

6. Masterkova T. (2018) Rozvytok profesijnoyi kompetentnosti pedagoga v mizhatestacijnyj period na zasadakh adaptivnogo upravlinnya [Development of professional competence of a teacher in the interest period on the basis of adaptive management] *Adaptivne upravlinnya: teoriya i praktyka*. Vyp. 5 (9). URL: [21-Article%20Text-25-1-10-20190112.pdf](https://core.ac.uk/download/pdf/77240597.pdf)
7. Myxnyuk M. I. Rozvytok metodychnoyi kompetenciyi yak skladovoyi profesijnopedagogichnoyi kompetentnosti inzhenera-pedagoga. [Development of methodical competence as a component of professional pedagogical competence of an engineer-teacher] URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/77240597.pdf>
8. Mukan N. (2007) Systema neperervnoyi profesijnoyi osvity pedagogiv Kanady: instytuciyi ta yixnya diyalnist' [The system of continuing professional education for teachers in Canada: institutions and their activities]. *Visnyk Lvivskogo universytetu. Seriya pedagogichna*. Vyp. 22. S. 227–231.
9. Nakaz Ministerstva socialnoyi polityky Ukrainy «Pro zatverdzhennya profesijnogo standartu «Vchytel pochatkovykh klasiv zakladu zagalnoyi serednoyi osvity» [Order of the Ministry of Social Policy of Ukraine «On approval of the professional standard» Primary school teacher of general secondary education»] № 1143 vid 10.08.2018r. URL: [https://ru.osvita.ua/legislation/Ser\\_osv/61635/](https://ru.osvita.ua/legislation/Ser_osv/61635/)
10. Spivakova I. B. Innovacijna model metodychnoyi roboty liceyu v umovax realizaciyi koncepciyi «Nova ukrayinska shkola». [Innovative model of methodical work of lyceum in the conditions of realization the concept «New Ukrainian school»] URL: <http://klovsky77.com.ua/23-naukova-robota/220-%D1%96-%D0%B1>
11. Rostoka M. L., Cherevychnyi G. S. (2018) Monitoring as Methodological Basis for Forecasting Quality of Research Staff Training. *Sciences of Europe*. Praha, Czech Republic. Vol. 2 (30). P. 31–36.

УДК 378:373.091.12:ОМ.3-051:159.955(049.3)070.16

DOI 10.25128/2415-3605.21.1.17

ОКСАНА КУШНІР

ID ORCID 0000-0003-3201-5285

[oksanakush8@gmail.com](mailto:oksanakush8@gmail.com)

кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент  
Тернопільський національний педагогічний  
університет імені Володимира Гнатюка  
вул. Максима Кривоноса, 2, м. Тернопіль

ТЕТЯНА РЕШЕТУХА

ID ORCID 0000-0003-4515-3425

[reshtetyana@gmail.com](mailto:reshtetyana@gmail.com)

кандидат наук із соціальних комунікацій, викладач  
Тернопільський національний педагогічний  
університет імені Володимира Гнатюка  
вул. Максима Кривоноса, 2, м. Тернопіль

## ІДЕНТИФІКАЦІЯ ФЕЙКІВ В КОНТЕКСТІ ФОРМУВАННЯ КРИТИЧНОГО МИСЛЕННЯ МАЙБУТНІХ ПЕДАГОГІВ

*Актуалізовано проблему поширення фейків у сучасному інформаційному просторі, їх впливу на розвиток молоді особистості. Розглянуто поняття фейкових новин, окреслено мотиви активної фейкодемії, зацентовано увагу на цілеспрямованому поширенні неправдивих медіаповідомлень задля введення аудиторії в оману. Наголошено на складності ідентифікації фейкової інформації, яку розповсюджують через традиційні ЗМІ та інтернет-медіа, особливо соціальні мережі. Представлено різні підходи до класифікації фейків у науково-практичному медійному дискурсі за методами передачі, формами, змістом, маркерами. Відзначено важливість обізнаності аудиторії з можливостями перевірки спожитої, прийнятої та поширеної інформації, з результатами діяльності фактчекінгових проєктів. Виокремлено характерні маркери цілеспрямованих інформаційних вкидів: шокуючий характер новини, потужна емоційність повідомлення; відсутність посилання на джерело; хибна аргументація; маніпулятивний заголовок; конспірологічні версії або теорія змови; повністю вигадана новина або абсолютний фейк. Наведено типові приклади фейкової інформації та унаочнено можливості її розпізнавання. Обґрунтовано найочевидніші загрози розповсюдження неперевіраних новин, роль*

