молодежное Информационное Агенство. Функціонували друковані видання: «Жизнь Луганска»; «XXI век» і «Экспресс-клуб».

У цей час російські канали розповсюджували інформацію маніпулятивного змісту і на територіях, підконтрольних Україні та навіть у деяких прикордонних районах Харківської, Херсонської, Сумської, Чернігівської, Миколаївської і Запорізької областей. Натомість, українські канали на окупованих територіях ще не працювали, а на звільнених територіях, підконтрольних українській владі, комунальні та державні ЗМК майже не фінансувались⁵, окрім того, деякі регіональні медіа замовчували війну (газета «Донецкие новости», харківська «Время», «Харьковские известия»), деякі видання передруковували інформацію з сепаратистських сайтів («Таймер» (Одеса)).

Соціальні мережі – як маніпулятивний інструмент та потужне джерело (дез)інформації, завдяки якому індустрія фейків постійно зміцнюється. Результатами експерименту відділу стратегічних комунікацій НАТО (Stratcom, 2019) виявили, як соціальні мережі справляються з обіцянками протидіяти маніпулятивним намірам і розповсюдженням фейків на своїх платформах⁶. Практично два роки дослідники активно вивчали здатність соцмереж реагувати на «фальшиву активність»: лайки, кліки і репости. Для експерименту інфлюенсери маніпулювали системою з реклами (більше активності – більша виручка), підвищували популярність замовника (приватної особи) в Інтернеті, досить легко знаходили «провайдерів маніпулятивних послуг», які діють відкрито і все це робилось через несправжні облікові записи, які й формували думки користувачів соцмереж.

Експерт із соціальної комунікації І. Парфенюк виокремив такі фейки («псевдоподії») російських засобів масової комунікації:

- 1) подання сюжетів і фотографії подій, що відбувалися в інших військових конфліктах;
- 2) задіяння в сюжетах людей під виглядом свідків події, якої не було;
- 3) монтаж різних за часом і місцем подій;
- 4) поширення неправдивої інформації без посилань на джерело;
- 5) використання дезінформації та негативної інформації про Україну в інтерв'ю та коментарях відомих людей;
- 6) поширення неправдивої інформації про історичні події або персоналії;
- 7) висміювання інформації, яка начебто поширюється для «зомбування» українців⁷.

Власне такого роду фейки формують негативне ставлення до України, створюють негативний образ українців і зводяться до стандартних звинувачень противника у веденні війни проти цивільного населення – від навмисного вбивства до навмисного руйнування об'єктів цивільної інфраструктури; у знищенні культурних цінностей, культових споруд, спалюванні заповідних лісів; в аморальній поведінці солдатів (згвалтування, мародерство); у геноциді.

Російські пропагандистські фейки будували дестабілізаційні та деструктивні коди щодо українців: «збройний переворот», «київський режим», «хунта», «дезертирство» та наголошували на героїзмі Росії – «Росія допомагає братнім народам», «Росія не веде війни», «російська армія благородна та миротворча». У такій спосіб ЗМІ штучно формували певні міфи та уявлен-

⁵ Інформаційний простір України: нагальні виклики (14 квітня 2015) *Інститут демократії імені Пилипа Орлика* [Онлайн]. Available at: <https://www.slideshare.net/UkraineCrisisMediaCenter/ss-54338467> (Accessed: 22 серпня 2021 р.).

⁶ Савчук, Т. Індустрія маніпуляцій: скільки коштує вплив на вашу думку в соцмережі (недорого) (8 грудня 2019) *ForeignPolicy.com.ua* [Онлайн]. Available at: <https://foreignpolicy.com.ua/suspilstvo/industriia-manipulatsii-skilky-koshuie-vplyv-na-vashu-dumku-v-sotsmerezhi-nedoroho/?fbclid=IwAR0-pAx44OeojRY27Ky-S3bdqhx17GhFpLtKr8hrilRzIKORV B8zu6l7soo> (Accessed: 28 вересня 2021 р.).

⁷ Парфенюк, І. М. (2016) *Псевдоподії в інформаційних війнах*. Тези доповідей Міжнародного форуму з кризових комунікацій «Комунікаційно-контентна безпека в умовах гібридно-месіанських агресій путінської Росії» (Ред. В. Балабіна) ВІКНУ, Київ, с. 78.

ня, застосовували прийом ціннісної та етичної інверсії, коли злочинця зображують жертвою, а жертва обвинувачується у скоєнні злочину.

Із початком бойових дій на Донбасі комунікаційні стратегії українських, російських та російських ЗМІ значно радикалізувалися. Для позначення українських військових у сюжетах використовуються відповідні слова: «фашисти», «нацисти», «силовики», «карателі», з протилежного боку, образ «іншого/чужого» – «звичайні роботяги», «шахтарі», «трудівники». Низка досліджень на тему «як висвітлюють ЗМІ події на Донбасі» фіксують високий рівень використання мови ворожнечі в російських, українських і особливо в сепаратистських ЗМІ. У 2017 р. Громадська організація «Донецький інститут інформації» представила свої результати моніторингу мас-медіа по обидві сторони лінії розмежування⁸. За її даними, 20% усієї інформації, яка подається у ЗМІ на тимчасово окупованій території Донецької області містить мову з ознаками ворожнечі («окупанти», «хунта», «укрофашисти», «бандерівці», «п'ята колона», «гейропа», «вишивата», «кати», «вбивці російськомовних» тощо), формуючи з української держави в цілому та окремих її представників образ ворога. У ЗМІ та соціальних мережах на контрольованій Україною території тієї ж Донецької області, за цими даними, рівень лексики ворожнечі значно менший – 2% (здебільшого, це вирази «терористи», «окупанти», «ватники», «сепари», «кремлівські маріонетки», «рашисти», «мордор», «лугандон», «колорад») ⁹.

