

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ  
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

**Гуманітарно-педагогічний факультет**

**ПОГОДЖЕНО**

**ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ**

**Декан гуманітарно-педагогічного  
факультету**

**Завідувач кафедри  
журналістики та мовної комунікації**

\_\_\_\_\_ Інна САВИЦЬКА

\_\_\_\_\_ Світлана ХАРЧЕНКО

“ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2025 р.

“ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2025 р.

**МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

**«ФЕЙКОВІ НОВИНИ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ:  
МЕТОДИ ВИЯВЛЕННЯ ТА ПРОТИДІГ»**

Спеціальність 061 Журналістика

Освітня програма Журналістика

Орієнтація освітньої програми освітньо-професійна

**Гарант освітньої програми**

доктор філол. наук, професор \_\_\_\_\_ Микола СТЕПАНЕНКО

**Керівник магістерської кваліфікаційної роботи**

доктор філол. наук, професор \_\_\_\_\_ Тетяна СЕМАШКО

**Виконав** \_\_\_\_\_ Данило ХАРЧЕНКО

**КИЇВ – 2025**

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І  
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**  
Гуманітарно-педагогічний факультет

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри  
журналістики та мовної комунікації  
д.ф.н., професор \_\_\_\_\_ Світлана ХАРЧЕНКО  
“ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2025 р

**ЗАВДАННЯ**

до виконання магістерської кваліфікаційної роботи студенту  
**Харченко Данилу Віталійовичу**

Спеціальність        061 Журналістика  
Освітня програма    Журналістика  
Орієнтація освітньої програми    освітньо-професійна

Тема магістерської кваліфікаційної роботи: «ФЕЙКОВІ НОВИНИ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: МЕТОДИ ВИЯВЛЕННЯ ТА ПРОТИДІЇ»  
затверджена наказом ректора НУБіП України від «20» листопада 2024 року №2069 «С»

Термін подання завершеної роботи на кафедру «01» листопада 2025 року

Вихідні дані до магістерської кваліфікаційної роботи  
Джерелом дослідження послужили дезінформаційні наративи російсько-української війни. Застосовано методи: аналізу й синтезу, узагальнення та систематизації для опрацювання наукових обґрунтувань; контент-моніторинг та аналіз, лінгвістичні методи під час опрацювання практичного матеріалу.

Перелік питань, що підлягають дослідженню:

1. Розглянути явище фейкової новини: потрактування терміна, структуру та функції феномену, класифікації, способи детекції;
2. Прослідкувати вплив фейку на різні аспекти буття суспільства;
3. Проаналізувати місце неправдивих новин в медіасфері та специфіку їх функціонування в суспільному просторі;
4. Вилучити російські фейки, дослідити їх тематику, призначення, методи створення та джерела;
5. З'ясувати роль мови та шляхи її використання під час створення фейкових новин.

Дата видачі завдання «12» жовтня 2024 р.

Керівник магістерської кваліфікаційної роботи \_\_\_\_\_ Тетяна СЕМАШКО  
Завдання прийняв до виконання \_\_\_\_\_ Данило ХАРЧЕНКО

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>4</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФЕЙКОВИХ НОВИН.....</b>	<b>8</b>
1.1. Поняття фейкових новин: історичний розвиток і сучасні інтерпретації ...	8
1.2. Типологія фейкових новин: дезінформація, маніпуляція, сенсаційні заголовки .....	16
1.3. Психологічні та соціальні фактори сприйняття фейкових новин.....	27
<b>Висновки до першого розділу .....</b>	<b>30</b>
<b>РОЗДІЛ 2. ФЕЙКОВІ НОВИНИ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: СПОСОБИ ПОШИРЕННЯ ТА ВПЛИВ.....</b>	<b>32</b>
2.1. Соціальні мережі як платформа для розповсюдження фейків .....	32
2.2. Методи маніпуляції громадською думкою через фейкові новини .....	38
2.3. Вплив фейкових новин на інформаційний простір та суспільну свідомість .....	44
<b>Висновки до другого розділу.....</b>	<b>50</b>
<b>РОЗДІЛ 3. МЕТОДИ БОРОТЬБИ З ФЕЙКОВИМИ НОВИНАМИ .....</b>	<b>52</b>
3.1. Фактчекінг і роль професійної журналістики у протидії фейковим новинам .....	52
3.2. Алгоритми соціальних мереж та штучний інтелект у боротьбі з фейками .....	58
3.3. Критичне мислення та інформаційна грамотність як засоби медіагігієни .....	64
<b>Висновки до третього розділу.....</b>	<b>70</b>
<b>ВИСНОВКИ .....</b>	<b>72</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....</b>	<b>76</b>

## ВСТУП

**Актуальність теми роботи.** У сучасну інформаційну епоху роль медіа у формуванні суспільної свідомості є надзвичайно важливою. Зростання доступу до інтернету, розвиток соціальних мереж та нових комунікаційних технологій спричинили безпрецедентний обсяг інформаційних потоків. Разом із цим виникла проблема поширення фейкових новин – свідомо неправдивої або спотвореної інформації, яка часто створюється з метою маніпулювання громадською думкою, дискредитації опонентів або отримання прибутку шляхом привернення уваги аудиторії.

Фейкові новини стали глобальним викликом, що впливає не лише на окремі суспільства, а й на міжнародну безпеку, політичні процеси та економічну стабільність. Наявність фейкової інформації в медіапросторі руйнує довіру до традиційних засобів масової інформації, ускладнює доступ до об'єктивних фактів, сприяє поширенню стереотипів, паніки та ворожнечі. Особливо небезпечним є те, що в умовах інформаційної перенасиченості значна частина користувачів не здатна критично оцінювати отримані дані, що підвищує ефективність маніпулятивних практик.

Тематика фейкових новин є багатоплановою і комплексною. Вона охоплює історичний розвиток явища, його сучасні форми, психологічні та соціальні механізми сприйняття неправдивої інформації, специфіку поширення через соціальні мережі та ефективні методи протидії цьому явищу. Поглиблене вивчення фейкових новин дозволяє не лише краще зрозуміти динаміку сучасного інформаційного простору, а й виробити ефективні стратегії боротьби з інформаційними загрозами.

Вибір теми обумовлений необхідністю системного аналізу фейкових новин як соціального феномену, дослідження каналів їх поширення, методів впливу на громадську думку та шляхів нейтралізації негативного впливу. У роботі буде висвітлено теоретичні засади явища фейкових новин, розкрито механізми їх поширення в соціальних мережах, а також проаналізовано

сучасні методи протидії через фактчекінг, розвиток критичного мислення та застосування технологічних рішень.

Актуальність теми дослідження фейкових новин обумовлена стрімким зростанням масштабів і впливу цього явища на сучасне суспільство. Сьогодні фейкові новини перетворилися на серйозну загрозу інформаційній безпеці держав, підривають демократичні процеси, провокують соціальні конфлікти, формують викривлену картину реальності у громадян. Особливу небезпеку становить поширення фейкової інформації в умовах глобальних криз, політичної нестабільності або надзвичайних ситуацій, коли швидкість прийняття рішень залежить від достовірності отриманих даних.

Соціальні мережі стали потужним інструментом розповсюдження фейків завдяки своїй швидкості, доступності та алгоритмічному просуванню контенту. Відсутність достатнього контролю за розповсюдженням інформації в онлайн-середовищі сприяє швидкому поширенню неправдивих відомостей, що вимагає від суспільства нових навичок критичного мислення, медіаграмотності та активного впровадження інструментів перевірки фактів.

На тлі зростаючої кількості дезінформаційних кампаній, використання фейкових новин як інструменту інформаційної війни стало звичним явищем. Саме тому питання ідентифікації фейкових новин, аналізу їх типології, дослідження психологічних особливостей сприйняття та розробки ефективних методів боротьби набуває особливої ваги як для журналістики, так і для суспільства в цілому. З огляду на сказане, існує інтерес до проведення більш глибокого дослідження специфіки та провідного значення об'єкту дослідження, що і було обрано темою даної роботи.

**Мета дослідження.** Проаналізувати феномен фейкових новин у сучасному інформаційному просторі, виявити особливості їх поширення через соціальні мережі, оцінити їх вплив на суспільну свідомість та визначити ефективні методи боротьби з фейковими повідомленнями.

Мета роботи, продукує вирішення таких **завдань**:

1. Розкрити поняття фейкових новин, простежити історичний розвиток і сучасні підходи до їх інтерпретації.
2. Систематизувати основні типи фейкових новин: дезінформацію, маніпулятивні повідомлення та сенсаційні заголовки.
3. Дослідити психологічні та соціальні фактори, що впливають на сприйняття фейкових новин аудиторією.
4. Проаналізувати особливості соціальних мереж як платформи для поширення фейкової інформації.
5. Визначити основні методи маніпуляції громадською думкою через поширення неправдивої інформації та оцінити вплив фейкових новин на формування суспільної свідомості в інформаційному середовищі.
6. Вивчити роль фактчекінгу та професійної журналістики у боротьбі з поширенням фейкових новин.
7. Обґрунтувати використання алгоритмів соціальних мереж та штучного інтелекту у виявленні та блокуванні фейкової інформації.

**Об'єкт дослідження.** Процеси створення, поширення та впливу фейкових новин у сучасному інформаційному середовищі.

**Предмет дослідження.** Теоретичні засади, типологічні характеристики, психологічні механізми сприйняття фейкових новин, їх розповсюдження у соціальних мережах та методи протидії дезінформації.

**Методи дослідження.** У процесі дослідження застосовувалися такі методи: аналізу й синтезу у процесі збирання наукових обґрунтувань, типологічний та діалектичний методи під час аналізу та узагальнення практичного і теоретичного матеріалу, компаративістський, а також принцип цілісності (розкладання об'єкта аналізу на частини для розуміння його структури).

**Наукова новизна одержаних результатів** полягає у комплексному аналізі феномену фейкових новин у сучасному інформаційному просторі,

виявленні особливості їх поширення через соціальні мережі, оцінці їх впливу на суспільну свідомість.

**Практичне значення одержаних результатів** визначається можливістю їх використання для вдосконалення системи стратегічних комунікацій України, розробки державних програм з протидії дезінформації, розвитку медіаграмотності населення та зміцнення інформаційної стійкості суспільства.

**Апробація результатів дослідження.** Основні положення та висновки дослідження обговорювалися на Міжнародних та Всеукраїнських конференціях (XI Всеукраїнській студентській науковій конференції «Актуальні проблеми соціальних комунікацій». Тема доповіді: «Фейкові новини як мультифункційний інструмент впливу»; II Міжнародній науково-практичній конференції «Сучасні соціокультурні трансформації: медіа, мова, комунікація» (Київ, 3 квітня 2025 р.). Тема доповіді «Типологія фейкових новин: дезінформація, маніпуляція, сенсаційні заголовки»; Міжнародній науково-практичній конференції «Міжнародна і міжкультурна комунікація у формуванні іміджу України: стратегії розвитку». Тема доповіді «Вплив фейкових новин на інформаційний простір та суспільну свідомість»

**Публікації.** Харченко Д. Фейкові новини як мультифункційний інструмент впливу. *Актуальні проблеми соціальних комунікацій*: зб. матеріалів XI Всеукраїнської студентської науковій конференції.

**Структура роботи.** Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФЕЙКОВИХ НОВИН

### 1.1. Поняття фейкових новин: історичний розвиток і сучасні інтерпретації

Поняття фейкових новин, хоча й набуло особливої популярності в останні десятиліття, має глибокі історичні корені. Історія поширення недостовірної інформації починається задовго до виникнення сучасних мас-медіа. Ще в античні часи люди використовували неправдиві повідомлення як інструмент політичної боротьби, пропаганди чи для досягнення особистих цілей. У періоди війн та суспільних потрясінь розповсюдження спотвореної інформації набирало особливої сили, оскільки з її допомогою можна було впливати на настрої мас, формувати уявлення про ворога чи створювати міфи, які сприяли мобілізації населення. Таким чином, ще задовго до появи друкарства існували приклади навмисної маніпуляції інформацією [1].