## ПРОФЕСІЙНА ІДЕНТИЧНІСТЬ І МАЙСТЕРНІСТЬ ПЕДАГОГА

*педагогів у процесі формування критичного мислення у здобувачів освіти як дієвого засобу боротьби з маніпуляціями, необхідність медіаграмотності, свідомого споживання та поширення інформації для усіх учасників освітнього середовища в контексті нових викликів сучасності, що зумовлені становленням і розвитком інформаційного суспільства.*

**Ключові слова:** *фейкові новини, типологія, маркери, дезінформація, загрози, протидія, освітнє середовище.*

ОКСАНА КУШНИР

кандидат наук по социальным коммуникациям, доцент  
Тернопольский национальный педагогический  
университет имени Владимира Гнатюка  
ул. Максима Кривоноса, 2, г. Тернополь

ТАТЬЯНА РЕШЕТУХА

кандидат наук по социальным коммуникациям, преподаватель  
Тернопольский национальный педагогический  
университет имени Владимира Гнатюка  
ул. Максима Кривоноса, 2, г. Тернополь

### ІДЕНТИФІКАЦІЯ ФЕЙКОВ В КОНТЕКСТЕ ФОРМУВАННЯ КРИТИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ БУДУЩИХ ПЕДАГОГОВ

*Актуализирована проблема распространения фейков в современном информационном пространстве, их влияния на развитие молодой личности. Рассмотрены понятия фейковых новостей, определены мотивы активной фейкодемии, акцентировано внимание на целенаправленном распространении ложных медиасообщений для введения аудитории в заблуждение. Отмечена сложность идентификации фейковой информации, которую распространяют через традиционные СМИ и интернет-медиа, особенно социальные сети. Представлены различные подходы к классификации фейков в научно-практическом медиа дискурсе на основе методов передачи, формы, содержания, маркеров. Подчеркнута важность осведомленности аудитории с возможностями проверки употребляемой, воспринимаемой и предназначенной для распространения информации, результатами деятельности фактчекинговых проектов. Выделены характерные маркеры целенаправленных информационных вбросов: шокирующий характер новости, повышенная эмоциональность сообщения; отсутствие ссылки на источник; ошибочная аргументация; манипуляционное заглавие; конспирологические версии или теория заговора; полностью выдуманная новость или абсолютный фейк. Приведены типичные примеры фейковой информации и указаны возможности ее распознавания. Обоснованы очевидные угрозы распространения непроверенных новостей, роль педагогов в процессе формирования критического мышления у соискателей образования как эффективного средства борьбы с манипуляциями, необходимость медиаграмотности, сознательного потребления и распространения информации для всех участников образовательной среды в контексте новых вызовов современности, обусловленные становлением и развитием информационного общества.*

**Ключевые слова:** *фейковые новости, типология, маркеры, дезінформація, угрозы, противодействие, образовательная среда.*

OXSANA KUSHNIR

Candidate of Sciences in Social Communications, Associate Professor  
Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University  
2 Maksym Kryvonis Str., Ternopil

TETIANA RESHETUKHA

Candidate of Sciences in Social Communications, Lecturer  
Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University  
2 maksym Kryvonis Str., Ternopil

ПРОФЕСІЙНА ІДЕНТИЧНІСТЬ І МАЙСТЕРНІСТЬ ПЕДАГОГА

---

**FAKES IDENTIFICATION IN THE CONTEXT OF SHAPING A CRITICAL THINKING OF FUTURE EDUCATORS**

*Today medias have substantial influence on development of young personality. All without an exception mass media, and especially on-line-space, offering the recipients unbelievable amount of information content, come forward as effective factors of formation of one's own opinion, development of conception of collective activity, strategy of public policy on local and global scales. Therefore, formation of critical immunity for teachers and students is a necessity. In the context of modern mass-informative manipulations fake news – untruthful reports which are purposefully widespread for the sake of misleading an audience – had become very popular.*

*The aim of this publication is to pay attention to problem of fake reports in mediaspace, to define the criteria of fake news authentication, the most obvious threats of distribution of untruthful news and ways of counteraction of misinformation for the sake of formation of critical immunity of future teachers in the conditions of global information conflicts. The authors of the article considered the concept of fake news, outlined the reasons of active fake news pandemic, paid attention to cases of purposeful distribution of untruthful media reports for the sake of misleading an audience. The complexity of authentication of fake information, that is distributed through traditional mass-media and internet-medias, especially social networks has been marked. There have been presented different fake news classification approaches according to methods of transmission, forms, maintenance, markers. Importance of awareness of audience has been highlighted along with the possibilities of verification of the perceived and intended for distribution information, as well as usage of the results of activity of faktchecking projects.*