Ще однією особливістю російських фейків – поєднання «негативних» українців із «Заходом як ключовим ворогом», який веде глобальну геополітичну війну проти Росії. За повідомленнями медіа РФ, саме Захід, США і НАТО ведуть в Україні війну і як доказ цьому заголовки до сенсаційних матеріалів: «На стороні України воюють найманці з США», «В українській армії воюють афроамериканці», «На стороні України воює польська приватна компанія ASBS Othago», «П'яні американські солдати спричинили бійку в Маріуполі».

У російських інформаційних військах існує окрема стратегія для кожної країни: на міжнародну аудиторію працюють англомовні канали «Sputnik» і «Russia Today» (RT), на яких транслюють повідомлення, якими намагаються вплинути на Е. Макрона, А. Меркель, ЄС, США.

У 2016 р. тематика України набирає нового змісту – пропаганду застосовують вже до різних країн – Сирії, Туреччини, ФРН. Це сюжети: «Туркобандерівці: на Україні воюють джихадисти» (телеканал «Росія 24»), «Батальйон «Азов» готовий разом із Туреччиною воювати проти Росії в Сирії» (RT), «За сирійських терористів воюють українці» (nbnews.com.ua).

Негативний наратив «недодержава» – це лейтмотив великої кількості сучасних постів про Україну. Спільним для більшості повідомлень є те, що Україна залежна від США, її економіка в занепаді, а громадяни – «нетямущі». Цікаво, що проросійські користувачі «ВК» «не любили» українських партій із проросійською риторикою. Так, «Опозиційну платформу» критикували за кволу політичну позицію, її членів називали «зрадниками», за недостатнє просування інтересів Росії в Україні¹⁰.

Будучи найбільшим соціальним медіа-сервісом у кожній великій країні, Facebook із 2016 р. став засобом поширення фейкових новин й іншої пропаганди. Україна також потрапила до цього глобального тренду експлуатації соцмереж у політичних цілях. Тому компанія була змушена глобально реагувати на поширення неправдивих повідомлень серед своїх користувачів.

У 2018 р. Facebook посилив правила розміщення передвиборної агітації – політична реклама може бути розміщена лише тими рекламодавцями, які розташовані у цій країні; зобов'язав зазначати замовника і проходити процедуру авторизації. Facebook все частіше закривав фейкові акаунти, сторінки і групи. Наприклад, у квітні 2018 р. було заблоковано понад 270 сторінок і профілів російського «Агентства інтернет-досліджень» (ТОВ «Інтернет-дослідження», відоме у ЗМІ як «фабрика інтернет-тролів»).

⁸ Мова ворожнечі в друкованих ЗМІ Донбасу по обидві сторони лінії фронту (30 червня 2017) «Донецький інститут інформації» [Онлайн]. Available at: <http://dii.dn.ua/analytics/125-mova-vorozhnechi-v-drukovanikh-zmi-donbasu-poobydvi-storony-linii-frontu> (Accessed: 22 серпня 2021 р.).

⁹ Шуляк, А. М. (2020) Медіатехнології під час моделювання образу «іншого» в ідеології «руського міра» *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. № 2 (406). Вежа-Друк, Луцьк, с. 110.

¹⁰ Матвіїшин, І. (2019) Мемократія: як соцмережі впливають на політику в Україні *Новини Полтавщини* [Онлайн]. Available at: <https://rubryka.com/article/yak-sotsmerezhi-vplyvayut-na-polityku-v-ukrayini> (Accessed: 21 вересня 2021 р.).

Наведемо декілька прикладів фейків російської пропаганди: у жовтні 2018 р. в окупованій РФ Керчі стався вибух і стрілянина у політехнічному коледжі. Канал «Россия 1» у програмі «60 минут» узяв інтерв'ю начебто у студентки цього коледжу Аліни Керової. Проте дівчина з таким ім'ям загинула¹¹. Заборонений в Україні російський «Первый канал» показав розчарованого Євромайданом українця: «Нічого мені особисто не дав Євромайдан. Ось, подивіться, де ми опинилися. Потрібно було дивитися в майбутнє, а ми в майбутньому залишилися без тепла, з дорогою енергією і не зрозуміло, коли все це закінчиться». Фейковий українець Кирило Чубенко насправді виявився білорусом Віталієм Юрченком. Згодом він розповів, що працював у фірмі, яка на замовлення робить сюжети для телеканалів. Його колеги попросили зіграти незадоволеного українця. На телеканалі всю вину звалили на стрингерів¹².

Несправжній допис в. о. міністра охорони здоров'я України У. Супрун з'явився у Фейсбуці у 2018 р. Після цього на офіційному сайті Міністерства охорони здоров'я України ввели рубрику «Антифейк», де публікують детальні спростування неправдивої інформації.

До прикладу, фейкову новину також опублікував УНІАН, хоча на перевірку інформації потрібно було лише кілька хвилин. Першоджерелом інформації був російський сайт фейкових новин «Панорама». Йшлося про продавчиню з м. Нижній Новгород (РФ) 62-річну Людмилу, яка під час Чемпіонату світу з футболу 2018 р. (Росія) проколювала презервативи і зіпсовану продукцію начебто продавала іноземним уболівальникам для покращення генофонду¹³.