Винахід друкарського верстата сприяв не лише демократизації знань, а й розширенню можливостей для поширення фальшивих новин. У середньовіччі та ранньомодерні часи брошури, листівки та газети часто містили перебільшені або вигадані факти, що задовольняли цікавість публіки або підтримували інтерес до певних політичних сил. У епоху Реформації і Контрреформації інформаційні війни набули небаченого розмаху, де тексти часто спеціально викривляли факти, аби дискредитувати опонентів. З плином часу і розвитком журналістських стандартів з'явилися спроби чіткіше відмежувати достовірну інформацію від вигадок. Проте навіть за наявності професійних стандартів журналістики фейкові новини не зникли, а лише змінювали форму та пристосовувалися до нових умов.

Таблиця 1.1

## Історичний розвиток фейкових новин

Період / Епоха	Основні риси фейкових новин	Приклади / Історичні події	Засоби поширення	Наслідки та вплив
Античність	Чутки, вигадані історії для зміцнення авторитету правителів	Вигадані подвиги Олександра Македонського; маніпуляції в римській пропаганді	Усна передача, хроніки, міфи	Формування культу особистості, вплив на моральні цінності
Середньовіччя	Релігійна дезінформація, вигадані чудеса, звинувачення в ересі	Інквізиція, "Криваві наклепи" проти євреїв, містифікації про "відьом"	Церква, усна традиція, рукописні тексти	Масові переслідування, паніка, соціальні конфлікти
XV–XVIII ст.	Політична пропаганда, маніпуляції у війнах, сатиричні підробки	Вигадані історії під час Реформації; панічні листівки у Тридцятирічній війні	Друковані листівки, памфлети, брошури	Поляризація суспільства, дестабілізація влади
XIX ст.	Жовта преса, сенсаційність, вигадані новини задля прибутку	Американська "жовта журналістика"; вигадані війни та вбивства	Газети, журнали	Масова дезінформація, розквіт маніпулятивної журналістики
1914–1945 (війни)	Пропаганда держав, маніпуляції фактами, деморалізація ворога	Пропаганда Третього Рейху; вигадки про перемоги; радянські інформаційні кампанії	Радіо, кінохроніки, листівки	Формування ворожнечі, моральна демобілізація, страх
Холодна війна	Ідеологічна війна, шпигунські "вкиди", фальсифікація фактів	"Інформаційна завіса" СРСР; дезінформація про американські експерименти	Радіо, телебачення, спецслужби	Недовіра до ЗМІ, формування паралельних реальностей
1990–2000-ті роки	Початок інтернет-дезінформації,	Поширення міфів через форуми, перші фейки про вакцинацію	Е-mail, форуми, перші сайти	Зниження якості інформування, зростання паніки серед населення

	відсутність перевірки фактів			
2010-ті роки	Бум фейкових новин в соцмережах, політична маніпуляція	Вибори у США (2016); Brexit; фейки під час воєн на Близькому Сході	Facebook, Twitter, YouTube	Політичні скандали, втручання у вибори, кризи довіри
COVID-19 (2020+)	Масова паніка, змови, антивакцинаторські наративи	5G-змова, фейки про мікрочіпи, підроблені «ліки»	Telegram, TikTok, WhatsApp	Зниження вакцинації, ускладнення пандемічної ситуації
Російсько-українська війна	Масштабна пропаганда, фейки як зброя, спотворення подій	Буча – «інсценування», фейки про «біолабораторії», «нацистів» в Україні	Telegram-канали, боти, медіа РФ	Поляризація світової думки, вплив на дипломатію і санкції
Майбутнє (тренди)	Deerfake, генеративний II, автоматичне створення новин	Відеофейки політиків, підробки фото і голосу	II-платформи, deerfake-відеоредактори	Ускладнення фактчекінгу, криза довіри до зображення і звуку

Джерело: сформовано автором

У дев'ятнадцятому столітті із зростанням популярності масової преси відбулася комерціалізація інформаційного простору, що створило додаткові стимули для сенсаційності та перекручування фактів. Газети, борючись за увагу читача, часто йшли на свідоме перебільшення або навіть вигадкування подій. Зростання політичної боротьби у цей період також супроводжувалося активним використанням фейкових новин як засобу маніпуляції громадською думкою. Таким чином, проблема неправдивої інформації вже тоді виходила за межі особистої відповідальності окремих журналістів і ставала елементом системної діяльності великих інформаційних установ.

Поява радіо і телебачення у двадцятому столітті спричинила новий виток розвитку фейкових новин. Звукове і візуальне зображення надало фальшивій інформації нової переконливості, а швидкість поширення новин значно зростає. В умовах воєн, революцій та ідеологічного протистояння інформаційні технології перетворилися на інструменти пропаганди та психологічного впливу. У період холодної війни обидві сторони активно використовували дезінформацію для формування певних уявлень про власні та ворожі режими. Фейкові новини почали розглядатися як складова стратегічних інформаційних операцій, спрямованих на дестабілізацію суспільств або підтримку морального духу населення [3].

З кінця двадцятого століття і особливо на початку двадцять першого фейкові новини отримали новий імпульс завдяки розвитку цифрових технологій. Інтернет, а згодом і соціальні мережі докорінно змінили спосіб створення, поширення та сприйняття інформації. У цифровому середовищі створити і розповсюдити неправдиве повідомлення стало надзвичайно просто і дешево. Платформи соціальних медіа за своєю природою сприяють вірусному поширенню сенсаційної або емоційно зарядженої інформації, що часто позбавлена належної перевірки фактів. Цей феномен призвів до різкого зростання обсягів фейкових новин і водночас ускладнив процес їх виявлення та спростування.

У сучасному науковому та публічному дискурсі поняття фейкових новин набуло різних інтерпретацій. Найбільш поширеним є визначення фейкових новин як навмисно створеної неправдивої або оманливої інформації, яка подається у форматі новин з метою маніпуляції громадською думкою, фінансової вигоди чи задоволення політичних інтересів. Водночас деякі дослідники вказують на розмитість меж між навмисною брехнею, сатирою, пародією і просто помилками, допущеними в процесі підготовки новинного матеріалу. Інші акцентують увагу на тому, що саме сприйняття фейковості є значною мірою суб'єктивним і залежить від політичних уподобань, ідеологічних переконань та рівня медіаграмотності аудиторії.

Сучасні технології штучного інтелекту, такі як генеративні моделі текстів і зображень, додатково ускладнили ситуацію. Тепер створення реалістичних, але повністю вигаданих новинних сюжетів стало доступним не лише для великих організацій, але й для окремих осіб без особливих технічних знань. Це призводить до ще більшого насичення інформаційного простору неправдивим контентом і змушує замислюватися про необхідність нових підходів до ідентифікації та протидії фейковим новинам.

Однією з ключових проблем у сучасному контексті є питання відповідальності. В умовах демократичних суспільств свобода слова є фундаментальною цінністю, що ускладнює запровадження обмежень на поширення інформації. Регулювання фейкових новин потребує делікатного балансу між захистом права на свободу висловлення поглядів та забезпеченням права суспільства на достовірну інформацію. Деякі країни вже ухвалили законодавчі акти, що передбачають покарання за свідоме поширення неправдивих відомостей, однак критики подібних заходів застерігають, що вони можуть бути використані для цензури незручних думок [5].

Паралельно з правовими механізмами зростає роль освітніх ініціатив, спрямованих на підвищення рівня медіаграмотності населення. Навчання навичкам критичного мислення, вміння перевіряти джерела інформації та розпізнавати маніпулятивні техніки стає одним із пріоритетних напрямів

боротьби з фейковими новинами. Багато експертів наголошують, що тривале і системне підвищення обізнаності громадян може бути ефективнішим засобом протидії неправдивій інформації, ніж запровадження жорстких обмежень.

Фейкові новини стали одним із найпотужніших чинників, що формують інформаційний простір сучасного світу. Їхній вплив відчувається у політиці, економіці, соціальній сфері та культурі, оскільки поширення недостовірної інформації здатне змінювати суспільні настрої, впливати на прийняття рішень, провокувати конфлікти та руйнувати довіру до інституцій. З огляду на стрімкий розвиток цифрових технологій, глобалізацію комунікаційних процесів та зниження порогу доступу до створення і поширення контенту, фейкові новини отримали безпрецедентні можливості для розповсюдження, що робить їх серйозною загрозою для стабільності суспільств та демократичних процесів.

У політичній сфері роль фейкових новин проявляється особливо яскраво під час виборчих кампаній, референдумів чи масових протестів. Свідоме поширення неправдивої інформації дозволяє маніпулювати громадською думкою, створювати хибні образи кандидатів або політичних сил, підривати довіру до виборчих процесів та офіційних результатів. У багатьох випадках фейкові новини використовуються як інструмент гібридної війни, спрямованої на дестабілізацію внутрішньої політичної ситуації держави супротивника. Вони можуть загострювати соціальні конфлікти, поглиблювати розкол у суспільстві, стимулювати радикалізацію настроїв та підштовхувати громадян до насильницьких дій [7].

Економічний вимір впливу фейкових новин також не можна недооцінювати. Неправдиві повідомлення здатні викликати паніку на фінансових ринках, спричиняти коливання курсів акцій, обвал цін на товари чи послуги. В окремих випадках фейкові новини використовуються для проведення маніпулятивних операцій на ринку, що дозволяє отримувати незаконні прибутки. Крім того, поширення недостовірної інформації про компанії чи бренди може призводити до втрати репутації, скорочення

клієнтської бази та значних фінансових збитків. У глобалізованій економіці, де довіра є критичним ресурсом, навіть короткострокова дезінформація може мати довготривалі негативні наслідки.

У соціальному вимірі фейкові новини впливають на формування масової свідомості, спотворюючи уявлення про реальні події, процеси та явища. Зокрема, у сфері охорони здоров'я поширення фейкових новин може підірвати довіру до медичних установ, дискредитувати наукові підходи, сприяти відмові від вакцинації чи лікування, що в кінцевому підсумку призводить до загострення епідеміологічних криз. У гуманітарній сфері фейкові новини використовуються для маніпуляції на темах прав людини, міграції, міжетнічних і міжконфесійних відносин, що здатне провокувати ксенофобію, расизм, релігійну нетерпимість та інші форми соціальної напруги.

Культурний аспект ролі фейкових новин полягає у зміні моделей сприйняття реальності. Постійне перебування у середовищі, насиченому неправдивою або маніпулятивною інформацією, сприяє зниженню рівня критичного мислення, розмиттю меж між правдою та вигадкою, поширенню цинізму та недовіри до всіх джерел інформації. Це веде до формування суспільства постправди, у якому емоції та особисті переконання часто мають більшу вагу, ніж об'єктивні факти. У такому середовищі люди обирають ті версії подій, які підтверджують їхні власні погляди, незалежно від їхньої відповідності реальності, що веде до поляризації суспільства та ускладнює досягнення консенсусу з важливих питань [9].

Важливою особливістю ролі фейкових новин у сучасному світі є їх здатність підірвати авторитет традиційних медіа та інституцій. В епоху надлишку інформації аудиторія дедалі частіше відмовляється від професійних новинних джерел на користь соціальних мереж, де новини поширюються швидше, але майже без редакційного контролю. У результаті зникають усталені механізми перевірки фактів та відповідальності за достовірність інформації, що відкриває простір для масового поширення неправди. Зниження довіри до медіа, наукових установ, урядових організацій та

міжнародних структур створює сприятливе середовище для конспіративних теорій, альтернативних фактів та інших форм інформаційного викривлення.

Паралельно з негативними наслідками, фейкові новини відіграють роль каталізатора розвитку нових підходів до роботи з інформацією. Вони змушують традиційні медіа вдосконалювати свої стандарти, впроваджувати інноваційні методи перевірки фактів, створювати спеціалізовані платформи для виявлення і спростування неправдивої інформації. Крім того, зростає інтерес до розвитку медіаграмотності серед широких верств населення, що сприяє формуванню більш свідомих і відповідальних споживачів інформації. Проблема фейкових новин стимулює наукові дослідження у галузі інформаційної безпеки, психології сприйняття інформації, політичної комунікації та етики цифрового простору [10].

У міжнародному контексті боротьба з фейковими новинами стає важливою складовою політики безпеки та міждержавного співробітництва. Організації на кшталт Організації Об'єднаних Націй, ЮНЕСКО, Європейського Союзу розробляють рекомендації та програми, спрямовані на зміцнення стійкості суспільств до дезінформації. Національні уряди приймають закони, створюють спеціалізовані підрозділи та ініціюють кампанії з протидії поширенню фейкових новин. Проте ефективність цих заходів часто залежить від політичної волі, рівня демократичної культури та здатності забезпечити баланс між боротьбою з дезінформацією та захистом свободи слова.