*The characteristic markers of purposeful untruthful information messages have been defined: shocking character of news, powerful emotionality of report; absence of reference to the source; erroneous argumentation; manipulative title; versions or theory of conspiracy; fully invented news or absolute fake news. The examples of fake information and possibilities of its recognition have been proved. The authors state the most obvious threats of distribution of unverified news, role of teachers in the process of formation of the critical thinking for the bread-winners of education as effective weapon of fight against manipulations, the necessity of medialiteracy, conscious consumption and distribution of information for all participants of educational environment in the context of new calls of contemporaneity, that is predefined by establishment and development of informative society.*

**Keywords:** *fake news, typology, markers, misinformation, threats, counteraction, educational environment.*

Безсумнівним сьогодні є вплив медіа на розвиток молоді особистості. Усі класичні ЗМІ, особливо безмежний онлайн-простір, пропонуючи реципієнтам неймовірну кількість інформації, є дієвими чинниками формування власної думки, вироблення концепції колективної діяльності, стратегії державної політики у локальному та глобальному масштабах. Адже, за результатами дослідження психологів, «люди вважають найбільш важливими саме ті теми й проблеми, які активно висвітлюються й обговорюються в ЗМІ [8]. Тому таким необхідним є формування критичного мислення у педагогів та їхніх підопічних – учнів, студентів.

Чинні стандарти вищої освіти у компетентнісно-результативній парадигмі освітніх програм гуманітарних спеціальностей передбачають здатність до інформаційно-аналітичної діяльності на засадах критичності, самокритичності й добросовісності. Зокрема, загальні компетентності підготовки бакалаврів за спеціальністю 014 «Середня освіта» у Тернопільському національному педагогічному університеті імені Володимира Гнатюка включають здатність бути критичним і самокритичним; уміння знаходити, обробляти та аналізувати інформацію з різноманітних джерел; виявляти в інформаційних даних і концептах хиби та вразливі місця, суперечності та неповноту аргументації; володіти навичками критичного мислення та інтелектуальною чесністю тощо.

Фахову компетентність випускників підтверджує здатність проводити інформаційно-аналітичну роботу у власній професійній діяльності, що забезпечує прогнозовані результати навчання: використовувати інформаційні технології, аналітичний підхід і критичне мислення для вирішення складних спеціалізованих задач і проблем професійної діяльності; вміння виявляти тенденційну інформацію та пояснювати її необ'єктивність; ефективно працювати з навчальним матеріалом, добираючи його з різних джерел [5].

З огляду на це ідентифікація фейків, виявлення маніпулятивних технологій як етапи формування критичного мислення майбутніх педагогів є важливою компонентою підготовки майбутнього фахівця в галузі освіти.

У контексті сучасних масово-інформаційних маніпуляцій, поширення неймовірної кількості інформації невід'ємною частиною майже кожної стрічки новин, на жаль, СТАЛИ фейки – цілеспрямовано поширені неправдиві повідомлення задля введення аудиторії в оману. Нині складно відрізнити фейкову інформацію від правдивої. Її поширюють через традиційні ЗМІ та інтернет-медіа, особливо соціальні мережі. Розповсюдження фейків є вкрай небезпечним. За допомогою неправдивих повідомлень можна маніпулювати думкою людей, розв'язати міжособистісні та глобальні конфлікти, спричиняючи зміну формально-змістового контенту суспільного дискурсу. За ефективного використання фейкові новини можуть стати навіть «зброєю масового знищення» [2].

Факти, мотиви й наслідки навмисного розповсюдження недостовірної, неправдивої інформації, неперевіраних новин стали предметом наукового осмислення таких науковців, як Р. Герасименко, Н. Горбань, М. Кіца, Л. Макаренко, О. Мінченко, І. Мудра, Г. Почепцов, М. Прокопенко та ін. Критерії ідентифікації фейків, інструменти фактчекінгу, методики протидії впливу дезінформації сьогодні розробляють Академія Української Преси у співпраці з Фондом Фрідріха Науманна за Свободу, інформаційна кампанія «По той бік новин», громадська організація «Детектор медіа», інтернет-проект «StopFake», арт-проект «ARTEFACT», Рада міжнародних наукових досліджень та обмінів (IREX) та ін.

