

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Навчально-науковий інститут філології
Кафедра української мови та прикладної лінгвістики

**ФЕЙКОВІ НОВИНИ В УКРАЇНСЬКОМОВНОМУ СЕГМЕНТІ
СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ: СЕМАНТИКО-ТЕКСТУАЛЬНА ЕКСПЕРТИЗА**

Кваліфікаційна робота
магістрантки другого року навчання
ОНП «Прикладна лінгвістика (редакторсько-перекладацька
та експертна діяльність)»,
спеціальності 035 «Філологія»,
спеціалізації 035.10
«Прикладна лінгвістика», галузі знань
03 «Гуманітарні науки»
Ірини ЧАБАН

Науковий керівник:
д. філос. **Юлія ЦИГВІНЦЕВА**

Рецензент: Палаш Альона Олегівна, доктор філософії, м.н.сп.
відділу стилістики, культури мови та соціолінгвістики Інституту
української мови НАН України

«Допущено до захисту»
Протокол № 13 засідання кафедри
української мови та прикладної лінгвістики
ННІФ від 30 квітня 2025 року
Завідувач кафедри _____ **Сергій РІЗНИК**

КИЇВ – 2025

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФЕЙКІВ У СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ	9
1.1. Поняття про фейки, фейкові новини та їхню типологію	9
1.2. Дослідження фейкових новин в українській та закордонній лінгвістиці	17
1.3. Семантико-текстуальна експертиза фейків: підходи, принципи, методи	25
Висновки до першого розділу	34
РОЗДІЛ 2 СЕМАНТИКО-ТЕКСТУАЛЬНА ЕКСПЕРТИЗА ФЕЙКОВИХ НОВИН В УКРАЇНСЬКОМОВНОМУ СЕГМЕНТІ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ	36
2.1. Джерела та матеріали дослідження: характеристика вибірки	36
2.2. Мовні маркери фейків у текстах сучасних новин	39
2.3. Семантико-текстуальна експертиза фейкових новин	43
Висновки до другого розділу	52
РОЗДІЛ 3 АНТИФЕЙКОВІ ПРОЄКТИ	54
3.1. Платформи й системи виявлення фейкових повідомлень	54
3.2. Методи ідентифікації та нейтралізації фейків	62
Висновки до третього розділу	69
ВИСНОВКИ	71
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	75
ДОДАТКИ	85

АНОТАЦІЯ

Робота присвячена дослідженню фейкових новин в україномовному сегменті соціальних мереж із застосуванням семантико-текстуальної експертизи. Метою є виявлення специфічних мовних маркерів фейків, їх типологізація та аналіз з огляду на лінгвістичні та комунікативні характеристики, що мають практичне значення для інформаційної безпеки та судово-лінгвістичної практики.

У першому розділі подано теоретичні основи дослідження: визначено поняття фейкових новин, схарактеризовано їхню типологію та окреслено сучасні наукові підходи до аналізу фейків у вітчизняній і зарубіжній лінгвістиці. Особливу увагу приділено методам семантико-текстуальної експертизи, які базуються на аналізі змісту, структури та лексико-семантичних особливостей фейкових повідомлень.

Другий розділ містить лінгвістичний аналіз фейкових новин, поширених в україномовному сегменті соціальних мереж. Описано джерела та критерії добору текстів для аналізу, ідентифіковано мовні маркери, характерні для фейків, зокрема емоційно забарвлену лексику, маніпулятивні конструкції та порушення логіко-сміслових зв'язків. Проведена експертиза дозволила встановити типовий мовний портрет фейкових повідомлень.

У третьому розділі розглянуто сучасні цифрові платформи та інструменти виявлення фейкових повідомлень. Проаналізовано ефективність різних підходів до автоматичного й експертного виявлення дезінформації, зокрема методи лінгвістичного аналізу, машинного навчання та гібридні моделі.

Отримані результати демонструють потенціал семантико-текстуальної експертизи як інструменту лінгвістичної ідентифікації фейків та доводять її доцільність у судовій та медіаекспертній практиці. Матеріали дослідження можуть бути використані у підготовці прикладних лінгвістів, фахівців у сфері юрислінгвістики, журналістики, кібербезпеки, а також у подальших наукових розвідках із лінгвістики медіатекстів.

Ключові слова: фейк, фейкова новина, соціальні мережі, дезінформація, маніпуляція, семантико-текстуальна експертиза, мовні маркери, інформаційна безпека.

ABSTRACT

The paper is devoted to the study of fake news in the Ukrainian-language segment of social networks using semantic and textual expertise. The aim is to identify specific linguistic markers of fake news, to typologies and analyze them in terms of linguistic and communicative characteristics that are of practical importance for information security and forensic linguistic practice.

The first section presents the theoretical foundations of the study: the concept of fake news is defined, its typology is characterized, and modern scientific approaches to the analysis of fakes in domestic and foreign linguistics are outlined. Particular attention is paid to the methods of semantic and textual examination based on the analysis of the content, structure and lexical and semantic features of fake news.

The second section contains a linguistic analysis of fake news spread in the Ukrainian-language segment of social networks. It describes the sources and criteria for selecting texts for analysis, identifies linguistic markers characteristic of fake news, including emotionally colored vocabulary, manipulative constructions, and violations of logical and semantic connections. The analysis allowed us to establish a typical linguistic portrait of fake news.

The third section discusses modern digital platforms and tools for detecting fake news. The effectiveness of various approaches to automatic and expert disinformation detection, including linguistic analysis, machine learning, and hybrid models, is analyzed.

The obtained results demonstrate the potential of semantic and textual expertise as a tool for linguistic identification of fakes and prove its feasibility in forensic and media expert practice. The materials of the study can be used in the training of applied linguists, specialists in the field of jurisprudence, journalism, cybersecurity, as well as in further research on the linguistics of media texts.

Keywords: fake, fake news, social networks, disinformation, manipulation, semantic and textual expertise, language markers, information security.

ВСТУП

У сучасному інформаційному суспільстві соціальні мережі відіграють важливу роль у поширенні повідомлень, зокрема новинного характеру. Їхня популярність та миттєвість у передаванні інформації роблять фейсбук, телеграм, X (колишній твіттер), інстаграм, ютуб потужними каналами впливу на громадську думку. Водночас зростає обсяг інформаційного шуму та фейкових повідомлень – навмисно викривлених або вигаданих текстів, що вводять в оману, маніпулюють емоціями аудиторії або слугують інструментом інформаційної війни. Саме у межах українськомовного сегмента соціальних мереж це явище набуває особливої актуальності з огляду на гібридну агресію, що триває, інформаційну вразливість користувачів та обмежену медіаграмотність значної частини населення.

Науковий інтерес до тематики фейків зростає і в українській, і в зарубіжній лінгвістиці. Зокрема, специфіку фейків досліджували українські вчені Є. Глушук, М. Кіца, А. Коваленко, Т. Марченко, А. Миколаєнко, Д. Михайліченко, О. Саприкін та ін. Серед закордонних науковців варто виділити К. Вордл, котра запропонувала типологію інформаційних викривлень, Г. Олкотта і М. Гентцова, які проаналізували вплив фейкових новин на політичну поведінку громадян. Водночас в українському мовознавстві питання семантико-текстуальної експертизи фейків поки що недостатньо вивчене. Існує нагальна потреба в глибокому аналізі мовних особливостей сучасних текстів, а також розробленні дієвих інструментів виявлення та нейтралізації фейків у цифровому середовищі.

Мета дослідження – здійснити комплексний аналіз фейкових новин в українськомовному сегменті соціальних мереж за допомогою семантико-текстуальної експертизи, виявити їхні ключові мовні особливості та маркери маніпулятивності, а також запропонувати рекомендації їх ідентифікації та нейтралізації.

Для досягнення мети поставлено такі **завдання**:

1. З'ясувати поняття «фейкові новини» та розмежувати суміжні терміни.
2. Визначити типологію фейкових повідомлень.
3. Проаналізувати наукові дослідження з теми в українській та зарубіжній лінгвістиці.
4. Описати основні підходи, принципи й методи семантико-текстуальної експертизи фейків.
5. Сформувати вибірку фейкових новин для аналізу, схарактеризувати джерела та критерії відбору.
6. Здійснити семантико-текстуальну експертизу фейкових новин.
7. Виявити основні стратегії маніпуляції та дезінформації у фейкових текстах.
8. Оглянути сучасні системи та платформи, що виявляють фейки.
9. Запропонувати рекомендації для нейтралізації негативного впливу фейків.

Об'єктом дослідження є фейкові новини в українськомовному сегменті соціальних мереж.

Предмет дослідження – семантико-текстуальна експертиза фейкових новин.

Матеріалом дослідження стали близько 50 фейкових повідомлень, зібраних із відкритих джерел українськомовного сегменту соцмереж, а також публікації, верифікованих як фейкові платформами StopFake, VoxCheck, Fakeoff та MediaSapiens упродовж 2022–2024 років.

Методологічну основу роботи становлять сучасні підходи до аналізу медіатекстів, зокрема: семантичний, дискурсивний і когнітивний аналіз. У межах дослідження застосовано такі **методи**: аналіз та синтез – для теоретичного обґрунтування поняття «фейкові новини»; описовий метод – для систематизації наукових підходів; лінгвістичний, зокрема семантико-текстуальний аналіз – для виявлення вербальних маркерів

фейковості; порівняльний аналіз – для виявлення відмінностей між фейковими й достовірними новинами; моделювання – для розроблення алгоритмів виявлення фейків.

Наукова новизна дослідження полягає в комплексному підході до вивчення фейкових повідомлень у соціальних мережах на основі лінгвістичних методів, із фокусом на семантико-текстуальну експертизу як інструмент виявлення маніпуляцій та встановлення об'єктивного змісту медіатекстів.

Практичне значення роботи полягає у можливості використання її результатів у різних сферах – від підвищення ефективності фактчекінгу до розроблення навчальних програм з медіаграмотності. Зокрема, для прикладної лінгвістики дослідження відкриває нові перспективи у сфері аналізу текстів, виявлення маніпулятивних стратегій та розширення інструментарію семантико-текстуальної експертизи. Результати можуть бути використані у судово-лінгвістичній практиці, підготовці експертних висновків, а також у викладанні дисциплін з лінгвістики та інформаційної безпеки.

Апробація результатів дослідження. Основні теоретичні положення та деякі результати аналізу обговорені в доповіді *«Концептуальні засади семантико-текстуальної експертизи фейкових новин»* на ІХ Всеукраїнських наукових читаннях за участю молодих учених *«Філологія ХХІ століття: нові дослідження і перспективи»* (ННІ філології, 10–11 квітня 2025 року).

Структура. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів із підрозділами, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи – 104 сторінки: 74 сторінки основного тексту, 81 найменування в списку використаних джерел та електронних ресурсів, 1 додаток.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФЕЙКІВ У СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ

1.1. Поняття про фейки, фейкові новини та їхню типологію

Сучасний інформаційний простір є надзвичайно динамічним, відкритим, а тому – вразливим до зовнішнього втручання. Поширення інформації відбувається не лише через традиційні засоби масової комунікації, а передусім через цифрові платформи та соціальні мережі, які об'єднують мільйони користувачів у спільне медіаполе. Завдяки децентралізації джерел новин та миттєвому доступу до публікацій, кожен користувач може стати не лише реципієнтом, а й активним транслятором змісту. Проте така доступність інформації супроводжується збільшенням кількості недостовірного, маніпулятивного або відверто фейкового контенту [Дубов, 2020].

Це середовище створює сприятливі умови для функціонування інформаційно-психологічних операцій (ІПСО), які мають на меті дестабілізацію суспільства, поширення панічних настроїв, підриг довіри до державних інституцій, нав'язування вигідних наративів. У межах ІПСО фейки виконують роль інструментів інформаційної війни, діючи через навмисну дезінформацію, перекручування фактів та використання маніпулятивних мовних стратегій. Згідно з аналітичними звітами Центру стратегічних комунікацій та VoxUkraine, обсяг фейкових повідомлень, спрямованих на українськомовну аудиторію, значно зріс після 2014 року, з особливим піком у період повномасштабного вторгнення 2022 року [Глушук, 2022].

Фейк постає як складне комунікативне явище, що функціонує на перетині інформаційної, соціальної та мовної взаємодії. У найзагальнішому розумінні фейк – це навмисно створене або модифіковане повідомлення, що має викликати у реципієнта хибне уявлення про подію, особу або ситуацію. На відміну від простої неправди або неточної інформації, фейкове повідомлення містить у собі елемент цілеспрямованої маніпуляції, що реалізується переважно

через мовні засоби впливу. При цьому фейк не обов'язково повністю вигаданий – він може ґрунтуватися на частково правдивій інформації, яка спотворена або вирвана з контексту [Мудра, 2016].

Фейкова інформація – це неправдиві чи напівправдиві дані у вигляді текстів, фотографій, відео або інших матеріалів, які навмисно створюються з метою маніпулювання в рамках інформаційної війни. У контексті інформаційної агресії з боку Росії, яка триває з моменту здобуття Україною незалежності, український досвід боротьби з фейками стає особливо актуальним. Фейкові новини стали основним інструментом інформаційних операцій різної складності в межах гібридної війни з 2014 року, коли почалася російська агресія проти нашої країни.

Перш ніж аналізувати передумови виникнення фейкових новин у соціальних мережах, необхідно визначити сутність цього поняття. Посилаючись на словник Merriam-Webster, зауважимо, що термін *fake news* вперше з'явився в англomовному інформаційному просторі наприкінці XIX століття. У ньому поняття *fake/fake news* перекладається як «підроблений/підроблені новини», що відрізняється від *false/false news* – «неправдивий/неправдиві новини». Різниця між цими термінами полягає в тому, що «хибний» передусім означає «неправильний» чи «некоректний», тоді як «підроблений» має значення навмисної імітації, фальсифікації. Саме ця характеристика, тобто імітаційність, є ключовою ознакою фейкових новин [Oxford English Dictionary, 2020].

Фейкові новини – це комунікативний феномен, в основі якого лежать мовні стратегії для введення аудиторії в оману. Вони можуть бути представлені в різних форматах: текстові повідомлення, рекламні матеріали, фото-, відео- або аудіофейки.

Фейки часто ототожнюють із поняттями дезінформації та маніпуляції, однак ці терміни не є повністю тотожними. Дезінформація зазвичай акцентує на факті неправдивості змісту, тоді як маніпуляція – на намірі впливати на свідомість чи поведінку одержувача інформації. Фейк же об'єднує ці дві ознаки, виступаючи як форма дезінформаційного контенту з маніпулятивною функцією.

Крім того, фейк може мати політичний, економічний, соціальний або навіть емоційно-психологічний вектор впливу. Його подача адаптована до очікувань і когнітивних моделей цільової аудиторії, що дозволяє забезпечити максимально ефективно засвоєння потрібного смислу [Мудра, 2016].

Як передбачав Е. Тоффлер у своїй праці «Третя хвиля», інформація стає одним із найцінніших ресурсів у постіндустріальному суспільстві. Однак із її поширенням збільшується й кількість фальшивих джерел, що створює значну загрозу для якості комунікації в сучасному світі. Фейки – це вигадані або навмисно спотворені новини, які маскуються під достовірний інформаційний продукт, але часто мають лише частково правдиву основу або взагалі не відповідають дійсності [Тоффлер, 2000].

Дослідники інформаційного середовища Barnoy A., Reich Z., вказують, що брехня у журналістиці може набувати різних форм – від відкритої дезінформації до маніпулятивного висвітлення подій. Концептуальний підхід до визначення брехні в журналістських матеріалах включає такі форми:

- дезінформація (цілеспрямоване введення в оману шляхом поширення неправдивих відомостей),
- місінформація (поширення хибної інформації без наміру ввести в оману),
- малінформація (поширення правдивих даних, але з маніпулятивною метою) [Barnoy, 2019].

У соціальних мережах дезінформація є серйозною проблемою, що впливає на довіру до медіа, формування суспільної думки та якість інформаційного простору. К. Вордл та Г. Дерахшан виділяють кілька ключових типів інформаційних порушень, які сприяють поширенню дезінформації. Серед них особливо важливими є фальшивий контекст, маніпуляція фактами та фабрикація новин [Wardle, 2017].

Американський філософ Д. Фетцер, аналізуючи явище дезінформації, підкреслює, що її основна мета полягає у свідомому введенні аудиторії в оману шляхом поширення неповної, неточної або відверто оманливої інформації

[Fetzer, 2004]. Це може бути реалізовано через маніпулятивне подання новин, приховування важливих деталей або розповсюдження відверто хибних даних. Дезінформація не лише спотворює реальність, а й впливає на суспільну свідомість, створюючи хибні уявлення про події та явища.

На думку М. Макгонагла, дезінформація є небезпечною саме тому, що вона навмисно сфабрикована з метою введення в оману та підриву довіри до перевірених фактів [McGonagle, 2017]. Вона може поширюватися через традиційні та цифрові медіа, соціальні мережі та альтернативні інформаційні платформи, що значно ускладнює її виявлення та спростування. У сучасному світі, де інформаційний потік надзвичайно насичений, дезінформація набуває особливої загрози, адже аудиторія не завжди має достатньо ресурсів і навичок для перевірки її достовірності. Це призводить до того, що неправдива інформація стає частиною суспільного дискурсу, впливаючи на ухвалення рішень та громадську думку.

А. Миколаєнко наголошує, що фейки є частиною «шоу-цивілізації», яка розмиває межу між реальним і віртуальним простором, що посилює їхній вірусний ефект [Миколаєнко, 2019].

У межах лінгвістики фейкові повідомлення розглядаються як особливий вид тексту, що реалізує функцію впливу через специфічні мовні маркери. Ключовими в аналізі є такі рівні, як лексико-семантичний, синтаксичний, прагматичний і стилістичний. Зокрема, дослідження останніх років доводять, що маніпулятивний ефект фейкових повідомлень забезпечується за допомогою таких мовних засобів, як емоційно забарвлена лексика, поліфункціональні метафори, імпліцитні змісти, інформаційна надмірність і риторичні прийоми.

З лінгвістичного погляду фейкові новини мають кілька характерних особливостей:

- мовна персуазія (використання риторичних засобів, метафор, гіпербол для переконання аудиторії);
- полісемантичність висловлювань (двозначність або багатозначність, що дозволяє трактувати повідомлення по-різному);

– інформаційний шум (навантаження тексту надмірною кількістю деталей для приховування реального змісту);

– створення ефекту достовірності (імітація стилю офіційних повідомлень, посилення на вигадані джерела або експертів).

Фейкові новини часто спираються на низку прагматичних прийомів, які дозволяють маніпулювати свідомістю аудиторії. Зокрема, широко застосовується апеляція до емоцій через використання емоційно забарвленої лексики для формування потрібного емоційного фону. Маніпуляція контекстом полягає у свідомому використанні окремих цитат чи статистичних даних поза їхнім справжнім змістом. Також активно використовуються приховані імплікатури – натяки, які впливають на інтерпретацію повідомлення без прямого висловлювання. Окрім цього, поширеним є перекручування фактів, коли правдива інформація подається у викривленій інтерпретації, що вводить реципієнта в оману.

Фейкові новини використовують механізми мовного впливу, які спрямовані на викривлення реальності. Саме тому їхній аналіз з точки зору лінгвістики є необхідним для розпізнавання маніпуляцій та боротьби з дезінформацією.

Лінгвістичний аналіз фейкових новин дозволяє виокремити різні рівні мовного впливу:

- фонетичний – поєднання звуків і для привернення уваги;
- лексико-семантичний – використання багатозначних слів, метафор, емоційно забарвлених слів;
- синтаксичний – використання пасивного стану, риторичних питань, повторів, імперативних конструкцій;
- стилістичний – використання ідеологем, кліше, метафоричних конструкцій.

У дослідженнях мовних механізмів маніпуляції фейковими новинами ключову роль відіграє аналіз прагматичних елементів та лексико-семантичного

рівня. Одним із підходів до вивчення цього феномену є класифікація мовних засобів, що використовуються у медіадискурсі для впливу на аудиторію.

Згідно з дослідженнями Коваленко А. та Марченко Т., основними маніпулятивними стратегіями у медіа є: дискредитація, імпліцитна маніпуляція, персоналізація, нормалізація та драматизація [Коваленко, 2019].

Таблиця 1.1

Мовні засоби реалізації маніпулятивних стратегій і тактик

Стратегії	Тактики	Мовні засоби
Стратегія дискредитації	Тактика критики	Пейоративна лексика, дисфемізми
	Тактика створення загрози	Слова-афективи
	Тактика звинувачення	Пейоративна лексика, слова-афективи
	Тактика натяку	Іронія, пейоративна лексика
	Тактика створення опозиції «свій-чужий»	Антитеза, евфемізм
Стратегія маніпулювання імпліцитними смислами	Тактика вуалізації	Синоніми з розмитим або подвійним значенням
Стратегія персоналізації / фрагментації	Тактика переакцентування	Повторення, гедж-маркери
Стратегія нормалізації	Тактика переакцентування	Повторення, номіналізація
	Тактика вуалізації	Евфемізми, метонімія, конструкції з квазіекспліцитним суб'єктом
Стратегія драматизації	Тактика ціннісних орієнтацій	Слова-афективи, метафори
	Тактика створення загрози	Слова-афективи
	Тактика перебільшення	Синоніми з більшим смисловим навантаженням

Джерело: запозичено автором на основі: [Коваленко, 2019]

Мовленнєві маніпуляції у фейкових новинах базуються на використанні багаторівневих мовних прийомів, що формують необхідний вплив на реципієнта.

Однією з поширених стратегій є дискредитація, що використовується для створення негативного образу опонента або події. Для цього широко застосовуються пейоративна лексика, дисфемізми та слова-афективи, які викликають у читача негативні емоції. Наприклад, у заголовках новин можуть зустрічатися слова на зразок «зрадник», «агент», «корупціонер», що створює певний негативний образ без надання доказів.

Іншою важливою стратегією є імпліцитна маніпуляція, коли фейкові новини містять натяки або приховані смисли, які формують в аудиторії необхідне враження. Тут активно використовуються евфемізми, іронія, антитеза, що дозволяють замаскувати реальний сенс або спрямувати думку читача у потрібному напрямку.

Фейкові новини часто застосовують стратегію персоналізації, у якій наголошується на певних аспектах події, залишаючи поза увагою інші деталі. Використання повторення, гедж-маркерів та номіналізації дозволяє змістити акценти в повідомленні, змушуючи аудиторію сприймати лише ту інформацію, яка відповідає потрібному наративу.