Чимало маніпуляцій у соціальних мережах було з приводу надання УПЦ КП Томосу. Серед топ-фейків 2018 р. – допис екс-регіонала Ю. Бойка про створення Православної церкви України. До цього допис устиг набрати сотні репостів, навіть серед журналістів. «Сьогодні найтрагічніший день в історії України – більше ніж за 340 років її існування. Сьогодні Україна померла. Пішов Бог з країни» – так починалось це повідомлення¹⁴. Також у мережі з'явився начебто проєкт Статуту нової церкви, хоча точно невідомо походження цього документу. У таких матеріалах «розганяли зраду про не такий Томос і не таку автокефалію». Зауважимо, що така тактика з'явилась синхронно і з використанням маніпуляції «не можна завадити – треба дискредитувати». Основними «пунктами» зради ПЦУ вважали: статус митрополії, патріархату; місце в диптиху Константинопольського патріархату; ідею щодо річного Синоду, який функціонуватиме з постійною ротацією; вкиди про те, що «тепер Вселенський патріархат буде всім керувати» і про нав'язування ним офіційної назви церкви; про миро – церковну олію. Цей вкид інформації мав на меті дискредитувати ще не отриману автокефалію і ставив під сумнів існуючі церковні традиції¹⁵.

Значну частину дезінформації продукувала сама Українська Православна Церква (МП), її портал СПЖ (spzh.news/ru/), повністю підконтрольний та підтримуваний Московським патріархатом, і офіційний сайт УПЦ (МП)¹⁶. У публікації «В Україні одна законна Церква –

¹¹ Малинка, В. (2018) Топ-10: фейки 2018 року *MediaSapiens* [Онлайн]. Available at: https://ms.detector.media/ethics/standards/pobrekhenki_roku_dobirka_sokovitikh_feykiv_2018go/ (Accessed: 6 липня 2021 р.).

¹² Перший канал видав білоруса за розчарованого Євромайданом українця (7 жовтня 2018) *Детектор Медіа* [Онлайн]. Available at: https://ms.detector.media/ethics/manipulation/pervyy_kanal_vidav_bilorusa_za_gozchrovanogo_evromaydanom_ukraintssya/ (Accessed: 2 жовтня 2021 р.).

¹³ Українські медіа поширили фейк про продавчиню, яка проколювала презервативи для покращення генофонду (10 липня 2018) *Детектор Медіа* [Онлайн]. Available at: https://ms.detector.media/ethics/standards/ukrainski_media_poshrili_feyk_pro_prodavchinyu_v_rossii_yaka_prokolyovala_prezervativi_dlya_pokraschennya_genefondu/ (Accessed: 12 червня 2021 р.).

¹⁴ Довженко, О. Фейковий Бойко як тест на адекватність журналістів (16 Грудня 2018) *Детектор Медіа* [Онлайн]. Available at: <https://detector.media/infospace/article/143389/2018-12-16-feikovii-boiko-yak-test-na-adekvatnist-zhurnalistiv/> (Accessed: 12 червня 2021 р.).

¹⁵ Луковенко, І. (2019) *Релігійна тематика в українському медійному просторі в контексті гібридної війни (Православний аспект)* Медіаосвіта як інструмент розвитку громадянського суспільства в Україні: Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Маріуполь, 29 листопада 2019 р., ДонДУУ, Маріуполь, с. 79.

¹⁶ Суслов, А. Інформаційні маніпуляції УПЦ (МП): чи справді Грузинська Церква проти автокефалії? (5 липня 2018) *Релігійно-інформаційна служба України* [Онлайн]. Available at: https://spa.ukma.edu.ua/info_manipulations_uoc_mp_georgia/ (Accessed: 10 вересня 2021 р.).

УПЦ: Синод Грузинської Православної Церкви висловився щодо автокефалії»¹⁷, йдеться про відвідування 23 червня 2018 р. делегації УПЦ Константинопольського патріарха. Автор публікації свідомо не представив думку члена грузинського Синоду митрополита Чкондидського Петра (Цаави). В оригінальній грецькій новині було сказано, що митрополит підтримував ідею незалежної (автокефальної) церкви в Українській державі. Натомість московські церковні діячі інтерпретували ці слова по-своєму: «У розмові з грузинськими журналістами член Синоду Грузинської Православної Церкви митрополит Чкондидський Петр (Цаава) зазначив, що обговорення питання про автокефалію в Україні почне серйозно обговорюватися після того, як свою позицію висловить Вселенська Патріархія». Свідомо «не згадали» про те, що митрополит Петр (Цавва) у своєму інтерв'ю грузинському телебаченню, згадав про Патріарха Кирила: «Першоієрарх країни-агресора не має згадуватись у молитвах». Натомість «мирянин Василь» звинувачує представників і симпатиків «ПЦУ» (Митрополита Київського і всієї України Епіфанія, Є. Зорю, А. Юраша і В. Бородянського) у маніпулятивних тезах¹⁸. А саме про тиск РПЦ і Росії на Помісні Церкви, а також те, що прихильники «ПЦУ» ототожнюють релігійну общину з територіальною і таким чином фальсифікують волевиявлення прихожан. Закінчується публікація цілком пропагандистськи – звинуваченням опонентів у перекручуванні фактів з ніг на голову.

Аналітики «Інтерньюз-Україна» провели триетапне дослідження українського сегменту Facebook, Instagram та VK у період парламентських виборів 2019 р. в Україні. Щоб відслідкувати динаміку і зміну настроїв, вони проаналізували два періоди до дня голосування (1 травня – 17 червня та 17 червня – 15 липня), 400 постів у Facebook та VK одразу після виборів (22–28 липня) та один період після початку роботи нового складу ВРУ дев'ятого скликання (29 серпня – 15 вересня). Вони з'ясували, що:

- Україна потрапила до глобального тренду експлуатації соціальних мереж у політичних цілях. Найполітизованішою серед трьох популярних соцмереж за кількістю постів про українську політику виявилась Facebook;

- в Instagram на відміну Facebook і VK було зафіксовано найбільший відсоток позитивних та нейтральних постів про українські партії і політиків;

- український сегмент «В Контакті» – сприятливе середовище для жорсткої мови ненависті до України, її політики, суспільства, культури. Це можна пояснити тим, що проросійські журналісти, аналітики, представники влади часів В. Януковича і сепаратисти – найпопулярніші автори «VK» за кількістю уподобань і поширень. Вони заповнили цю соцмережу презирством до всіх українських партій і політиків.