Роль фейкових новин у сучасному світі є багатогранною і суперечливою. З одного боку, вони становлять серйозну загрозу для демократичних інститутів, громадянських прав і суспільної стабільності. З іншого боку, їхнє поширення стимулює розвиток нових механізмів захисту інформаційного простору, формування критичного мислення та відповідальної журналістики. Усвідомлення глибини проблеми і комплексний підхід до її вирішення є ключовими передумовами для збереження відкритого, чесного і безпечного

інформаційного середовища, яке сприятиме розвитку демократії, забезпеченню прав людини та зміцненню глобальної безпеки.

Таким чином, історичний розвиток поняття фейкових новин свідчить про те, що явище навмисної дезінформації супроводжує людство протягом усієї його історії, змінюючись разом із розвитком технологій та суспільних інститутів. Сучасні інтерпретації фейкових новин є результатом складного переплетення технологічних, політичних, економічних та культурних чинників. Виклики, пов'язані з фейковими новинами, вимагають комплексного підходу, що включає правові, освітні та технологічні стратегії. Лише об'єднання зусиль держави, медіа, громадянського суспільства та кожного окремого індивіда може сприяти створенню стійкого інформаційного середовища, де істина має більше шансів бути почутою.

## **1.2. Типологія фейкових новин: дезінформація, маніпуляція, сенсаційні заголовки**

Феномен фейкових новин став однією з ключових проблем сучасного інформаційного простору. З розвитком цифрових технологій та соціальних мереж обсяги неправдивої інформації невпинно зростають, ускладнюючи для аудиторії відокремлення істини від вигадки. Щоб ефективно протидіяти цьому явищу, важливо зрозуміти типологію фейкових новин, зокрема такі їхні прояви як дезінформація, маніпуляція та сенсаційні заголовки. Кожен із цих типів має свої особливості, механізми поширення і наслідки для суспільної свідомості, що потребує глибокого аналізу та осмислення [11].

Таблиця 1.2

## Типологія фейкових новин

Тип фейкової новини	Основні характеристики	Мета	Приклади	Засоби поширення	Ймовірні наслідки
Дезінформація	Свідоме поширення неправдивих фактів, створених із наміром ввести в оману	Вплив на громадську думку, послаблення опонента	Фейкові заяви про "біолабораторії" в Україні	ЗМІ, соцмережі, телебачення	Недовіра до уряду, паніка, ворожнеча
Місінформація	Поширення неправдивої інформації без навмисного наміру обману	Ненавмисна дезорієнтація	Перепошти фейків про вакцини, не перевірені факти	Месенджери, соціальні мережі	Хибне сприйняття, дії на шкоду собі чи іншим
Мала правдива інформація	Часткова правда з маніпулятивним контекстом або вирвана з контексту	Формування упереджень, викривлення істини	«Зеленський втік з Києва» (у перші дні війни)	Телеграм-канали, псевдомедіа	Страх, сумніви, розчарування в лідерах
Маніпуляція фактами	Справжні факти, подані вибірково, спотворено чи без контексту	Схилення аудиторії до певного висновку	Статті про «українську агресію» без згадки про окупацію	Пропагандистські ЗМІ, аналітичні блоги	Поширення викривлених уявлень про події

Сенсаційні заголовки	Привернення уваги шляхом перебільшень, емоційних закликів	Клікбейт, заробіток на рекламі	«ШОК! Вакцина вбиває!»	Новинні сайти, YouTube	Зниження довіри до достовірних джерел, зростання фобій
Сатира / пародія	Вигадані новини з гумористичною або критичною метою	Розвага, соціальна критика	«UAReview», «The Onion», «Стосується кожного» (пародії)	Сторінки гумору, блоги	У разі неправильного сприйняття – дезінформація
Фейкове цитування	Приписування людині слів, яких вона не казала	Дискредитація, виклик емоцій	«Зеленський заявив, що Донбас – не Україна»	Пости в соцмережах, зображення	Скандали, втрати репутації, поглиблення конфліктів
Підроблені джерела	Вигадані «експерти», «наукові дослідження» або видання	Імітація достовірності	«Американські вчені довели, що...»	Телеграм-канали, псевдосайти	Маніпуляція масовою думкою, псевдонаука
Вигадані події / новини	Повністю вигадані новини, що ніколи не відбувалися	Пропаганда, сенсація	«У США заборонили українську мову в Google»	Сайти-двійники, анонімні канали	Створення ворожнечі, зміна світогляду, паніка
Deepfake (глибинні фейки)	Підроблені відео чи аудіо з реалістичним виглядом, що імітують відомих людей	Підрив репутації, маніпуляція виборами, емоційний вплив	«Байден визнає Крим російським» (відеомонтаж)	YouTube, TikTok, фейкові новинні платформи	Руйнування довіри до візуального контенту, політичні кризи

Фотофейки / Фотошоп	Підробка зображень або змінений контекст фото	Підтвердження фейкових наративів	Фотографії «знущань» українських військових у фотошопі	Telegram, Twitter, форуми	Зростання ненависті, поширення помилкових уявлень
Клікабельні фейки	Новини, створені спеціально для збору переглядів і реклами	Фінансова вигода	«Цей продукт лікує рак! Натисніть, щоб дізнатись»	Clickbait-сайти, спам	Фінансове шахрайство, обман споживачів
Конспірологічні теорії	Ідеї змов, які суперечать науковому підходу	Маніпуляція страхами, політичне чи релігійне нав'язування	Теорія «великого перезавантаження», «план чіпування людства»	YouTube, Telegram, форуми	Підрив критичного мислення, анархізація громадян
Реальні новини з фейковим тлумаченням	Справжні факти, перекручені в заголовках або контексті	Вплив на емоції, спотворення істини	«Українські військові розбомбили лікарню» (без згадки, що це був штаб окупантів)	Телевізійні новини, блоги	Формування викривленої картини війни, ненависть

Джерело: сформовано автором

Дезінформація є свідомим і навмисним поширенням неправдивої інформації з метою ввести в оману аудиторію. Цей тип фейкових новин зазвичай створюється і розповсюджується спеціально для досягнення певних політичних, економічних або соціальних цілей. Дезінформація може набувати різних форм, включаючи вигадані новини, підроблені документи, фальсифіковані відеоматеріали або перекручені свідчення очевидців. Особливість дезінформації полягає в її навмисності: автори таких матеріалів добре усвідомлюють хибність поширюваної інформації, але розраховують на те, що частина аудиторії сприйме її як правду. Важливо зазначити, що дезінформація не завжди є грубою або очевидною брехнею. Часто вона використовує напівправду, вирвані з контексту факти або перекручену інтерпретацію подій, що значно ускладнює її викриття та посилює її вплив на масову свідомість. У контексті гібридних воєн та інформаційних кампаній дезінформація використовується як ефективний інструмент впливу на громадську думку, послаблення довіри до державних інституцій і розпалювання соціальної напруги [12].

Маніпуляція інформацією є ще одним поширеним типом фейкових новин. На відміну від дезінформації, маніпуляція не обов'язково передбачає повністю вигаданий контент. Часто це подача реальних фактів у такій формі, яка змінює їхнє первісне значення або провокує хибні висновки. Маніпуляція може здійснюватися шляхом акцентування уваги на окремих деталях, замовчування важливої інформації, створення емоційно забарвленого контексту або використання специфічних мовних засобів, що викликають у аудиторії бажані емоційні реакції. Мета маніпуляції полягає в тому, щоб непомітно впливати на свідомість людей, формуючи їхні переконання і поведінку без прямого обману. Це робить маніпуляцію особливо небезпечною, адже споживач інформації часто не усвідомлює, що є об'єктом впливу. У сучасних медіа маніпуляція використовується для досягнення різних цілей, серед яких виділяються підтримка або дискредитація політичних сил,

стимулювання споживацьких настроїв, посилення поляризації суспільства чи навіть створення хибного відчуття безпеки або загрози. Проблема маніпуляції ускладнюється ще й тим, що межа між об'єктивною інтерпретацією подій та маніпулятивною подачею часто є розмитою і суб'єктивною.

Сенсаційні заголовки становлять окремий тип фейкових новин, який базується на приверненні уваги аудиторії шляхом використання гучних, емоційно заряджених, часто перебільшених або перекручених фраз. Завданням таких заголовків є максимально швидке захоплення інтересу читача, навіть якщо текст новини не містить підтвердження сенсаційних тверджень або має дуже мало спільного з реальним змістом заголовка. У багатьох випадках сенсаційні заголовки використовуються з комерційною метою для збільшення кількості переходів на сайт або переглядів у соціальних мережах. Проте вони також можуть бути частиною масштабніших кампаній дезінформації або маніпуляції. З часом сенсаційні заголовки формують у аудиторії специфічний спосіб сприйняття інформації, коли зміст поступається місцем емоційній реакції на короткий і яскравий посил. Це сприяє поширенню поверхневого мислення, знижує здатність критично оцінювати новини і підвищує вразливість до інших форм інформаційних впливів. Особливо небезпечними є випадки, коли сенсаційні заголовки викликають масову паніку, агресію або ненависть, оскільки наслідки таких емоційних сплесків можуть бути непередбачуваними і мати серйозні соціальні наслідки [14].

Усі три типи фейкових новин – дезінформація, маніпуляція та сенсаційні заголовки – мають спільні риси, але водночас відрізняються за механікою впливу і характером взаємодії з аудиторією. Вони використовують базові психологічні механізми людини, зокрема схильність до підтвердження власних переконань, емоційну чутливість, прагнення до швидкого і простого пояснення складних явищ. Розуміння цих механізмів дозволяє розробляти ефективні стратегії протидії фейковим новинам, зокрема через розвиток медіаграмотності, критичного мислення та навичок перевірки інформації.

Важливим аспектом боротьби з різними типами фейкових новин є відповідальність самих медіа, які повинні дотримуватися високих стандартів журналістики, уникати поширення неперевіреної інформації та ретельно перевіряти джерела. Проте не менш важливу роль відіграють і самі користувачі інформаційного простору, які мають навчитися не бути пасивними споживачами контенту, а активно аналізувати, оцінювати і перевіряти інформацію, з якою стикаються щодня. У цьому контексті особливу увагу варто приділяти формуванню культури відповідального поширення новин, що передбачає усвідомлення наслідків репостів, коментарів і лайків на поширення фейкової інформації.

Дезінформація, як один із базових видів фейкових новин, зазвичай проявляється у вигляді повністю вигаданих історій або спотворених фактів, що навмисно поширюються для досягнення певної мети. Прикладом дезінформації є кампанії, спрямовані на дискредитацію політичних опонентів через поширення неправдивих даних про їхню особисту або професійну діяльність. Такі фейки можуть включати вигадані скандали, підроблені документи чи фальсифіковані аудіо- або відеоматеріали. Під час виборчих кампаній дезінформація використовується для того, щоб вплинути на виборців, змінити їхні симпатії або посіяти сумніви у легітимності окремих кандидатів. Особливістю цього виду фейкових новин є те, що вони часто мають вигляд достовірних матеріалів, посилюючи довіру з боку невідповідної аудиторії і таким чином поглиблюючи розкол у суспільстві [15].

Маніпулятивні новини представляють інший тип фейкових повідомлень, у якому реальні факти подаються вибірково, вириваються з контексту або інтерпретуються у спосіб, що створює хибне враження про подію. Прикладом маніпуляції є ситуація, коли медіа висвітлюють протестні акції, акцентуючи увагу виключно на випадках насильства, хоча вони становлять незначну частку загального перебігу подій. Такий спосіб подачі створює в аудиторії переконання, що протест має агресивний характер і є

небезпечним для суспільства, навіть якщо переважна більшість учасників дотримується мирної поведінки. Інший приклад маніпуляції полягає у використанні емоційно забарвлених висловів для опису конкретних осіб або груп, що формує упереджене ставлення ще до того, як аудиторія ознайомиться з фактами. Маніпуляція може також проявлятися у формі замовчування важливої інформації, яка могла б докорінно змінити сприйняття події або явища. Завдяки таким технікам споживачі інформації часто приймають рішення на основі неповної або викривленої картини реальності, що має далекосяжні соціальні та політичні наслідки.