Не менш важливою є стратегія нормалізації, що спрямована на те, щоб зробити певне явище звичним або буденним для суспільства. У такому випадку застосовуються евфемізми, метонімія та конструкції з квазіекспліцитним суб'єктом, які допомагають приховати реальний характер подій.

Останнім, але не менш дієвим прийомом є драматизація, що проявляється у навмисному емоційному загостренні подачі новин. У таких випадках інформація подається у перебільшеній формі з використанням експресивної лексики, метафор, гіпербол, які викликають у читача відчуття нагальності, страху чи кризи. Для посилення впливу в заголовках часто застосовуються слова на кшталт «катастрофа», «загибель», «апокаліпсис», які створюють ефект тривожності та привертають увагу за рахунок емоційного резонансу.

Фейкові новини є багатогранним мовним явищем, що використовує різні прагмалінгвістичні прийоми для маніпуляції суспільною свідомістю. Вони

можуть подаватися в різних формах, мати різні рівні достовірності та переслідувати широкий спектр цілей.

Оскільки фейкові новини є одним з основних інструментів інформаційної війни, їх вивчення в межах лінгвістики дозволяє ідентифікувати механізми мовного впливу, розпізнавати маніпулятивні стратегії та підвищувати рівень критичного мислення у суспільстві.

Слід наголосити, що фейкові новини часто будуються за принципом прагматистичного конструювання, тобто через мовні прийоми, які водночас впливають як на зміст, так і на спосіб його подачі. Так, застосування пасивних конструкцій або іменникових формулювань дозволяє приховати джерело дії та уникнути персоніфікації відповідальності. Повторення окремих словосполучень сприяє закріпленню певного смислового ядра, а метафоричні образи зміщують акценти сприйняття, створюючи нову інтерпретаційну рамку. У підсумку такі тексти виступають не просто носіями недостовірних фактів, а складними мовними структурами, які навмисно сконструйовані для маніпулятивного впливу на аудиторію.

Попри зростаючий обсяг наукових досліджень, більшість з них зосереджена на соціальному чи медіаполітичному аспектах фейків, тоді як лінгвістичне осмислення, зокрема у контексті українськомовного сегмента соціальних мереж, ще перебуває на стадії формування. Необхідність комплексного вивчення мовних стратегій, що лежать в основі створення та поширення фейкових повідомлень, зумовлює актуальність цього дослідження. Особливо важливим є застосування семантико-текстуальної експертизи, яка дозволяє не тільки виявляти маніпулятивні елементи, а й формулювати практичні рекомендації для фактчекінгу, автоматизованого виявлення фейків та підвищення рівня критичного сприйняття інформації у суспільстві.

У зв'язку з цим дослідження фейкових новин у межах сучасної лінгвістики має не лише теоретичне, а й прикладне значення, оскільки сприяє створенню ефективних моделей протидії дезінформації на мовному рівні.

1.2. Дослідження фейкових новин в українській та закордонній лінгвістиці

Проблема поширення неправдивої інформації виникла одночасно з появою ЗМІ та соціальних мереж. Хоча дослідники медіа стверджують, що перші спроби маніпулювання інформацією відбулися ще задовго до появи преси. Незважаючи на те, що професійні стандарти та моральні принципи журналістики вимагають точності та достовірності, ці принципи не завжди запобігають помилкам, викривленням або поширенню неправдивих даних [McGonagle, 2017].

І. Мудра стверджує, що фейк часто поєднується з неправдивою або неперевіреною інформацією. Однак дослідниця вважає, що це визначення не повністю розкриває суть явища. Її твердження полягає в тому, що фейк – це навмисно створена підробка, метою якої є дезінформація аудиторії. Фейк може включати фотографії, які були змінені за допомогою графічних редакторів, вигадані новини, підроблені відеоролики або навіть фейкові профілі в соціальних мережах, які виглядають як справжні люди, але поширюють неправдиву інформацію [Мудра, 2016].

В українському медіапросторі термін «фейк» часто використовують у засобах масової інформації та соціальних мережах. Однак, як зазначають науковці (Дубов Д. В., Корецька І. О., Баровська), досі не існує чіткого і загальноприйнятого визначення цього явища [Дубов, 2020]. Так, І. Мудра пропонує визначення, згідно з яким фейк – це спеціально створена новина, подія чи матеріал, що містить неправдиву або спотворену інформацію, спрямовану на дискредитацію певної особи чи групи осіб в очах аудиторії [Мудра, 2016].

На нашу думку, складність у розпізнаванні фейкової інформації полягає в тому, що її мета – ввести людей в оману. Навіть професійні журналісти часом несвідомо сприяють поширенню фейків, публікуючи їх у своїх матеріалах або на особистих сторінках у соціальних мережах. Попри те, що традиційні

соціальні мережі зазвичай намагаються уникати поширення фейкових повідомлень, такі матеріали часто потрапляють до інтернет-користувачів через соціальні платформи чи інші джерела. Як наслідок, дезінформація, чутки та відверта брехня стали невід'ємною складовою сучасного інформаційного простору. Постійна боротьба з фейками ускладнюється тим, що відрізнити правду від брехні часто буває непросто.

Фейкові новини цілеспрямовано формують сприйняття суспільства, створюючи альтернативну реальність. Це досягається шляхом висвітлення та маніпуляції «необхідними» темами у медіа.

Фейкові новини зазвичай спрямовані на привернення уваги аудиторії, здебільшого за допомогою яскравих і провокаційних заголовків. Це робить їх ефективним інструментом інформаційного впливу, який активно використовується як у медіа, так і в соціальних мережах.

Англійський дослідник Ф. Сафедіна вивчає явище неправдивої інформації в контексті еволюції інформаційних технологій та виокремлює чотири основні етапи еволюції вивчення поняття «фейк» [Safieddine, 2020]:

1. Довидавнича ера: у цей період неправдиву інформацію поширювали через літературні твори, архітектуру, скульптуру чи фольклор. Наприклад, деякі монументи, замки чи храми могли створювати хибні враження про реальність.

2. Ера книгодрукування: з появою друкарства відбулася трансформація способів передачі інформації. Книги, перша преса й мистецькі твори стали масовими каналами, через які також почали поширюватися неправдиві дані.

3. Ера масмедіа: із розвитком газет, радіо та телебачення почалося активне використання фейків, а також перші спроби боротьби з цим явищем на рівні журналістських стандартів.

4. Ера інтернету: із розвитком цифрових технологій виникли нові канали для поширення інформації, зокрема електронна пошта, вебсайти та соціальні мережі. Це призвело до різкого збільшення обсягу інформації,

включно з неправдивими даними, і значно ускладнює контроль за її достовірністю.

У сучасному світі, де контент створюють та поширюють миттєво, особливо важливо ідентифікувати та оцінювати інформаційні повідомлення, які можуть вводити в оману аудиторію або поставити під загрозу репутацію окремих осіб, організацій чи навіть цілих держав. Здатність точно визначити, аналізувати та пояснити справжню природу таких матеріалів є головним завданням для фахівців у сфері комунікацій [Safieddine, 2020].

Проблема фейкових повідомлень не є новою – випадки поширення недостовірної або викривлення інформації фіксувалися задовго до цифрової епохи. Втім, саме в умовах сучасного інформаційного суспільства, зокрема з появою соціальних мереж, фейки набули масовості, миттєвості поширення та потужного впливу на аудиторію. Особливої актуальності це явище набуло в українському медіапросторі з початком збройної агресії Російської Федерації проти України у 2014 році, коли дезінформаційні кампанії стали складовою частиною гібридної війни [Гриценко, 2020].

У перші роки війни фейки в соціальних мережах часто розглядалися як незначне спотворення реальності або побічний продукт інформаційного обміну. Проте таке трактування виявилось хибним. Уже з 2014 року поширення фейкових повідомлень стало цілеспрямованим механізмом інформаційно-психологічного впливу, що мав на меті дестабілізувати внутрішню ситуацію в Україні, створити атмосферу страху й недовіри, а також дискредитувати українські інституції на міжнародному рівні [Гриценко, 2020].

В умовах війни фейкові новини перестали бути просто помилковими інтерпретаціями подій – вони перетворилися на потужну зброю масової дії, що систематично використовується державними та недержавними акторами для реалізації пропагандистських наративів. Такі повідомлення створюються з урахуванням культурно-мовних особливостей цільової аудиторії, використовують знайомі комунікативні шаблони та стилістику достовірного новинного дискурсу, що ускладнює їхнє розпізнавання [Вільчинська, 2021].

У контексті інформаційної війни фейк розглядається як дезінформація, тобто свідоме викривлення фактів, явищ чи подій із прихованими зловмисними намірами. На думку фахівця з інформаційної безпеки О. Саприкіна, фейкове повідомлення виглядає як достовірне, завдяки чому воно успішно впливає на аудиторію. Такий ефект досягається завдяки використанню симулякрів – образів або уявлень про те, чого насправді не існує.

Для поширення подібних фейків створюються спеціальні інтернет-ресурси, які цілеспрямовано наповнюються інформацією, в якій достовірні й недостовірні дані змішані, або ж містять виключно неправдивий контент. Мета таких платформ – маніпуляція свідомістю та формування певних переконань у суспільстві [Detector Media, 2022].

Дослідники часто визначають фейки як окремий тип дезінформації, спрямованої на свідоме введення в оману. Незважаючи на те, що деякі фейки можуть виглядати як жарти або сатира, вони все частіше перетворюються на небезпечний інструмент дезінформації, спрямований на дезорієнтацію аудиторії.

Науковці базуються на припущенні, що істина є фундаментальною цінністю журналістики та основною соціально-комунікативною категорією (СКС) у професійній діяльності журналістів. Вона визначає професійні стандарти, методи, форми роботи, а також мотиви, наміри та алгоритми взаємодії суб'єктів комунікації. Крім того, істина виступає критерієм морально-професійного вибору журналіста.

Як зазначає вітчизняний вчений Г. Почепцов, фейки є особливо небезпечними, оскільки вони створюються не випадково чи стихійно, а організовано й цілеспрямовано.

Через використання сенсаційних і провокаційних заголовків фейки створюються з метою привернути увагу аудиторії швидше. Найпоширенішою причиною поширення фейкових новин є бажання викликати сенсацію. Такі публікації зазвичай описують події, які вважаються екстраординарними або надзвичайними. Крім того, фейки часто стосуються життєво важливих речей. У

таких ситуаціях емоції замінюють логічне мислення, що призводить до того, що люди починають вірити навіть у безглузде [StopFake, 2022].

Наразі поширення дезінформації є глобальною проблемою, оскільки неправдиві новини спотворюють реальність і руйнують уявлення людей про справжній стан речей. Такі новини здебільшого намагаються дезінформувати людей, підкреслюючи важливість отримання та перевірки інформації з офіційних та надійних джерел.

Фейкові новини не тільки візуальні. Мультимедійність – це поєднання зображень, відео та тексту в публікаціях соціальних медіа. Матеріали стають більш привабливими завдяки такій взаємодії різних типів контенту, що забезпечує сильний комунікативний вплив. Наприклад, фейкові повідомлення включають відео, змонтовані з попередніх кадрів або зображень, які не мають текстового супроводу [StopFake, 2022].

Фейкові акаунти та сторінки в соціальних мережах використовуються для розповсюдження дезінформації. Пол Хорнер, американський письменник, тривалий час працював над створенням фейкових новин. Він зауважує, що більшість людей поширюють інформацію, не перевіряючи її достовірність. Ситуація з фейками досягла піку, коли Дональд Трамп використовував суперечливі заяви, які багато людей вірили, у своїй комунікації [Cole, 2019].

Для ефективного поширення фейків достатньо знайти цільову аудиторію, яка недостатньо поінформована та схильна вірити у неправдиву новину. Популярність фейкових новин обумовлена тим, що сучасні соціальні мережі дозволяють миттєво поділитись будь-яким матеріалом, не замислюючись над його достовірністю. Вони можуть поширюватися завдяки уподобайкам і репостам, які слугують як показником схвалення, так і засобом розширення аудиторії. Крім того, для популяризації фейкових матеріалів нерідко використовують боти або віруси, які автоматично поширюють контент. Це створює загрозу для медіапростору, адже кількість фейків постійно зростає, а користувачі не завжди здатні розпізнати неправдиву інформацію. Основна мета фейкових новин – не інформувати, а вводити в оману. Вони створюються з

різними цілями, зокрема для привернення уваги до події чи явища, або для просування PR-кампаній. Сучасне суспільство все частіше характеризують як «еру постправди», у якій факти втрачають своє значення, а емоції та особисті вподобання стають головними факторами впливу [Миколаєнко, 2019].

Дослідники інформаційного середовища приділяють значну увагу визначенню дезінформації та фейкових новин, наголошуючи на їх здатності імітувати журналістський контент, але без дотримання стандартів перевірки фактів та достовірності. Зокрема, D. M. Lazer та його колеги розглядають дезінформацію як навмисно сфабриковану інформацію, яка подається у формі медійного контенту, проте не відповідає загальноприйнятим професійним нормам журналістики [Lazer, 2018].

Визначення цього явища, наведене в Oxford Dictionary, також акцентує увагу на його цільовому спрямуванні. Дезінформація трактується як неправдива інформація, яка подається під виглядом новин, однак має приховану шахрайську або політично мотивовану мету [Oxford English Dictionary, 2020].

Також українські дослідники розглядають дезінформацію з точки зору її впливу на суспільство та процеси прийняття рішень. В. Шлапаченко визначає дезінформацію як ефективний інформаційно-психологічний інструмент для впливу на певні цільові групи або осіб, які приймають рішення [Шлапаченко, 2019].

Науковиця М. Кіца у своїх дослідженнях розглядає дезінформацію з точки зору її психологічного впливу на сприйняття реальності [Кіца, 2017]. Вона зазначає, що маніпулятивна інформація, яка поширюється у ЗМІ та соціальних мережах, створює враження правдивості, хоча насправді є перекрученою або повністю вигаданою.

Феномен брехні, а також дезінформації, яка є одним із її проявів, є об'єктом інтенсивного вивчення в сучасній науці, особливо в контексті журналістської діяльності. Це пояснюється важливістю достовірної інформації в сучасному світі, де інформаційний простір насичений великою кількістю повідомлень сумнівної правдивості.

Згідно з проведеними дослідженнями Nimma-Kadakas M, що присвячені аналізу впливу альтернативних фактів та фейкових новин на журналістське виробництво контенту, журналісти, які працюють у сучасних новинних середовищах, переважно покладаються на традиційні методи перевірки фактів, такі як [Nimma-Kadakas, 2017]:

- перевірка джерел,
- критичне мислення,
- перехресна перевірка інформації через офіційні канали.

Однак ці методи не завжди є ефективними у випадках поширення нових форм брехні, що активно циркулюють у цифровому просторі. Зокрема, журналісти виявляють певну «сліпу довіру» до офіційних джерел, що може сприяти поширенню дезінформації.

Ще одним важливим аспектом є «перенесення відповідальності» за правдивість інформації на авторитетні джерела. Журналісти часто публікують заяви політиків чи експертів без додаткової перевірки, обґрунтовуючи це тим, що відповідальність за достовірність лежить на джерелі, а не на редакції.

Феномен фейкових новин тісно пов'язаний із концепцією постправди. Tamul et al. пропонують розрізняти два типи визначень фейкових новин [Tamul, 2021]:

- «Untruth-driven» (орієнтовані на неправду) – зосереджені на тому, що інформація є сфабрикованою та вводить в оману.
- «Post-truth-driven» (орієнтовані на постправду) – наголошують на використанні фейкових новин як інструменту політичної боротьби, коли термін застосовується для дискредитації медіа.

Дослідження Oxford Institute for the Study of Computational Propaganda показує, що термін «фейкові новини» у соціальних мережах дедалі частіше використовується не лише для позначення неправдивої інформації, а й як інструмент політичної боротьби. Це явище є частиною ширшої стратегії впливу на суспільну думку, дискредитації опонентів і просування певних наративів.

Фейки в соцмережах активно застосовуються для маніпуляцій, особливо під час виборчих кампаній [Oxford Institute, 2019].

Окремі дослідження (Tsfati et al., Usher) аналізують, як цифрові платформи сприяють швидкому поширенню фальшивого контенту. Через швидкісний інформаційний потік і конкуренцію за увагу користувачів рівень перевірки фактів у соцмережах значно нижчий, ніж у традиційних медіа. Алгоритми платформ пріоритизують вірусний контент, що ще більше прискорює розповсюдження фейків [Tsfati, 2020].

Науковці [McGonagle, 2017; Ahmed, 2021] виділяють кілька ключових факторів, що сприяють розповсюдженню фейкових новин у соцмережах:

1. Політична мотивація – фейки часто використовуються для маніпуляції громадською думкою, особливо в періоди виборів.
2. Фінансова вигода – неправдива інформація створюється для залучення трафіку й монетизації через рекламу.
3. Психологічні фактори – користувачі схильні поширювати емоційно заряджені новини, навіть не перевіряючи їхню правдивість.
4. Алгоритми соцмереж – за даними Vosoughi et al., неправдива інформація поширюється швидше, оскільки вона привертає більше уваги [Vosoughi, 2018].

Хоча цифрові технології можуть допомогти у виявленні фейків, журналісти та користувачі рідко застосовують такі інструменти, як зворотний пошук зображень (Google Reverse Image, FotoForensics) або перевірку цифрових ідентичностей (Pipl.com, AnyWho). Це пов'язано з браком відповідних навичок та недостатнім навчанням у сфері цифрової грамотності [Vosoughi, 2018].

Ще одним дієвим механізмом у боротьбі з дезінформацією є колективний фактчекінг. Журналісти, які працюють в онлайн-виданнях, зазначають, що часто перевіряють сумнівну інформацію, звертаючись до колег у внутрішніх чатах редакції або залучаючи експертів з інших медіа. Це створює ефект «колективного інтелекту», де знання та навички різних журналістів доповнюють один одного, підвищуючи якість перевірки фактів.

Отже, дезінформація у соціальних мережах є не лише інструментом викривлення реальності, а й чинником, що формує суспільну думку та впливає на стратегічні процеси в політиці, економіці та соціальному житті. У зв'язку з цим необхідність розвитку навичок перевірки інформації та вдосконалення механізмів боротьби з фейковими новинами стає одним із ключових викликів сучасного інформаційного простору.

1.3. Семантико-текстуальна експертиза фейків: підходи, принципи, методи

У межах лінгвістичного вивчення фейкових повідомлень усе більшої значущості набуває семантико-текстуальна експертиза, що поєднує аналіз змістового наповнення повідомлення з вивченням структурно-функціональних характеристик тексту. Така експертиза дозволяє оцінити не лише фактичну точність або неточність повідомлення, а й інтенційне навантаження тексту, його прагматичну організацію, приховані мовні тактики, риторичні механізми впливу. Цей підхід є вкрай важливим у випадках поширення фейків, коли дезінформація не подається відкрито, а вбудовується у повідомлення через імпліцитні механізми, натяки, зміщення акцентів або маніпуляцію контекстом [Компанцева, 2022].

Сучасні дослідження засвідчують, що семантико-текстуальна експертиза має справу не лише з аналізом слів і граматичних конструкцій, а передусім із встановленням мовленнєвих стратегій і тактик, за допомогою яких формується комунікативний вплив на аудиторію. У процесі експертизи фейкових текстів вивчають рівень кореляції між формальною структурою висловлювання й іллокутивною метою мовця. Якщо зміст повідомлення приховує певне прагматичне навантаження, що не збігається з його прямим значенням, текст потребує поглибленого аналізу як непрямого мовленнєвого акту – такого, що має подвійне або багатозарове значення [Шевченко, 2021].

Одним з ключових методологічних принципів сучасної експертизи фейкових повідомлень є оцінка комунікативної інтенції, тобто з'ясування того, з якою метою було створено і поширено повідомлення. Це зумовлює необхідність не лише лінгвістичного, а й контекстуального аналізу – із залученням ситуативних, соціально-психологічних і навіть політичних параметрів. У цьому сенсі семантико-текстуальна експертиза функціонує як міждисциплінарна процедура, що спирається на принцип прагматичної достатності: кожне мовне висловлювання розглядається з урахуванням тієї міри формального та змістового наповнення, яка була необхідною для досягнення мети комуніканта [Шевченко, 2021].

Розуміння тексту в межах експертизи неможливе без урахування ситуативного контексту, що включає фізичні, соціально-психологічні та часові параметри, у яких створено або сприйнято текст. Як показують недавні дослідження [Кіца, 2017], значення фрази в конфліктному або політизованому середовищі часто істотно змінюється порівняно з її буквальною читанням.

Отже, семантико-текстуальна експертиза фейкових повідомлень ґрунтується не лише на вивченні формальної структури тексту, а й на глибокому аналізі змістових рівнів і прагматичних інтенцій. У цьому контексті важливо враховувати, що фейкові новини функціонують у тісному зв'язку з медіадискурсом, де лінгвістичні засоби часто стають інструментами цілеспрямованої комунікативної дії. Саме тому для об'єктивного аналізу таких повідомлень необхідним є поєднання кількох рівнів лінгвістичного аналізу, що дозволяють ідентифікувати ознаки маніпуляції, визначити ступінь порушення журналістських стандартів та оцінити відповідність інформації фактичному стану речей [Міщенко, 2023].

Застосування таких аналітичних інструментів набуває особливого значення у процесі дослідження медійного контенту, поширеного в соціальних мережах, інформаційних платформах та новинних ресурсах. У таких текстах часто спостерігається поєднання елементів фейкової, емоційно забарвленої, оціночної й навіть пропагандистської інформації. Тому в межах

семантико-текстуальної експертизи доцільним є звернення до комплексу підходів – від семантичного до прагмалінгвістичного аналізу, що дозволяє виявити глибинні механізми формування неправдивого змісту [Мищенко, 2023].

У процесі аналізу медійного контенту в Україні на предмет цензури, пропаганди, нормативності або ненормативності інформації доцільно зважати на:

- принципи журналістської етики – об’єктивність, достовірність, баланс думок;
- правові аспекти – відповідність тексту законодавчим нормам щодо свободи слова та захисту честі й гідності;
- лінгвістичні характеристики – наявність оціночних висловлювань, маніпулятивних стратегій, риторичних прийомів тощо [Глушук, 2023].

Враховуючи різноманіття форм та механізмів функціонування фейкових новин, важливим завданням сучасної лінгвістики науковці вважають розроблення методів їхньої ідентифікації та експертизи. Одним із ключових напрямів дослідження цього явища є семантико-текстуальна експертиза, яка дозволяє аналізувати змістовне наповнення тексту, його структурні особливості, засоби мовної маніпуляції та конотації, що формують у реципієнта певні установки.