**Мета статті** – актуалізувати проблему фейкових повідомлень у медіапросторі, виокремивши критерії ідентифікації фейків, найочевидніші загрози поширення неправдивих новин та шляхи протидії дезінформації задля формування критичного мислення майбутніх педагогів в умовах глобальних інформаційних конфліктів.

Власне слово «фейк» походить від англійського слова «fake» й означає підробку, фальсифікацію. Відтак, «фейкові новини» буквально – це новини неправдиві, несправжні, недійсні [13, с. 6]. Вони є специфічним типом навмисної дезінформації, практикованої у різнопланових суспільних конфліктах або використовуваної задля штучного підвищення рейтингу окремих медіа.

Фейкові новини відмінні від неправдивих повідомлень традиційних і новітніх медіа тим, що їх розміщують навмисно, щоби досягти певних цілей. Фейкові повідомлення поширюються з метою «посіяти сумніви і переконати аудиторію у правдивості поданої інформації» [7]. Так, американські економісти М. Гентзков зі Стенфордського університету і Х. Алкотт із Нью-Йоркського університету досліджували фейки, які поширювалися напередодні президентських виборів у США 2016 р. з метою вплинути на їхній результат [14]. Іноді несправжні новини поширюються заради грошей: група підлітків із невеликого містечка в Македонії створила мережу сайтів, які поширювали фейки, й заробляла на цьому, монетизуючи трафік і просуваючи певні новини чи меседжі за гроші [1].

Найбільше фейкових повідомлень продукується в онлайн-просторі, однак вони не є винаходом епохи інтернету. Неправдива цілеспрямована інформація була ефективним інструментом популяризації, впливу, влади, маніпуляції у різні історичні епохи. Наприклад, поширена легенда про регулярне спалювання інквізицією десятків учених попри реальній ідентифікації кількох з них [15]. Або ж популярні фейки про націоналістичну природу відомих українських гасел «Слава Україні – героям слава!», «Слава нації – смерть ворогам!» «Україна понад усе!», які спростував історик В. В'ятрович [11].

У 2017 р. у США фраза «fake news» стала однією з найпоширеніших. Видавництво «Collins», що випускає тлумачний словник англійської мови «Collins English Dictionary», визнало термін «fake news» (фейкові новини) словом року, яке активно використовувалося у ЗМІ [1].

У науково-практичному медійному дискурсі існує чимало типологій фейків за методами передачі, формами, змістом, маркерами. Зокрема, за методом поширення фейки є масмедійні (їх створюють спеціально для ЗМІ і через них поширюються) і мережеві (коли поширюють чийсь вигадку через соціальні мережі) чутки, а за формою – фотофейк, відеофейк і фейковий журналістський матеріал [4, с. 185]. Змістовно маніпулятивні тексти у межах українського медіапростору охоплюють болючі для громадян теми: війна на Донбасі з російською агресією, тарифи, пенсії, зарплати, медицина, коронавірус, державне управління, засилля олігархату, зовнішні зв'язки України і т. д.

У Раді Європи наприкінці вересня 2017 р. було виголошено доповідь, автори якої пропонують взагалі відмовитися від терміна «фейкові новини» й натомість використовувати поняття «інформаційний розлад». На думку К. Вордла та Х. Дерахшана, термін «фейкові новини» неточно відтворює явища інформаційного хаосу, а також є корупційним механізмом впливу можновладців на ЗМІ.

Доповідачі поділяють неправдиві повідомлення на:

- навмисно створені й поширені з метою заподіяти шкоду;
- створені без наміру заподіяти шкоду;
- створені на основі реальних подій чи інформації й поширені для того, щоб заподіяти шкоду.

При цьому науковці вказують на важливість новітніх технологічних можливостей перевірки аудиторією інформації, нею спожитої, прийнятої та поширеної [16]. Як вважають автори волонтерського інтернет-проекту StopFake, «розвінчання міфів має стати звичайною практикою для ЗМІ. Водночас уже зараз є привід для оптимізму – читачі ресурсу самі все частіше надсилають інформацію для перевірки. ...Якщо така поведінка стане правилом, інформаційний простір поступово очиститься» [8].