Варто зазначити, що в Україні уже 4 роки діє заборона на російські Інтернет-сервіси, які ще у травні 2017 р. заборонили Kaspersky Lab і Dr. Web, усі сервіси Яндексa, компанії АBBYY, 1С і Mail.ru Group, якій належать соціальні мережі ВКонтакте та Однокласники.

Ще однією відомою маніпуляцією 2019 р. можна назвати репост заяви каналу «Росія 1» про те, що В. Зеленський дав їм велике інтерв'ю, яке виявилось брехнею. Його опублікували «Апостроф», «Новое время», «Фокус», «Українська правда» та багато інших. Для прикладу, журналісти Liga.net зробили лише один дзвінок прес-секретарю В. Зеленського Ю. Мендель, щоб не повестися на фейк. Медіаексперти Liga.net і проекту «StopFake» запропонували дослідити найпопулярніший фейк російських ЗМІ у листопаді 2019 р. Вони виділили такі аспекти:

- зміст фейку: у листопаді 2019 р. ведуча телеканалу «Россия 1» О. Скабеєва озвучила сюжет про «суперсекретний план України». Вона заявила, що нова влада України «виношує насильницький план» для Донецька і Луганська. «У мережу потрапив секретний план українського Радбезу. Мешканців окупованих територій, за цим документом, чекає зачистка і тотальна українізація. Хто не розмовляє українською мовою – відправлять до Росії. «У кращому випадку. У гіршому – силоміць переселять у Львів. На перевиховання до бандерівців». На підтвердження – два аркуші із назвою «проект РНБО» за «підписом» секретаря О. Данилова;

¹⁷ В Україні одна законна Церква – УПЦ: Синод Грузинської Православної Церкви висловився щодо автокефалії (2018) *Українська Православна Церква* [Онлайн]. Available at: <https://news.church.ua/2018/06/24/v-ukrajini-odna-zakonna-cerkva-upc-sinod-gruzinskojipravoslavnoji-cerkvi-vislovivysya-shhodo-avtokefaliji/> (Accessed: 07 липня 2021 р.).

¹⁸ Мирянин Василь. *Информационные манипуляции «ПЦУ»* (15 квітня 2021) [Онлайн]. Available at: <https://spzh.news/ru/socseti/66930-informacionnyje-manipulyacii-pcu> (Accessed: 10 вересня 2021 р.).

– поширення фейку: його передрукували російські ЗМІ: «Комсомольская правда», «Полит-Навигатор», «Наша газета», «РЕНТВ», ТАСС, сайти терористів у Донецьку і Луганську;

– фейк як продовження фейків: «депортація» мешканців Донецька і Луганська продовжує історію про «поїзди націоналістів», які нібито повинні були їхати в Крим, для перевиховання російськомовних;

– цільова аудиторія, на яку розрахований фейк: на росіян і мешканців захоплених Донецька і Луганська, щоб підтримати негативний імідж України;

– причини активізації фейку: створити перешкоди для мирної реінтеграції Донецька і Луганська в Україну. Фейк виник перед важливою датою – нормандським самітом, щоб «підняти ставки» Росії¹⁹. Експерти детальніше перевірили фейк і з'ясували, що у шапці «паперу» зазначена стара адреса РНБО – вулиця Командира Каменева (перейменована у Петра Болбочана, 2015 р.). Ще один прокол: забули перекласти на українську мову по батькові (ініціали) голову Офісу президента А. Богдана, котрого теж згадали. Написали: «Богдан А.И.» – замість Йосипович, а не Іосифович. Експерти нагадали, що фейки дають на емоції, їх мета – виключити критичне мислення цільової аудиторії, раціональність і логіку. Тоді той, хто маніпулює, запропонує рішення, яке вигідне маніпулятору, а не споживачу інформації.

Фейк-інформацію про «Офіційний маніфест «жовтих жилетів» на цей раз поширили українські сайти й телеканали, а народні депутати репостили текст у соціальних мережах. У цьому «офіційному маніфесті» протестанти вимагають виходу Франції з ЄС та НАТО – *Frexit*²⁰.

Медіаексперт О. Довженко вважає, що «найменше свідомих маніпуляцій у незалежних медіа, які піклуються про свою репутацію – таких як Liga.net, «Новое время», «Українська правда», а набагато частіше вони трапляються у виданнях, які входять до великих олігархічних холдингів. Найбільше маніпуляцій – на ресурсах, які використовують як інструмент політичного впливу або боротьби – проросійський ресурс «Страна», сайти Шарія»²¹. Саме вони стають проміжною ланкою для поширення фейків українськими ЗМІ як це було у випадку з придуманим вбивством українського військового під Львовом.

У таких інформаційних спецсайтах, хоч офіційно вони подають себе як українські видання, переважно відсутні відкриті дані про власників, наявні лише – форма зворотного зв'язку або e-mail. Такі маніпуляції проводять в рамках інформаційної політики власників, які диктують свої правила: з ким дружимо, кого критикуємо, кому допомагаємо чи шкодимо. У потужних медіахолдингах проводиться і централізовано підтримується єдина політика для всіх, наприклад, сайт ZIK після купівлі його В. Медведчуком. «Зливними бачками люкс» експерти називають холдинг «Знај». Тут можуть розмістити свої маніпулятивні та токсичні матеріали практично всі – і користуються цим активно.