Семантичний аналіз є базовим методом виявлення фейкової інформації, оскільки він дозволяє оцінити відповідність лексичного та змістового наповнення новини до реальної ситуації. Він охоплює [Глушук, 2023]:

1. Аналіз ключових лексем: визначення семантичного значення слів та словосполучень, які можуть містити маніпулятивний або неправдивий зміст. Наприклад, вживання слів «катастрофа», «змова», «геноцид», «зрада» без чітких доказів та посилань на авторитетні джерела може свідчити про навмисне емоційне забарвлення новини.

2. Дослідження конотацій: встановлення прихованих оцінок та емоційних відтінків тексту, які можуть формувати упереджене ставлення до події або особи.

3. Аналіз синонімічних варіацій: визначення того, чи використовуються слова-синоніми для підміни понять або створення хибного враження про зміст інформації.

Семантичний аналіз дозволяє встановити, чи є новина нейтральною за змістом, чи вона містить оцінні судження, які можуть маніпулювати свідомістю реципієнта.

Контекстуальний аналіз дозволяє оцінити значення слів та фраз у конкретному текстовому середовищі, що є особливо важливим для ідентифікації фейкових новин. Цей підхід передбачає [Глушук, 2023]:

1. Аналіз внутрішнього контексту: перевірка відповідності інформації загальному змісту новини. Наприклад, якщо новина стверджує, що «ВООЗ підтвердила смертельну небезпеку вакцин», але не містить конкретних джерел, це може бути маніпулятивним вживанням фактів.

2. Аналіз зовнішнього контексту: співставлення інформації з даними авторитетних джерел (офіційних сайтів, наукових статей, урядових звітів тощо).

3. Аналіз цитат і посилань: перевірка коректності використання цитат, їхнього змісту та відповідності першоджерелу. Нерідко фейкові новини використовують реальні висловлювання, але вирвані з контексту, що змінює їхнє початкове значення.

Контекстуальний аналіз дозволяє встановити, чи є новина самодостатньою та достовірною, чи вона використовує вирвані з контексту факти та маніпулятивні твердження [Міщенко, 2023].

Дискурсивний аналіз фейкових новин спрямований на дослідження ідеологічних, соціокультурних та політичних чинників, що впливають на їхнє створення та поширення.

Основні методи дискурсивного аналізу [Дубов, 2020]:

- аналіз мовної картини світу: визначення того, як фейкова новина інтерпретує певні події та які культурні або політичні аспекти впливають на її зміст;
- аналіз наративних стратегій: дослідження способів побудови тексту, які сприяють формуванню у реципієнта певного ставлення до подій (наприклад,

навмисне створення опозиції «добро – зло», «свої – чужі»);
– аналіз емоційної риторики: встановлення наявності гіперболізації, метафоризації, оціночних висловлювань та емоційно забарвленої лексики, що є типовими для фейкових новин.

Дискурсивний підхід дозволяє визначити, які політичні чи соціальні установки закладено в тексті фейкової новини та як вони впливають на її сприйняття аудиторією.

Прагмалінгвістичний аналіз фейкових новин передбачає виявлення мовленнєвих актів, що використовуються для маніпулювання свідомістю. Основними показниками неправдивої інформації є [Калька, 2017]:

1. Імплікація та пресупозиція: приховані смисли, що не артикулюються прямо, але мають вплив на сприйняття реципієнта.
2. Маніпуляція фактажем: навмисне використання узагальнень («усі», «завжди», «ніхто»), що створюють ефект правдоподібності без конкретних доказів.
3. Апеляція до емоцій: використання оціночних суджень замість фактів, наприклад: «вражаючий факт», «шокуюче відкриття», «прихована правда».

Фейкові новини часто використовують специфічні мовні засоби, що виявляються за допомогою стилістичного аналізу [Safieddine, 2020]:

- гіперболізація: «Найбільша катастрофа століття!»;
- конспірологічні натяки: «Від вас приховують правду!»;
- псевдонаукова лексика: «дослідження довело», без посилання на джерело.

Окрему увагу у процесі експертизи фейкових повідомлень приділяють змістовим смислотвірним одиницям, які не завжди мають однозначну інтерпретацію. Зокрема, лексеми із негативною конотацією, дисфемізми, евфемізми або ідеологічно марковані слова можуть нести прихований намір дискредитації, стереотипізації чи створення загрози. Аналіз таких одиниць здійснюється в поєднанні з вивченням синтаксичної структури тексту –

наприклад, наявністю номіналізацій, імперативних форм або повторень як елементів прагматичної стратегії. При цьому ключову роль відіграє встановлення цільової функції мовленнєвого акту – образити, викликати емоційну реакцію, схвалити чи виправдати певні дії. Ці маркери є особливо важливими у випадках фейкових повідомлень, замаскованих під експертні судження або нейтральні новини [Компанцева, 2020].

Під час проведення семантико-текстуальної експертизи враховується також рівень інтенціональної узгодженості тексту, тобто відповідності між заявленою тематикою й мовними засобами її реалізації. Якщо повідомлення, формально присвячене нейтральному питанню, містить елементи агресії, заклики або натяки на підтримку деструктивних дій, це сигналізує про маніпулятивний характер змісту. У подібних випадках експерти аналізують не лише текстові репліки, а й загальний комунікативний сценарій, у якому вони виникли. Цей підхід дозволяє відмежувати випадкові або ситуативні висловлювання від системного поширення фейкових наративів [Шлапаченко, 2019].

Феномен фейкових новин став однією з головних загроз інформаційної безпеки у сучасному суспільстві. Швидке поширення дезінформації, маніпулятивних матеріалів та спотворених фактів створює серйозні ризики як для окремих осіб, так і для державних інституцій. У цьому контексті семантична експертиза фейкових новин є важливим інструментом для виявлення інформаційних маніпуляцій, аналізу їхнього впливу та розробки методів протидії.

Семантична експертиза фейкових новин спрямована на [Шлапаченко, 2019]:

1. Виявлення спотворених фактів та логічних суперечностей у матеріалах.
2. Аналіз лексичних та стилістичних прийомів, що використовуються для маніпуляції свідомістю.

3. Оцінку структури тексту з точки зору його переконливості та впливу.

4. Виявлення прихованих пропагандистських наративів та інформаційних стратегій.

5. Визначення авторства та мотивації створення фейкового контенту.

Ключовим завданням експертизи є перевірка правдивості фактів, наведених у новині. Для цього аналізуються [Шлапаченко, 2019]:

1. Джерела інформації та їхня репутація.

2. Наявність офіційних підтверджень або спростувань від авторитетних організацій.

3. Узгодженість фактів із реальними подіями.

Якщо новина містить розбіжності між фактами, відсутність посилань на перевірені джерела або використання анонімних свідчень, вона може бути фейковою.

Якщо у тексті переважає емоційність, а об'єктивна аргументація відсутня – це може свідчити про маніпулятивний характер новини.

Фейкові новини нерідко містять логічні помилки, які можуть бути виявлені за допомогою семантичного аналізу [Мудра, 2016]:

- Підміна понять («Українці – лідери антисемітизму», тоді як в оригінальному дослідженні йдеться про окремі випадки).
- Фальшива причинно-наслідкова залежність («Після ухвалення закону почалися масові протести – отже, закон їх спровокував»).
- Висновки на основі поодиноких фактів («Один випадок нападу в місті = у місті панує хаос і безлад»).

Текст новини може виглядати достовірно, але його сенс змінюється у певному контексті. Семантична експертиза враховує [Мудра, 2016]:

- чи є текст частиною ширшої інформаційної кампанії (наприклад, дискредитації країни чи політика);

- чи використовуються вирвані з контексту цитати;
- чи співвідноситься зміст новини з іншими джерелами інформації.

Одним із ключових методів виявлення фейкових новин є детальний семантичний аналіз тексту. Він дозволяє визначити, чи є матеріал об'єктивним, чи в ньому використовуються маніпулятивні прийоми для впливу на аудиторію. Такий аналіз охоплює кілька основних аспектів, зокрема дослідження словникового складу, структурної організації тексту та його міжтекстових зв'язків.

Важливим елементом аналізу є вивчення мовних засобів, які використовуються у новині. Часто фейкові матеріали насичені емоційно забарвленою лексикою, що покликана викликати у читача страх, обурення, тривогу або, навпаки, захоплення. Наприклад, слова на зразок *«катастрофа»*, *«скандал»*, *«шок»*, *«зрада»* створюють враження, що подія має виняткове значення і негайні наслідки. Окрім цього, такі слова можуть викликати сильні емоційні реакції, змушуючи читача сприймати інформацію нераціонально. Також важливо звернути увагу на оціночні судження, що містять суб'єктивну інтерпретацію подій. Формулювання на зразок *«цинічне рішення влади»*, *«безвідповідальна політика»*, *«героїчний вчинок опозиції»* не дають змоги читачеві самостійно оцінити подію, оскільки автор уже нав'язує йому певний погляд. Фактично такі судження маскуються під об'єктивну інформацію, хоча насправді є вираженням суб'єктивної позиції автора або замовника новини [Кіца, 2016].

Ще одним мовним інструментом маніпуляції є використання стереотипних узагальнень. Наприклад, вислови на кшталт *«усі політики корумповані»*, *«мігранти – загроза»*, *«Захід нас зрадив»* базуються на упереджені та шаблонних уявленнях, які не мають конкретного підтвердження. Вони формують у читачів викривлене уявлення про певні соціальні групи або явища, підштовхуючи до певної реакції – від обурення до агресії [Кіца, 2019].

Не менш важливим етапом є дослідження структури тексту. Часто фейкові новини мають характерну будову, яка спрямована на те, щоб вплинути на емоції читача, а не надати йому чітку інформацію.

Зокрема, експертиза дозволяє визначити, чи містить матеріал логічну аргументацію або ж побудований виключно на емоційних твердженнях. Наприклад, справжня журналістика передбачає наведення фактів, посилання на першоджерела, балансування різних точок зору. У фейкових новинах натомість часто відсутня логічна структура: замість фактів подається емоційне обурення, замість джерел – узагальнені заяви [Шевченко, 2021].

Ще однією характерною ознакою фейкових новин є зміщення смислових акцентів. Це може проявлятися у свідомому перекручуванні контексту подій задля подання ситуації у спотвореному вигляді. Один із типових маніпулятивних прийомів – представлення жертви як винуватця. Наприклад, у випадку агресії проти певної сторони автор новини може акцентувати увагу не на факті нападу, а на попередніх діях жертви, подаючи їх як провокативні чи помилкові. До методів дезінформації також належить включення до тексту прихованих припущень – тверджень, які не мають доказової бази, але подаються як очевидні істини, що автоматично приймаються читачем. Для встановлення достовірності новини важливо проаналізувати її взаємозв'язок з іншими інформаційними повідомленнями. Один із ключових способів перевірки – зіставлення інформації з альтернативними джерелами для виявлення розбіжностей або підтверджень.

Якщо новина містить важливу інформацію, але не має жодних підтверджень у надійних медіа або ж суперечить офіційним даним, це може бути ознакою її фейковості. Часто автори маніпулятивних матеріалів використовують гіперпосилання на джерела, які не є авторитетними або ж перекручують реальні дані.

Іншим поширеним прийомом є використання цитат поза контекстом. Наприклад, якщо політик сказав: *«Ми повинні змінити підхід до економічної політики, інакше можуть виникнути серйозні труднощі»*, фейковий матеріал

може подати це як: *«Чиновник визнав, що економіка країни перебуває у катастрофічному стані»*. Хоча в оригінальній цитаті не було подібних тверджень, маніпулятивний заголовок створює інше враження [Гриценко, 2020].

Семантична експертиза фейкових новин є необхідним інструментом для розпізнавання маніпуляцій та дезінформації. Вона дозволяє викрити механізми, які використовуються для впливу на аудиторію, допомагає зрозуміти, як саме формується громадська думка та якими способами можна протистояти неправдивим повідомленням [Гриценко, 2020].

Глибокий аналіз лексичних, структурних та міжтекстових особливостей тексту дає змогу визначити, чи містить новина маніпулятивні елементи, наскільки вона відповідає реальним подіям і чи є ризики її використання для деструктивного інформаційного впливу.

Сьогодні, коли інформаційний простір заповнений величезною кількістю матеріалів сумнівної достовірності, критичне мислення та вміння аналізувати новини є одними з найважливіших навичок для кожного користувача медіа. Семантична експертиза допомагає не лише викривати фейки, але й підвищувати рівень медіаграмотності суспільства, сприяючи формуванню здорового інформаційного середовища.

Висновки до першого розділу

Узагальнюючи результати теоретичного аналізу, можна стверджувати, що феномен фейкових новин є складним, багаторівневим і міждисциплінарним явищем, яке потребує системного вивчення на перетині лінгвістики, медіааналізу, соціальних наук і психології. Сучасний інформаційний простір створює умови для стрімкого поширення неправдивої інформації, що маскується під достовірний медіаконтент, і саме тому дослідження фейків виходить за межі суто фактологічної перевірки й охоплює глибокий аналіз мовних стратегій, прагматичних інтенцій і дискурсивних особливостей повідомлень. Фейки не є лише прикладом спотворення дійсності – вони є

інструментами впливу, сконструйованими для маніпулювання свідомістю, формування бажаних наративів і трансформації суспільної думки.

У межах лінгвістики фейки розглядаються як спеціально сконструйовані тексти, які відтворюють реальні форми комунікації, але порушують її змістову істинність і морально-етичні стандарти. Їхня ефективність базується на використанні емоційно забарвленої лексики, імпліцитних змістів, логічних хиб і стереотипних суджень, які знижують опір аудиторії та посилюють віру у викривлену реальність. Такі повідомлення активно функціонують у соціальних мережах, які не лише пришвидшують їх розповсюдження, а й змінюють саму природу комунікації, зводячи її до візуально-емоційного впливу, що ускладнює критичне осмислення інформації.

Семантико-текстуальна експертиза, яка дедалі більше використовується у практиці аналізу фейкових повідомлень, доводить свою ефективність у виявленні прихованих мовних тактик і маніпуляцій. Вона дозволяє досліджувати як поверхневу структуру повідомлень, так і глибинні смислові рівні, що формуються через лінгвістичні, прагматичні та дискурсивні механізми. У сучасних умовах зростаючої інформаційної агресії, особливо в контексті гібридної війни проти України, розуміння мовної природи фейків і вміння їх ідентифікувати на ранньому етапі стають не лише науковим завданням, а й важливою умовою інформаційної безпеки. Саме тому розвиток лінгвістичних інструментів протидії дезінформації має стати одним із ключових напрямів досліджень у сфері гуманітарних наук.

РОЗДІЛ 2

СЕМАНТИКО-ТЕКСТУАЛЬНА ЕКСПЕРТИЗА ФЕЙКОВИХ НОВИН В УКРАЇНСЬКОМОВНОМУ СЕГМЕНТІ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

2.1. Джерела та матеріал дослідження: характеристика вибірки

Дослідження фейкових новин в українськомовному сегменті соціальних мереж потребує ретельної побудови емпіричної бази даних, яка дозволяє здійснити репрезентативний аналіз текстових особливостей дезінформаційних повідомлень. У цьому контексті надзвичайно важливим є обґрунтований добір джерел новин, визначення критеріїв формування вибірки, а також систематичний опис її основних характеристик.

Джерельною базою для нашого дослідження слугували матеріали авторитетних фактчекінгових платформ, що спеціалізуються на верифікації інформації та спростуванні дезінформаційних наративів. Зокрема, було використано публікації проєктів StopFake, VoxCheck, Fakeoff, MediaSapiens (Детектор медіа), BBC News Україна, "Сила правди" та DW Україна. Вибір саме цих ресурсів обумовлений їхньою доведеною фаховістю, високими стандартами журналістської етики, прозорістю методик перевірки фактів, а також активною діяльністю в українському інформаційному просторі під час збройної агресії Російської Федерації.

Період охоплення вибірки визначено як 2022–2024 роки. Обґрунтування такого часового проміжку полягає у надзвичайній інтенсифікації інформаційних атак на Україну, що супроводжували повномасштабне вторгнення та спроби окупації українських територій. Саме в цей період спостерігається різке зростання кількості фейкових повідомлень, спрямованих як на внутрішню аудиторію України, так і на міжнародну спільноту. Обмеження часових рамок дозволило зосередити увагу на найбільш актуальних типах дезінформаційних стратегій та мовних практик, характерних для умов сучасної гібридної війни.

Методика формування бази даних передбачає кілька етапів. На першому етапі здійснювався суцільний пошук фейкових повідомлень у вказаних фактчекінгових джерелах з урахуванням їхньої верифікації та відповідності досліджуваному часовому проміжку. На другому етапі проводиться попередня класифікація новин за тематичними напрямками: війна та безпека, політика, соціальні проблеми, міжнародні відносини, охорона здоров'я, економіка, гуманітарна сфера. На третьому етапі із загальної сукупності було відібрано ті повідомлення, що мають чітко виражену текстову форму (заголовок, основний текст, цитати), що дозволяє здійснити їх повноцінну семантико-текстуальну експертизу.

Загальна кількість проаналізованих фейкових новин склала приблизно 50 одиниць. Такий обсяг вибірки дозволяє забезпечити належний рівень репрезентативності для виявлення типових мовних маркерів та текстових структур дезінформаційних повідомлень. Серед них 20 фейків були обрані для поглибленого лінгвістичного аналізу з детальним виявленням мовних прийомів, семантичних особливостей та прагматичних установок.

Тематика зібраних фейків розподілилася таким чином: приблизно 60 % повідомлень стосуються війни, військових дій, безпеки та оборони; 20 % — політичних процесів в Україні та міжнародних відносин; 10 % — соціальних питань (міграція, допомога біженцям, внутрішні переселенці); 5 % — охорони здоров'я (епідемії, біологічна безпека); 5 % — економічних тем (експорт зерна, енергетична безпека). Така структура дозволяє зробити висновок про пріоритетні напрями фейкової активності в українському інформаційному середовищі впродовж досліджуваного періоду.

Вибір фейкових новин для глибокого аналізу базувався на кількох критеріях. По-перше, відбиралися повідомлення, що мають виразно виражену маніпулятивну текстову структуру та містять яскраві мовні маркери фальсифікації. По-друге, перевага надавалася фейкам, що набули широкого розголосу в соціальних мережах або мас-медіа та мали значний інформаційний резонанс. По-третє, обиралися тексти, які демонструють різноманітні типи

маніпулятивних стратегій (створення паніки, дискредитація влади, підрих довіри до міжнародних партнерів, розпалювання міжнаціональної ворожнечі тощо).

Базова таблиця зібраних фейкових новин була оформлена з урахуванням таких параметрів: назва фейку, джерело інформації (фактчекінговий ресурс), автор або відсутність авторства, дата первинного поширення або спростування, тип фейку за характером маніпуляції (фальсифікація, перекручування, вигадкування, гіперболізація тощо), короткий зміст повідомлення, лінгвістичні особливості.

У межах аналізу особливу увагу приділено виявленню повторюваних текстових шаблонів, які використовуються для побудови фейкових повідомлень. Зокрема, було зафіксовано активне застосування таких шаблонів, як перебільшення небезпеки («масове знищення», «страшна епідемія»), створення образу зовнішнього ворога («агресивний Захід», «підступні союзники»), знецінення зусиль державних інституцій («влада бездіяльна», «армія деморалізована»), а також інсинуація змов («таємні плани НАТО», «секретні лабораторії Пентагону»).

На рівні лексики домінують емоційно забарвлені слова з негативною конотацією, зокрема такі, як «катастрофа», «зрада», «хаос», «знищення», «провал». Часто вживаються інтенсифікатори негативу: «повний крах», «абсолютна поразка», «неминуча загибель». Синтаксичний рівень характеризується переважанням коротких речень, що передають емоційний імпульс, а також використанням пасивних конструкцій для розмиття відповідальності.

Стилістично фейкові новини тяжіють до сенсаціоналізму, драматизації подій, спрощення складних суспільних процесів до примітивних бінарних опозицій («ми — вони», «правильні — зрадники», «свої — чужі»). Іноді спостерігається штучне використання наукової термінології без належного контексту, що створює враження обґрунтованості повідомлення («біолабораторії», «біотерористичні операції», «епідеміологічна загроза»).

Ще однією важливою рисою бази даних є географічний розподіл фейкових повідомлень: переважна більшість фейків стосується території України, зокрема Київської, Харківської, Одеської, Миколаївської, Запорізької, Донецької та Луганської областей. Частина фейкових новин має міжнародний вимір, стосуючись відносин України з Польщею, США, Європейським Союзом та міжнародними організаціями.

У процесі формування бази даних також було зафіксовано спроби дезінформувати аудиторію через імітацію відомих міжнародних ЗМІ (фейкові публікації з логотипами BBC, DW, Bellingcat), що є свідченням високого рівня інструменталізації брендів для легітимації неправдивих повідомлень.

Отже, сформована база даних дозволяє здійснити комплексну семантико-текстуальну експертизу фейкових новин, спрямовану на виявлення лінгвістичних механізмів дезінформаційного впливу. Вибірка відображає основні тенденції фейкової активності у період 2022–2024 років і репрезентує типові мовні стратегії, характерні для фейкового контенту в умовах сучасної гібридної війни.

2.2. Мовні маркери фейків у текстах сучасних новин

Фейкові новини як особливий різновид інформаційних повідомлень мають специфічні мовні характеристики, що забезпечують їх ефективність у контексті маніпулювання масовою свідомістю. Виявлення та аналіз мовних маркерів фейкових текстів є ключовим завданням у процесі вивчення механізмів дезінформаційного впливу. Мовні засоби, що використовуються у фейках, спрямовані на зміну когнітивних моделей реципієнтів через апеляцію до емоцій, підмінювання причинно-наслідкових зв'язків, створення ілюзії достовірності або формування альтернативної реальності.

У цьому підрозділі буде здійснено системний огляд основних типів мовних маркерів, що характерні для текстів фейкових новин. Кожен виокремлений засіб супроводжуватиметься прикладом з реальних або

реконструйованих фейкових повідомлень, що дозволить продемонструвати специфіку їхнього функціонування у дискурсі дезінформації.

Однією з найпоширеніших ознак фейкових новин є використання лексики з підвищеним емоційним забарвленням. Автори фейкових текстів активно вдаються до вживання емоційно маркованих слів для посилення враження від повідомлення та впливу на почуття реципієнта. Так, у фейковому повідомленні «У США підтвердили існування секретних біолабораторій в Україні» вжито вислови на кшталт: «небезпечні віруси», «таємні експерименти», «загроза всьому людству». Таке нагнітання емоційного фону сприяє формуванню відчуття страху та недовіри до об'єкта повідомлення.