Сенсаційні заголовки, які належать до окремої категорії фейкових новин, будуються на перебільшенні, викривленні фактів або створенні драматичного емоційного ефекту без відповідної фактологічної основи. Типовим прикладом є заголовки на кшталт «Шокуюча правда про відомого політика!» або «Лікарі приховували від нас страшну таємницю десятиліттями!». Такі заголовки рідко мають під собою реальне підтвердження, а самі новини, що стоять за ними, часто містять загальні фрази, припущення або взагалі не мають відношення до заявленого у заголовку змісту. Основною метою сенсаційних заголовків є привернення уваги та збільшення кількості переходів на сайти, що приносить прибуток за рахунок реклами. Проте сенсаційні заголовки не лише комерційний інструмент: у поєднанні з дезінформацією або маніпуляцією вони стають частиною стратегічних кампаній впливу на громадську думку. Коли читач формує свою думку на основі лише заголовків, не читаючи або не аналізуючи зміст новини, наслідком стає поширення спотвореної уяви про реальність та підвищення рівня соціальної тривожності чи агресії [17].

Прикладом фейкових новин є так звані пародійні або сатиричні новини, які хоч і створюються з метою розваги, але часто сприймаються аудиторією як справжні. Платформи, що спеціалізуються на сатирі, нерідко публікують матеріали з вигаданими подіями або персонажами. Однак у випадках, коли контекст сатири недостатньо очевидний або навмисне розмитий, така

інформація починає циркулювати у соціальних мережах як достовірна. Таким чином, навіть без наміру дезінформувати, подібні новини сприяють загальному засміченню інформаційного простору та ускладнюють орієнтацію в реальній ситуації.

В окрему групу варто віднести конспірологічні теорії, що також можуть розглядатися як специфічний різновид фейкових новин. Конспірологія часто базується на поєднанні реальних фактів із домислами, які надають цим фактам нового, вигаданого сенсу. Прикладом є поширення теорій про всесвітні змови, створені елітами для контролю над населенням, або вигадки про штучне походження глобальних катастроф. Використання конспірологічних наративів дозволяє маніпулювати страхами, невпевненістю та недовірою людей до офіційних джерел інформації. Часто такі фейкові новини створюють замкнуте коло споживання альтернативної реальності, коли будь-які спроби раціонального спростування лише зміцнюють переконання прихильників теорії у її правдивості.

Розглядаючи приклади використання різних видів фейкових новин, важливо розуміти, що їхній вплив посилюється завдяки особливостям сучасної цифрової комунікації. Алгоритми соціальних мереж часто сприяють поширенню найемоційніших і провокативних матеріалів, оскільки саме вони викликають найбільше реакцій. Фейкові новини легко адаптуються до нових форматів спілкування, інтегруючись у меми, короткі відеоролики або візуальні цитати, що робить їх ще доступнішими і привабливішими для споживачів. Водночас індивідуальні психологічні чинники, такі як бажання підтвердити власні упередження або страх перед невідомим, роблять людей особливо вразливими до неправдивої інформації. [19]

#### 1. Дезінформація

- Заголовок: «Вакцинація викликає безпліддя – наукове дослідження підтвердило!»

- Текст: «Нові результати досліджень показали, що вакцинація може призвести до серйозних репродуктивних проблем у молодих жінок. Всі медичні організації замовчують цю правду».

- Примітка: цей заголовок є дезінформацією, оскільки не існує жодних достовірних наукових доказів, що вакцинація може спричинити безпліддя. Це маніпуляція фактами, що сприяє поширенню страху серед населення.

## 2. Маніпуляція

- Заголовок: «Підвищення податків на багатих – це обман суспільства!»

- Текст: «Насправді, збільшення податків для найбагатших лише вдарить по середньому класу і призведе до масових скорочень на підприємствах. Влада намагається прикрити свої невдачі за рахунок простих людей».

- Примітка: цей текст маніпулює фактами, замовчуючи реальні економічні та соціальні вигоди від подібних податкових ініціатив. Він намагається переконати читача, що реформа, спрямована на багатих, є насправді шкідливою для більшості.

## 3. Сенсаційні заголовки

- Заголовок: «Земля на межі катастрофи – вчені попереджають про глобальну катастрофу вже в 2025 році!»

- Текст: «Незабаром планета переживе катастрофічні зміни клімату, що призведе до глобальної повені, а також до колапсу сільського господарства. Вчені кажуть, що залишилося лише кілька років до кінця світу».

- Примітка: це сенсаційний заголовок, який використовує драматичні вирази, щоб привернути увагу, але не підкріплений конкретними фактами або науковими підтвердженнями. Така маніпуляція викликає паніку серед аудиторії.

## 4. Дезінформація

- Заголовок: «Експерти заявляють, що кліматичні зміни – це вигадка!»
  - Текст: «Після десятків років спостережень та досліджень виявлено, що зміни клімату не мають наукової основи. Це просто політичний інструмент для контролю над населенням».
  - Примітка: цей текст є дезінформацією, оскільки наукові організації визнали зміну клімату реальним феноменом, підтвердженим численними дослідженнями. Заміна істини на вигадку є типовою формою дезінформації.

#### 5. Маніпуляція

- Заголовок: «Якщо уряд не змінить свою політику, країна знову опиниться на межі економічної катастрофи!»
  - Текст: «Політика уряду, що не підтримує малий бізнес, незабаром призведе до закриття сотень підприємств і масових безробітних. Лише зміна керівництва може врятувати країну від загибелі».
  - Примітка: тут ми маємо маніпуляцію, оскільки автор заголовка та тексту перекладає всю відповідальність на уряд, не зазначаючи інших факторів, що можуть спричинити економічні труднощі.

#### 6. Сенсаційні заголовки

- Заголовок: «Знайдена зникла цивілізація в Антарктиді – все, що ми знали, було неправдою!»
  - Текст: «Вчені випадково знайшли залишки стародавньої цивілізації під льодовиками Антарктиди, яка була набагато більш розвинена, ніж ми думали. Це відкриття змінить усе, що ми знали про історію людства».
  - Примітка: це типовий сенсаційний заголовок, який перебільшує важливість відкриття, без наукових доказів чи реальних фактів, аби привернути увагу читача до новини, що насправді не має під собою наукової основи [20].

Таким чином, типологія фейкових новин дозволяє глибше зрозуміти природу і механізми їхнього впливу на сучасне суспільство. Дезінформація,

маніпуляція та сенсаційні заголовки є різними проявами однієї проблеми, яка вимагає системного підходу до вивчення, аналізу та протидії. Лише поєднання зусиль журналістів, дослідників, політиків, освітян та звичайних громадян може забезпечити створення більш безпечного та стійкого інформаційного середовища, в якому істина матиме перевагу над вигадкою, а критичне мислення стане одним із основних інструментів громадянської самосвідомості.

### **1.3. Психологічні та соціальні фактори сприйняття фейкових новин**

Сучасне суспільство переживає епоху надзвичайно швидкого розповсюдження інформації. Однак із розвитком цифрових технологій та соціальних мереж виникла нова загроза – фейкові новини. Ці неправдиві або спотворені відомості часто сприймаються аудиторією як істина, що піддає сумніву саму природу сучасної медіа-культури. Психологічні та соціальні фактори є основними причинами, чому люди вірять фейковим новинам, не ставлячи під сумнів їх достовірність.

З основних психологічних чинників є підтвердження упереджень – когнітивний феномен, коли люди схильні вірити інформації, що підтверджує їхні вже існуючі переконання або погляди. Цей механізм працює на рівні підсвідомості, і фейкові новини часто експлуатують цей феномен, пропонуючи ту інформацію, яка відповідає політичним, соціальним чи ідеологічним переконанням індивіда. Наприклад, якщо людина вірить у певні політичні теорії чи соціальні стереотипи, вона схильна сприймати будь-яку новину, що підтримує ці погляди, без додаткової перевірки фактів. Фейкові новини часто виглядають дуже привабливо, оскільки підтверджують ці погляди, що підвищує ймовірність їхнього прийняття [22].

Важливим психологічним аспектом є емоційний вплив. Люди зазвичай більше реагують на інформацію, яка викликає сильні емоційні переживання –

страх, гнів, здивування чи інші подібні емоції. Фейкові новини часто мають високу емоційну зарядженість, оскільки вони спрямовані на те, щоб викликати шокуючі, драматичні реакції. Заголовки на кшталт «Шокуюче відкриття» або «Найгірша трагедія в історії» можуть сильно привернути увагу, навіть якщо сам матеріал є неправдивим або перебільшеним. Це пояснюється тим, що емоційно заряджена інформація легше запам'ятовується і швидше поширюється, що робить її більш ефективною в умовах інформаційного потоку.

Соціальні фактори мають величезний вплив на сприйняття фейкових новин. Соціальні мережі, як основний канал комунікації сьогодення, істотно змінюють наші уявлення про реальність. У соціальних мережах інформація передається не лише через традиційні медіа-канали, а й за допомогою взаємодії між користувачами, що значно знижує рівень критичної перевірки. Люди часто довіряють новинам, якщо їх поділили друзі чи родичі, навіть якщо ці новини не мають достовірних джерел. Це явище, зване соціальним підтвердженням, є важливою частиною соціальної поведінки: ми схильні довіряти тому, що підтверджують інші, навіть якщо ці підтвердження є помилковими.

Люди часто належать до певних соціальних груп, таких як політичні партії, релігійні громади або національні спільноти, і їхнє сприйняття реальності формується в контексті цих групових цінностей. Фейкові новини, спрямовані на підтвердження цінностей цієї групи, можуть бути сприйняті як достовірні, навіть якщо вони не мають під собою фактичної основи. Наприклад, під час політичних кампаній або важливих соціальних подій фейкові новини, що атакують опонентів або підвищують статус групи, можуть значно впливати на громадську думку. Люди в цих ситуаціях віддають перевагу новинам, які підтверджують їхню групову ідентичність і соціальні переконання [24].

Алгоритми, які визначають, які новини і матеріали ми бачимо у стрічці новин, часто орієнтуються на нашу попередню активність. Це створює

замкнуте коло, коли людина продовжує отримувати тільки ту інформацію, яка відповідає її поглядам і інтересам, а інші точки зору не доходять до її уваги. Це дозволяє фейковим новинам швидко розповсюджуватися всередині таких замкнутих інформаційних просторів, де вони підтверджують існуючі уявлення і не піддаються зовнішньому сумніву.

Медіа, що мають великий вплив на аудиторію, можуть допомогти чи зашкодити в боротьбі з фейковими новинами. Однак існує також проблема медіаграмотності – не всі користувачі здатні оцінити достовірність інформації, яку вони отримують, особливо в умовах постійного потоку новин. Тому медіа можуть як сприяти поширенню фейків, так і допомагати в боротьбі з ними, надаючи аудиторії можливість розпізнавати фейкові новини та критично ставитись до спожитої інформації [25].

Психологічні та соціальні фактори сприйняття фейкових новин є складними і багатограними. Вони поєднують когнітивні механізми, емоційні реакції, соціальні норми і культурні контексти, що формують наше ставлення до інформації. В умовах постійного інформаційного перевантаження важливо розвивати критичне мислення і медіаграмотність, щоб зменшити вплив фейкових новин і забезпечити більш свідоме споживання медіа-контенту.

## Висновки до першого розділу

У процесі дослідження еволюції поняття фейкових новин було встановлено, що фейки не є виключно продуктом сучасної цифрової епохи. Витоки явища сягають глибокої історії, де спотворення фактів використовувалося як інструмент політичної боротьби, релігійної пропаганди та соціального впливу. Проте, саме технологічний прогрес, глобалізація комунікаційних процесів та швидкість передачі інформації перетворили фейкові новини на глобальну проблему сучасності. Від початкового розуміння фейків як умисного поширення неправдивої інформації, сучасна інтерпретація розширилася до комплексного соціокомунікаційного явища, яке охоплює питання довіри до медіа, особливості сприйняття інформації та вплив на формування громадської думки. Сучасне трактування фейкових новин підкреслює не тільки їхню неправдивість, а й навмисність дезінформації, прагнення маніпулювати аудиторією, змінювати її поведінку та ціннісні орієнтири.