Боротись із розповсюдженням фейків надзвичайно складно. Спростування фейків є не найбільш ефективним підходом для боротьби з ними, навіть якщо існують факти та аргументи для їх спростування, досить легко схилити читачів зайняти позицію оборони й ще глибше повірити в неправдиву історію. Окрім того, якщо повторювати фейк раз за разом, навіть для того, щоби його спростувати, це може надати йому більше ваги та сили.

Спочатку тематичну типологію ключових пропагандистських фейкових тем, які конструювали уявлення та формували прихильників серед російської, української і західної аудиторій запропонували фахівці проекту «StopFake.org» - сайт для перевірки фактів, запущений у березні 2014 р. Ініціаторами його створення стали викладачі, випускники й студенти Могиллянської

¹⁹ Кондратова, В. Донбасс – бандеровцам, или Спасти пропагандистку Скабееву. Фейк месяца с #Медиагигиена (07 грудня 2019) *Liga.net* [Онлайн]. Available at: <https://www.liga.net/politics/articles/donbass---banderovtsam-ili-spasti-propagandistku-skabeevu-feyk-mesyatsa-s-mediagigiena> (Accessed: 9 вересня 2021 р.).

²⁰ Офіційний маніфест із вимогами «жовтих» жилетів виявився фейком – розслідування «Української правди» (14 грудня 2018) *MediaSapiens* [Онлайн]. Available at: https://ms.detector.media/ethics/manipulation/ofitsyniy_manifest_iz_vimogami_zhovtikh_zhiletiv_viya_vivsya_feykom_rozsliduvannya_ukrainskoi_ppravdi/ (Accessed: 28 вересня 2021 р.).

²¹ Довженко, М. Маніпуляції року або рік маніпуляцій. Підсумки огляду телетижневиків 2019 року (30 Грудня 2019) *Детектор Медіа* [Онлайн]. Available at: <https://detector.media/teletizhnevik/article/173617/2019-12-30-manipulyatsii-roku-abo-rik-manipulyatsii-pidsumki-oglyadu-teletizhnevikiv-2019-roku/> (Accessed: 2 вересня 2021 р.).

школи журналістики та програми для журналістів і редакторів Digital Future of Journalism²². Вони проаналізували 1000 матеріалів російських пропагандистських видань 2014–2016 рр. і виділили такі: «Україна, що не відбулася», «Незаконне захоплення влади в Україні» (2014 р.), «Україна – фашистська держава» (2014–2015 рр.), «Росія не є окупантом, а захищає "своїх"», «Переселенці та біженці в Росію» (2014–2015 рр.), «Територіальний розпад України та «територіальні претензії» сусідніх країн» (2015–2016 рр.), «Занепад світової підтримки України» (2015 р.), «Провальні рішення українського уряду» (2015–2016 рр.)²³.

Створений в Україні Проєкт VoxUkraine (2015) розвиває перший фактчекінговий (англ. Factchecking – перевірка фактів) проєкт в Україні – VoxCheck²⁴, який викриває брехню та маніпуляції в заявах політиків.

У 2017 р. програма ЄС Horizon 2020 профінансувала створення нового плагіну для виявлення фейкових відео. InVID допомагає користувачеві швидко отримувати контекстну інформацію з відеофайлів у Facebook та YouTube, здійснювати зворотний пошук зображень у пошукових системах, фрагментувати відео, із різних платформ детально досліджувати зображення тощо.

Однак, з фейками та маніпуляціями можна боротися. Вважаємо за корисне запропонувати та дотримуватися деяких порад, щоб уникнути їх розповсюдження:

1. Визначити зміст повідомлення. Для цього потрібно прочитати не лише назву повідомлення, так як заголовок може бути не пов'язаний із текстом новини або ж не містити даних, котрі підтверджують її правдивість;

2. Оцінити надійність джерела повідомлення (звідки пішла інформація). Незнайомі сайти, заповнені оголошеннями й назвами, написаними капслоком (коли усе написано з великої букви, то і є підтвердженням того, що у Вас сенсація, «гаряча» новина), повинні викликати недовіру, тому потрібно перевіряти через пошукові системи тексти, опубліковані раніше, а також URL (електронну адресу певного ресурсу) підозрілих сторінок;

3. Звертати увагу на дату й час публікації. Поширений елемент фейкових новин – видавати старі публікації за нові. Якщо в новині наявні посилання на інші джерела, то їх треба переглянути, звертаючи увагу на те, коли вони були опубліковані та як у них описано подію, особливо коли йдеться про час;

4. Ознайомитися з автором публікації та його попередніми постами: його досвід («задній план») допоможе зрозуміти, чи справді автор є надійним журналістом, чи не писав він фейкових статей до цього;

5. Ознайомитися з джерелами, на які посилається новина та власне місце події. Відсутність посилань або джерел, із яких запозичено заяви, є очевидним сигналом того, що пост може бути фейком;

6. Звертати увагу на те, що зображено і чи відповідає воно подіям висвітленим у повідомленні;

7. Визначити чи є протиріччя у висвітленому повідомленні із Вашими уявленнями, проаналізувати навіщо це поширюють;

8. Ділитись новинами лише тому, що поділяєте думку автора або ж приймаєте одну зі сторін конфлікту не варто;

9. З'ясувати, що інші видання пишуть з цього приводу. Якщо жодне інше надійне джерело не повідомляє про ці події, очевидно, новина є фейковою.

Висновки. Отже, особливості інформаційно-маніпулятивних посягань Росії у інформаційному просторі України полягають у різноманітності поширення засобами масової комунікації – телебаченням, радіо, онлайн-видання, а найбільше – різними соціальними мережами. Найактивніші пропагандистські медіа – це канал «Росія24», «RT», «LifeNews», «Звезда», «1 канал», «Вести.ру», «Известия», «LifeNews», «Новая газета», «Российская газета».