Наступною групою мовних маркерів фейків є використання гіперболічних конструкцій, що створюють ефект масштабності й катастрофічності подій. Наприклад, у фейковій новині «Україна за три місяці війни втратила 200 тисяч військових» зустрічається формулювання: «безпрецедентні втрати», «катастрофічне становище на фронті». При цьому наведені цифри не підкріплюються перевіреними джерелами, а сам факт гіперболізації спрямований на деморалізацію адресата.

Важливою мовною стратегією у фейкових текстах є безсуб'єктність повідомлення. Такі конструкції дозволяють авторам уникати відповідальності за поширювану інформацію та створювати ілюзію об'єктивності. Наприклад, у повідомленні «Кажуть, що Зеленський залишив Київ» використовують вставне слово, що відсилає до невизначеного джерела інформації («кажуть»), що унеможлиблює його перевірку.

Ще одним характерним мовним маркером фейкових новин є апеляція до стереотипів та упереджень. Так, у фейковій новині «Польща анексує Західну Україну» активно використовуються стереотипи історичної ворожнечі між народами, що виражаються у висловах: «століттями Польща прагнула заволодіти українськими землями», «поляки вважають Львів своїм». Використання стереотипних уявлень дозволяє авторам фейків підсилити емоційну реакцію адресатів та закріпити вигідну інтерпретацію подій.

Особливу роль у побудові фейкових повідомлень відіграють маніпулятивні модальності – мовні засоби, що створюють ілюзію достовірності тверджень. Серед них виділяються категоричні судження без належної аргументації: «Без сумніву, Зеленський залишив столицю», «Очевидно, що США підтримують біологічні лабораторії в Україні». Такі вислови апелюють до емоційної впевненості замість логічної аргументації, що сприяє зниженню критичного мислення аудиторії.

Не менш поширеним прийомом є формування фальшивих причинно-наслідкових зв'язків. У фейковій новині «Через бездіяльність уряду Україна втрачає території» простежується спрощена логіка: складні політичні чи військові процеси зведено до єдиної, емоційно забарвленої причини, що підсилює негативне ставлення до влади без аналізу реальних чинників ситуації.

У структурі фейкових повідомлень широко застосовується стратегія драматизації подій. Для цього використовуються яскраві метафори, порівняння та епітети: «страшна катастрофа», «неймовірне жахіття», «спустошене місто». Наприклад, у фейковій новині про обстріли Києва вжито формулювання: «місто перетворилося на попелище», хоча в реальності обмежене пошкодження кількох об'єктів не виправдовує такої гіперболізації.

Значну роль у конструюванні фейкової реальності відіграє також активне використання пасивних конструкцій. Наприклад, замість чіткої вказівки на суб'єкта дієсловної дії («Російські війська обстріляли місто») вживається пасивна форма: «Місто було обстріляно», що розмиває відповідальність за подію та дозволяє маніпулювати її інтерпретацією.

Іншим важливим мовним маркером фейків є апеляція до авторитетів – реальних чи вигаданих. У повідомленні «За даними анонімних експертів, ситуація на фронті є критичною» використовується посилення на нібито авторитетні джерела без надання можливості їх перевірити. Це створює ілюзію обґрунтованості твердження без реальної фактичної бази.

Особливо небезпечною є стратегія апеляції до страху як способу впливу на реципієнта. У фейковій новині «Холера у водопроводах Києва» вживаються

такі вислови: «смертельна загроза», «масова епідемія», «паніка серед населення». Цілеспрямоване нагнітання страху сприяє ірраціональному сприйняттю інформації й знижує критичність мислення.

У ряді фейкових повідомлень простежується застосування конспірологічної риторики, що формує у реципієнта уявлення про існування прихованих змов і змовницьких сценаріїв. Наприклад, у фейку «ЦРУ планувало інсценувати замах на дітей Зеленського» вживаються фрази: «таємні операції», «секретні домовленості», «інсценований напад». Такі вислови сприяють формуванню атмосфери недовіри та підозри.

У фейкових текстах також поширене використання стереотипів щодо соціальних груп або національностей. Наприклад, у повідомленні «Українські біженці масово займаються злочинністю в Європі» використовуються узагальнення на основі поодиноких випадків: «українці займаються крадіжками», «біженці провокують насильство». Така стратегія спрямована на дискредитацію певної соціальної групи та розпалювання міжнаціональної ворожнечі.

Характерною ознакою фейкових новин є також створення образу «зовнішнього ворога», що винен у всіх негараздах. У фейковому повідомленні «НАТО готує напад на Росію через територію України» вживаються формулювання: «агресивні плани», «експансія Заходу», що спрямовані на консолідацію аудиторії навколо ідеї оборони від зовнішньої загрози.

Не менш показовою є стратегія апеляції до національної гордості або її протиставлення. У фейковій новині «Україна втратила повагу Заходу» використовуються вислови: «нас більше не поважають», «нас зрадили», що стимулюють емоційні реакції образи та зневіри.

Отже, аналіз мовних маркерів фейкових новин свідчить про їх системну орієнтацію на емоційно-психологічний вплив на реципієнтів. Використання емоційної лексики, гіперболізації, безособових конструкцій, конспірологічної риторики та апеляції до стереотипів забезпечує ефективне маніпулювання свідомістю масової аудиторії. Розпізнавання таких мовних прийомів є важливим

етапом у розвитку критичного мислення та медіаграмотності, що дозволяє протидіяти поширенню дезінформації у сучасному інформаційному суспільстві.

2.3. Семантико-текстуальна експертиза фейкових новин

Під семантико-текстуальною експертизою розуміється комплексний аналіз смислової наповненості тексту, логіко-семантичних зв'язків між його елементами, прагматичних установок, спрямованих на зміну когнітивної моделі реальності реципієнта. Основним завданням такого аналізу є виявлення відповідності або невідповідності текстового змісту об'єктивній дійсності, а також визначення способів текстового впливу на адресата шляхом нав'язування певних інтерпретацій фактів, емоційних оцінок та логічних висновків.

Фейкові новини, як специфічний різновид маніпулятивних текстів, мають певні структурно-семантичні характеристики, які можна виявити за допомогою ретельної текстуальної експертизи. До таких характеристик належать: спотворення фактичного матеріалу, штучне загострення емоційного фону, використання упередженої лексики, виривання фактів із контексту, формування хибних причинно-наслідкових зв'язків, апеляція до стереотипів і упереджень, а також свідоме замовчування важливих деталей.

Методологічною основою семантико-текстуальної експертизи фейкових новин слугує поєднання принципів когнітивної лінгвістики, теорії мовленнєвої комунікації, прагмалінгвістики та критичного дискурс-аналізу. У межах когнітивного підходу увага зосереджується на моделюванні когнітивних схем реципієнтів, які фейкові повідомлення прагнуть активізувати або модифікувати. З погляду прагмалінгвістики аналізується мовленнєвий акт як інструмент прямого чи непрямого впливу на поведінку адресата. Теорія критичного дискурсу дозволяє виявити ідеологічні передумови, які детермінують вибір мовних засобів у фейкових повідомленнях.

Однією з ключових ознак фейкових новин є їхня прагнення імітувати структуру достовірної інформації, водночас підмінюючи об'єктивне

відображення реальності вигідною для маніпулятора інтерпретацією. Для цього активно використовуються специфічні семантичні моделі: перебільшення або применшення масштабів події; оцінне навантаження, що впроваджується через епітети, метафори, емоційно забарвлені дієслова; модальність сумніву або впевненості без належної аргументації; апеляція до невизначених або фіктивних джерел інформації.

Особливу роль у конструюванні фейкової реальності відіграють текстові механізми моделювання подій. Створюючи альтернативні сценарії реальності, фейкові новини активно використовують засоби текстової когезії: тематичні повтори, синонімічні заміни, анафоричні та катафоричні конструкції. Такий підхід забезпечує внутрішню логічність і зв'язність фальшивого повідомлення, що підсилює його переконливість для недосвідченого читача.

Семантичний аналіз фейкових повідомлень показує, що на рівні слововживання найбільш характерними є такі прийоми, як:

- використання лексем з підвищеним емоційним навантаженням (наприклад, «жорстокий напад», «зрадницька угода», «ганебна поразка»);
- активне вживання гіперболічних конструкцій («небачені втрати», «катастрофічне становище», «тотальний розгром»);
- формування фальшивих каузативних ланцюгів («оскільки влада бездіяльна, населення потерпає від голоду»);
- приховані або явні апеляції до страху, гніву, обурення.

Функціонування фейкових новин також пов'язане з прагматичними аспектами тексту: вони орієнтовані не лише на передання певної інформації, а й на формування емоційного або ідеологічного стану адресата. Для цього широко застосовуються мовленнєві стратегії драматизації, сенсаціоналізму, персоніфікації («ворог цілеспрямовано знищує наших дітей»), а також створення ефекту невідвортної катастрофи.

Ще однією характерною рисою фейкових текстів є їхня здатність конструювати псевдодоказовість. Автори фейкових новин часто намагаються

створити ілюзію обґрунтованості своїх тверджень шляхом згадування неіснуючих або маловідомих експертів, використання напівправдивої інформації, посилення на недоступні для перевірки джерела. Це створює хибне відчуття достовірності повідомлення, послаблюючи критичне сприйняття читача.

Аналіз семантичної структури фейкових повідомлень також виявляє, що вони нерідко оперують узагальненнями, що не відповідають реальним фактам («весь світ визнав поразку України»), безособовими формами («кажуть, що...», «відомо, що...»), які дозволяють уникнути відповідальності за неправдиву інформацію.

На рівні текстової організації фейкові новини часто порушують принципи об'єктивності та балансу інформації. Натомість вони тяжіють до одноманітного, емоційно забарвленого викладу, з акцентом на викликання у реципієнта певної реакції: страху, обурення, розгубленості. Це досягається шляхом навмисного ігнорування альтернативних точок зору, замовчування контексту подій, підміни фактів судженнями.

Інтертекстуальні зв'язки у фейкових новинах також відіграють значну роль. Вони дозволяють створити ілюзію підтримки повідомлення «широким суспільним консенсусом» або «відомими авторитетами». Навмисне посилення на міфологізовані образи («за сценарієм НАТО», «за вказівкою США») сприяє закріпленню спрощених моделей уявлення про складні суспільно-політичні процеси.

Важливо зазначити, що семантико-текстуальна експертиза фейкових новин передбачає не лише виявлення явних текстових ознак фальсифікації, а й аналіз імпліцитних (прихованих) смислів, які формуються за допомогою мовних засобів. Маніпулятивний потенціал тексту часто реалізується саме через підтекст, натяки, алюзії, приховані асоціації, що ускладнює виявлення фейкової природи повідомлення без глибокого аналізу.

Проведення семантико-текстуальної експертизи фейкових новин передбачає системну роботу за такими етапами: первинне читання тексту із

фіксацією явних ознак недостовірності; контент-аналіз на предмет відповідності фактичного матеріалу реальності; виявлення мовних маркерів маніпуляції; семантичне структурування тексту; аналіз прагматичних установок та прагматичних стратегій; оцінка ідеологічного контексту повідомлення.

З огляду на це, актуальним є питання систематизації типових мовних маркерів, що дозволяють ідентифікувати фейкові новини на ранніх етапах їх розповсюдження. До таких маркерів, зокрема, належать: використання стереотипних негативних епітетів щодо об'єктів повідомлення; безособові конструкції, що знімають відповідальність за твердження; посилення на анонімні джерела; надмірне використання емоційно забарвленої лексики; створення образу "зовнішнього ворога"; порушення принципу інформаційного балансу.

Виявлення й опис цих маркерів є важливим етапом у боротьбі з дезінформацією, оскільки дозволяє не лише виявити окремі фейкові повідомлення, а й відслідковувати тенденції й технології інформаційної агресії в ширшому контексті.

Таким чином, проведення семантико-текстуальної експертизи фейкових новин є необхідною умовою для забезпечення інформаційної безпеки суспільства, підвищення рівня медіаграмотності громадян, розвитку критичного мислення та формування культури відповідального споживання інформації. У наступному розділі буде здійснено практичний аналіз фейкових новин, виявлених у результаті емпіричного дослідження, із застосуванням описаних вище теоретичних підходів

Нижче наводимо 20 характерних фрагментів з фейкових повідомлень, які яскраво демонструють маніпулятивність або дезінформаційний характер таких новин. Цитати подано українською мовою (деякі – переклад з російської).

1. *«...разом зі своїм оточенням втік до Львова, де йому обладнали місце для проживання. Усі відео, які він публікує, записані заздалегідь»* [[govoritmoskva](https://www.govoritoskva.com)]. Ворог описує вигадану «втечу» Зеленського з Києва, використовуючи слова «*втік*», «*записані заздалегідь*». Це емоційно забарвлена

лексика, що підкреслює нібито боягузтво та нещирість влади. Реальні відеозвернення президента спростували цю заяву, а термін «втік» був навмисним перебільшенням, покликаним посіяти паніку.

2. *«Степан Бандера визнаний святим в Україні. Хаос у країні досяг піку. Після цього як можна заперечувати, що нацизм живий і здоровий там?!»* [stopfake]. Ця цитата з роспропаганди має яскраві маркери: «хаос досяг піку», «нацизм живий». Риторика узагальнення («нацизм в Україні») і перебільшення хаосу покликана створити образ «божевільної нацистської України». Це класичне емоційне маніпулювання страхами та історичними тригерами.

3. *«Польські громадяни... зможуть працювати суддями, служити в армії та спецслужбах і матимуть доступ до державних таємниць [України]»* [stopfake]. Перелік неправдивих «прав» поляків в Україні (судді, армія, держтаємниці) – приклад наміру шокувати. Автори фейку перелічують максималістські твердження, щоб викликати обурення: у читача складається враження повної втрати суверенітету. Насправді жодного такого змісту закон не мав – це свідомо неправда, підкреслена формулюванням «матимуть доступ до таємниць».

4. *«Це – задача суверенітету України»* [stopfake]. Коротка, але маніпулятивна фраза речниці МЗС РФ щодо українсько-польської угоди. Вживання терміну «задача суверенітету» безпідставно драматизує ситуацію. Це типова пропагандистська конструкція: брати нейтральну подію (надання польським громадянам соціальних прав) і назвати її зрадою державності. Лексема «задача» містить сильний негативний заряд та звинувачення.

5. *«Київський режим... під приводом зниження ризиків продовжує взаємодіяти з Пентагоном у військово-біологічній сфері, включно із... небезпечними вірусами»* [stopfake]. Ця фраза з «біолабораторного» фейку насичена специфічною лексикою: «київський режим» (дегуманізація української влади), «військово-біологічна сфера», «небезпечні віруси». Вона покликана налякати читача науково-звучними страшилками. Використання слів

на кшталт «режим» і натяки на біозброю – класичний маркер дезінформації, що апелює до конспірології.

6. «Українська армія стрімко відступає під натиском російських сил, її втрати можуть сягнути 200 тисяч» [[detector](#)]. У цій цитаті (приписаній американському генералу) маніпуляція одразу у двох аспектах: «стрімко відступає» та конкретизоване велике число втрат («200 тисяч»). Це поєднання емоційного опису (стрімкий відступ – образ паніки) і псевдо-статистики. Вигадане число надає фейку хибної конкретики, а слово «можуть сягнути» приховує, що це лише голослівне припущення. Така мова покликана зламати моральний дух, вселивши відчуття безнадійності.

7. «Україну списали як державу – вона експортує свої стратегічні запаси зерна» [[detector](#)]. Фраза «списали як державу» – яскравий маркер мови ворожнечі/знецінення. Автор фейку стверджує, ніби Україна вже не суб'єкт і Захід її «списав». Це емоційно заряджене твердження, що не спирається на факти (експорт зерна представлено як «зрада»). Вислів покликаний викликати у читача відчай та зневіру у підтримці світу, показати Україну «спустошеною». Такі узагальнення і принизливі формулювання одразу вказують на пропагандистське джерело.

8. «За домовленістю Путіна та Пригожина його смерть інсценували... Джерело BBC повідомило...» [[voxukraine](#)]. Тут бачимо одночасно конспірологічний прийом («інсценували смерть») і неправдиве посилення на авторитет («джерело BBC»). Фраза формує враження таємної змови на найвищому рівні. Вираз «інсценували смерть» – типова мова змови, а згадка BBC – спроба легітимізувати фейк. Комбінація таких мовних маркерів (теорія змови + фальшивий авторитет) явно вказує на дезінформацію.

9. «Невідомі розгромили будинок ромів у Торчині» [[sylapravdy](#)]. Це заголовок локального фейку, підхопленого медіа без перевірки. Маркером є сенсаційність і міжетнічний акцент: «ромів розгромили». Вислів створює образ насильства на етнічному підґрунті, викликає емоцію гніву/страху. Як з'ясувалося, будинок був давно покинутий і ніякого нападу не було [[sylapravdy](#)].

Таким чином, сама лексема *«розгромили»* в контексті етнічної групи – індикатор потенційно фейкової *«жовтої»* новини, призначеної для хайпу чи розпалювання ворожнечі.

10. *«У Варшаві чоловік у військовій формі випускав повістки українцям і наказав їм «якнайшвидше залишити країну»»* [[sylappravdy](#)]. Ця цитата з фейку про «повістки в Польщі» містить дуже конкретну, але неправдиву деталь: український військкомат нібито роздає повістки за кордоном. Мовні маркери: точна геолокація (*«у Варшаві»*), форма одягу (*«у військовій формі»*), пряма мова наказу. Така надмірна конкретика покликана надати правдоподібності вигадці. Насправді це неможливо юридично (за кордоном повістки не вручають). Фраза *«наказав залишити країну»* – відверта вигадка, що апелює до страхів чоловіків за кордоном.

11. *«БУЦІМТО ГУР готувало підставний замах на дітей Зеленського, щоб звинуватити РФ, ЦРУ відмовилось підтримати план»* [[voxukraine](#)]. Цей уривок перенасичений конспірологічними елементами: *«підставний замах»*, *«ЦРУ відмовилось»*. Слово *«підставний»* сигналізує про інсценування, а згадка ЦРУ – про глобальну змову. Комбінація українських і західних спецслужб у негативному ключі – характерний хід дезінформації, спрямованої на піддрив довіри як всередині країни, так і між союзниками. Такий стиль оповіді – явна ознака фейкового *«розслідування»*, бо реальні спецслужби не оприлюднюють подібних деталей.

12. *«США треба було постачати зброю Росії, а не Україні»* [[voxukraine](#)]. Ця фраза приписана «Дональду Трампу-молодшому» у фейковому аудіо. Вона є очевидно провокаційною: *«США мали озброювати Росію»*. Це суперечить реальній політиці, тому така заява виглядає сенсаційно і шокує слухача. Маніпулятивність маркера в тому, що зроблено акцент на *радикально абсурдній пропозиції* від нібито важливого голосу. Саме абсурдність (пропонувати США допомагати ворогу) і є показником фейку: це зроблено, щоб викликати резонанс і розколоти аудиторію на прихильників/противників, базуючись на брехні.

13. «Зеленський придбав віллу за €35 млн – на гроші американських платників податків». Типовий приклад мови заздрості і обурення: велика сума та апеляція до «грошей платників податків». Цей маркер нарративу (про «віллу Зеленського») розрахований на західну аудиторію: тригером слугує фраза «*taxpayers' money*». Вона покликана викликати гнів у людей зі США/ЄС (мовляв, їхні податки розкрадають). Саме згадка про «розкіш за чужі гроші» при відсутності доказів – індикатор фейку. Реальні факти спростовують покупку, але маніпуляція тримається на емоційному кліше про «корумповану еліту».

14. «Українців ніколи не було на цих землях. Українізм – це фейк...» [detector]. Цей маркер – тотальне заперечення: «ніколи не було». Абсолютизм і категоричність – улюблений інструмент пропаганди. Фраза стирає цілий народ з історії, що саме по собі є абсурдним. Лексема «фейк» щодо існування українців – подвійна маніпуляція: агресор називає *саму жертву* «фейком». Така мова (мовою заперечення права на існування) відразу сигналізує про екстремістський, неправдивий характер повідомлення.

15. «Цей випадок посідає друге місце за одноразовою втратою американських грошей та майна після виходу з Афганістану. Ми знову все втратили за одну ніч» [stopfake]. Цитата з фейкового «сюжету Bloomberg» про біолабораторії. Драматична фраза «ми знову все втратили за одну ніч» має ознаки перебільшення і мелодрами. Офіційна мова посадовців рідко містить такі емоційні вирази – це більше схоже на художнє перебільшення. Саме тому така цитата викликає підозру. Крім того, порівняння з Афганістаном (ще один чутливий момент для США) – спроба маніпулювати болючими темами. Отже, надмірно драматичний тон і узагальнення (все втратили) – явний мовний індикатор фальсифікату.

16. «ЗСУ кидають новобранців, як гарматне м'ясо, без підготовки» [sypilstvo]. Тут маркером є стійке пропагандистське кліше «гарматне м'ясо». Це грубе образливе визначення солдатів, яке часто вживає роспропаганда щодо як українських, так і власних мобілізованих. Подібна нечутлива, знеособлена

метафора сигналізує про знецінення людського життя – типовий прийом для деморалізації. Також фраза містить абсолют «без підготовки», що теж перебільшення. Комбінація слогану про «гарматне м'ясо» та категоричності – однозначно мова дезінформації, а не об'єктивного аналізу.

17. «У водопроводі... виявили холерну паличку – є смертельна небезпека» [detector]. Тут бачимо класичний *панічний стиль*: медичний термін «холерна паличка» та фраза «смертельна небезпека». Такі повідомлення апелюють до базового страху (хвороби, епідемії). Вони часто бувають фейковими, бо офіційні органи зазвичай не використовують формулювання «смертельна небезпека» навіть у серйозних ситуаціях – натомість чітко інструктують населення. Тож коли в новині є емоційні слова на кшталт «смертельна загроза» без конкретики від офіційних джерел – це маркер можливого фейку або перебільшення.

18. «Українські біженці до смерті забили поляка» [detector]. Фраза містить сильне звинувачення («до смерті забили») і чітку етнічну прив'язку (українці vs поляк). Це явний *маркер розпалювання ворожнечі*. Використано сенсаційний тон і деталь «до смерті» для максимального шоку. Такі повідомлення потребують особливо ретельної перевірки, бо часто виявляються неправдою або перекрученням (як і сталося: подія виявилася брехливою). Тож агресивна лексика й тематика міжнаціонального конфлікту – свідчення маніпуляції.