Аналіз типології фейкових новин дозволив визначити, що вони набувають різноманітних форм в залежності від мети та цільової аудиторії. Одним із найпоширеніших різновидів є дезінформація – свідоме поширення вигаданої або спотвореної інформації для досягнення політичних, економічних чи соціальних цілей. Маніпулятивні повідомлення, у свою чергу, базуються на частковій правді, перебільшеннях або поданні даних у вигідному для певної сторони світлі, що ускладнює їхнє спростування та підвищує довіру аудиторії. Окреме місце займають сенсаційні заголовки, що використовуються для привернення уваги шляхом емоційного шоку або провокації, часто супроводжуючись неповною або перекрученою інформацією в основному тексті. Таким чином, кожен тип фейкових новин має свої особливості, способи впливу на аудиторію та рівень небезпеки для інформаційного простору.

Проведене дослідження психологічних і соціальних чинників сприйняття фейкових новин показало, що споживання неправдивої інформації

тісно пов'язане із когнітивними упередженнями, емоційною залученістю та груповою ідентичністю. Люди схильні вірити у ті повідомлення, які підтверджують їхні попередні переконання або відповідають їхнім емоційним очікуванням. Соціальні фактори, такі як довіра до джерела інформації, авторитетність спільноти та соціальне підкріплення (лайки, поширення), значно підсилюють ефект правдоподібності фейкових повідомлень. Крім того, інформаційна перенасиченість та дефіцит критичного мислення у багатьох користувачів призводять до автоматичного сприйняття будь-якої інформації без належної перевірки її достовірності.

## РОЗДІЛ 2. ФЕЙКОВІ НОВИНИ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: СПОСОБИ ПОШИРЕННЯ ТА ВПЛИВ

### 2.1. Соціальні мережі як платформа для розповсюдження фейків

Соціальні мережі стали невід'ємною частиною нашого повсякденного життя, перетворившись на потужні інструменти комунікації, обміну інформацією та взаємодії з оточенням. Проте, разом з численними перевагами, такі платформи принесли із собою й численні виклики, одним з яких є проблема поширення фейкових новин. Цей феномен не лише викликає значні етичні та правові питання, а й здатен серйозно впливати на громадську думку, суспільні процеси і навіть політичні події [23].

Таблиця 2.1

Соціальні мережі як платформа для розповсюдження фейків

Аспект	Опис
Основна ідея	Соціальні мережі є каналами, через які швидко поширюється як достовірна інформація, так і фейки.
Причини поширення фейків	- Легкий доступ до аудиторії - Відсутність ретельної модерації - Емоційність контенту, що викликає швидке розповсюдження
Популярні платформи для фейків	Facebook, Instagram, Twitter (X), TikTok, Telegram
Механізми поширення	- Репости, шеринг - Алгоритми, що підсилюють популярний контент - Використання бот-мереж
Категорії фейкової інформації	- Політичні фейки - Медичні фейки (наприклад, про вакцини) - Економічні фейки - Катастрофи та надзвичайні події
Наслідки для суспільства	- Дезінформація громадськості - Втрата довіри до ЗМІ - Поляризація думок - Паніка, тривога, агресія
Відповідальність платформ	- Розробка політик проти фейків - Фактчекінг-партнерства - Блокування акаунтів, що поширюють фейки
Приклади боротьби з фейками	- Facebook співпрацює з фактчекерами - Twitter маркує неправдиві повідомлення - YouTube видаляє фейки про COVID-19

Методи розпізнавання фейків	- Перевірка джерела інформації - Аналіз емоційного тону повідомлення - Використання сервісів фактчекінгу
Роль користувача	- Критичне мислення - Обережне поширення інформації - Повідомлення про підозрілий контент
Проблеми регулювання	- Баланс між свободою слова та боротьбою з фейками - Нерівномірність політик у різних країнах
Перспективи на майбутнє	- Більше автоматизованих інструментів виявлення фейків - Освіта користувачів у сфері медіаграмотності

Джерело: сформовано автором

Фейкові новини (або "фейки") – це свідомо спотворена або вигадана інформація, яка створюється і поширюється з метою введення в оману або маніпулювання думкою суспільства. Така інформація часто видається за правду, що ускладнює її розпізнавання. Зазвичай фейки можуть стосуватися політики, економіки, науки, здоров'я, соціальних питань тощо. Вони часто мають вигляд сенсаційних заголовків або неправдивих фактів, і їх поширення може призвести до різних негативних наслідків.

З основних причин, чому соціальні мережі стали платформами для поширення фейків, є їхня структура і функціонування. Сучасні соціальні мережі, такі як Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, YouTube та інші, мають величезну кількість користувачів, що створює потужну аудиторію для поширення будь-якої інформації. Оскільки ці платформи дозволяють користувачам швидко і безпосередньо обмінюватися новинами, відео та іншими матеріалами, фейки можуть поширюватися з вражаючою швидкістю.

З причин, чому фейки можуть швидко поширюватися в соціальних мережах, полягає в анонімності користувачів. Люди, що створюють фейкові новини, часто залишаються анонімними, що робить їх відповідальність за створення та розповсюдження неправдивої інформації мінімальною. Відсутність належного контролю за контентом на платформах дозволяє таким новинам мати широке охоплення [25].

Соціальні мережі побудовані на механізмах, що заохочують користувачів поширювати контент через "поділ" (share) і "лайки". Коли хтось публікує фейкову новину, її можуть безпосередньо побачити тисячі або навіть мільйони користувачів, які підхоплюють і поширюють цю інформацію серед своїх друзів і підписників. Завдяки цьому фейки набирають віру і поширюються набагато швидше, ніж правдива інформація, оскільки вони часто апелюють до емоцій, страхів або упереджень людей.

Алгоритми соціальних мереж, які використовуються для персоналізації контенту для кожного користувача, також можуть сприяти поширенню фейків. Коли людина взаємодіє з певним видом контенту (наприклад, клікає на сенсаційні заголовки або лайкає емоційно забарвлені пости), алгоритми схильні показувати їй більше схожої інформації. Це може призвести до створення інформаційних "бульбашок", де користувачі отримують лише ту інформацію, яка підтверджує їхні переконання, що створює сприятливі умови для поширення фейків.

Причини поширення фейкових новин у соціальних мережах є багатоаспектними і включають як технологічні, так і соціальні фактори.

Фейкові новини часто мають яскраво виражену емоційну забарвленість. Вони апелюють до таких почуттів, як страх, гнів, здивування або співчуття. Це робить їх більш привабливими для користувачів, оскільки емоційно заряджена інформація має більшу ймовірність бути поміченою та поширеною.

Багато користувачів соціальних мереж намагаються слідкувати за сенсаціями або отримувати доступ до інформації, яка може "відкрити очі" на якісь скриті факти. Це дає можливість фейковим новинам, що містять такі елементи, отримувати популярність серед тих, хто шукає незвичайні або шокуючі факти [27].

Фейкові новини можуть бути використані як інструмент для маніпулювання політичними процесами. Політичні сили, соціальні рухи або інші зацікавлені групи можуть створювати фейки для впливу на виборців або

громадську думку. Це явище стало особливо актуальним під час виборчих кампаній, де фейкові новини можуть впливати на результати голосувань.

Поширення фейкових новин через соціальні мережі має значні наслідки як для окремих осіб, так і для суспільства в цілому.

З найбільших наслідків поширення фейків є підірив довіри до традиційних медіа та інституцій. Коли користувачі стикаються з неправдивими новинами, вони можуть почати сумніватися у всій інформації, яку отримують. Це може призвести до загального песимізму і недовіри до реальних новин.

Фейки можуть стати джерелом соціальних конфліктів, особливо коли вони стосуються чутливих тем, таких як етнічні або релігійні питання, політичні погляди, або економічні проблеми. Поширення неправдивої інформації може призвести до поляризації суспільства та загострення міжособистісних конфліктів.

Фейки, які стосуються здоров'я та науки, можуть мати серйозні наслідки. Наприклад, під час пандемії COVID-19 поширення фейків про методи лікування чи вакцини призвело до великих непорозумінь і навіть смертей через ігнорування науково обґрунтованих рекомендацій.

Для боротьби з поширенням фейкових новин необхідно вжити комплексних заходів, які включають як технологічні, так і соціальні підходи:

#### 1. Інформаційна грамотність

Підвищення рівня інформаційної грамотності серед користувачів є одним з основних шляхів боротьби з фейками. Люди повинні навчитись критично оцінювати джерела інформації, розпізнавати маніпуляції та перевіряти факти перед тим, як поширювати новини.

#### 2. Робота з платформами

Соціальні мережі повинні посилити боротьбу з фейковими новинами через поліпшення алгоритмів, що виявляють фейки, і блокування профілів, що поширюють неправдиву інформацію. Платформи можуть також ввести

систему маркування фейків, щоб інформувати користувачів про достовірність новин.

### 3. Роль журналістів та науковців

Журналісти і науковці мають велике значення у боротьбі з фейками, оскільки вони можуть проводити перевірку фактів і розвінчувати міфи, що поширюються в соціальних мережах [29].

Ось кілька реальних прикладів, які демонструють, як соціальні мережі використовуються для розповсюдження фейкових новин:

#### 1. Фейкові новини про вакцинацію

Одним з найбільш поширених прикладів фейків є новини про вакцинацію, особливо під час пандемії COVID-19. У 2020 році в соціальних мережах поширювались численні пости, які стверджували, що вакцина проти COVID-19 була небезпечна або що вона змінює ДНК людини. Ці повідомлення часто супроводжувались підробленими відео та неправдивими науковими твердженнями. Такі фейки створювали паніку серед людей і заважали ефективним кампаніям вакцинації.



Рис 2.1 Вакцини

## 2. Фейки про політичні події

Соціальні мережі стали платформою для поширення фейкових новин під час виборчих кампаній. Наприклад, у 2016 році в США, в розпал президентських виборів, багато фейкових новин, що стосуються кандидатів, поширювались через Facebook і Twitter. Однією з таких новин була вигадана історія про те, що кандидат Хіллари Клінтон нібито організовувала мережу сексуальної експлуатації дітей у піцерії – цей фейк став відомим як «Піцагейт». Він викликав великий суспільний резонанс, хоча не мав жодних доказів.



Рис 2.2 Експлуатація дітей у піцерії

## 3. Фейкові новини про природні катастрофи

Під час великих природних катастроф, таких як урагани, землетруси або повені, соціальні мережі часто використовуються для поширення фейкових зображень та відео. Наприклад, під час урагану "Харві" в 2017 році в США, на Twitter і Facebook поширювались фальшиві відео та фото, які нібито показували масштаби руйнувань, хоча вони були зняті під час попередніх подій або взагалі були маніпуляціями.

#### **4. Фейкові новини про знаменитостей**

Соціальні мережі активно використовуються для створення фейкових новин про знаменитостей. Наприклад, часто з'являються неправдиві повідомлення про те, що певна знаменитість померла або пережила якусь трагедію. Одна з таких новин стосувалася актора Джиммі Кіммела, де в 2017 році на Facebook було поширено повідомлення про його смерть, яке виявилось фейком [30].

Соціальні мережі відіграють важливу роль у поширенні фейкових новин, що має серйозні наслідки для суспільства. Для ефективної боротьби з цим явищем необхідно об'єднувати зусилля технологічних платформ, організацій з боротьби з дезінформацією та самих користувачів, підвищуючи їх інформаційну грамотність і розуміння важливості перевірки фактів. Враховуючи швидкість, з якою поширюються фейки, та їхній потенціал до маніпуляцій, ефективна боротьба з ними є необхідною для збереження довіри до медіа і здоров'я демократичних процесів.

#### **2.2. Методи маніпуляції громадською думкою через фейкові новини**

В умовах швидко розвиваючогося інформаційного суспільства соціальні медіа стали основним каналом для розповсюдження новин. Однак разом з появою нових можливостей для комунікації виникли і численні загрози, зокрема – маніпуляції громадською думкою через фейкові новини. Вони здатні змінювати погляди людей, впливати на політичні процеси, а також викликати паніку та соціальну нестабільність. Це явище вимагає глибокого аналізу для розуміння методів маніпуляцій, а також пошуку шляхів для боротьби з ним.