За результатами щорічного національного опитування USAID-Internews «Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів медіа у 2020 році», проведеного соціологічною компанією InMind, 77 % респондентів вважають, що знають про існування неправдивих новин. З них 62 % переконані, що вміють відрізнити сумнівну інформацію від правдивої, а 58 % не вважають дезінформацію проблемою. Проте експериментальна фейкоідентифікація опитаними трьох новин показала лише 3-відсотковий позитивний показник. Серед ключових результатів виявлення рівня медіаграмотності виокремлено: обізнаність респондентів щодо існування замовних матеріалів; трудність виявлення неправдивого контенту; критерії достовірності, повноти і точності новин; увага на джерело походження новин; представлення різних точок зору; зменшення довіри до «улюблених» ЗМІ [6].

Процес формування критичного імунітету медіааудиторії актуалізувався зі створенням результативних та експериментальних фактчекінгових проєктів у різних державах. В українському інформаційному просторі функціонують ресурси «Детектор медіа», «По той бік новин», StopFake, VoxCheckUkraine, Fact Check, RevEye, Who stole my pictures, InVID Verification Plugin, Tineye, Image Edited, Youtube DataViewer та інші, котрі є дієвими інструментами перевірки текстової, фото- й відеоінформації на правдивість.

Будь-який дієвий алгоритм ідентифікації фейків ґрунтується на знаннях основних маркерів фейкових повідомлень. Якісне оперування ними дозволить грамотно генерувати інформаційний контент на задану тему з використанням обов'язкових джерел інформації.

Типовими маркерами інформаційних вкидів є:

*Шокуючий характер новини, потужна емоційність повідомлення.* Емоційно упереджений інформаційний контент прицільно спрямований до царини людських почуттів. Мета повідомлень із шокуючим стрижнем – дати реципієнтові настільки сильний емоційний посыл страху і залякування, надмірного позитиву і спрощення, недовіри, сумніву і звинувачення, щоб він вимкнув логічні фільтри й керувався почуттями, бурхливо реагував на неймовірно жакливі чи надто радісні події. Негативні новини викликають більш яскраві емоції: страх, недовіру. Так, поширена російськими пропагандистськими ЗМІ інформація про «розп'ятого хлопчика» – настільки жаклива, що виключає розум і запалює злість, гнів, ненависть.

Для ефективного впливу на аудиторію такі медіатексти перенасичені оціночними епітетами, перебільшеннями, словами з негативною конотацією, ярликами («бандерівці», «хунта», «терористи», «фашисти», «порохобори», «корумпований чиновник», «одіозний політик», «мажор», «паніка»), які в індивідуальній свідомості моделюють чуттєві образи, котрі, відповідно, пришвидшують дихання та серцебиття. Важливо запам'ятати: чим глибше нас емоційно зачепила новина, тим імовірніше це виразно вказує на її фейковість, недостовірність.

*Відсутність посилання на джерело.* Неправдиві новини не містять посилання на першоджерело інформації або ж апелюють до якогось анонімного джерела, невідомих сайтів чи ресурсів, неактивних сторінок у соціальних мережах. Фейкові повідомлення дуже часто презентують факти у вигляді скріншотів.

PR-стратег С. Дідковський пропонує методику, яка допоможе розпізнати у соціальних мережах фейки, інформаційні вкиди та ботів: не можна довіряти «сенсаційним» повідомленням

невідомих сайтів; посиланням на анонімне джерело; новинам, написаним «зі слів очевидця» або ж створеним ботами (дивне ім'я та прізвище, відсутність активності у профілі, відповідей на особисті повідомлення або надмірна надокучливість у розповсюдженні інформації) [3].

*Хибна аргументація.* Такі фейкові повідомлення найчастіше апелюють до споживацької свідомості, поверхневих логічних процесів без заглиблення у причинно-наслідкові зв'язки та аналізу проблем. В інформаційних вкидах не вказано конкретні дані та їхні джерела, висловлена теза не підкріплена достовірними аргументами, «фаховим» джерелом інформації є «усталені авторитети» або ж вагомими узагальнені посилання («західні вчені», «британські вчені», «експерти ООН», ВООЗ, МВС, МЗС, пророчиця Ванга і т. д.), як-от у матеріалі «Українка виборола титул найкрасивішої жінки планети за версією ООН», опублікованому 14 липня 2016 р. на сайті INK [10].

Фейкотворці свідомо не надають чіткої аргументації, а використовують готові, аксіоматичні, беззаперечні твердження, апелюють до загальновідомих речей, які насправді є поширеними у суспільстві міфами («усім відомо», «беззаперечно», «як ви знаєте», «не підлягає сумніву» тощо). Адже інформацію, що відповідає особистим переконанням, людина сприймає менш критично, більше довіряє.