Окрім того, ще однією негативною особливістю є те, що на тимчасово окупованих територіях України діє тотальна заборона проукраїнських засобів масової інформації, а в Україні є

²² Глосарій (2019). Вказ. пр., с. 462.

²³ Романюк, В. С. (2016) *Дискредитація української армії як наратив російської пропаганди*. Тези доповідей Міжнародного форуму з кризових комунікацій «Комунікаційно-контентна безпека в умовах гібридно-месіанських агресій путінської Росії» (Ред. В. Балабіна). ВІКНУ, Київ, С. 133.

²⁴ Вокс Україна [Онлайн]. Available at: <https://voxukraine.org/> (Accessed: 10 серпня 2021 р.).

кілька джерел, які планомірно поширюють повідомлення, співзвучні з російською пропагандою. Найчастіше Інтернет-агітатори у соцмережах закликають до зміни державних кордонів України та популяризують терористичні організації «ЛДНР», у них напрацьована певна тематика «фейків» і схеми їх розповсюдження, відомі цілі «фабрики тролів». Постійний монітор за поширенням і спростуванням фейків ведуть українські спецслужби.

Російські ботоферми, самопроголошені ДНР і ЛНР, які позиціонують себе, як демократичне суспільство, в інформаційній війні проти України масово використовували такі теми як «ввічливі люди», «гейропа», «фашисти – карателі – бандерівці», «кіборги». Однак історія про «розп'ятого хлопчика» та «снігурів» викликали резонанс і зумовили зворотній ефект, а слово «укроп», із зневажливого ярлика антиукраїнських засобів масової інформації стало національним брендом.

Особливостями, які можуть підкреслити, що причиною інформації, фото чи новин-фейк є відсутність джерел інформації, використання анонімних джерел, інформація, узята із соціальних мереж, аккаунтів, що не верифіковані, link на підозрілі, маловідомі джерела, дані соціологічних компаній, які не були активними в міжвиборчий період чи помічені у співпраці з політичними силами, недостовірні та повністю вигадані цитати.

Список джерел:

1. В Україні одна законна Церква – УПЦ: Синод Грузинської Православної Церкви висловився щодо автокефалії (2018) *Українська Православна Церква* [Онлайн]. Available at: <https://news.church.ua/2018/06/24/v-ukrajini-odna-zakonna-cerkva-upc-sinod-gruzinskojpravoslavnoj-cerkvi-vislovivsy-shhodo-avtokefaliji/> (Accessed: 07 липня 2021 р.).
2. Вокс Україна [Онлайн]. Available at: <https://voxukraine.org/> (Accessed: 10 серпня 2021 р.).
3. *Глосарій: навчальний енциклопедичний словник-довідник із питань інформаційної безпеки* (2019) (Ред. Шуляк, А.). МПБП «Гордон», Київ, 580 с.
4. Луковенко, І. (2019) *Релігійна тематика в українському медійному просторі в контексті гібридної війни (Православний аспект)* Медіаосвіта як інструмент розвитку громадянського суспільства в Україні: Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Маріуполь, 29 листопада 2019 р., ДонДУУ, Маріуполь, 181 с.
5. Довженко, М. Маніпуляції року або рік маніпуляцій. Підсумки огляду телетижневиків 2019 року (30 Грудня 2019) *Детектор Медіа* [Онлайн]. Available at: <https://detector.media/teletizhneviki/article/173617/2019-12-30-manipulyatsii-roku-abo-rik-manipulyatsii-pidsumki-oglyadu-teletizhneviki-2019-roku/> (Accessed: 2 вересня 2021 р.).
6. Довженко, О. Фейковий Бойко як тест на адекватність журналістів (16 Грудня 2018) *Детектор Медіа* [Онлайн]. Available at: <https://detector.media/infospace/article/143389/2018-12-16-feikovii-boiko-yak-test-na-adekvatnist-zhurnalistiv/> (Accessed: 12 червня 2021 р.).
7. Інформаційний простір України: нагальні виклики (14 квітня 2015) *Інститут демократії імені Пилипа Орлика* [Онлайн]. Available at: <https://www.slideshare.net/UkraineCrisisMediaCenter/ss-54338467> (Accessed: 22 серпня 2021 р.).
8. Кондратова, В. Донбасс – бандеровцям, или Спасти пропагандистку Скабееву. Фейк місяця с #Медиагигиена (07 грудня 2019) *Liga.net* [Онлайн]. Available at: <https://www.liga.net/politics/articles/donbass---banderovtsam-ili-spasti-propagandistku-skabeevu-feyk-mesyatsa-s-mediagigiena> (Accessed: 9 вересня 2021 р.).
9. Кулеба, Д. (2019) *Війна за реальність : як перемагати у світі фейків, правд і спільнот*. Книголав, Київ, 384 с.
10. Малинка, В. (2018) Топ-10: фейки 2018 року *Media Sapiens* [Онлайн]. Available at: https://ms.detector.media/ethics/standards/pobrekhenki_roku_dobirka_sokovitikh_feykiv_2018go/ (Accessed: 6 липня 2021 р.).
11. Матвіїшин, І. (2019) Мемократія: як соцмережі впливають на політику в Україні *Новини Полтавщини* [Онлайн]. Available at: <https://rubryka.com/article/yak-sotsmerezhi-vplyvayut-na-polityku-v-ukrajini> (Accessed: 21 вересня 2021 р.).
12. Мирянин Василий. *Информационные манипуляции «ПЦУ»* (15 квітня 2021) [Онлайн]. Available at: <https://spzh.news/ru/socseti/66930-informacionnyje-manipulyacii-pcu> (Accessed: 10 вересня 2021 р.).
13. Мова ворожнечі в друкованих ЗМІ Донбасу по обидві сторони лінії фронту (30 червня

2017) «Донецький інститут інформації» [Онлайн]. Available at: <http://dii.dn.ua/analytics/125-mova-vorozhnechi-v-drukovanikh-zmi-donbasu-roobydvi-storony-linii-frontu> (Accessed: 22 серпня 2021 р.).