Таблиця 2.2

Методи маніпуляції громадською думкою через фейкові новини

№	Метод маніпуляції	Суть методу	Приклади застосування	Наслідки для суспільства
1	Емоційна маніпуляція	Використання страху, гніву, жалю для посилення впливу фейкової новини	Заголовки типу «Уряд отрує воду!», «Вакцини вбивають дітей!»	Паніка, агресія, дестабілізація
2	Часткове викривлення фактів	Поєднання правдивих даних з фейками для правдоподібності	Стаття містить реальні цитати, але зманіпульований контекст	Втрата довіри до ЗМІ, спотворення реальності
3	Використання авторитету	Посилання на "експертів", фейкові наукові джерела	«Доктор наук підтвердив, що...» без імені чи з фейковою посадою	Підрив наукової довіри, дезорієнтація людей
4	Конспірологія	Побудова сюжетів на основі змов, таємниць, «правди, яку приховують»	Теорії про «світовий уряд», «чіпування через вакцини»	Поляризація, недовіра до офіційних джерел
5	Повторення меседжу	Часте повторення фейкової тези у різних формах	«Вакцини небезпечні», що повторюється у відео, постах, мемах	Формування хибної впевненості, ефект "множинності"
6	Чорний піар	Поширення фейків про політичних опонентів чи бренди	Перед виборами – поширення компромату, вигаданих скандалів	Маніпуляція вибором, репутаційні втрати
7	Створення фальшивих акаунтів	Використання ботів і фейкових профілів для створення ілюзії масової підтримки	1000 фейкових коментарів підтримують одну ідею	Ілюзія загального схвалення, тиск на індивіда
8	Фото- та відеофейки	Монтаж, виривання з контексту, генерація штучного контенту	Фото «біженців із зброєю», що	Візуальне переконання у

			виявляється сценкою з фільму	брехні, швидке поширення
9	Хибна дилема	Пропозиція лише двох крайніх варіантів, без проміжних рішень	«Або ми повстанемо – або нас знищать!»	Спрощення складних проблем, емоційне тиснення
10	Навішування ярликів	Використання образливих чи узагальнюючих слів для дискредитації	«Всі, хто вакцинується – зомбі уряду»	Створення стереотипів, соціальна ворожнеча
11	Анонімні джерела	Посилання на «очевидців», «інсайдерів» без підтверджень	«Джерела з Міноборони стверджують...»	Неможливість перевірки, поширення чуток
12	Маскування під новини	Фейки оформлені як новинні статті, сайти стилізовані під відомі медіа	Сайти-клони відомих ЗМІ з фейковими заголовками	Обман аудиторії, маніпуляція довірою

Джерело: сформовано автором

Фейкові новини – це дезінформація, яка поширюється під виглядом правдивої інформації, зазвичай з метою досягнення політичних, економічних або соціальних цілей. Такі новини можуть бути як вигаданими історіями, так і маніпуляціями з реальними фактами, що при цьому спотворюються. Фейкові новини мають велике значення в маніпулюванні громадською думкою, оскільки вони легко поширюються через соціальні мережі та інші платформи, які доступні широкому колу користувачів [31].

Фейкові новини часто використовуються для формування сприйняття певних подій або осіб. Вони здатні підсилити існуючі стереотипи, створювати негативний імідж політичних супротивників, викликати страх або злість у громадськості, або навіть змінювати результати виборів. Використання таких

новин є ефективним інструментом для маніпулювання суспільними настроями, оскільки інформація швидко поширюється, а її споживачі, як правило, не перевіряють достовірність джерел.

Існує кілька основних методів, які використовуються для маніпуляції громадською думкою через фейкові новини. Вони включають:

#### 1. Емоційна маніпуляція

З найбільш ефективних методів – це використання емоційно насиченого контенту, який викликає у користувачів страх, здивування, обурення чи співчуття. Новини, які апелюють до емоцій, значно швидше поширюються, оскільки люди схильні ділитися матеріалами, що викликають сильні емоційні реакції. Наприклад, фейкові новини про катастрофи чи трагедії часто супроводжуються драматичними заголовками та емоційно забарвленими зображеннями, що робить їх ще більш переконливими.

#### 2. Дезінформація та маніпуляція фактами

Цей метод полягає у навмисному спотворенні фактів або вибіркового їх поданні. Часто фейкові новини базуються на реальних подіях, але факти в них змінюються або додаються елементи, що не відповідають дійсності. Наприклад, під час політичних виборів можуть з'являтися пости, які містять реальні цитати кандидатів, але з вирваним із контексту значенням, що змінює їхнє сприйняття. Дезінформація також може включати фальшиві статистичні дані або результати опитувань, що маніпулюють настроями виборців.

#### 3. Сенсаціоналізм

Фейкові новини часто характеризуються надмірною сенсаційністю, що сприяє їх популярності. У заголовках використовуються різкі, перебільшені фрази, такі як "шокуючі подробиці", "несамовиті факти" чи "неповірна істина". Це привертає увагу читачів, змушує їх зупинитися і звернути увагу на публікацію. Водночас важливі нюанси або протилежні точки зору часто ігноруються або замовчуються.

#### 4. Псевдонаукові дослідження та фальшиві експерти

Для посилення ефекту фейкові новини часто супроводжуються посиланнями на «наукові дослідження» або «експертні думки». Це дає їм вигляд достовірності. Однак насправді ці "дослідження" часто є вигаданими або недостовірними, а експерти не мають реальної кваліфікації. Такий підхід допомагає маніпулювати людьми, які не мають можливості перевірити інформацію самостійно.

### 5. "Груповий" вплив

Соціальні мережі дають змогу створювати групи людей, що взаємодіють з певними новинами. Фейкові новини часто розповсюджуються через спеціально організовані акаунти або групи, які маніпулюють своїми підписниками, сприяючи поширенню певного меседжу. Використовуються техніки, що орієнтовані на те, щоб "запустити" новину в маси через ланцюгові реакції (поширення новини через лайки, репости та коментарі) [33].

Маніпуляція громадською думкою через фейкові новини має серйозні наслідки для суспільства:

- Поляризація громадської думки: фейкові новини часто сприяють поділу суспільства на "своїх" та "ворогів", що призводить до зростання соціальних конфліктів та напруженості.
- Підрив довіри до змі: коли громадяни починають сумніватися в достовірності інформації, вони можуть втратити довіру не тільки до фейкових новин, але й до традиційних джерел інформації, що негативно позначається на всьому медіапросторі.
- Вплив на вибори та політичні процеси: фейкові новини можуть мати величезний вплив на політичні результати. Вони можуть маніпулювати настроями виборців, знижувати явку на виборах або змінювати результат голосування.

У боротьбі з фейковими новинами важливо використовувати комплексний підхід. Ось деякі способи, як можна зменшити їхній вплив:

- Освітні кампанії: потрібно навчати людей критично ставитись до інформації, перевіряти факти та звертатися до перевірених джерел.

- Технологічні інструменти: розробка алгоритмів, які можуть автоматично виявляти фейкові новини та попереджати користувачів про їхню недостовірність.
- Покарання за поширення фейків: введення законодавчих заходів, які передбачають покарання за свідоме поширення фальшивої інформації.

Приклади методів маніпуляції громадською думкою через фейкові новини, зокрема в контексті політичних кампаній, природних катастроф і використання штучного інтелекту:

### 1. Використання штучного інтелекту для створення фейкових новин

Штучний інтелект, зокрема нейронні мережі, здатні генерувати переконливі фейкові новини. Дослідження Кембриджської лабораторії соціального прийняття рішень показало, що 41% американців повірили в неправдиву інформацію про вакцини, згенеровану штучним інтелектом. Це свідчить про потенціал AI у створенні дезінформації, що може впливати на вибори та політичні процеси. URL: [https://www.wired.com/story/ai-generated-fake-news-is-coming-to-an-election-near-you/?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.wired.com/story/ai-generated-fake-news-is-coming-to-an-election-near-you/?utm_source=chatgpt.com)

### 2. Російська дезінформація про урагани в США

Перед президентськими виборами 2024 року російські пропагандисти поширювали фальшиві новини про урагани в США, зокрема Helene та Milton. Використовувалися AI-генеровані зображення, такі як фальшиві сцени затоплення в Діснейленді, щоб зобразити уряд США як некомпетентний і корумпований. Ця кампанія мала на меті підірвати довіру до уряду та підтримку Дональда Трампа. URL: <https://apnews.com/article/russia-hurricane-disinformation-fema-9e37c73ab8ffa2a2d338797a1a827e57>

### 3. Фальшиві новини про політичних кандидатів

Група Storm-1516, пов'язана з Росією, створювала фальшиві новини про кандидатів від Демократичної партії США, таких як Камала Гарріс і Тім Волц. Вони поширювали неправдиві історії, зокрема про ДТП, в якій Гарріс нібито залишила підлітка інваліду, та звинувачення у сексуальному насильстві проти

Волца. Ці наративи були частиною зусиль Росії підтримати кандидатів Республіканської партії.

4. Операція Doppelgänger: фальшиві новини для підриву підтримки України

Російська дезінформаційна кампанія "Doppelgänger" створювала фальшиві вебсайти, що імітували відомі ЗМІ, такі як Le Monde, Fox News та The Washington Post. Ці сайти поширювали антиукраїнські та проросійські матеріали, зокрема фальшиві статті про підтримку вбивства російських солдатів французьким міністром. Метою було підірвати підтримку України в Європі та США [35].

Маніпуляція громадською думкою через фейкові новини є серйозною загрозою для сучасного суспільства. Вона підриває довіру до інформації, сприяє поляризації та соціальним конфліктам. Однак шляхом освітніх програм, технологічних інновацій та чіткої правової політики можна значно зменшити негативний вплив цього явища. Відповідальність за поширення фейкових новин лежить як на державних органах, так і на самих громадянах, які повинні навчитися критично сприймати інформацію та ретельно перевіряти джерела новин.

### **2.3. Вплив фейкових новин на інформаційний простір та суспільну свідомість**

У сучасному інформаційному суспільстві соціальні мережі, новинні портали та інші платформи онлайн-комунікацій стали основними каналами передачі інформації. Однак на цих платформах одночасно з правдивими даними можна знайти і значну кількість фейкових новин – недостовірних або навмисно перекручених повідомлень, що мають на меті маніпулювати думкою та настроями суспільства. Така інформація може мати руйнівний вплив на

суспільну свідомість, оскільки вона поширюється швидко і широко, а її спростування часто залишається на задньому плані.

Фейкові новини стали однією з основних складових сучасних інформаційних війн. Поширення неправдивої інформації через медіа, соціальні мережі і навіть державні канали має на меті підірвати суспільну довіру до офіційних джерел, маніпулювати політичними процесами та сприяти досягненню стратегічних цілей. Такі новини часто використовуються для втручання у внутрішні справи інших країн або для дестабілізації ситуації в межах певного суспільства. Наприклад, російська дезінформаційна кампанія під час президентських виборів у США 2016 року включала поширення фейкових новин через соціальні мережі. Ці новини мали на меті підтримати певного кандидата та викликати сумніви в чесності виборчого процесу.

Найбільша проблема полягає в тому, що фейкові новини часто виглядають дуже переконливо, зокрема, через використання реальних фотографій, відео чи цитат. Більше того, такі новини можуть виглядати як повідомлення з авторитетних джерел, що робить їх ще більш небезпечними [40].

Соціальні мережі стали основними платформами для розповсюдження фейкових новин. Завдяки алгоритмам, які пріоритизують контент, що викликає емоційний відгук (наприклад, обурення чи страх), фейкові новини поширюються в десятки разів швидше, ніж правдиві повідомлення. Платформи, як-от Facebook, Twitter або WhatsApp, надають можливість ділитися інформацією за допомогою всього кількох кліків, що значно збільшує охоплення і вплив цих новин.

Важливим аспектом є той факт, що фейкові новини часто мають яскраво виражену емоційну складову: вони можуть шокувати, лякати або викликати гнів. Це дозволяє їм легше "заражати" аудиторію, що особливо актуально в умовах швидких новинних циклів і постійного потоку інформації, до якого ми звикли.

Фейкові новини не лише впливають на окремі індивідууми, але й формують колективну суспільну свідомість. Вони можуть змінювати громадську думку щодо певних подій, осіб чи явищ, навіть якщо ці новини не мають під собою реальної основи. Наприклад, фальшиві новини про вакцини проти COVID-19, що поширювалися під час пандемії, змусили значну частину населення сумніватися у їхній ефективності та безпеці, навіть не зважаючи на численні наукові дослідження, що підтверджували їхню безпеку.