*Маніпулятивний заголовок.* **Заголовок** є важливим елементом будь-якого медіаматеріалу. Він має основну мету – привернути увагу реципієнта і змусити його перейти за посиланням, купити газету, переглянути телепрограму тощо. Тому журналісти та редактори часто безпідставно використовують у заголовках елементи шоку, сенсації, драми, чим акцентують увагу на окремих, виділених ними аспектах новини.

Технологія клікбейту актуалізувала інтригуючі заголовки на кшталт: «Ви не повірите...», «Виявилось, що...», «СЕНСАЦІЯ», «Читати всім!», «Стало відомо», «Шокуюча правда», «Неймовірно», «Вам необхідно це знати», або такі, що емоційно повідомляють про жахливий факт чи «суперперемогу», на яку довго очікували, наприклад: «Долар розтрощить гривню, НБУ добив українців новим курсом валют: до чого готуватися», «Україна вже перемогла у війні з Росією: хлопець з Донецька оповів правду» і т. д.

У заголовках такого стилю, особливо в інтернет-медіа, зазвичай використовують надмірно емоційну лексику, оціночні прикметники або обіцяють сенсацію, чим привертають увагу та спонукають читача клікнути на їхній сайт і прочитати новинне повідомлення. Насправді у тексті такої новини найчастіше жодної сенсації немає. Приміром, так було у деяких запорізьких і волинських медіа, які у заголовках афішували раптове нашестя павуків, а в тексті новини вказували на «ймовірність неприємних зустрічей з ними» і давали поради лікарів і обласних департаментів охорони здоров'я, як вберегтися від укусів цих членистоногих тварин [9].

Клікбейкові інструменти здійснюють маніпулятивну дію на тих реципієнтів, котрі проглядають тільки заголовки публікацій, не заглиблюючись у текст новини. В умовах масового інформаційного хаосу постійно розширюється аудиторія кліпового сприйняття медіаінформації. Сучасний читач, наприклад, гортаючи News Feed Фейсбуку, намагається сформулювати певну думку, повіривши в інтригуючі заголовки і не вдаючись у деталі повідомленого, не вникаючи у зміст тексту.

*Конспірологічні версії або теорія змови.* Такі фейкові повідомлення описують кулуарні домовленості у різних суспільних сферах. Інформація подається начебто від осіб, які знають ситуацію з середини і є результатом таємного плану впливових людей чи організацій. Часто такі автори використовують заплутану аргументацію, навіть відхиляють думки авторитетних експертів. Також апелюють до неназваних осіб – джерел інформації, надійність і факт спілкування з якими перевірити неможливо. Подекуди тексти перенасичені фамільярністю, зокрема: «Петя», «Порох» – замість Петро Порошенко, «Юля» – замість Юлія Тимошенко, «Сеня» – замість Арсеній Яценюк тощо.

Новин цієї категорії побільшало з початком пандемії навесні 2019 р., особливо у соціальних мережах і месенджерах: штучність походження коронавірусу як стратегічний хід окремої держави (Китай, Росія, США) чи особистості (Білл Гейтс, Джордж Сорос); міждержавні змови стосовно його використання; загрози інфекції та захист від неї, що може стати новітньою біологічною зброєю.

*Повністю вигадана новина, або абсолютний фейк.* Як правило, навмисно створені повідомлення розповсюджуються під час драматичних суспільних подій, коли важко

встановити їх реальність, а якісні медіа й офіційні джерела не встигають поширити об'єктивну інформацію. Особливо активно абсолютні фейки вирують у медіапросторі з 2014 р. – часу Революції Гідності і початку війни Росії проти України. Зокрема: «розп'ятий хлопчик», «литовські снайперки на боці ЗСУ», «афроамериканці воюють в армії України на Донбасі», «майданівці стріляли самі у себе, аби привернути увагу», «грузинські снайпери на Майдані», «снайпери Пашинського розстрілювали Майдан» та ін.

Кількісно змарніли абсолютні фейки минулого року, вони прицільно емігрували переважно у політичну сферу, маніпулюючи політичною свідомістю аудиторії в умовах зміни влади, падіння соціального рівня населення, пандемії та нестабільної ситуації на міжнародній арені. Так, 29 травня 2020 р. під час офіційного візиту міністра закордонних справ України Д. Кулеби до Угорщини було підписано Протокол про внесення змін до Рамкового договору між урядами обох країн, про надання кредиту на умовах допомоги і Меморандум про взаєморозуміння в енергетичній сфері. Натомість деякі медіа розповсюдили спотворену інформацію про те, що нібито Україна «дарує» Угорщині Берегівський район на Закарпатті, оскільки він стає угорською адміністративною одиницею, залишаючись у складі нашої держави. Цю рейкову новину активно підхопили у соціальних мережах, особливо російських, проросійських та проугорських.