14. Офіційний маніфест із вимогами «жовтих» жилетів виявився фейком – розслідування «Української правди» (14 грудня 2018) *MediaSapiens* [Онлайн]. Available at: https://ms.detector.media/ethics/manipulation/ofitsyniy_manifest_iz_vimogami_zhovtykh_zhiletiv_viy_a_vivsvya_feikom_rozsliduvannya_ukrainskoi_pravdi/ (Accessed: 28 вересня 2021 р.).

15. Парфенюк, І. М. (2016) *Псевдододії в інформаційних війнах*. Тези доповідей Міжнародного форуму з кризових комунікацій «Комунікаційно-контентна безпека в умовах гібридно-месіанських агресій путінської Росії» (Ред. В. Балабіна) ВІКНУ, Київ, С. 76-79.

16. Перший канал видав білоруса за розчарованого Євромайданом українця (7 грудня 2018) *Детектор Медіа* [Онлайн]. Available at: https://ms.detector.media/ethics/manipulation/pervyy_kanal_vidav_bilorusa_za_rozchrovanogo_evromaydanom_ukraintssya/ (Accessed: 2 жовтня 2021 р.).

17. Романюк, В. С. (2016) *Дискредитація української армії як наратив російської пропаганди*. Тези доповідей Міжнародного форуму з кризових комунікацій «Комунікаційно-контентна безпека в умовах гібридно-месіанських агресій путінської Росії» (Ред. В. Балабіна). ВІКНУ, Київ, С. 133.

18. Савчук, Т. Індустрія маніпуляцій: скільки коштує вплив на вашу думку в соцмережі (недорого) (8 грудня 2019) *ForeignPolicy.com.ua* [Онлайн]. Available at: <https://foreignpolicy.com.ua/suspilstvo/industriia-manipuliatsii-skilky-koshuie-vplyv-na-vashu-dumku-v-sotsmerezhi-nedoroho/?fbclid=IwAR0-pAx44OeojRY27Ky-S3bdqhx17GhFpLtKr8hrilRzIKORVB8zu6l7soo> (Accessed: 28 вересня 2021 р.).

19. Суслов, А. Інформаційні маніпуляції УПЦ (МП): чи справді Грузинська Церква проти автокефалії? (5 липня 2018) *Релігійно-інформаційна служба України* [Онлайн]. Available at: https://spa.ukma.edu.ua/info_manipulations_uoc_mp_georgia/ (Accessed: 10 вересня 2021 р.).

20. Українські медіа поширили фейк про продавчиню, яка проколювала презервативи для покращення генофонду (10 липня 2018) *Детектор Медіа* [Онлайн]. Available at: https://ms.detector.media/ethics/standards/ukrainski_media_poshrili_fejk_pro_prodavchinyu_v_rossii_yaka_prokolyuvala_prezervativi_dlya_pokraschennya_genofondu/ (Accessed: 12 червня 2021 р.).

21. Шуляк, А. М. (2020) Медіатехнології під час моделювання образу «іншого» в ідеології «русского міра» *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. № 2 (406). Вежа-Друк, Луцьк, С.110.

References:

1. V Ukraini odna zakonna Tserkva – UPTs: Synod Hruzynskoi Pravoslavnoi Tserkvy vyslovysia shchodo avtokefalii (2018) *Ukrainska Pravoslavna Tserkva* [Online]. Available at: <https://news.church.ua/2018/06/24/v-ukrajini-odna-zakonna-cerkva-upc-sinod-gruzinskijpravoslavnoji-cerkvi-vislovivsvya-shhodo-avtokefaliji/> (Accessed: 07 липня 2021 р.).

2. Voks Ukraina [Online]. Available at: <https://voxukraine.org/> (Accessed: 10 серпня 2021 р.).

3. *Hlosarii: navchalnyi entsyklopedychnyi slovnyk-dovidnyk iz pytan informatsiinoi bezpeky* (2019) (Red. Shuliak, A.). МРБВ «Hordon», Kyiv, 580 s.

4. Lukovenko, I. (2019) *Relihiina tematyka v ukrainskomu mediinomu prostori v konteksti hibrydnoi viiny (Pravoslavnyi aspekt)* Mediaosvita yak instrument rozvytku hromadianskoho suspilstva v Ukraini: Materialy Vseukrainskoi naukovo-praktychnoi konferentsii, m. Mariupol, 29 lystopada 2019 r., DonDUU, Mariupol, 181 s.

5. Dovzhenko, M. Manipuliatsii roku abo rik manipuliatsii. Pidsumky ohliadu teletyzhnevyykiv 2019 roku (30 Hrudnia 2019) *Детектор Медіа* [Online]. Available at: <https://detector.media/teletyzhneviki/article/173617/2019-12-30-manipulyatsii-roku-abo-rik-manipulyatsii-pidsumki-oglyadu-teletyzhnevyykiv-2019-roku/> (Accessed: 2 вересня 2021 р.).

6. Dovzhenko, O. Feikovyі Boiko yak test na adekvatnist zhurnalistiv (16 Hrudnia 2018) *Детектор Медіа* [Online]. Available at: <https://detector.media/infospace/article/143389/2018-12-16-feikovii-boiko-yak-test-na-adekvatnist-zhurnalistiv/> (Accessed: 12 червня 2021 р.).