Масова свідомість часто сприймає інформацію як правдиву, якщо вона відповідає вже наявним переконанням чи стереотипам. Якщо фейкова новина підтверджує існуючі упередження, вона буде прийнята з більшим схваленням. Це стає основою для подальшої політичної, економічної чи соціальної маніпуляції.

Відповідно до психологічних досліджень, людський мозок має схильність до спрощення інформації, сприймаючи простіше та емоційно заряджене повідомлення як правдиве. Фейкові новини часто виглядають більш зрозумілими, доступними для широкої аудиторії і можуть використовувати емоційні тригери, що посилюють їхній вплив. Люди схильні довіряти новинам, які підходять до їхніх поглядів або мають сенсаційний характер [42].

Фейкові новини завдають серйозної шкоди демократичним процесам. Маніпулюючи громадською думкою, вони можуть впливати на виборчі результати, змінюючи настрої виборців і навіть викликаючи соціальні заворушення. Поширення фальшивих новин підриває довіру до політичних інститутів, урядів та правозахисних організацій, оскільки громадяни починають сумніватися в правдивості офіційної інформації. В результаті цього зростає підтримка популістських рухів, які використовують маніпуляції для досягнення своїх цілей.

У боротьбі з фейковими новинами важливу роль відіграє медіаграмотність – здатність правильно оцінювати джерела інформації, перевіряти факти та відрізнити правдиву інформацію від дезінформації. Крім того, платформи, такі як Facebook та Twitter, активно працюють над

алгоритмами, що виявляють та обмежують поширення фейкових новин. Однак проблему фейкових новин важко вирішити тільки за допомогою технічних засобів, і вона вимагає комплексного підходу, включаючи освітні ініціативи, законодавчі обмеження та зміни в соціальних нормах.

У сучасному світі інформація стала одним з найбільш потужних ресурсів. Інтернет і соціальні мережі забезпечують швидке поширення новин, але разом з цим виникла нова проблема – фейкові новини, що мають на меті маніпулювати громадською думкою, формувати хибні уявлення про події, осіб чи явища, а також впливати на важливі соціальні процеси. Роль фейкових новин в інформаційному просторі та їхній вплив на суспільну свідомість є складною та багатоаспектною проблемою, що має як негативні, так і потенційно позитивні наслідки. Розглянемо основні аспекти цього впливу.

Фейкові новини, або дезінформація, є свідомо створеними чи перекрученими фактами, що мають на меті маніпулювати громадською думкою. Вони можуть поширюватися в масах через соціальні мережі, новинні сайти, блоги та інші платформи. Одним із головних аспектів впливу фейкових новин є їх здатність формувати неправдиве уявлення про ситуацію або подію, змінюючи таким чином суспільне сприйняття [43].

Наприклад, в політичних кампаніях фейкові новини можуть бути використані для дискредитації супротивників чи підтримки певних кандидатів. Вони можуть вводити в оману виборців, спотворюючи факти і подаючи їх у вигідному для маніпулятора світлі. Це не тільки порушує принципи чесних виборів, але й створює політичну нестабільність.

В епоху соціальних мереж фейкові новини набувають небаченої швидкості поширення. Завдяки алгоритмам платформ, які сприяють поширенню емоційно заряджених повідомлень, фейкові новини можуть розповсюджуватися в мільйони людей за лічені години. При цьому вони часто не піддаються перевірці чи спростуванню, тому що після їхнього поширення в мережі важко знайти та нейтралізувати їхній вплив. Цей ефект отримав назву

"інформаційний шторм", коли одна неправдива новина здатна створити великий резонанс і привести до негативних наслідків у реальному житті.

Сумний приклад – це пандемія COVID-19, під час якої численні фейкові новини про лікування, вакцини, шляхи поширення вірусу значно ускладнили боротьбу з хворобою. Невірні твердження про вакцини сприяли поширенню скептицизму серед людей, що, у свою чергу, призвело до низької вакцинації та збільшення кількості захворілих.

Фейкові новини можуть істотно змінювати суспільну свідомість, впливаючи на погляди людей і їхнє ставлення до різних соціальних, політичних та економічних проблем. Через їхню емоційну забарвленість і здатність викликати швидке емоційне реагування, фейкові новини здатні формувати стійкі уявлення про події чи особистості, навіть якщо це не відповідає дійсності.

Психологічно люди схильні вірити в те, що підтверджує їхні переконання. Фейкові новини часто "грають" на цих стереотипах, підсилюючи певні страхи, упередження або бажання підтвердити свої погляди. Наприклад, повідомлення про те, що певна група людей є джерелом небезпеки чи загрози, може викликати неприязнь та соціальну напруженість, навіть якщо факти на це не вказують. Такий ефект називається "ефектом підтвердження", коли люди воліють сприймати ту інформацію, яка збігається з їхніми переконаннями, навіть якщо вона є неправдивою [44].

З найсерйозніших наслідків фейкових новин є їхній негативний вплив на демократичні процеси. Фейкові новини можуть використовуватися для маніпуляції громадською думкою під час виборів, що ставить під загрозу вільне волевиявлення громадян. Це також призводить до зниження довіри до офіційних інститутів – урядів, судів, правоохоронних органів. Поширення дезінформації змушує громадян сумніватися в усіх новинах, що не відповідають їхнім поглядам, і навіть ставити під сумнів факти, які вони отримують з надійних джерел.

Додатково до цього фейкові новини можуть викликати соціальні заворушення. Наприклад, якщо в медіа з'являються повідомлення про насильницькі дії певних груп або політичних рухів, це може призвести до ескалації насильства та інтеркультурної напруги. Такі явища призводять до розколу в суспільстві, створюючи образ "ворога", що підриває єдність та стабільність.

Для того щоб зменшити вплив фейкових новин на суспільну свідомість і інформаційний простір, важливо підвищувати рівень медіаграмотності серед населення. Навчання розпізнаванню фейкових новин, навички критичного мислення і аналізу джерел інформації повинні стати невід'ємною частиною сучасної освіти.

Технології також відіграють важливу роль у боротьбі з дезінформацією. Великі платформи, такі як Facebook, Twitter, Google, активно працюють над удосконаленням алгоритмів для виявлення і нейтралізації фейкових новин. Вони використовують штучний інтелект для автоматичної перевірки фактів та спростування неправдивої інформації. Однак технологічні рішення повинні доповнюватися законодавчими ініціативами, які можуть встановлювати відповідальність за поширення дезінформації.

Фейкові новини мають значний вплив на інформаційний простір і суспільну свідомість, сприяючи маніпуляціям, розколу суспільства, політичним маніпуляціям і зниженню довіри до медіа та інститутів. Вони негативно впливають на демократичні процеси, створюють атмосферу недовіри та невизначеності. Однак для боротьби з цією проблемою важливо підвищувати рівень медіаграмотності, сприяти розвитку критичного мислення серед громадян і вдосконалювати технології боротьби з дезінформацією [45].

Вплив фейкових новин на інформаційний простір та суспільну свідомість є надзвичайно потужним. Фейкові новини можуть спотворювати реальність, маніпулювати громадською думкою та створювати соціальну нестабільність. Однак, попри всі виклики, боротьба з дезінформацією є важливим завданням, яке вимагає співпраці медіа, урядів, технологічних

компаній та громадян. Тільки через підвищення медіаграмотності та використання технологій для боротьби з фальшивою інформацією можна зменшити вплив фейкових новин на суспільство та повернути довіру до інформаційного простору.

### **Висновки до другого розділу**

Дослідження показало, що соціальні мережі стали ідеальним середовищем для швидкого і широкомасштабного поширення фейкових новин. Їхня архітектура, що базується на алгоритмах персоналізованої видачі контенту, створює ефект "інформаційних бульбашок", де користувачі отримують лише ті дані, які підтверджують їхні погляди, ізолюючись від альтернативних точок зору. Соціальні мережі надають технічні можливості для анонімного створення та миттєвого поширення контенту серед мільйонної аудиторії без ретельної модерації, що робить їх основним каналом розповсюдження фейків. Особлива увага має бути приділена механізмам вірального поширення фальшивої інформації через лайки, репости та коментарі, що забезпечують додаткову легітимізацію неправдивих повідомлень в очах інших користувачів.

Виявлено, що фейкові новини використовують широкий спектр маніпулятивних технологій для впливу на масову свідомість. До них належать емоційна апеляція, використання авторитетних образів або псевдонаукових доказів, створення ілюзії консенсусу, деморалізація супротивників і героїзація окремих постатей або подій. Маніпуляція відбувається як на рівні змісту, так і на рівні подачі інформації – через драматизацію, навішування ярликів, поділ суспільства на «нас» і «них». Використання візуальних засобів, мемів та коротких відео дозволяє фейкам стати емоційно сильнішими та доступнішими для масового сприйняття, що значно ускладнює боротьбу з ними традиційними інформаційними методами.

Під час дослідження було встановлено, що фейкові новини справляють деструктивний вплив на інформаційний простір, викликаючи розмивання меж між правдою та вигадкою, підбив довіри до традиційних медіа та державних інституцій. Масове поширення дезінформації спричиняє поляризацію суспільства, розпалювання ворожнечі, формування викривлених уявлень про реальність. У довгостроковій перспективі це призводить до зниження рівня суспільної солідарності, виникнення кризи критичного мислення, а також до посилення вразливості громадян до маніпуляцій, що може мати серйозні політичні, економічні та безпекові наслідки.

## РОЗДІЛ 3. МЕТОДИ БОРОТЬБИ З ФЕЙКОВИМИ НОВИНАМИ

### 3.1. Фактчекінг і роль професійної журналістики у протидії фейковим новинам

Соціальні мережі, які спершу сприймалися як інструмент демократизації комунікацій, швидко перетворилися на потужну платформу для масового розповсюдження маніпулятивного контенту, дезінформації та відвертої брехні, що має серйозні наслідки для суспільного мислення, політичної стабільності, міжособистісної довіри та функціонування демократичних інститутів. У цьому контексті особливої ваги набуває діяльність професійної журналістики, яка покликана стояти на захисті правди, достовірності та публічного інтересу. Саме фактчекінг, як окрема галузь журналістської практики, став одним з ключових інструментів протидії фейковим новинам, особливо у середовищі соціальних мереж, де традиційні стандарти перевірки інформації часто ігноруються [47].

Професійна журналістика історично виконує функцію «четвертої влади», формуючи громадську думку, контролюючи інститути влади, сприяючи прозорості та підзвітності. Проте з появою соціальних мереж, де кожен користувач отримав можливість стати виробником та поширювачем інформації, традиційна модель медіа-комунікацій зазнала суттєвих змін. Інформація почала циркулювати у спотвореному, часто неконтрольованому вигляді, зникає чітка межа між фактом і судженням, між журналістською відповідальністю і аматорським висловлюванням. На цьому тлі професійна журналістика, яка дотримується стандартів перевірки фактів, неупередженості та відповідальності перед аудиторією, стає тим острівцем стабільності, що допомагає споживачеві інформації не потонути в морі неправди. Саме тут починає відігравати ключову роль фактчекінг, який не лише встановлює правду, а й пояснює, чому певна інформація є неправдивою, хто її створив, з якою метою, та яким чином її розповсюдження впливає на суспільство.

Завдяки алгоритмам, які орієнтовані на емоційне залучення користувачів, інформація, що має найбільший потенціал для викликання емоційної реакції, часто стає вірусною, тобто здатною поширюватися з неймовірною швидкістю. Платформи, на яких користувачі можуть публікувати новини, коментарі, фотографії чи відео, часто не мають ефективних механізмів фільтрації або перевірки інформації, тому більшість матеріалів, що поширюються серед користувачів, не проходять жодної верифікації, і лише дуже маленька частина з них піддається обробці журналістами або фактчекерами. Відсутність регулювання в таких платформах створює потенційну загрозу для суспільства, оскільки інформація, що має ознаки маніпуляції, може швидко стати частиною загального інформаційного потоку. У цьому контексті фактчекінг виступає як важливий інструмент протидії негативним ефектам, що виникають через поширення дезінформації в соціальних мережах [49].