Відтак, можна виділити спільні риси більшості фейкових новин задля їх ідентифікації: надмірна емоційність, бажання шокувати, вселити страх чи надію; відсутність, анонімність або підозрілість джерел інформації, у т. ч. недостовірність фото- і відеоматеріалів; використання нечіткої аргументації, апелювання до загальноприйнятих аксіом; невідповідність заголовка до змісту повідомлення; викривлене подання фактів, коментарів, узагальнень; навішування ярликів; поширення стереотипів апелювання до заангажованих експертів і т. д.

На жаль, люди, а особливо молоді, не завжди можуть і вміють відрізнити фейкову новину від реального факту, спотворене повідомлення від правдивого. В сучасному інформаційному просторі вирує чимало неправдивих матеріалів, які своїми назвами та змістом вражають і навіть обурюють реципієнтів. Разом з тим такі матеріали викликають підвищену увагу й інтерес у користувачів, які й поширюють далі фейкову інформацію, діляться нею зі своїми друзями із соціальних мереж, чим розширюють аудиторію пропаганди й маніпуляцій.

Єдиної думки щодо того, як боротися з епідемією фейкових новин, наразі немає. Будь-які заборони лише активізують поширення неправдивої інформації, тому процес формування критичного мислення у медіааудиторії хоча і тривалий, проте єдиний можливий дієвий засіб боротьби із фейками та маніпуляціями. Провідні ЗМІ можуть реанімувати довіру своїх реципієнтів, лише методично розвінчуючи поширювану брехню і намагання ввести людей в оману, а також зважено, правдиво і всебічно висвітлювати всі суспільно важливі теми.

Викладачі, педагоги мусять застерігати здобувачів освітніх послуг від найочевидніших загроз споживання і поширення фейкових новин, що сприятиме взаємному становленню критичного імунітету в усіх учасників навчального процесу. Адже медіаграмотність, свідоме споживання та поширення інформації – необхідність для кожного, а формування критичного сприйняття інформації є ефективною відповіддю на нові виклики сучасності, які зумовлені становленням і розвитком інформаційного суспільства.

### ЛІТЕРАТУРА

1. Гордієнко Т. Фантастичні фейки й де їх шукати. Як fake news стало поняттям року. URL: <https://cutt.ly/ZjR0Yhv>
2. Дікінсон П. Фейки вбивають. Про нову зброю масового знищення. URL: <https://cutt.ly/bjIXsJF>
3. Експерт дає поради, як у соцмережах розпізнати ботів, фейки та «вкиди». URL: <https://cutt.ly/ajrrZN1>
4. Мудра І. Поняття «фейк» і його види у ЗМІ. *Теле- та радіожурналістика*. 2016. Вип. 15. С. 184–188.
5. Освітні програми першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 014 Середня освіта. URL: [http://tntpu.edu.ua/about/public\\_inform/akredytatsiia%20ta%20litsenzuvannia/osvitni\\_prohramy/osvitni-prohramy.php](http://tntpu.edu.ua/about/public_inform/akredytatsiia%20ta%20litsenzuvannia/osvitni_prohramy/osvitni-prohramy.php)
6. По той бік новин. URL: <https://www.facebook.com/behindtheukrainenews/>
7. Пригорницька О. Фейкова інформація в соціальних медіа: виявлення, оцінка, протидія. Центр досліджень соціальних комунікацій НБУВ. URL: <https://cutt.ly/GjR0DkZ>

8. Прокопенко М. Фейк як інструмент війни. URL: <https://day.kyiv.ua/uk/article/media/feyk-yak-instrument-viyni>
9. Романюк А. Як запорізькі ЗМІ перетворили поради медиків на «нашестья». URL: <https://cutt.ly/0jR0B9p>
10. Українка виборола титул найкрасивішої жінки планети за версією ООН. URL: <https://cutt.ly/wjR2wzq>
11. Шарговська О. «У УПА сучасні повстанці мали б повчитися завзяття» – історик. URL: <https://cutt.ly/oje7EW8>
12. Як відрізнити справжні новини від брехні, маніпуляцій і напівправди. Інструкція. URL: <https://cutt.ly/jjR2uvM>
13. Як можна протидіяти «фейковим новинам»? Аналіз. Київ: Фонд Фрідріха Науманна за Свободу, Академія української преси, 2019. URL: <https://cutt.ly/xjR2h3w>
14. Allcott H., Gentzkow M. Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspective*. 2017. Vol. 31. № 2. P. 211–236.
15. Giordano B. *Parole, concetti, immagini*, 3 vols, direzione scientifica di M. Ciliberto. Pisa: Edizioni della Normale, 2014.
16. Wardle C., Derakhshan H. Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. 2017, September 27. 112 p. URL: <https://cutt.ly/8jO3C4G>