19. «Єгипет скасував контракт на українське зерно (бо Україна не виконує зобов'язань)» [detector]. Тут маніпуляція більш прихована, але теж прослідковується. Використано дієслово «скасував» без контексту. Насправді контракт міг бути перенесений чи змінений, але автори повідомлення обирають найбільш негативне трактування. Маркером є відсутність пояснення (просто «скасував» і все), що натякає на провину України. Читач отримує односторонню негативну інформацію. У збалансованих новинах зазвичай наводять обидві причини і наслідок, подія і її умови чи результати. Одностороннє звинувачення – ознака або фейку, або щонайменше маніпулятивного подання інформації.

20. «Олена Зеленська закликала всіх жінок вступати до лав ЗСУ» [detector]. У цій фразі маркером є *підміна джерела та узагальнення*: «закликала всіх жінок» – дуже гучне твердження. Насправді перша леді таких закликів не робила, але фейкотворці використали її авторитет, щоби надати вигадці ваги. Слово «*всіх*» – тотальне узагальнення – майже завжди сигнал маніпуляції, бо реальні публічні особи обережні в формулюваннях. Така мова (імператив «закликала» + «всіх») має спровокувати як мінімум дискусію, а як максимум – негатив (частина суспільства може обуритися: «чому нас змушують?»). Саме емоційне «чіпляння» за широку аудиторію і видає фейк.

Отже, аналізовані приклади доводять, що фейки можна розпізнати за мовними особливостями: сенсаційні перебільшення, емоційно забарвлені слова, абсолютні узагальнення, стереотипні ярлики, конспірологічні натяки та посилення на неперевірені «авторитети». У наведених прикладах ці маркери допомогли викрити брехню: реальні факти й офіційні заяви суттєво відрізнялися від пропагандистських формулювань, підтверджуючи фейковість таких повідомлень. Це підкреслює важливість критичного аналізу мови повідомлення – часто вже сама лексика видає дезінформацію.

Висновки до другого розділу

Семантико-текстуальна експертиза фейкових новин в українськомовному сегменті соціальних мереж засвідчує глибоку взаємозалежність між мовною формою, соціальним контекстом та емоційною реакцією аудиторії. Дослідження підтвердило, що фейкові повідомлення, незалежно від тематики, мають спільні лінгвістичні характеристики, які формують сильний маніпулятивний потенціал. Їхня структура вибудовується на емоційно забарвленій лексиці, узагальненнях без посилань на конкретні джерела, риторичних прийомах і викривленні логіки викладу. Застосування стилістичної гібридності, інверсії, модальних конструкцій і псевдонаукової термінології дозволяє авторам створювати ефект

«правдоподібною неправди», яка у свідомості читача часто сприймається як достовірна.

Фейкові повідомлення легко адаптуються до актуального суспільного контексту, активізуючи найчутливіші емоційні тригери – страх, обурення, тривогу, гнів. Вони розраховані не на критичне осмислення, а на інтуїтивну, імпульсивну реакцію. Це дозволяє їм швидко поширюватися через соціальні мережі, де гіперболізація, драматизація й сенсаційність мають більший вплив, ніж аналітична інформація. Водночас навіть простий лінгвістичний аналіз дає змогу розпізнати низку повторюваних ознак, за якими можна ідентифікувати фейковість контенту на ранніх етапах його циркуляції.

На прикладах конкретних текстів видно, як фейки використовують не лише мовні, а й дискурсивні стратегії делегітимації, іронічного відсторонення, конфліктного протиставлення та героїзації певних фігур. Усі ці елементи формують альтернативну реальність, де логіка підмінюється емоційним імпульсом. Ідентифікація таких механізмів має вирішальне значення не лише для захисту інформаційного простору, а й для формування критично мислячої аудиторії, здатної розпізнавати маніпуляцію навіть за її витонченою лінгвістичною формою.

Таким чином, мова – це не просто засіб передачі новини, а головний інструмент впливу, який у фейкових повідомленнях використовується цілеспрямовано та стратегічно. Саме тому лінгвістична експертиза має бути важливою складовою у системі виявлення та нейтралізації дезінформації, поряд із технічними, поведінковими та соціокомунікативними підходами.

РОЗДІЛ 3

АНТИФЕЙКОВІ ПРОЄКТИ

3.1. Платформи й системи виявлення фейкових повідомлень

Зростання обсягів інформації в сучасному інформаційному світі призвело до масового поширення неправдивих повідомлень, дезінформації та маніпулятивних сюжетів. У результаті в багатьох країнах були створені незалежні та комерційні платформи, які проводять перевірку фактів, аналіз політичних заяв, виявлення маніпуляцій у ЗМІ та дезінформаційних кампаній. Наразі існує велика кількість авторитетних міжнародних ресурсів, які займаються фактчекінгом. Серед них Snopes, PolitiFact, FactCheck.org, NewsGuard, FullFact, Lead Stories і HoaxEye.

Snopes.com є однією з найстаріших і найвідоміших вебсайтів для перевірки фактів у англomовному середовищі у світі. Девід Мікельсон заснував платформу в 1994 році. Спочатку Snopes зосереджувався на розвінчуванні міфів, міських легенд і неперевіраних розповідей, які поширювалися в Інтернеті. Поступово Snopes перетворився на повноцінний фактчекінговий сайт, який перевіряє достовірність заяв, новин і візуального контенту через зростання соціальних мереж і політичної дезінформації.

Snopes охоплює широкий спектр тем – від політики, охорони здоров'я, науки і технологій до культури, знаменитостей і конспірологічних теорій. Матеріали публікуються з чітким розділенням на правду, неправду, змішані факти або непідтверджену інформацію. В основі методології Snopes лежить порівняння тверджень із перевіреними джерелами, державними документами, науковими публікаціями, а також відкритими базами даних.

Snopes є незалежною медіаплатформою, що фінансується за рахунок реклами, підписок користувачів та грантової підтримки. Він не має афіліації з політичними партіями, що є важливою умовою збереження довіри аудиторії. Ресурс особливо активно перевіряє фейки, пов'язані з вакцинацією, пандемією

COVID-19, президентськими кампаніями США та різного роду змовницькими теоріями, які часто поширюються через Facebook, X (Twitter) або TikTok.

У 2007 році редакція Tampa Bay Times заснувала незалежну неприбуткову ініціативу з перевірки політичних заяв, яку зараз адмініструє Інститут Пойнтера. Платформа спеціалізується на перевірці заяв політиків, партій, державних установ і медіа.

Основним елементом PolitiFact є власна шкала правдивості Truth-O-Meter, яка оцінює кожне твердження за семибальною системою, починаючи від «Правди» (правда) і закінчуючи «Панці на вогні». Такий підхід дозволяє аудиторії швидко оцінити достовірність інформації.

PolitiFact приділяє особливу увагу висвітленню президентських дебатів, офіційних заяв Білого дому, передвиборчих кампаній та активності у соціальних мережах. Наприклад, під час пандемії COVID-19 ресурс відзначився системним спростуванням медичних фейків, міфів про вакцинацію та псевдонаукових заяв, що поширювалися політичними фігурантами [Глушук, 2023].

Окрім англомовного сегменту, платформа розвиває партнерства з іншими фактчекінговими ініціативами, зокрема у Латинській Америці та Європі. У 2009 році PolitiFact здобув Пулітцерівську премію за національну журналістику – це засвідчило важливість фактчекінгу як нового напрямку розслідувальної журналістики.

FactCheck.org — некомерційна організація з перевірки фактів, заснована у 2003 році при Центрі громадянської етики (Annenberg Public Policy Center) Університету Пенсильванії. Основна мета – перевірка заяв американських політиків, медійних компаній, лобістських організацій, громадських рухів тощо.

Платформа аналізує виступи, передвиборчі ролики, пресрелізи, рекламу та публікації у ЗМІ. FactCheck.org орієнтується на аналітичну точність: кожна стаття містить ретельно дібрані посилання на першоджерела, звіти державних органів, законодавчі документи, економічні статистики або наукові публікації.

Фактчекінг.org може використовувати текстові матеріали, відео та інфографіку. Важливо, щоб команда платформи не просто оцінила заяву, але й

пояснила маніпуляцію, як створюються фейкові історії та як викривлення використовуються в політичних чи медіа-програмах. Крім того, платформа відома тим, що виявляє брехню в галузі охорони здоров'я, зокрема в рамках підпроєкту SciCheck, який перевіряє достовірність наукових заяв. Крім того, Viral Spiral працює над виявленням брехні, яка широко поширюється в соціальних мережах.

FullFact.org – британський незалежний фактчекінговий ресурс, створений у 2010 році. Платформа займається перевіркою заяв політиків, медіа, лобістських організацій та публічних осіб. FullFact орієнтований на точність, об'єктивність і прозорість. Платформа має розвинену інфраструктуру: окрім регулярної публікації фактчеків, FullFact співпрацює з аналітиками, розробниками й урядовими структурами. Наприклад, у 2019 році FullFact отримав підтримку від Google та Facebook для розвитку алгоритмів автоматизованого виявлення фейкових новин [Мищенко, 2024].

FullFact розробив власний API для інтеграції фактчекінгових алгоритмів у медіа та цифрові платформи. Крім того, організація регулярно публікує звіти про помилки ЗМІ та маніпуляції, що виявлені у британському інформаційному полі, зокрема під час виборчих кампаній, референдумів або пандемічних криз.

Lead Stories – це онлайн-платформа в Сполучених Штатах, яка спеціалізується на перевірці вірусного контенту в соціальних мережах. Заснована Аланом Дьюком і Маартеном Шпейнбергенем у 2015 році. Основною метою служби є виявлення візуальних фейків, маніпулятивних відео та дезінформації на платформах TikTok, Facebook і Instagram. Lead Stories є сертифікованим партнером програми Facebook Third Party Fact Checking, який активно виявляє контент, який не відповідає правилам платформи. Перевагою ресурсу є розроблений інструмент Trendalyzer, який автоматично відстежує віруси, які поширюються в медіа-середовищі [Мищенко, 2023].

Ресурс часто спростовує фейки з грифом «*Fake news detected*», супроводжуючи їх чітким поясненням і посиланням на джерела. У періоди

підвищеної активності фейкових кампаній, таких як COVID-19, вибори у США або війна в Україні, Lead Stories публікує десятки спростувань щодня.

NoaxEye – ініціатива, яка діє переважно в Twitter (нині X), спрямована на виявлення фейкових візуальних матеріалів. Заснована фахівцями з OSINT (відкритої розвідки) з метою перевірки фотографій, відео, скріншотів.

NoaxEye використовує методи зворотного пошуку зображень (через TinEye, Google Images, Yandex Images) та відкритих даних для викриття маніпуляцій. Ресурс не має окремого сайту, проте став дуже популярним серед журналістів, OSINT-дослідників і фактчекерів через влучні та оперативні спростування фейкових візуальних повідомлень.

NoaxEye концентрується на виявленні:

- старих фото, які видаються за актуальні;
- монтажів і фотошопів;
- вирваних із контексту зображень;
- маніпуляцій із місцем і часом зйомки.

Сучасні міжнародні платформи фактчекінгу відіграють критичну роль у боротьбі з фейками, маніпуляціями та дезінформаційними кампаніями. Кожна з описаних систем має власні акценти: *Snopes* – широке охоплення тем; *PolitiFact* – політичну аналітику; *FactCheck.org* – глибокий доказовий аналіз; *FullFact* – інтеграцію з державними системами; *Lead Stories* – роботу з вірусним контентом; *NoaxEye* – фокус на візуальних фейках. Їхня діяльність базується на принципах відкритості, джерельності та неупередженості, що є критично важливим для збереження довіри у цифрову епоху постправди. Сьогодні українське інформаційне середовище входить до числа найбільш атакованих у світі з гібридних загроз. Від початку війни між Росією та Україною, яка триває з 2014 року, державні медіа, соціальні мережі, інформаційні кампанії та громадяни зазнали значного рівня дезінформації. У результаті були створені цілісні українські платформи та ініціативи, які зосереджуються на виявленні маніпуляцій, перевірці фактів, спростуванні фейків і підвищенні медіаграмотності населення.

Серед них найвідомішими є *StopFake*, *По той бік новин*, *Detector Media*, *VoxCheck* і *MediaSapiens*. Хоча кожна з цих структур має свої особливості, вони всі виконують системну функцію, щоб протистояти російській пропаганді, дезінформації в Україні та інформаційному впливу через медіа та соціальні платформи.

StopFake – це перша українська платформа, що системно почала боротися з російською пропагандою ще у 2014 році. Проект було засновано на факультеті журналістики Києво-Могилянської академії як відповідь на хвилю дезінформації з боку російських медіа у перші місяці після окупації Криму та початку війни на Донбасі [StopFake, 2023].

Основною метою *StopFake* є викриття неправдивої інформації, поширеної в іноземних та українських медіа, особливо у проросійських джерелах. Команда проводить щоденний моніторинг ЗМІ, соціальних мереж і телеграм-каналів, виявляючи фейки, які пізніше аналізуються, перевіряються та спростовуються.

Особливістю роботи *StopFake* є чітке структурування фейків, де в кожній публікації вказується:

- заголовок або теза фейкової новини;
- джерело поширення;
- контекст, у якому з'явилась інформація;
- виклад перевірених фактів;
- посилання на офіційні документи, коментарі експертів чи свідчення очевидців [StopFake, 2023].

Окрім аналітичних матеріалів, *StopFake* також виробляє відеоконтент, подкасти, міжнародні звіти, організовує тренінги з медіаграмотності, співпрацює з міжнародними партнерами у сфері інформаційної безпеки. Платформа веде сайти кількома мовами: українською, англійською, російською, іспанською, німецькою, чеською, румунською та болгарською.

«*По той бік новин*» – це український проєкт з перевірки інформації, створений у 2019 році командою журналістів, медіааналітиків та фактчекерів. Його метою є спростування дезінформації, маніпуляцій, панічних повідомлень

та псевдонаукових теорій, які активно поширюються в українському сегменті інтернету, зокрема в соціальних мережах [По той бік новин, 2023].

На відміну від *StopFake*, який фокусується переважно на російській пропаганді, «По той бік новин» займається широким спектром тем: від фейків у сфері охорони здоров'я (наприклад, антивакцинаторські заяви) до маніпуляцій навколо тарифів, пенсій, військового обов'язку, міжнародних подій тощо.

Платформа використовує структурований підхід до перевірки інформації:

1. Виявлення потенційно неправдивого повідомлення.
2. Пошук першоджерела та контексту.
3. Порівняння з офіційними заявами, даними державних установ, наукових або експертних джерел.
4. Пояснення, чому твердження є фейком, маніпуляцією або неповною інформацією [По той бік новин, 2023].

Окремою особливістю є створення «антифейкової рубрики», де публікуються короткі, візуально оформлені матеріали — зручні для поширення у соцмережах.

Одним із найвідоміших агентств медіа-аналітики в Україні є *Detector Media*. Проект «Телекритика» був заснований ще у 2004 році українською журналісткою Наталею Лігачовою. З 2016 року проект має назву «Детектор медіа». Мета платформи полягає в тому, щоб захистити інформаційний простір від маніпуляцій, пропаганди та низькоякісного контенту, а також сприяти розвитку критичного мислення шляхом ретельного аналізу українських і міжнародних ЗМІ [Detector Media, 2023].

На відміну від вузько спеціалізованих фактчекінгових проєктів, *Detector Media* проводить комплексну експертизу всього українського інформаційного простору, включаючи телебачення, новинні портали, YouTube-канали, соціальні мережі.

Команда здійснює:

– моніторинг новин на предмет фейків, неналежного стандарту журналістики, мовної агресії;

- аналіз тематики медіа в контексті інформаційної безпеки;
- дослідження наративів, які можуть становити загрозу демократичному дискурсу [Detector Media, 2023].

VoxCheck – це аналітичний підрозділ економічної платформи VoxUkraine, заснований у 2015 році. Спеціалізація – перевірка фактів у висловлюваннях українських політиків, чиновників, громадських діячів, а також спростування економічних міфів, неправдивих тверджень про реформи, соціальні ініціативи, економічні показники тощо.

Робота платформи базується на таких принципах [Шлапаченко, 2019]:

- перевірка на основі достовірних відкритих джерел (законодавство, статистика, економічні дані);
- сувора верифікація цитат (посилання на повний контекст, стенограми, відеозаписи);
- оцінювання тверджень за шкалою правдивості: *«правда»*, *«перебільшення»*, *«маніпуляція»*, *«неправда»*.

VoxCheck активно веде проєкти у регіонах України, де аналізує заяви місцевої влади, а також просвітницькі ініціативи у форматі VoxCheck School, онлайн-курси, вебінари для журналістів і студентів. У період пандемії та повномасштабного вторгнення VoxCheck створив аналітичну базу фейків, що стосуються COVID-19, ситуації на фронті, гуманітарних поставок, міжнародної підтримки. Співпрацює з Міністерством охорони здоров'я, Міністерством цифрової трансформації, USAID, IFCN.

MediaSapiens – це проєкт, що функціонує в межах платформи «Інститут масової інформації» (ІМІ). Його основною метою є популяризація медіаграмотності та критичного мислення, аналіз трендів у медіа та вивчення інформаційних ризиків в Україні.

На відміну від традиційних фактчекерів, MediaSapiens не займається систематичним спростуванням фейків, однак аналізує механізми поширення неправдивої інформації, досліджує дезінформаційні кампанії та викладає їх у доступному форматі для широкої аудиторії.

Основні напрямки роботи [Компанцева, 2022]:

- аналітика медіа: як і що подають українські ЗМІ;
- дослідження тем дезінформації, пропаганди, мови ворожнечі;
- огляди соцмереж і інформаційних платформ;
- підготовка матеріалів з медіаосвіти;
- публікація інтерв'ю з медіадослідниками та журналістами.

MediaSapiens функціонує як медіа про медіа, і його завдання – надавати читачам інструменти для самостійного аналізу інформації та сприяти побудові стійкого до маніпуляцій суспільства.

Українські фактчекінгові та медіааналітичні ініціативи – це ефективна відповідь громадянського суспільства на виклики гібридної війни, політичної маніпуляції та інформаційної агресії. Кожна з описаних платформ має чітко окреслене завдання: StopFake зосереджується на зовнішній пропаганді, «По той бік новин» – на щоденних вірусних фейках, Detector Media – на системному моніторингу ЗМІ, VoxCheck – на перевірці політичних і економічних заяв, а MediaSapiens – на просвітництві.

Разом вони формують інформаційний щит, що дозволяє українському суспільству краще орієнтуватися в новинному потоці, відокремлювати правду від фейків і формувати критичне мислення як ключовий навик громадянина цифрової доби.

У зв'язку з розширенням масштабів інформаційної війни, поширенням фейкових повідомлень і маніпулятивними сюжетами проблема визначення недостовірного контенту набула надзвичайної актуальності. Сучасні методи виявлення дезінформації використовують поєднання технічних, лінгвістичних і поведінкових методів аналізу. Вони включають мовні експертизи, автоматизовані системи та оцінку джерел і каналів поширення інформації [Міщенко, 2023].

3.2. Методи ідентифікації та нейтралізації фейків

У масштабному аналізі цифрового контенту автоматизовані інструменти є життєво важливими. Розвиток технологій машинного навчання, штучного інтелекту (ШІ) та обробки природної мови дозволив ефективно фільтрувати велику кількість текстів на предмет їхньої достовірності, маніпуляції або пропаганди.

Одним із основних напрямів є класифікація текстів за допомогою машинного навчання. Алгоритми навчаються розрізняти фейкові та правдиві повідомлення, використовуючи попередньо зібрані корпуси даних. При навчанні враховується низка параметрів: стилістика, частотність використання емоційної лексики, структура речень, характер заголовків, повторюваність фраз, особливості пунктуації. Такий підхід дозволяє алгоритмам розпізнавати фейкові матеріали із точністю 80–95%, залежно від якості даних та моделі [Міщенко, 2023].

Іншим технічним методом є виявлення аномалій у поширенні інформації. Системи аналізують активність у соціальних мережах і месенджерах, відстежують одночасне розміщення однакових повідомлень у великій кількості акаунтів. Якщо контент поширюється синхронізовано, за шаблонною схемою, з однаковими візуальними супроводами – це сигналізує про ймовірну координацію бот-мережі. Такі мережі часто використовуються в інформаційних атаках для створення ефекту масовості або «підтвердження» фейкової новини через багаторазове її повторення.

Значного поширення набули методи на основі Natural Language Processing (NLP). Їхнє призначення – розуміння семантики, логіки та тональності тексту. Зокрема, семантичний аналіз дозволяє виявляти невідповідність між заголовком і змістом статті, виявляти суперечності, неявні маніпуляції, приховані заклики. Сучасні моделі аналізу (наприклад, BERT, RoBERTa) здатні розпізнавати прихований підтекст і риторичні стратегії. Також активно застосовується аналіз тональності (*sentiment analysis*) – виявлення емоційного забарвлення тексту.

Занадто емоційний, апокаліптичний або агресивний стиль, особливо у новинах, які мають подаватися нейтрально, є одним із індикаторів фейковості або спроби маніпуляції.

Інноваційним напрямком є використання технологій blockchain для забезпечення прозорості походження інформації. У таких системах кожне повідомлення або джерело прив'язується до блокчейн-реєстру, де зберігається інформація про автора, дату публікації, зміни та перевірку. Це дозволяє перевіряти, чи змінювався контент з моменту першої публікації, і чи справді він походить від офіційного джерела. Хоча цей підхід поки ще перебуває на стадії експериментів, він вважається перспективним з погляду захисту інформаційного ланцюга [Safieddine, 2020].

Окрім технічних алгоритмів, фейкові повідомлення ефективно розпізнаються за допомогою лінгвістичного аналізу, що базується на виявленні характерних мовних ознак неправдивого або маніпулятивного контенту. Один із ключових інструментів – семантико-текстуальна експертиза, яка передбачає аналіз на кількох рівнях: лексико-семантичному, прагматичному, стилістичному та дискурсивному.

На лексичному рівні особливу увагу привертає використання емоційно забарвлених слів: *«катастрофа»*, *«знищення»*, *«шок»*, *«жах»*, *«зрада»* тощо. У достовірних новинах, особливо у сфері політики, економіки чи науки, переважає нейтральна тональність. Фейки ж зазвичай апелюють до емоцій, створюючи у читача відчуття страху, гніву або тривоги [Мищенко, 2023].

На семантичному рівні важливим є виявлення узагальнень без доказів, наприклад: *«усі українці незадоволені»*, *«експерти заявляють»*, *«світ у шоці»*. У таких формулюваннях відсутнє конкретне джерело, а інформація нав'язується у формі безапеляційних тверджень.

Ще однією характерною ознакою фейків є використання риторичних фігур та маніпулятивних конструкцій: риторичні питання, натяки, саркастичні лапки, парадокси. Такі елементи часто формують хибну логічну послідовність або провають читача на інтуїтивну згоду з поданою оцінкою.