7. Informatsiinyi prostir Ukrainy: nahalni vyklyky (14 kvitnia 2015) *Instytut demokratii imeni Pylypa Orlyka* [Onlain]. Available at: <https://www.slideshare.net/UkraineCrisisMediaCenter/ss-54338467> (Accessed: 22 serpnia 2021 r.).
8. Kondratova, V. Donbass – banderovtsam, yly Spasty propahandystku Skabeevu. Feik mesiatsa s #Medyahyhyena (07 hrudnia 2019) *Liha.net* [Onlain]. Available at: <https://www.liga.net/politics/articles/donbass---banderovtsam-ili-spasti-propagandistku-skabeevu-feyk-mesyatsa-s-mediagigiena> (Accessed: 9 veresnia 2021 r.).
9. Kuleba, D. (2019) *Viina za realnist : yak peremahaty u sviti feikiv, pravd i spilnot*. Knyholav, Kyiv, 384 s.
10. Malynka, V. (2018) Top-10: feiky 2018 roku *MediaSapiens* [Onlain]. Available at: https://ms.detector.media/ethics/standards/pobrekhenki_roku_dobirka_sokovitikh_feykiv_2018go/ (Accessed: 6 lypnia 2021 r.).
11. Matviishyn, I. (2019) Memokratia: yak sotsmerezhi vplyvaiut na polityku v Ukraini *Novyny Poltavshchyny* [Onlain]. Available at: <https://rubryka.com/article/yak-sotsmerezhi-vplyvayut-na-polityku-v-ukrayini> (Accessed: 21 veresnia 2021 r.).
12. Myriany Vasylyi. *Ynformatsyonnye manipulyatsyy «PTsU»* (15 kvitnia 2021) [Onlain]. Available at: <https://spzh.news/ru/socseti/66930-informacionnyje-manipulyacii-pcu> (Accessed: 10 veresnia 2021 r.).
13. Mova vorozhnechi v drukovanykh ZMI Donbasu po obydv storony linii frontu (30 chervnia 2017) «*Donetskii snstytut informatsii*» [Onlain]. Available at: <http://dii.dn.ua/analytics/125-mova-vorozhnechi-v-drukovanykh-zmi-donbasu-poobydvi-storony-linii-frontu> (Accessed: 22 serpnia 2021 r.).
14. Ofitsiinyi manifest iz vymohamy «zhovtykh» zhyletiv vyaviyvsia feikom – rozsliduvannia «Ukrainskoi pravdy» (14 hrudnia 2018) *MediaSapiens* [Onlain]. Available at: https://ms.detector.media/ethics/manipulation/ofitsyniy_manifest_iz_vimogami_zhovtikh_zhyletiv_viy_a_vivysya_feykom_rozsliduvannya_ukrainskoi_pavdi/ (Accessed: 28 veresnia 2021 r.).
15. Parfeniuk, I. M. (2016) *Pseudopodii v informatsiinykh viinakh*. Tezy dopovidei Mizhnarodnoho forumu z kryzovykh komunikatsii «Komunikatsiino-kontentna bezpeka v umovakh hibrydno-mesianskykh ahresii putinskoj Rosii» (Red. V. Balabina) VIKNU, Kyiv, S. 76-79.
16. Pershyi kanal vydav bilorusa za rozcharovanoho Yevromaidanom ukrainsia (7 nrudnia 2018) *Detektor Media* [Onlain]. Available at: https://ms.detector.media/ethics/manipulation/pervyy_kanal_vidav_bilorusa_za_rozchrovanogo_evromaydanom_ukraitssya/ (Accessed: 2 zhovtnia 2021 r.).
17. Romaniuk, V. S. (2016) *Dyskredytatsiia ukrainskoi armii yak naratyv rosiiskoi propahandy*. Tezy dopovidei Mizhnarodnoho forumu z kryzovykh komunikatsii «Komunikatsiino-kontentna bezpeka v umovakh hibrydno-mesianskykh ahresii putinskoj Rosii» (Red. V. Balabina). VIKNU, Kyiv, S. 133.
18. Savchuk, T. Industriia manipuliatsii: skilky koshtuie vplyv na vashu dumku v sotsmerezhi (nedoroho) (8 hrudnia 2019) *ForeignPolicy.com.ua* [Onlain]. Available at: <https://foreignpolicy.com.ua/suspilstvo/industriia-manipuliatsii-skilky-koshtuie-vplyv-na-vashu-dumku-v-sotsmerezhi-nedoroho/?fbclid=IwAR0-pAx44OEojRY27Ky-S3bdqhx17GhFpLtKr8hrilRzIKORV B8zu6l7soo> (Accessed: 28 veresnia 2021 r.).
19. Suslov, A. Informatsiini manipuliatsii UPTs (MP): chy spravdi Hruzynska Tserkva proty avtokefalii? (5 lypnia 2018) *Relihiino-informatsiina sluzhba Ukrainy* [Onlain]. Available at: https://spa.ukma.edu.ua/info_manipulations_uoc_mp_georgia/ (Accessed: 10 veresnia 2021 r.).
20. Ukrainski media poshyryly feik pro prodavchyniu, yaka prokoliuvala prezervatyvy dlia pokrashchennia henofondu (10 lypnia 2018) *Detektor Media* [Onlain]. Available at: https://ms.detector.media/ethics/standards/ukrainski_media_poshryli_feyk_pro_prodavchyniu_v_rossii_yaka_prokolyuvala_prezervativi_dlya_pokrashchennya_genefondu/ (Accessed: 12 chervnia 2021 r.).
21. Shuliak, A. M. (2020) Mediatekhnolohii pid chas modeliuvannia obrazu «inshoho» v ideolohii «ruskoho mira» *Naukovyi visnyk Skhidnoevropeiskoho natsionalnoho universytetu imeni Lesi Ukrainky*. № 2 (406). Vezha-Druk, Lutsk, S.110.