## REFERENCES

1. Hordiienko T. Fantastychni feiky i de yikh shukaty. Yak fake news stalo poniattiam roku [Fantastic fake news and where to search them. How fake news became the concept of year.]. URL: <https://cutt.ly/ZjR0Yhv>
2. Dikinson P. Feiky vbyvaiut. Pro novu zbroiu masovoho znyshchennia [Fake news kill. About a new massive weapon]. URL: <https://cutt.ly/bjIXsJF>
3. Ekspert daie porady, yak u sotsmerezkhakh rozpoznyati botiv, feiky ta «vkydy» [An expert gives advices, as in social networks to recognize «bots», fake news and «stovepiping»]. URL: <https://cutt.ly/ajrrZN1>
4. Mudra I. Poniattia «feik» i yoho vydy u ZMI [A concept «fake news» and its kinds are in mass-media]. *Tele- ta radiozhurnalistyka*. 2016. Vol 15. P. 184–188.
5. Osvitni prohramy pershoho (bakalavrskoho) rivnia vyshchoi osvity za spetsialnistiu 014 Serednia osvita [Educational programs of the first (bachelor's) level of higher education in the specialty 014 Secondary education]. URL: [http://tntpu.edu.ua/about/public\\_inform/akredyatsiia%20ta%20litsenzuvannia/osvitni\\_prohramy/osvitni-prohramy.php](http://tntpu.edu.ua/about/public_inform/akredyatsiia%20ta%20litsenzuvannia/osvitni_prohramy/osvitni-prohramy.php)
6. Po toi bik novyn [On other side of news]. URL: <https://www.facebook.com/behindtheukrainenews/>
7. Pryhornytska O. Feikova informatsiia v sotsialnykh media: vyivlennia, otsinka, protydiia [Fake information in social medias: exposure, estimation, counteraction]. *Tsentr doslidzhen sotsialnykh komunikatsii NBUV*. URL: <https://cutt.ly/GjR0DkZ>
8. Prokopenko M. Feik yak instrument viiny [Fake news as a war instrument]. URL: <https://day.kyiv.ua/uk/article/media/feyk-yak-instrument-viyni>
9. Romaniuk A. Yak zaporizki ZMI peretvoryly porady medykyv na «nashestia» [How the Zaporizhzhya mass-media converted advices of physicians into a «invasion»]. URL: <https://cutt.ly/0jR0B9p>
10. Ukrainka vyborola tytul naikrasyvishoi zhinky planety za versiieiu OON [Ukrainian woman struggled for the title of the most beautiful woman of planet on the version of the UNO]. URL: <https://cutt.ly/wjR2wzq>
11. Sharhovska O. «U UPA suchasni povstantsi maly b povchytysia zavziattia» – istoryk [«Modern insurgents had to learn an ardour at UIA» – said historian]. URL: <https://cutt.ly/oje7EW8>
12. Yak vidrizniaty spravzhni novyny vid brekhni, manipuliatsii i napivpravdy. Instruksiiia [How to distinguish the real news from a lie, manipulations and half-truth. Instruction]. URL: <https://cutt.ly/jjR2uvM>
13. Yak mozna protydiaty «feikovym novynam»? : Analiz [How is it possible to counteract to the «fake news»? : Analysis.]. Kyiv: Fond Fridrikha Naumanna za Svobodu, Akademiia ukrainskoi presy, 2019. URL: <https://cutt.ly/xjR2h3w>
14. Allcott H., Gentzkow M. Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspective*. 2017. Vol. 31. № 2. P. 211–236.
15. Giordano B. *Parole, concetti, immagini*, 3 vols, direzione scientifica di M. Ciliberto. Pisa: Edizioni della Normale, 2014.
16. Wardle C., Derakhshan H. Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. 2017, September 27. 112 p. URL: <https://cutt.ly/8jO3C4G>