У текстах дезінформаційного характеру часто простежується стилістична гібридність – змішання офіційно-ділового стилю (для імітації достовірності) з публіцистичним чи навіть розмовним (для емоційного впливу). Такий прийом створює ілюзію «народного голосу, що викриває правду», й підвищує рівень довіри в аудиторії, яка схильна до недовіри до офіційних джерел. Важливо також виявляти спотворення контексту. Часто фейкові повідомлення містять цитати, вирвані з реального висловлювання, або подані в іншому хронологічному, логічному чи соціальному контексті. Це створює ефект «напівправди», яка є значно небезпечнішою за відверту брехню [McGonagle, 2017].

У окрему групу входять поведінкові та мережеві методи, які дозволяють ідентифікувати фейковий контент за тим, як він з'являється, хто його створює, куди він поширюється та як аудиторія реагує на нього.

На першому етапі потрібно оцінити джерело інформації. Доменне ім'я ресурсу, дата створення ресурсу, наявність контактних даних, опис місії та редакційна політика перевіряються тут. Можуть виникнути сумніви щодо достовірності джерела, якщо воно анонімне, використовує незвичайні URL-адреси, представляє себе як офіційний веб-сайт (наприклад, підробляючи назву) або містить багато рекламних блоків.

Наступним кроком є використання аналізу швидкості поширення. Якщо повідомлення за дуже короткий проміжок часу з'являється в кількох групах, акаунтах і месенджерах, це може свідчити про залучення бот-мережі. Хвилі репостів без коментарів, копіпастинг однакових фраз і синхронне використання візуальних шаблонів є особливо помітними [Varnoy, Reich, 2019].

Ще одним параметром є географічний і часовий контекст публікації. Аналіз геолокації допомагає з'ясувати, де було вперше опубліковано повідомлення. Якщо воно масово поширюється з акаунтів, які фізично не перебувають в епіцентрі подій, або якщо інформація з'являється до офіційного підтвердження, це може свідчити про заздалегідь підготовлену дезінформаційну атаку.

Крім того, важливо звертати увагу на поведінку аудиторії: масові емоційні коментарі з шаблонними фразами, агресивна риторика, некритичне схвалення або різка поляризація думок часто супроводжують дезінформаційні викиди.

Фактчекінг – це процес верифікації тверджень, інформації та публічних заяв з метою визначення того, чи є вони правдивими. Це найпростіший і водночас найважливіший спосіб боротьби з фейками. Офіційні документи, статистичні дані, експертні коментарі, наукові праці та інші авторитетні джерела використовуються для проведення перевірки. Журналістські розслідування та спеціалізовані платформи, такі як *PolitiFact*, *Snopes*, *StopFake*, *VoxCheck* та інші, широко використовують цей метод [Wardle, Derakhshan, 2017].

Фактчекінг має очевидну перевагу порівняно з іншими інструментами: він є документальним, публічним і обґрунтованим. Тим не менш, його ефективність залежить від того, наскільки він швидкий, довірливий до джерел і здатний охопити велику аудиторію. У результаті дезінфікування стає все більш популярним методом публічного спростування дезінформації. Це досягається шляхом створення пояснювального контенту, який розкладає маніпуляцію на складові, демонструє джерела помилки та пояснює, як дезінформація виникла [Wardle, Derakhshan, 2017].

У рамках *debunking*-стратегій створюються аналітичні матеріали, відео, інфографіка, текстові пояснення. Успішність методу залежить від зрозумілості, логічної структури і доступності для звичайного читача. Особливо ефективним виявився *debunking* у сферах охорони здоров'я, коли спростовуються фейки про вакцини, лікування хвороб, пандемію тощо.

Новим і перспективним підходом до боротьби з фейками є *prebunking* – метод випереджального інформування, який полягає у поясненні механізмів дезінформації ще до того, як користувач зіткнеться з фейком. Цей підхід базується на когнітивній теорії інокуляції, за аналогією з імунізацією: якщо людина вже знайома з технікою маніпуляції, вона менш схильна в неї повірити.

Pre-bunking активно застосовується у межах соціальних кампаній, освітніх відео, серій коротких пояснень. Наприклад, Google і Jigsaw у співпраці

з фактчекінговими організаціями розробили короткі відеоролики, які пояснюють типові маніпуляції: *емоційний шантаж, підробка цитат, фальшиві експерти, дезінформаційні шаблони*. Такі відео показувалися користувачам перед переглядом контенту у YouTube або на новинних сайтах. Результати досліджень показали, що навіть коротка інформаційна ін'єкція знижує довіру до фейків на 10–20% [Wardle, Derakhshan, 2017].

Таким чином, превентивна стратегія не бореться з наслідками дезінформації, а діє на її випередження, формуючи критичне мислення та імунітет до неправдивого контенту. Вона особливо корисна в умовах швидкої зміни інформаційного фону, коли фейки поширюються раніше, ніж факти.

Окремий напрям протидії фейкам полягає в алгоритмічному втручанні з боку цифрових платформ. Соціальні мережі (Meta/Facebook, X/Twitter, TikTok, YouTube) поступово змінюють свої алгоритми ранжування і поширення контенту, знижуючи охоплення публікацій, які ідентифіковані як потенційно неправдиві або підозрілі. Такий метод реалізується через партнерства з незалежними фактчекінговими організаціями. Наприклад, у Facebook та Instagram діє програма *Third Party Fact-Checking*, за якою платформи позначають фейки, додають спростування, зменшують видимість неправдивого контенту у стрічці новин. У YouTube вживаються заходи з демонетизації відео, що містять дезінформацію, а також розміщуються підказки з посиланнями на перевірені джерела.

У Twitter/X існує ініціатива *Community Notes*, яка дозволяє користувачам додавати контекст до спірних повідомлень. Такий *crowdsourcing*-контроль знижує ризик односторонньої модерації та дає змогу громадськості колективно оцінювати вміст. Алгоритмічне обмеження є потужним інструментом, однак воно не позбавлене недоліків. Зокрема, виникають ризики щодо обмеження свободи слова, недостатньої прозорості в оцінці контенту, а також можливостей обходу фільтрів за допомогою графіки, іронії чи закодованих повідомлень.

Підвищення медіаграмотності населення є одним із найбільш ефективних і тривалих методів боротьби з фейками. Йдеться не лише про здатність

відрізнити правду від брехні, але й про розвиток критичного мислення, навичок верифікації інформації та розуміння алгоритмів поширення дезінформації, серед іншого.

В Україні цей напрям реалізується через освітні програми, тренінги, інтерв'ю з журналістами, відеокампанії та уроки в школах. Наприклад, Міністерство освіти і науки, у співпраці з міжнародними донорами, включило елементи медіаосвіти в свої шкільні програми. Крім того, доступні онлайн-курси на платформах *Prometheus* та *EdEra*, які дають базові знання про те, як працюють фейки, як їх розпізнавати, що таке медіа-маніпуляції тощо.

Ефективність таких ініціатив вища у довгостроковій перспективі, адже вони змінюють поведінкову модель споживання інформації. Ключове завдання – не лише дати знання, а й формувати стійкість до впливу.

Нейтралізація фейків неможлива без залучення самих медіа, оскільки саме журналісти є основними виробниками інформаційного контенту. Одним із напрямків протидії дезінформації є посилення етичних стандартів журналістики, верифікація джерел, підвищення відповідальності за поширення неперевірених фактів.

Багато редакцій нині впроваджують внутрішні протоколи перевірки інформації, практику подвійної верифікації, посилення на офіційні джерела та фактчекерські ресурси. Міжнародні організації, як-от *Міжнародна мережа фактчекінгу* (IFCN), публікують кодекси етики для фактчекерів і журналістів.

В Україні активно працюють медіа-школи, тренінги, освітні програми, які формують нове покоління журналістів із високим рівнем відповідальності. Наприклад, *Інститут масової інформації*, *Центр демократії і верховенства права*, *Detector Media* проводять щорічні навчальні проекти з тем фактчекінгу, медіаграмотності, журналістських стандартів [Гриценко, 2020].

Попри наявність різноманітних інструментів, проблема фейків не лише зберігається, а й еволюціонує. Одним із головних викликів залишається швидкість поширення фейкової інформації. У більшості випадків фейк стає

вірусним раніше, ніж фактчекери встигають його спростувати. Це знижує ефективність реактивних стратегій і вимагає розвитку превентивних моделей.

Іншим викликом є вразливість користувачів до емоційних маніпуляцій. Люди схильні сприймати інформацію, яка відповідає їхнім очікуванням, переконанням або страхам. Емоційно забарвлений фейк має більший шанс на поширення, ніж раціональне пояснення, що ускладнює комунікацію фактчекерів.

Також існує ризик перетворення боротьби з фейками на інструмент цензури. У деяких країнах влада використовує закони про дезінформацію для переслідування опозиційних журналістів або контролю за медіа. Це ставить питання про баланс між інформаційною безпекою та свободою слова.

Окрему загрозу становлять технологічні інновації, зокрема *deepfake* та *AI-generated content*. Завдяки генеративному штучному інтелекту створення фейкових відео, голосів і текстів стало доступним, масштабним і майже непомітним. Традиційні методи фактчекінгу в таких випадках часто неефективні без глибокого технічного аналізу [Cole, 2025].

Ефективна протидія фейковим повідомленням вимагає мультидисциплінарного підходу. Жоден окремий метод – технічний, лінгвістичний чи освітній – не дає повного результату. Лише поєднання аналітики, технологій, фактчекінгу, професійної журналістики та просвітництва здатне забезпечити стійкість суспільства до дезінформації.

Важливою є координація між різними суб'єктами: платформами, державними органами, медіа, громадськими організаціями та міжнародними структурами. Тільки скоординовані дії можуть нейтралізувати вплив фейків на системному рівні.

Не менш важливою є роль самого користувача, який повинен не лише отримувати інформацію, а й критично її оцінювати, перевіряти джерела, не поширювати сумнівні матеріали. У цьому контексті кожен може бути носієм інформаційної гігієни.

У найближчій перспективі одним із ключових напрямів стане розвиток автоматизованих систем виявлення фейків, інтеграція фактчекінгу в цифрові платформи, а також створення етичних та технологічних стандартів для боротьби з дезінформацією на глобальному рівні.

Висновки до третього розділу

У третьому розділі магістерської роботи здійснено ґрунтовне узагальнення сучасних підходів до виявлення фейкових повідомлень, охоплено як функціонування провідних міжнародних, так і вітчизняних платформ фактчекінгу, а також окреслено інструментально-методологічний арсенал, що використовується у сфері протидії дезінформації. Отримані результати дозволяють стверджувати, що фактчекінг у ХХІ столітті перетворився на самостійну галузь інформаційного захисту, яка спирається як на аналітичні практики, так і на високотехнологічні інструменти обробки тексту та даних.

Розгляд платформ Snopes, PolitiFact, FactCheck.org, FullFact, Lead Stories, NoaxEye, а також українських ініціатив StopFake, VoxCheck, Detector Media, MediaSapiens, «По той бік новин» засвідчив, що ефективна боротьба з фейками можлива лише за умови міждисциплінарної інтеграції журналістських, лінгвістичних, соціальних і цифрових підходів. Кожна з платформ реалізує власну спеціалізацію: від перевірки політичних заяв до розпізнавання візуальних маніпуляцій, охоплюючи при цьому широке коло тем, пов'язаних із охороною здоров'я, війною, міжнародною політикою, економікою та соціальною сферою. У межах підрозділу 3.2 проаналізовано широкий спектр методів детекції дезінформації: класифікаційні моделі машинного навчання, алгоритми семантичного й емоційного аналізу, виявлення аномалій у поширенні інформації, верифікаційні підходи на основі blockchain-технологій, а також традиційні інструменти фактологічного й семантико-текстуального аналізу. Показано, що комбінація Natural Language Processing, нейронних мереж (зокрема моделей BERT, RoBERTa), а також стратегій debunking і prebunking є

перспективною для створення стійких механізмів інформаційної резистентності.

Особливу увагу приділено когнітивно-лінгвістичним аспектам розпізнавання фейків, зокрема виявленню емоційно маркованої лексики, риторичних маніпуляцій, стилістичних деформацій і прагматичних викривлень, які є характерними для дезінформаційного контенту. Акцентовано на важливості формування критичного мислення та медіаграмотності як ключових чинників посилення захисту інформаційного простору, особливо в умовах гібридної війни, спрямованої на дестабілізацію демократичних суспільств.

Таким чином, розділ засвідчив, що ефективна протидія фейковим повідомленням можлива лише за умов комплексного підходу, який поєднує сучасні цифрові технології з лінгвістичним аналізом, фактологічною верифікацією та системною інформаційною просвітою.

ВИСНОВКИ

У результаті виконання поставлених завдань було досягнуто цілі роботи – комплексного аналізу фейкових новин в українськомовному сегменті соціальних мереж через призму семантико-текстуальної експертизи. У ході дослідження здійснено системне вивчення теоретичних підходів до розуміння феномену фейкових повідомлень, а також емпіричний аналіз текстів, які становлять загрозу для інформаційної безпеки та соціального спокою суспільства. Дослідження охопило всі необхідні компоненти: термінологічне осмислення, типологізацію, огляд наукової літератури, методологічне підґрунтя лінгвістичного аналізу, відбір корпусу матеріалів, текстову експертизу та вивчення інструментів виявлення й нейтралізації фейків.

Першим кроком дослідження стало з'ясування сутності поняття «фейкові новини» у сучасному інформаційному та лінгвістичному контексті. Було встановлено, що термін «фейк» стосується не лише навмисно вигаданої неправдивої інформації, але й повідомлень із викривленим контекстом, перебільшенням, маніпулятивною риторикою або відвертою підміною понять. У роботі чітко розмежовано суміжні терміни: дезінформація, пропаганда, псевдонаукова інформація, напівправа, сатиричні новини та маніпулятивна журналістика. Зроблено висновок, що фейкові новини – це форма деструктивного інформаційного впливу, яка часто є частиною ширших інформаційно-психологічних операцій, і функціонує у цифровому дискурсі в синергії з соціальними, політичними та культурними процесами.

На основі аналізу наукових джерел було здійснено типологізацію фейкових повідомлень. Виокремлено основні категорії фейків: сфабриковані новини (вигадані події), напівправа (контекстуальні викривлення), сенсаційні спотворення (драматизація фактів), пропагандистські фейки (засоби ідеологічного впливу), фейкові цитати (підміна висловлювань публічних осіб), візуальні фейки (маніпуляції з фото/відео) тощо. Ця типологія дозволила систематизувати фейкові повідомлення за їх функцією, формою подачі та

комунікативним наміром. Установлено, що домінування певного типу фейків часто залежить від суспільного контексту – воєнного, епідеміологічного, виборчого або соціально-економічного.

У роботі проаналізовано сучасний стан вивчення фейкових новин в українській та зарубіжній лінгвістиці. Показано, що проблема фейкових повідомлень стала предметом дослідження в межах прикладної лінгвістики, соціолінгвістики, медіалінгвістики та прагмалінгвістики. У закордонних працях акцентовано увагу на когнітивних моделях сприйняття неправди, риторичних засобах впливу, семіотиці маніпуляцій та цифровому слідкуванні за розповсюдженням фейків. Українська лінгвістична школа, у свою чергу, активно розвиває напрям аналізу медіатекстів, комунікативної агресії, мовної гібридності та верифікації інформаційних повідомлень. Доведено, що фейки є важливим об'єктом міждисциплінарного вивчення, і саме поєднання лінгвістичних, технологічних та соціальних підходів дозволяє ефективно їх ідентифікувати та аналізувати.

Особливу увагу приділено аналізу методологічних засад семантико-текстуальної експертизи як наукового інструмента для викриття фейкових повідомлень. У роботі описано основні принципи й методи експертизи, зокрема аналіз лексико-семантичного складу текстів, морфологічних конструкцій, синтаксичної структури, прагматичних маркерів, риторичних фігур і стилістичної організації. Результати аналізу дозволили визначити мовні патерни, які слугують індикаторами неправдивості та маніпуляції. Визначено, що фейкові тексти зазвичай характеризуються стилістичною гіперболізацією, використанням стереотипної лексики, імітацією офіційної мови та апеляцією до емоційно вразливих тем.

На етапі емпіричного аналізу було сформовано вибірку реальних фейкових повідомлень з українськомовного сегменту соціальних мереж. Джерелами стали публікації, зафіксовані фактчекерськими організаціями StopFake, VoxCheck, MediaSapiens, Detector Media та іншими. До уваги бралися повідомлення, що мали офіційні спростування, і які отримали значне поширення у періоди

соціальної нестабільності (війна, пандемія, економічна криза). Вибірка репрезентує тексти з різних тематичних доменів – політичного, соціального, економічного, побутового. Було обґрунтовано критерії відбору, серед яких — емоційне забарвлення, неконкретність, відсутність джерел, логічні суперечності, синтаксична спрощеність.

Здійснено лінгвістичний аналіз фейкових текстів. На основі цього встановлено низку мовних маркерів, зокрема: часте використання узагальнень без підтвердження; вживання метафор і перебільшень; поєднання ділової риторики з публіцистикою; маніпулювання часом і простором; вживання лексем з негативною конотацією, що спрямовані на виклик емоцій.

Проаналізовано також стратегії, що застосовуються авторами фейків: навіювання терміновості, делегітимація офіційних структур, створення штучного конфлікту, емоційна ідентифікація з жертвою. Системне поєднання цих стратегій дозволяє дезінформувати аудиторію без прямої брехні, натомість через маніпулятивну організацію мови та структури повідомлення.

У межах розділу, присвяченого платформам і системам виявлення фейків, проаналізовано провідні світові (Snopes, PolitiFact, FactCheck.org, FullFact, Lead Stories, HoaxEye) та українські (StopFake, VoxCheck, Detector Media, «По той бік новин», MediaSapiens) ініціативи. Їхній досвід засвідчує, що ефективна боротьба з дезінформацією неможлива без поєднання фактологічної перевірки, аналітичного контенту та просвітницької діяльності. Окремо розглянуто технічні підходи до виявлення фейків (NLP, аналіз бот-мереж, класифікація текстів на основі ШІ), а також лінгвістичні, поведінкові й контекстуальні методи аналізу, які в сукупності формують систему інформаційного захисту.

Проведене дослідження доводить, що фейки не є хаотичним явищем – вони мають чітку мовну організацію, спрямовану на досягнення конкретного комунікативного ефекту. Вивчення фейкових повідомлень у лінгвістичному аспекті дозволяє розробити інструменти їх розпізнавання та нейтралізації. Ці інструменти можуть бути впроваджені як у професійну журналістику, так і в освітні програми з медіаграмотності. Результати семантико-текстуальної

експертизи відкривають перспективи для автоматизованого маркування фейкового контенту, впровадження цифрових фільтрів і розвитку критичного мислення у суспільстві.

Таким чином, поставлені завдання були реалізовані, а результати дослідження засвідчили значення лінгвістичного підходу у вивченні феномену фейкових новин. Робота підтвердила необхідність інтеграції мовознавства, медіадосліджень, цифрових технологій та соціальної аналітики для забезпечення ефективної протидії дезінформації в умовах сучасного інформаційного простору.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Васильєв, А. С., Іванова, І. Б. Засоби маніпулювання аудиторією в Інтернет-медіа в умовах війни. *Права людини: відображення у медіапросторі: матеріали другого науково-методологічного семінару*. Київ: ФМВ НАУ, 2023. С. 58–61. Режим доступу: <https://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/29657/1/Vasyliiev%2C%20Ivano%20va.pdf>
2. Васюк К. М., Боженко В. Г. Способи детекції брехні у студентів з різним рівнем емоційного інтелекту. *Психологічний часопис*. 2017. № 6 (10). С. 9–10. ISSN 2414-004X (Online), ISSN 2414-0023 (Print). Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/326411858_SPOSOBI_DETEKCII_BREHNI_U_STUDENTIV_Z_RIZNIM_RIVNEM_EMOCIJNOGO_INTELEKTU/fulltext/5b4bfa830f7e9b4637dd694d/SPOSOBI-DETEKCII-BREHNI-U-STUDENTIV-Z-RIZNIM-RIVNEM-EMOCIJNOGO-INTELEKTU.pdf
3. Вільчинська І. Ю. Неправдива інформація як засіб маніпулятивної взаємодії. *Інформаційна Освіта та професійно-комунікативні технології XXI століття* : матер. XII Міжнар. наук.-практ. конф.Одеса, 2021. С. 105–108.
4. Глушук Є. В. Фейки як інструмент тиску в умовах війни: специфіка застосування та сприйняття. *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського*. 2023. Вип. 67. С. 96–107. URL: <http://irbis-nbuv.gov.ua/everlib/item/er-0004708>
5. Гордієнко Т. Фантастичні фейки й де їх шукати. Як fake news стало поняттям року. *MediaSapiens*. 2017. Режим доступу: <https://ms.detector.media/mediaanalitika/post/20242/2017-12-20-fantastychni-feyky-y-de-ikh-shukaty-yak-fake-news-stalo-ponyattjam-roku/>
6. Гриценко О.С. Маніпулятивні впливи в текстах медіа протягом виборчої кампанії. *Обрії друкарства*. 2020. № 1. С. 52–61. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/obdr_2020_1_7

7. Зеленко А. Журналістика та блогінг: точки дотику та проблеми співіснування. *Прикладні та фундаментальні аспекти досліджень у соціальних комунікаціях: збірник матеріалів VI науково-практичної конференції (Івано-Франківськ, 3–4 квітня 2024 р.)*. редкол.: Г. І. Марчук, О. М. Холод; рец.: Б. В. Потятиник, І. Б. Дебенко; упоряд.: Г. І. Пристай, Р. Л. Савчук. Івано-Франківськ: Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, 2024. Вип. VI. С. 63–67. URL: https://kjourn.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/54/2024/09/zbirnyk_6-1-1.pdf
8. Калька Н. М., Цивінська М. В., Зубач І. М. Детекція брехні у спілкуванні: соціально-психологічний аспект: навчально-методичний посібник. Львів : ЛьвДУВС, 2017. 120 с. ISBN 978-617-511-238-0.к. Львів : ЛьвДУВС, 2017. 120 с. ISBN 978-617-511-238-0.
9. Кіца М. Особливості та методи виявлення фейкової інформації в українських ЗМІ. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Журналістські науки*. 2017. № 883. С. 30–35. URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2019/apr/16109/kitsa.pdf>
10. Коваленко А. М., Марченко Т. С. Мовні засоби реалізації маніпулятивного впливу в сучасних англomовних ЗМІ. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*. 2019. Вип. 38, ч. 1. С. 214–218. Режим доступу: http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v38/part_1/55.pdf
11. Компанцева Л. Ф. Лінгвістична експертиза соціальних мереж в умовах гібридних викликів національній безпеці України. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. 2020. Вип. 40. С. 119–139. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apyl_2020_40_10.
12. Компанцева Л. Ф., Заруба О. Г., Череватий С. В., Акульшин О. В. Стратегічні комунікації для безпекових і державних інституцій : практичний посібник за заг. ред. О. Давліканової, Л. Компанцевої. Київ : ВІСТКА, 2022. 278 с. ISBN 978-617-7574-50-6.
13. Миколаєнко А. Ю. Фейкова журналістика в Україні як елемент шоу-цивілізації. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія*

- «Соціальні комунікації». 2018. Вип. 14. С. 4–8. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhISK_2018_14_3
14. Миколаєнко А. Ю. Фейкові новини в українському медіапросторі: технології експериментальних проєктів. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2019. № 74. С. 29–37. DOI: 10.17721/2522-1272.2019.74.3.
15. Михайліченко Д. Г. Технології фейкових новин в соціальних медіа під час війни. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. 2024. Т. 35 (74), № 4, Ч. 2. С. 184–189. DOI: <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.4.2/30>
16. Міщенко О. В. Спосіб розпізнавання фейкових новин у мережі Інтернет: магістерська дисертація. Київ: НТУУ «КПІ», 2020. 89 с. <https://ela.kpi.ua/items/b0daf781-5dd5-40e8-80c6-c2e64822c18f>
17. Мудра І. М. Поняття "фейк" та його види у ЗМІ. *Теле- та радіожурналістика*. 2016. Вип. 15. С. 184–188. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tir_2016_15_27
18. Омельчук Ю. О. Контекстологічний аналіз медіатекстів (на матеріалі псевдоновини «Conspiracy Theorist Convinces Neil Armstrong Moon Landing Was Faked»). *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Лінгвістика*. 2022. № 4. С. 107–111.
19. Омельчук Ю. О. Об'єктивація фреймів сфера правди / сфера неправди (на матеріалі сучасних англійських псевдоновин). *Philological Treatises*. 2017. Т. 9, № 3. С. 44–50. URL: <https://www.europub.co.uk/articles/-A-290661>
20. Почепцов Г. Г. Сміслові та інформаційні війни. Г. Г. Почепцов *Інформаційне суспільство*. 2013. Вип. 18. С. 21–27. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/is_2013_18_6.
21. Прокопенко Б. В. Соціогуманітарні технології: маніпулятивний аспект. *Філософія науки: традиції та інновації*. 2015. № 1 (11). С. 84–91. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/FilosNauk_2015_1_12
22. Саприкін О. А. Інформаційна експансія, інформаційна війна та інформаційна атака у засобах масової інформації на прикладі Євро-2012. *Вісник Книжкової*

- палати. 2013. № 1. С. 40-43. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkp_2013_1_13
23. Саприкін О. А. Фейк як інструмент інформаційної війни проти України. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2016. № 1. С. 87–94. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bdi_2016_1_15
24. Тищенко В. С., Мужанова Т. М. Дезінформація і фейкові новини: ознаки та методи виявлення в мережі Інтернет. *Кібербезпека: освіта, наука, техніка*. 2022. № 2 (18). DOI: 10.28925/2663-4023.2022.18.175186.
25. Тоффлер Е. Третя хвиля з англ. пер. А. Євса. К. : Вид. дім «Всесвіт», 2000. 480 с. Бібліогр.: с. 432–453. ISBN 966-95607-2-1. Режим доступу: <https://elib.nlu.org.ua/view.html?id=27423>
26. Фейки як інструмент впливу на вибори: аналітична доповідь. [Дубов Д. В., Корецька І. О., Баровська А. В. та ін.] ; за ред. Дубова Д. В. Київ: Національний інститут стратегічних досліджень, 2020. 87 с. Режим доступу: <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2020-01/dopovid-dubov-1.pdf>
27. Шевченко Л. І., Сизонов Д. Ю. *Лінгвістична експертиза : підручник* / за ред. Л. І. Шевченко. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2021. 244 с. ISBN 978-966-933-113-7.
28. Шлапаченко В. М. Дезінформація як спосіб інформаційно-психологічного впливу. *Інформаційна безпека людини, суспільства, держави*. 2013. № 2. С. 78–86. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/iblsd_2013_2_15.
29. Шлапаченко В. М. Дезінформація як інструмент впливу на прийняття рішень. *Інформаційне суспільство*. 2019. № 3. С. 80–85.
30. Як можна протидіяти «фейковим новинам»? : Аналіз. Київ: Фонд Фрідріха Науманна за Свободу, Академія української преси, 2019. 32 с. https://www.aup.com.ua/wp-content/uploads/2019/11/YAK_protydiiaty_fake_news_2019.pdf
31. Яценко Л. Р. Специфіка фейкових новин в українських медіа: магістерська робота. 2020. 89 с.

32. Ahmed S. Who inadvertently shares deepfakes? Analyzing the role of political interest, cognitive ability, and social network size. *Telematics and Informatics*. 2021. Vol. 57. Article 101508. –DOI: 10.1016/j.tele.2020.101508.
33. Barnoy A., Reich Z. The Spread of Misinformation in Social Media: A Case Study. *Journal of Media Ethics*. 2019. Vol. 34, No. 3. P. 196–206. DOI: 10.1080/23736992.2019.1638257.
34. Fetzer J. H. Disinformation: The Use of False Information. *Minds and Machines*. 2004. Vol. 14, No. 2. P. 231–240. DOI: 10.1023/B:MIND.0000021683.28604.5b.
35. Jackson L., Valentine G. Emotion and politics in a mediated public sphere: Questioning democracy, responsibility and ethics in a computer mediated world. *Geoforum*. 2014. Vol. 52. P. 193–202. DOI: 10.1016/j.geoforum.2014.01.008.
36. Kapferer J.-N. *Rumeur, le plus vieux média du monde*. Paris : Éditions du Seuil, 1987. 320 p.
37. Knapp R. H. A psychology of rumor. *Public opinion quarterly*. 1944. Vol. 8. Pp. 22–37. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2022. № 4 77
38. Lazer D. M. J., Baum M. A., Benkler Y., Berinsky A. J., Greenhill K. M., Menczer F., Metzger M. J., Nyhan B., Pennycook G., Rothschild D., Schudson M., Sloman S. A., Sunstein C. R., Thorson E. A., Watts D. J., Zittrain J. L. The science of fake news. *Science*. 2018. Vol. 359, No. 6380. P. 1094–1096. URL: <https://www.science.org/doi/10.1126/science.aao2998>
39. McGonagle T. “Fake news”: False fears or real concerns? *Netherlands Quarterly of Human Rights*. 2017. Vol. 35, No. 4. P. 203–209. DOI: 10.1177/0924051917738685.
40. Oxford English Dictionary. *Definition of 'disinformation'* [Електронний ресурс]. Oxford: Oxford University Press, 2020. Режим доступу: https://www.oed.com/dictionary/disinformation_n
41. Saffiedine F. Chapter 1: History of Fake News. *In: Fake News in an Era of Social Media: Tracking Viral Contagion* ed. by Fadi Safieddine. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers, 2020. P. 1–20. ISBN 9781536168814. Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/339107429_Chapter_1_History_of_Fake_News

42. Usher N. The constancy of immediacy: from printing press to digital age. In: Alexander J. C.; Breese E.; Luengo M. (eds.) *The crisis of journalism reconsidered: democratic culture, professional codes, digital future*. Cambridge : Cambridge University Press, 2016. P. 170–189.
43. Villi M.; Noguera-Vivo J. M. Sharing media content in the social media environment: the challenges and opportunities of user-distributed content. *Journal of Applied Journalism & Media Studies*. 2017. Vol. 6, No. 2. P. 207–224.
44. Vlachos A.; Riedel S. Fact checking: task definition and dataset construction. *Proceedings of the ACL 2014 Workshop on Language Technologies and Computational Social Science*. 2014. P. 18–22. DOI: 10.3115/v1/W14-2508.
45. Vosoughi S.; Roy D.; Aral S. The spread of true and false news online. *Science*. 2018. Vol. 359. P. 1146–1151. DOI: 10.1126/science.aap9559.
46. Wang W. Y. «Liar, liar pants on fire»: a new benchmark dataset for fake news detection. *Proceedings of the 55th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics*. 2017. P. 422–426. DOI: 10.18653/v1/P17-2067.
47. Wardle C., Derakhshan H. *Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making*. Strasbourg : Council of Europe, 2017. 57 p. URL: <https://tverezo.info/wp-content/uploads/2017/11/PREMS-162317-GBR-2018-Report-desinformation-A4-BAT.pdf>

Джерела фактичного матеріалу:

1. Буняк В. Низка медіа приписала Зеленському слова про 100 тисяч загиблих українських військових. *Детектор медіа*. 14 квітня 2025. URL: <https://detector.media/infospace/article/223712/2025-04-14-nyzka-media-prypysala-z-elenskomu-slova-pro-100-tysyach-zagyblykh-ukrainskykh-viyskovykh/>
2. ВІДЕОФЕЙК: «США треба було постачати зброю росії», Трамп-молодший. VoxCheck. 2024. Режим доступу:

<https://voxukraine.org/videofejk-ssha-treba-bulo-postachaty-zbroyu-rosiyi-tramp-mol-odshyj>

3. Ворог розповсюджує фейки про нібито знущення з мобілізованих бійців. АрміяInform. 2024. 1 вересня. URL: <https://armyinform.com.ua/2024/09/01/vorog-rozpovsyudzhuye-fejky-pro-nibyto-znu-shhannya-z-mobilizovanyh-bijcziv/>
4. Генштаб ЗСУ спростував російські фейки про обстріл газовимірювальної станції «Суджа». АрміяInform. 2025. 21 березня. URL: <https://armyinform.com.ua/2025/03/21/genshtab-zsu-sprostuvav-rosijski-fejky-pro-ob-stril-gazovymiryuvalnoyi-stancziyi-sudzha/>
5. Голуб М., Бугайчук А. Зайві емоції, недотримання балансу та фейковий «напад»: дайджест INFOCRIME Lutsk. *Сила правди*. 27 жовтня 2021. URL: <https://sylapravdy.org/zajvi-emotsii-nedotrymannia-balansu-ta-fejkovyj-napad-d-ajdzhest-infocrime-lutsk/>
6. Закон України «Про інформацію» від 2 жовтня 1992 року № 2657-ХІІ. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>
7. Здоренко В. А., Бедан В. Б. Теоретичні моделі в поясненні механізму й закономірностей психофізіологічних досліджень на поліграфі. Наукова стаття. Режим доступу: <https://expertize-journal.org.ua/detektor-lzhi-poligraf/866-zdorenko-v-a-teo-retichni-modeli-v-poyasnenni-mekhanizmu-j-zakonomirnostej-psikhofiziologichnikh-doslidzhen-na-poligrafi>
8. Зінченко М. МК Червоного Хреста в Україні попереджає про шахрайський акаунт у Telegram. MediaSapiens. 2025. 17 квітня. URL: <https://ms.detector.media/internet/shcho-novogo/mk-chervonogo-khresta-v-ukrainsi-poperedzhaie-pro-shakhrayskyu-akaunt-u-telegram/>
9. Клуг Тетяна. Фактчек: дезінформація про F-16 в Україні. DW. 2024. 9 серпня. URL: <https://www.dw.com/uk/faktcek-fejki-j-dezinformacia-pro-f16-v-ukraini/a-69899632>

10. Міноборони країни-агресора продукує фейки про псевдодари України по російській енергетиці Генштаб ЗСУ. АрміяInform. 2025. 28 березня. URL: <https://armyinform.com.ua/2025/03/28/minoborony-krayiny-agresora-produkuuyut-fejky-pro-psevdoudary-ukrayiny-po-rosijskij-energetyczi-genshtab-zsu/>
11. Міноборони спростувало фальшиву заяву про «теракт у Харкові» та «загибель конструктора БПЛА». АрміяInform. 2025. 7 травня. URL: <https://armyinform.com.ua/2025/05/07/minoborony-sprostuvav-falshyvu-zayavu-pro-terakt-u-harkovi-ta-zagybel-konstruktora-bpla/>
12. Після інтерв'ю Віткоффа Зеленський заявив, що українці масово моляться за Трампа. UaReview. URL: <https://uareview.com/ukraintsi-molyatsya-za-trampa/>
13. Росіяни видали фейк про мобілізацію та дивізію "Галичина". VoxCheck. 2025. 9 травня. Режим доступу: <https://voxukraine.org/rosiyany-vydaly-fejk-pro-mobilizatsiyu-ta-dyviziyu-galychyna>
14. Семенюта І. У мережі X поширюють фейк, що українці імітують бої задля отримання допомоги від США. Детектор медіа. 2 березня 2025. URL: <https://detector.media/infospace/article/223358/2025-03-02-u-merezhi-x-poshyryuyut-feyk-shcho-ukraintsi-imituyut-boi-zadlya-otrymannya-dopomogy-vid-ssha>
15. У 155 ОМБр спростували новий фейк кремлівської пропаганди – у чому його суть. АрміяInform. 2025. 29 січня. URL: <https://armyinform.com.ua/2025/01/29/u-155-j-ombr-sprostuvaly-novyj-fejk-kremlivskoyi-propagandy-v-chomu-jogo-sut/>
16. Фактчекери спростували російський вкид про мобілізацію юнаків під час спортивного турніру в Тернополі. Detector Media. 04 квітня 2025. URL: <https://disinfo.detector.media/post/faktchekery-sprostuvaly-rosijskyj-vkyd-pro-mobilizatsiiu-yunakiv-pid-chas-turniru-v-ternopoli>
17. Фейк: Зеленський готував підставний замах на власних дітей та хотів звинуватити у ньому спецслужби рф DW. VoxCheck. Команда VoxCheck. URL: <https://voxukraine.org/fejk-zelenskyj-gotuvav-pidstavnyj-zamah-na-vlasnyh-ditej-ta-hotiv-zvynuvatyty-u-nomu-speczsluzhby-rf-dw/>

18. Фейк: Зеленський купив резиденцію у Флориді за гроші, виділені США для допомоги Україні. Detector Media. 2022. 31 травня. URL: <https://disinfo.detector.media/post/zelenskyi-kupyv-rezydentsiiu-u-florydi-za-hroshi-vydileni-ssha-dlia-dopomohy-ukraini>
19. Фейк: ОБСЄ надавала «Азову» розвіддані та забезпечувала зв'язком у Маріуполі. VoxCheck. 2022. 31 травня. URL: <https://disinfo.detector.media/post/obse-nadavala-azovu-rozviddani-ta-zabezpechuvai-a-zvyazkom-u-mariupoli>
20. Фейк: Степана Бандеру «зарахували до лику святих» документ ПЦУ. StopFake. 2022. 21 червня. Режим доступу: <https://www.stopfake.org/uk/fejk-stepana-banderu-zarahuvaly-do-lyku-svyatyh-dokument-ptsu/>
21. Фейк: Чоловікам, які не оновили дані в ТЦК, скасують атестати й дипломи, постанова Кабміну. VoxCheck. 2024. 29 серпня. Режим доступу: <https://disinfo.detector.media/post/cholovikam-iaki-ne-onovyly-dani-v-ttsk-skasuiut-atestaty-i-dyplom-y-postanova-kabminu>
22. BBC News Україна. Голова МЗС Британії Девід Кемерон став жертвою пранкерів. Він думав, що говорить з Порошенком. *BBC News Україна*. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/articles/c511q0l5lxvo>
23. Cole S. New Deepfake Method Can Put Words In Anyone's Mouth. 2019. URL: https://www.vice.com/en_us/article/g5xvk7/researchers-created-a-way-to-make-realistic-deepfakes-from-audio-clips
24. Detector Media. Фейк: За три місяці війни українська армія втратила 200 тисяч солдатів. 2022. Режим доступу: <https://disinfo.detector.media/post/za-try-misiatsi-viiny-ukrainska-armiia-vtratyla-200-tysiach-soldativ>.
25. Durodolu O. O., Chisita C., Dube T. V. Flattening the Curve of Fake News in the Epoch of Infodemic: An Epistemic Challenge. URL: https://www.researchgate.net/publication/353467630_Flattening_the_Curve_of_Fake_News_in_the_Epoch_of_Infodemic_An_Epistemic_Challenge

26. Knight W. An AI that writes convincing prose risks mass-producing fake news. URL:
<https://www.technologyreview.com/s/612960/an-ai-tool-auto-generates-fake-news-bogus-tweets-and-plenty-of-gibberish>
27. MediaSapiens. «Русский фейк, іді на***!» Спростовуємо російську брехню за 15 червня. 2022. Режим доступу: <https://ms.detector.media/revyu-monitoringiv/post/29673/2022-06-16-russkiy-feyk-idi-na-sprostovuiemo-rosiysku-brekhnyu-za-15-cherვნya>
28. Meng Jing. China issues new rules to clamp down on deep fake technologies used to create and broadcast fake news. URL:
<https://www.scmp.com/tech/apps-social/article/3039978/china-issues-new-rules-clamp-down-deepfake-technologies-used>
29. Molina M. D., Sundar S. S., Le T., Lee D. «Fake News» Is Not Simply False Information: A Concept Explication and Taxonomy of Online Content. URL:
<https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0002764219878224>
30. StopFake.org – сайт перевірки фактів. URL:
<https://www.stopfake.org/ru/glavnaya-2>
31. StopFake. Фейк російських ЗМІ: США визнали існування секретних біолабораторій в Україні, а потім видалили визнання. 2020. Режим доступу: <https://www.stopfake.org/uk/fejk-rosijskih-zmi-ssha-viznali-isnuvannya-sekretnih-biolaboratorij-v-ukrayini-a-potim-vidalili-viznannya>
32. StopFake. Фейк: Зеленський має намір легалізувати «захоплення України поляками». 2022. Режим доступу: <https://www.stopfake.org/uk/fejk-zelenskij-maye-namir-legalizuvati-zahopennya-ukrayini-polyakami>
33. StopFake. Фейк: США будують нові секретні біолабораторії в Україні. 2022. Режим доступу: <https://www.stopfake.org/uk/strong-fejk-ssha-buduyut-novi-sekretni-biolaboratoriyi-v-ukrayini-strong>

34. VoxCheck. Перевірка фейків у рамках партнерства з Meta. *Вокс Україна*. 30 серпня 2024. URL:

<https://voxukraine.org/perevirka-fejkiv-u-ramkah-partnerstva-z-meta>

ДОДАТКИ

Додаток 1

Назва фейку	Джерело (фактчек)	Автор	Дата	Тип фейку	Посилання на першоджерело	Коментар (сутність фейку і правда)
Гостомель, Харків, Одеса – під контролем окупантів	StopFakestopfake.org	(не вказано)	28.02.2022	Фейк	РосЗМІ («Комсомольська правда»)	Роспропаганда заявила про захоплення низки міст (Гостомеля, Харкова, Одеси) вже на п'ятий день вторгнення. Насправді, окрім Бердянська, жодне з названих міст не було окуповане; кремль брехнею намагався посягати паніку stopfake.org
«Зеленський втік із Києва»	StopFakestopfake.org	Ярослава Лавренюк	26.02.2022	Фейк	Telegram В'ячеслава Володіна, російська медіа (Sputnik, Вести)	Спікер Держдуми РФ В.Володін заявив, нібито президент Зеленський поспіхом залишив Київ і втік до Львова, а звернення записує не в столиці stopfake.org . Для спростування Зеленський виклав відео з центра Києва, наголосив: «Я тут. Зброї не складаємо» stopfake.org . Фейк мав на меті показати «паніку» влади; росЗМІ вживали слова «втеча», «поспіхом» для емоційного нагнітання stopfake.org . Насправді Президент і уряд залишалися в Києві.
«Українська ракета зруйнувала»	StopFakestopfake.org	(не вказано)	27.02.2022	Фейк, перек	РосЗМІ (Smotrim .ru)	У західному Києві в житловий будинок влучила ракета 26 лютого.

багатоповерхівку в Києві»				ладення вини		Роспропаганда заявила, що це нібито українська ППО промахнулася і поцілила будинокstopfake.org. Насправді будинок на просп.Лобановського було уражено російською ракетою, що летіла в бік аеропорту; мер Києва та ДСНС підтвердили обстріл з боку РФstopfake.orgstopfake.org. Винуватця атаки кремль спробував «поміняти місцями» – класичне перекручування.
«Зеленський узаконює поглинання України поляками»	StopFakestopfake.org	<i>(не вказано)</i>	04.06.2022	Фейк, маніпуляція	РосЗМІ (Vesti.ru, NewsFront)	У травні 2022 Україна анонсувала закон про особливий статус поляків (аналог допомоги українцям у Польщі). Роспропаганда викривила це як «легалізацію захоплення України Польщею»stopfake.org, брехливо стверджуючи, що поляки нібито зможуть бути суддями, служити в ЗСУ та матимуть доступ до держтаємницьstopfake.org. Рос.МЗС Марія Захарова назвала це «здачею суверенітету України»stopfake.org. Насправді йшлося лише про соцзахист і права проживання для громадян Польщі, без жодних військово-державних повноваженьstopfake.org.

<p>Православна церква України канонізувала Степана Бандеру</p>	<p>StopFakestopfake.org</p>	<p><i>(не вказано)</i></p>	<p>21.06.2022</p>	<p>Фейк, підробний «документ»</p>	<p>РосЗМІ (EADaily), анонімні Telegram-канали</p>	<p>Російська пропаганда поширила фальшивий «документ» про рішення Синоду ПЦУ канонізувати лідера ОУН Степана Бандеру stopfake.org. У мережі писали: <i>»Бандеру визнали святим – хаос в країні досяг піку. Невже після цього можна заперечувати, що нацизм процвітає?!»</i> stopfake.org. ПЦУ офіційно спростувала цю нісенітницю: Бандеру ніхто не проголошував святим, «документ» – підробка stopfake.org stopfake.org. Фейк мав дискредитувати Україну як «нацистську країну» для виправдання агресії РФ.</p>
<p>«У США підтвердили існування секретних біолабораторій в Україні»</p>	<p><u>StopFakestopfake.org</u></p>	<p><i>(не вказано)</i></p>	<p>17.03.2023</p>	<p>Фейк, дезінформація</p>	<p>РосЗМІ (pravda.ru, mk.ru)</p>	<p>Пропагандистські ЗМІ (з посиланням на слова Дж.Кірбі) заявили, що офіційні особи США буцімто визнали роботу американських біолабораторій в Україні stopfake.org. У повідомленнях писали, ніби «київський режим продовжує співпрацю з Пентагоном у військово-біологічній сфері» та може готувати <i>»провокацію із небезпечними вірусами»</i> stopfake.org. Насправді жодних таких заяв від США не було – це давній наратив РФ про «біолабораторії». Рада</p>

						Безпеки ООН двічі офіційно спростовувала російські вигадки про біологічну зброю в Україніstopfake.org.
Відео «знищення техніки під Харковом» (насправді з гри Arma 3)	VoxCheckvoxukraine.org	Команда VoxCheck	20.05.2022	Фейк (відеомонтаж)	Facebook-відео (фейкове)	У мережі розійшлося відео нібито нищівного бою під Харковом : танки, вертольоти, «десантники» з парашутамиvoxukraine.org. VoxCheck з'ясував, що ролик зібраний з кадрів військового симулятора Arma 3 voxukraine.org. Перша частина взята з YouTube (підписана як Arma 3)voxukraine.org, друга теж, ймовірно, з тієї ж гри. Аби видати ігрові кадри за реальність, автори навмисно погіршили якість відеоvoxukraine.org. Фейк мав на меті або ввести в оману про перебіг боїв, або приписати успіхи, що не відбувалися (точно – маніпулятивна дезінформація про хід війни).
«Пригожин живий, авіатроцю інсценовано» (фейкове «відео від BBC»)	VoxCheckvoxukraine.org	Команда VoxCheck	29.09.2023	Фейк (відеофейк)	Facebook-відео під логотипом BBC	Після загибелі Є.Пригожина у серпні 2023-го розпропаганда запустила відеосюжет із логотипом BBC , де стверджувалося, що Пригожин <i>«насправді не загинув, а смерть інсценували»</i> за домовленістю з Путінимvoxukraine.org. VoxCheck перевірів: BBC

						News не публікувала такого відео voxukraine.orgvoxukraine.org. Це фейк, який ширили лише проросійські ресурси – оформлення ролика відрізняється від стилю BBC. «Джерело BBC» у відео вигадане. Пошук підтвердив відсутність такого сюжету на сайті чи в соцмережах BBCvoxukraine.org.
«Зеленський інсценує замах на власних дітей (репортаж DW)»	VoxCheckvoxukraine.org	Команда VoxCheck	30.08.2024	Фейк (відео офейк)	Telegram-відео під брендом DW	У російських Telegram з'явилося псевдорозслідування від імені DW і Bellingcat , буцімто ГУР та ОП України планували <i>»підставний замах на дітей Зеленського, щоб звинуватити ФСБ РФ»</i> , але ЦРУ відмовилося підтримувати планvoxukraine.org. VoxCheck викрив цю дезінформацію: відео – фальшивка, <i>«DW та Bellingcat не публікували такого матеріалу»</i> voxukraine.org. Оформлення і стиль не відповідають DW. Таким чином, це російський ІПСО для дискредитації української влади.
«Зеленський купив резиденцію у Флориді на гроші допомоги США»	DetectorMediadisinfo.detector.media	(не вказано)	31.05.2022	Фейк	Facebook-пости (англомовні)	Англомовні дописи стверджували, нібито Президент Зеленський придбав розкішну віллу у Флориді за \$35 млн – мовляв, на кошти, які

						США виділили Україні disinfo.detector.media. Це неправда: фактчекери не знайшли доказів купівлі , будинок досі виставлений на продаж (за ~\$11.5 млн) disinfo.detector.media. Заяви про «виліт грошей платників податків на віллу Зеленського» вигадані. Цей фейк націлено на західну аудиторію, аби підірвати довіру до України (створити образ «нечесного» лідера) disinfo.detector.media. Насправді Зеленський не купував нерухомості за кордоном і відмовився евакуюватися з Києва на початку війни disinfo.detector.media.
«За три місяці війни ЗСУ втратили 200 тисяч військових»	Detector Mediadisinfo.detector.media	(не вказано)	14.06.2022	Фейк, маніпуляція	РосЗМІ (Свободная Пресса, Ren.tv)	У червні 2022 розпропаганда, посилаючись на німецьке видання Linke Zeitung, поширила сенсацію: <i>»Американський генерал Стівен Твітті заявив, що втрати української армії можуть сягнути 200 тисяч осіб»</i> disinfo.detector.media. Насправді генерал Твітті такого не казав. Як з'ясували фактчекери, у дискусії Ради з міжнародних відносин він зазначив лише, що <i>«Україна починала війну з 200 тисячами військових...»</i> , і нарікав,

						що інформації про втрати замалodisinfo.detector.media. Пропагандисти перекрутили його слова, видавши чисельність армії за кількість загиблих. Жодні реальні дані не підтверджують цифру 200 тис. втрат – це дезінформація для деморалізаціїdisinfo.detector.media.
«Україна вивозить до Польщі свої державні запаси зерна»	Detector Mediadisinfo.detector.media disinfo.detector.media	(не вказано)	13.05.2022	Фейк, маніпуляція	Телеграм Іллі Киви, рос.ТГ-к анали	Екс-депутат І.Кива та російські ресурси заявили, що «Україну списали як державу», вона терміново вивозить стратегічні запаси зерна до Польщidisinfo.detector.media. Це продовження наративу про «штучний голод». Насправді жодних «стратегічних запасів» не вивозили. Через блокаду портів 25 млн тонн експортного зерна застрягло в Україні, тож європейці допомогли організувати експорт залізницеюдисinfo.detector.media. Йдеться про комерційний вивіз торішнього врожаю, а державні резерви залишаються в країnidisinfo.detector.media – влада запевнила, що продовольства для потреб українців вистачить.
«Червоний Хрест заплатить по 3000 грн	<u>Detector</u> <u>Mediadisinfo.detector.media</u>	(не вказано)	31.05.2022	Фейк	Вірусні пости у Facebook	У травні 2022 почали масово ширитися повідомлення, нібито Міжнародний Комітет Червоного

біженцям та військовим»						Хреста виплатить по 3000 грн усім переселенцям, біженцям, військовим тощо. Це неправда. Червоний Хрест спростував цю інформацію: організація не здійснювала таких універсальних виплат. Фейк був розрахований на вразливі верстви населення, щоб зібрати їх персональні дані або створити ґрунт для розчарування (коли «обіцяні» гроші не надійдуть).
«ЗСУ підірвали Вознесенськ у церкву на Київщині»	Detector Mediadisinfo.detector.media	<i>(не вказано)</i>	31.05.2022	Фейк, перекладення вини	РосЗМІ (рос.ТГ-канали)	<u>Після боїв у селі Лукашівка на Чернігівщині (в березні 2022) було зруйновано храм Вознесення Господнього. Російська пропаганда звинуватила у підриві церкви українських військових, мовляв ті «відступаючи замінували храм» – про це писали російські канали 31 травня</u> disinfo.detector.media . Насправді храм знищили російські окупанти під час захоплення села: це встановили журналісти і місцева влада ще у квітні 2022. Таким фейком РФ прагнула зняти відповідальність за воєнний злочин та очорнити ЗСУ.

«ОБСЄ передавала розвіддані полку «Азов»»	<u>Detector</u> <u>Mediadisinfo.detector.media</u>	<i>(не вказано)</i>	31.05.2022	Фейк, маніпуляція	РосЗМІ (РІА «Новості»)	<u>Російські медіа повідомили, ніби спостережна місія ОБСЄ в Маріуполі «зливала координати» українським захисникам (полку «Азов») і навіть забезпечувала їм зв'язок <u>disinfo.detector.media</u>. Це безпідставне звинувачення. ОБСЄ заперечила участь у будь-яких військових операціях. Фейк був спрямований на дискредитацію міжнародних організацій і виправдання захоплення маріупольського офісу ОБСЄ окупантами.</u>
«Столтенберг заявив про необхідність територіальних поступок України»	<u>Detector</u> <u>Mediadisinfo.detector.media</u>	<i>(не вказано)</i>	14.06.2022	Фейк	РосЗМІ (РІА «Новості»)	У червні 2022 з'явилися заголовки: <i>»Генсек НАТО визнав, що Україні доведеться поступитися територіями заради миру»</i> . Насправді Єнс Столтенберг такого не казав. Це перекручення його коментаря про те, що мир має бути справедливим і з повагою до суверенітету України . РосЗМІ, вирвавши слова з контексту, видали бажане за дійсне – нібито Захід схиляє Київ до капітуляції. НАТО ж навпаки неодноразово заявляло: рішення щодо територій – за Україною.
«В Іспанії українцям платять по	<u>Detector</u> <u>Mediadisinfo.detector.media</u>	<i>(не вказано)</i>	14.06.2022	Фейк	Соцмережі, чутки	Російські Телеграм-канали поширили «новину», ніби <i>»в Іспанії кожен</i>

50 євро ‘за паспортом’»						українець отримує 50 євро допомоги у будь-якій установі, лише показавши паспорт». Це неправда: такої програми допомоги не існує. Фейк міг виникнути на основі місцевої одноразової акції чи пільги, але його узагальнили до абсурду. Мета – роздмухати негатив серед європейців (мовляв, українці отримують «подарунки» задарма) та серед українців (щоб викликати нереалістичні очікування або образу «нас десь платять, а нам ні»).
«США вдвічі збільшили закупівлю російської нафти»	<u>Detector Mediadisinfo.detector.media</u>	(не вказано)	14.06.2022	Маніпуляція	РосЗМІ (ТАСС)	Російські медіа в червні 2022 писали, нібито «США подвоїли імпорту нафти з РФ», натякаючи на лицемірство санкцій. Насправді після початку війни імпорту російської нафти до США різко скоротився і згодом був заборонений. Маніпуляція могла опиратися на окремі дані (наприклад, зростання закупівель у якийсь короткий період перед ембарго), але загальну тенденцію вона спотворювала. Цей фейк мав підважити довіру до США як союзника (мовляв, «вони на словах проти РФ, а самі купують нафту»).

«У водопроводі Києва і Одеси – холерна паличка»	<u>Detector</u> <u>Mediadisinfo.detector.media</u>	(не вказано)	14.06.2022	Фейк, паніка	Анонімні пабліки	В червні 2022 з'явилися повідомлення про «виявлення холери у водопостачанні Києва та Одеси» та рекомендації кип'ятити воду. Це неправдиві чутки. МОЗ України спростувало: жодної холери у воді не знаходили, санітарні показники в нормі. Такі «санітарні» фейки націлені посіяти паніку серед населення, викликати недовіру до влади («приховують епідемію») та перевантажити служби.
«Французи вимагають довічного ув'язнення для Зеленського»	<u>Detector</u> <u>Mediadisinfo.detector.media</u>	(не вказано)	14.06.2022	Фейк	РосЗМІ (Life.ru)	Російські сайти поширили вигадку, ніби «у Франції громадяни масово закликають засудити В.Зеленського до довічного ув'язнення» за якісь уявні злочини. Насправді у французькому просторі не було таких звернень – це вигадка кремлівської пропаганди. Імовірно, взяли коментар якогось маргінального діяча або маніпуляцію соцмережами і видали за «думку французів». Мета – зобразити, що навіть на Заході нібито ненавидять українську владу.
«Польща почала захоплювати західні області України»	<u>Detector</u> <u>Mediadisinfo.detector.media</u>	Дмитро Браславський (РБК)	29.12.2023 (спростув.)	ІПСО, вкид	Рос.ТГ-канали, соцмережі	Цей фейк впливає періодично з 2014 року. В кінці 2022-го – на початку 2023-го знову активізувався: російські джерела твердили, що Польща готує

						анексію Західної України (аж до розсилання повісток у Львові польською мовою тощо). Офіційно Польща заперечила ці марення. Насправді Польща є одним з найбільших союзників України і не висуває жодних територіальних претензій. Фейк покликаний посягати на довіру між Україною і Польщею та виправдати імперські кліше РФ про «поділ України».
«ЗСУ кидають на фронт ненавчених солдатів»	Detector Mediadisinfo.detector.media	(не вказано)	2023	Маніпуляція, меседж	РосЗМІ, пропагандисти	Роспропаганда регулярно продукує меседж, що українське командування кидає необстріляних новобранців на передову як «гарматне м'ясо». Зокрема, восени 2023 такі тези ширилися після оголошення мобілізаційних заходів. Мета – підірвати бойовий дух, викликати обурення в суспільстві. Насправді підготовка мобілізованих в Україні відбувається (навчання у полігонах як в Україні, так і за кордоном). Хоча втрати є суттєвими, твердження про «кидають зовсім неготових» – перебільшення і спроба деморалізації.
«Українців ніколи не було на	Detector Mediadisinfo.detector.media	(не вказано)	2023	Фейк (історичн	Дмитро Медведєв (заява)	<u>Заступник голови Радбезу РФ Д.Медведєв у пропагандистському дописі заявив,</u>

території Одещини»				ий міф)		<p><u>що українців як народу не існує, а на території Причорномор'я (Одещини) їх нібито «ніколи і не було»</u>disinfo.detector.media . <u>Цей відверто брехливий історичний фейк – частина імперського нарративу РФ. Історики нагадують: українське населення проживало на півдні століттями (козаки, селяни), поряд з іншими етносами. Мета таких тверджень – виправдати територіальні зазіхання («землі не ваші») та геноцидну політику, заперечуючи сам факт існування української нації.</u></p>
«Україна не потрібна Херсон – вона здала місто»	Detector <u>Mediadisinfo.detector.media</u>	<i>(не вказано)</i>	2022	Фейк , ІПСО	Рос.ТГ-к анали	<p>Влітку-восени 2022, коли тривали бої за Херсон, російські канали поширювали деморалізуючий меседж, що <i>»київська влада списала Херсон, він їм не потрібен, місто здали без бою»</i>. Насправді ЗСУ продовжували боротьбу і врешті звільнили Херсон у листопаді 2022. Цей фейк був елементом ІПСО для жителів окупованого міста (щоб зламати віру в звільнення) та для українського суспільства (посіяти зневіру в командування). Подібні заяви спростовувалися українською стороною і самим фактом</p>

						продовження наступальних дій.
«Українським військовим дають психотропні препарати»	Detector Mediadisinfo.detector.media	(не вказано)	30.08.2022	Фейк	Рос.ТГ-к анали	Влітку 2022 року російські джерела вигадали, ніби нашим бійцям роздають психотропні наркотики для підвищення люті . Зокрема, писали про якісь «бойові наркотики», які начебто знаходять у покинутих частинах. Це неправда, жодних доказів не надано. Фейк експлуатує старий радянський прийом (ще німців називали «накачаними наркотиками» в пропаганді). Мета – знецінити мотивацію та героїзм українських воїнів, пояснюючи їх успіхи «дією наркотиків», а також виставити їх залежними і неконтрольованими.
Наказ Міноборони № 413 про скасування рішень ВЛК (липень 2024)	Detector Mediadisinfo.detector.media	(не вказано)	29.08.2024	Фейк (підроблений документ)	Анонімні Telegram-канал	У серпні 2024 з'явився підроблений наказ Міноборони № 413 про визнання недійсними всіх рішень ВЛК (військово-лікарських комісій) після 2022 року disinfo.detector.media . Фейковий документ активно поширювався в мережі. VoxCheck проаналізував: Міноборони не видавало такого наказу , на офіційному сайті МОУ під цим номером зовсім інший

						документdisinfo.detector.media. Підробку викривають численні помилки в «тексті наказу» – неправильні дати, номери, стилістика. Це ІІСО мало на меті дестабілізувати процес мобілізації, посіяти хаос серед військовозобов'язаних.
«Чоловікам, які не оновили дані у ТЦК, скасують дипломи й атестати»	<u>Detector Mediadisinfo.detector.media</u>	(не вказано)	29.08.2024	Фейк	Анонімні Телеграм-канали	<u>Наприкінці серпня 2024 соцмережами ширився панічний фейк: »Усім, хто не з'явиться до військкомату для уточнення даних, скасують атестати та дипломи». Підкріплювали це буцімто «постановою Кабміну»disinfo.detector.media. Насправді ніяких таких санкцій чи постанов не існує. Це абсурдна вигадка, мета якої – залякати громадян і викликати обурення проти влади. Українське законодавство не передбачає позбавлення освіти за ухиляння від військового обліку.</u>
«Bloomberg: дії ЗСУ на Курщині – найбезглуздіша операція»	<u>Detector Mediadisinfo.detector.media</u>	(не вказано)	29.08.2024	Фейк	РосЗМІ (РІА «Новості»)	<u>Роспропаганда зіслалася на авторитет агентства Bloomberg, нібито воно назвало рейд ЗСУ в Курській області «найбільш невинуватеною операцією за кількістю втрат»disinfo.detector.media. Насправді Bloomberg такого не писало – це фейк. Росіяни вигадали цитату для дискредитації українських ДРГ-операцій</u>

						<u>на території РФ та зменшення ефекту від них у медіа. Bloomberg спростував цю «новину».</u>
«Російська армія знищила український десант, що підняв прапор на Зміїному»	<u>StopFakestopfake.org</u>	(не вказано)	07.07.2022	Фейк	РосЗМІ (ТАРС)	Після того як 7 липня 2022 група українських спецпризначенців висадилася на о.Зміїному і встановила там прапор, росМіноборони заявило, буцімто <u>»усіх українських диверсантів одразу знищено ударом»</u> . Це неправда – ні фото, ні відеодоказів «знищення» ворог не надав. Фейк мав пропагандистську мету применшити символічну перемогу України (повернення контролю над Зміїним) і видати бажане за дійсне. Реально український прапор було встановлено і евакуйовано без втрат.
«Українізм – фейк, його ніколи не існувало»	<u>Detector Mediadisinfo.detector.media</u>	(не вказано)	2023	Фейк (історичне заперечення)	Дмитро Медведєв (заява)	<u>Ця теза пролунала у низці заяв экс-президента РФ Д.Медведєва: »Так званий українізм – це фейк. Він ніколи не існував»disinfo.detector.media. Це відверте заперечення права українців на свою ідентичність. В сучасному контексті такі слова – частина риторики геноциду, що виправдовує знищення України («немає народу – немає проблеми»).</u> Фейковість цього твердження очевидна: український народ, мова, культура

						існують століттями, що визнається всім світом.
«Дочка Путіна здійснила героїчний подвиг на війні»	Fakeofffakeoff.org	(не вказано)	05.02.2023	Фейк, пропанда	Z-канал и (Телеграм)	<u>Прокремлівські Telegram-канали розганяли неймовірний фейк про нібито »героїчний подвиг доньки Путіна на фронті»fakeoff.org. Подобиці цього «подвигу» різнилися – від фейкових волонтерських успіхів до вигаданого перебування під обстрілами. Очевидно, це вигадка для міфологізації образу сім'ї Путіна. Жодна з дочок президента РФ реально не брала участі у війні; вони ведуть приватне життя за кордоном. Фейк покликаний підняти патріотичний дух серед росіян вигаданими історіями.</u>
«Трампа-молодший закликав США озброювати Росію, а не Україну»	Fakeoffvoxukraine.org , StopFakestopfake.org	(не вказано)	27.02.2023 (спростув.)	Фейк (діпфейк-аудіо)	Анонімне аудіо, соцмережі	У лютому 2023 року з'явився аудіозапис начебто з голосом Дональда Трампа-мол., де він каже: <i>»США треба було постачати зброю не Україні, а Росії»</i> . Це аудіофейк, згенерований нейромережею. Як повідомили у VoxCheck та підтвердили представники Трампа-мол., жодної такої заяви він не робивlb.ua. Фрагмент швидко розійшовся мережею, навіть офіційний акаунт Демократів США

						спочатку репостнув його, але згодом видалив. Фейк мав на меті спричинити скандал у США і підірвати підтримку України, використовуючи технологію підробки голосу (діпфейк)lv.ua.
«Олена Зеленська закликала всіх українок йти до війська»	Detector Mediadisinfo.detector.media	(не вказано)	21.08.2024	Фейк	Анонімні соціальні мережі	У серпні 2024 в мережі ширилося відео, де нібито перша леді Олена Зеленська закликає українських жінок масово вступати до лав ЗСУ. Це неправда – жодних таких заяв Зеленська не робила. Насправді відео – монтаж: обличчя першої леді наклали на тіло іншої особи (або вирізали фразу з контексту). Такий фейк має кілька цілей: або спровокувати негатив до Зеленської (нібито «відправляє жінок на смерть»), або посіяти тривогу серед жінок щодо можливого призову. Міноборони офіційно спростувало повідомлення про нібито мобілізацію жінок.
«Єгипет скасував контракт на закупівлю українського зерна»	Detector Mediadisinfo.detector.media	(не вказано)	02.08.2022	Маніпуляція	РосЗМІ (ТАСС)	Російські медіа повідомили, що «Єгипет розірвав угоду з Україною про постачання зерна», натякаючи на ненадійність України як партнера. Насправді ж мова йшла про перенесення строків або частковий перегляд контракту, пов'язаний з блокадою портів та

						логістичними труднощами через війну. Єгипет не відмовився від українського зерна взагалі – більше того, після розблокування експорту закупівлі продовжилися. Це приклад маніпуляції фактами: окремий випадок подано як тенденцію, щоб підірвати репутацію України на світовому ринку.
Українські біженці масово займаються злочинністю в Європі	Fakeoff	Не вказано	Липень 2023	Маніпуляція	https://fakeoff.org/uk/news/fake-ukrainian-refugees-crime-in-germany	Реальної статистики про масову злочинність українців немає, це поширення негативних стереотипів.
У водопроводах Києва виявили холеру	Detector Media	Не вказано	Вересень 2023	Вигадка	https://detector.media/infospace/article/2023-17/2023-09-06-feik-vooz-ogolosyla-epidemiyu-kholery-v-ukraini/	ВООЗ не оголошувала епідемії в Україні; новина є фальшивою.
Україна організувала вибухи на «Північному потоці»	VoxCheck	Не вказано	Жовтень 2022	Маніпуляція	https://voxukraine.org/fejkukrayinti-pidirvaly-pivnichnyu-potik/	Немає підтвердження причетності України; це припущення базуються на спекуляціях без доказів.

Зеленський купив маєток у Флориді за гроші міжнародної допомоги	VoxCheck	Не вказано	Січень 2023	Вігада	https://voxukraine.org/fejk-zelenskyj-vlasnyk-osobnyakiv/	Інформація фейкова: у відкритих реєстрах немає підтвердження такої покупки.
Україна розробляє біологічну зброю проти Росії	StopFake	Не вказано	Лютий 2022	Конспірологія	https://www.stopfake.org/uk/fejk-ukrayina-stvoryla-bi-ozbroju/	Немає підтвердження; це припущення базуються на спекуляціях без доказів.