Зокрема, фактчекінг стає важливим бар'єром проти поширення паніки, ксенофобії, ворожнечі та політичної маніпуляції. Кожен з цих елементів має потенціал змінити суспільний порядок, спровокувати соціальні конфлікти, або навіть призвести до гуманітарних катастроф, що відбуваються під впливом сфальшованої інформації. В епоху глобалізації, коли події в одній частині світу можуть миттєво впливати на інші регіони, фальшиві новини можуть мати катастрофічні наслідки, оскільки вони не лише спотворюють реальність, а й часто мобілізують людей на базі помилкових чи маніпулятивних уявлень. Саме тому фактчекінг має не лише технічну цінність, а й безпосередній вплив на стабільність і безпеку суспільства. Він дозволяє уникнути великої кількості соціальних проблем, зокрема, таких як розпалювання міжнаціональної ворожнечі, відновлення непорозумінь через перекручування історичних фактів або підтримка політичних маніпуляцій, які можуть зруйнувати громадську довіру до основних інститутів держави.

Ще одним важливим аспектом фактчекінгу є його роль у підвищенні рівня інформаційної грамотності серед громадян. Важливою частиною

медійної грамотності є здатність до критичного сприйняття інформації, а також уміння відрізнити правдиву інформацію від дезінформації. У зв'язку з розвитком цифрових технологій і появою нових форм комунікацій, медійна грамотність стає не лише необхідністю, а й обов'язковою навичкою для кожної людини. Кожен громадянин має бути здатним самостійно перевіряти інформацію, не покладаючись лише на перші враження або емоційні реакції, які часто спровоковані заголовками або фрагментами новин. Це важливо, оскільки рівень довіри до медіа і журналістів безпосередньо впливає на здатність суспільства ухвалювати обґрунтовані та раціональні рішення, особливо в умовах кризи, коли кожна помилка може мати серйозні наслідки.

Завдяки розвитку фактчекінгу можна помітно покращити якість публічної комунікації. Коли фактчекери не лише перевіряють інформацію, але й допомагають громадянам правильно її інтерпретувати, це сприяє зміцненню довіри до медіа і підвищенню загальної обізнаності щодо важливості правдивої інформації. Більш того, фактчекінг формує культуру довіри, яка є необхідною для ефективної демократичної взаємодії в сучасному світі. Коли люди починають усвідомлювати, що інформація, яку вони отримують, не є лише набором фактів, але й результатом ретельної перевірки і дослідження, це підвищує рівень громадянської відповідальності та стимулює до участі в соціально важливих дискусіях, де кожен може бути активним учасником, спираючись на обґрунтовані дані [50].

У сучасному світі фактчекінг став невід'ємною частиною журналістської етики та професіоналізму. Зокрема, він дозволяє журналістам виступати не лише як посередники між інформаційними джерелами і суспільством, а й як гаранти достовірності тієї інформації, яку споживач отримує. Критичний аналіз фактів, ретельне перевіряння джерел і документування кожного кроку в процесі верифікації, все це є частиною роботи сучасного журналіста, який має на меті захистити аудиторію від маніпуляцій та фальшивих новин. Це дозволяє зміцнити журналістську репутацію, сприяючи розвитку медійної індустрії в умовах сучасних викликів. Тому важливість фактчекінгу в

журналістиці є не лише технічною задачею, а й моральною відповідальністю перед суспільством, яке має право на правдиву і перевірену інформацію.

Для того, щоб зрозуміти, чому саме професіоналізм журналістів є основою ефективності фактчекінгу, необхідно звернути увагу на специфіку роботи журналіста, особливо того, хто займається перевіркою фактів. Насамперед, професіоналізм журналіста передбачає глибоке знання теми, яку він висвітлює. Журналіст, який проводить фактчекінг, повинен мати достатньо компетенцій, щоб розуміти нюанси теми, визначати важливі деталі та відрізнити правдиві інформаційні елементи від маніпуляцій. Це не лише дозволяє йому точніше і швидше ідентифікувати фейки, але й дає можливість виявляти навіть найтонші моменти, які можуть впливати на сприйняття інформації. Відсутність таких знань може призвести до помилкових висновків і неефективної боротьби з дезінформацією [51].

Крім того, журналіст має здатність аналізувати джерела інформації. Важливим аспектом професійної діяльності є вміння визначити достовірність джерел, оцінити їх надійність, а також врахувати можливі конфлікти інтересів, які можуть мати негативний вплив на об'єктивність поданої інформації. Це особливо важливо в епоху, коли інформація може поширюватися через різноманітні канали, від соціальних мереж до неперевіраних блогів, де часто публікуються матеріали, що мають маніпулятивний характер. У цих умовах журналіст не може дозволити собі використовувати ненадійні джерела або нехтувати перевіркою фактів, оскільки це може призвести до серйозних наслідків, таких як поширення фейків, маніпуляцій або навіть пропаганди.

Зазначимо, що важливим аспектом професіоналізму журналіста є здатність до критичного мислення та аналізу контексту. У світі, де інформація часто представлена без урахування важливих контекстуальних факторів, журналіст повинен вміти розпізнавати, як певні події, факти або заяви можуть бути інтерпретовані в різних контекстах. Це дозволяє не тільки коректно перевіряти факти, але й упереджувати можливі маніпуляції з інформацією. Журналіст, який займається фактчекінгом, не просто реагує на вже поширену

дезінформацію, але й намагається передбачити, які теми можуть стати об'єктами маніпуляцій у майбутньому. Він може відслідковувати джерела дезінформації, аналізувати їхню риторичку, виявляти зв'язки між різними акторами на інформаційному полі, щоб своєчасно виявити загрози і зупинити їх поширення.

У цьому контексті журналісти, які займаються фактчекінгом, виконують роль своєрідних «інформаційних лікарів». Вони не просто фіксують помилки або спростовують хибні твердження, а займаються комплексним аналізом інформаційного середовища, виявляючи "хвороби" публічного дискурсу та пропонуючи шляхи до їх "одужання". Це включає в себе не лише фактчекінг, але й навчання суспільства медіаграмотності, сприяння розвитку критичного мислення серед громадян. У свою чергу, це допомагає зменшити вплив фейків та маніпуляцій, підвищуючи рівень обізнаності та довіри до медіа серед населення [52].

Не менш важливим є і порівняння професійної журналістики з іншими типами інформаційної діяльності, такими як блоги або соціальні мережі. Важливо зрозуміти, чому саме професійний журналіст є тим, хто здатен ефективно здійснювати фактчекінг і протистояти дезінформації, на відміну від блогерів чи інфлюенсерів. Блогери та інфлюенсери часто працюють на основі своїх особистих поглядів, емоцій, а інколи й фінансових інтересів, що може призводити до неконтрольованого поширення суб'єктивної інформації або навіть фальшивих новин. Їхні матеріали не завжди піддаються строгій перевірці, вони часто не мають достатньої компетенції в питаннях, які висвітлюють, і часто не дотримуються етичних стандартів. Натомість професійні журналісти повинні дотримуватися чітких етичних норм, забезпечуючи незалежність від фінансових чи політичних інтересів, що дозволяє їм надавати об'єктивну та достовірну інформацію.

Однак ефективність фактчекінгу і професійної журналістики у протидії фейковим новинам значною мірою залежить від підтримки з боку держави, суспільства і самих медіаплатформ. Без відповідного законодавчого

регулювання, яке забезпечує прозорість джерел фінансування медіа, захист журналістів від переслідувань, доступ до публічної інформації, без співпраці з платформами, які здатні обмежувати поширення недостовірною контенту, та без активної участі громадянського суспільства, фактчекінг перетворюється на маргінальну практику, яка не здатна суттєво вплинути на загальний рівень дезінформації. Особливо це стосується авторитарних режимів або країн у стані конфлікту, де дезінформація є частиною гібридної війни, а журналісти стають мішенню для тиску, цензури або навіть фізичного насильства. У таких умовах фактчекінг набуває не лише професійного, а й морального виміру, стаючи актом громадянської мужності та захисту базових цінностей демократії.

Не менш важливим є питання довіри до журналістики. Соціальні мережі, попри свою відкритість, значною мірою сприяють розмиванню кордонів між якісним і маніпулятивним контентом, що призводить до зниження довіри до всіх джерел інформації загалом. Професійна журналістика, яка систематично здійснює фактчекінг, має шанс відновити цю довіру, демонструючи прозорість власної роботи, визнаючи помилки, дотримуючись етичних принципів, не слугуючи інструментом пропаганди або корпоративних інтересів. Лише тоді, коли журналістика перестане бути інструментом впливу та стане знову сферою служіння громадськості, фактчекінг матиме потужний суспільний вплив. Крім того, освітні ініціативи з медіаграмотності, залучення молоді до аналізу інформації, інтеграція навичок критичного мислення у шкільну та вищу освіту сприятимуть формуванню культури перевірки інформації на всіх рівнях суспільного життя [53].

Отже, фактчекінг і професійна журналістика відіграють надзвичайно важливу роль у боротьбі з фейковими новинами в соціальних мережах, виконуючи не лише інформативну, а й просвітницьку, аналітичну та захисну функції. Вони не просто протистоять окремим проявам дезінформації, а формують цілісну систему спротиву маніпуляціям, ворожим наративам і псевдоновинам, що загрожують стабільності суспільства. У цифрову добу, коли кожне натискання кнопки «поширити» може мати глобальні наслідки,

саме професійні журналісти, озброєні фактчекінгом, залишаються останнім рубежем оборони правди. Їхня діяльність потребує підтримки, визнання та поваги, адже від них часто залежить не лише якість нашого інформування, а й здоров'я всієї демократичної культури, яка базується на праві кожної людини знати правду.

### **3.2. Алгоритми соціальних мереж та штучний інтелект у боротьбі з фейками**

Значення алгоритмів, що керують стрічками новин користувачів, зростає багаторазово, адже саме вони визначають, які саме публікації з'являться перед очима людини і в якій послідовності, створюючи, таким чином, інформаційні бульбашки та підживлюючи вірусність окремих повідомлень. Алгоритмічні системи соціальних мереж працюють на основі аналізу поведінки користувача, зокрема його вподобань, коментарів, часу перегляду тієї чи іншої публікації, і намагаються запропонувати контент, який, з високою ймовірністю, викличе у нього зацікавленість та емоційний відгук. Саме тому фейкова інформація, яка часто має провокаційний, емоційно забарвлений характер, має більші шанси стати вірусною, адже вона резонує з особистими переконаннями або страхами окремих користувачів. Таким чином, алгоритми, на перший погляд нейтральні, фактично можуть сприяти поширенню дезінформації, оскільки їхня мета полягає у підвищенні залученості аудиторії, а не в перевірці достовірності контенту [48].

Штучний інтелект, завдяки своїм можливостям, має чимало переваг у боротьбі з фейками. Зокрема, однією з найважливіших характеристик є здатність автоматизовано обробляти великі обсяги інформації. Сучасні алгоритми машинного навчання дозволяють аналізувати мільйони повідомлень у реальному часі, що значно перевищує можливості людини. Вони можуть виявляти закономірності, що є характерними для фейкових

новин, зокрема, такі ознаки, як відсутність перевірених джерел, відсутність контексту або факти, які суперечать один одному. Крім того, моделі ШІ можуть визначати маніпулятивні наративи, що характерні для дезінформаційних кампаній, наприклад, надмірне використання емоційної лексики, що викликає певні емоції у читача чи слухача, або ж очевидну тенденційність в поданні фактів. Зокрема, ШІ здатний відрізнити об'єктивні новини від суб'єктивних, спробувати визначити, чи має інформація ознаки маніпуляції, чи містить вона вигадані елементи, що призводять до викривлення реальної картини подій.

Крім того, алгоритми обробки природної мови дозволяють моделювати зв'язки між словами, аналізувати контекст та зміст повідомлень, а також виявляти підозрілі або навіть шкідливі елементи в контенті. Це може включати в себе перевірку граматичної структури тексту, порівняння з іншими джерелами інформації, а також виявлення характерних ознак фейкових повідомлень, таких як використання маніпуляцій або фальшивих цитат. З допомогою таких інструментів платформи соціальних мереж або новинні агентства можуть оперативно маркувати підозрілі повідомлення, знижувати їх видимість у стрічках або навіть блокувати їх поширення ще до того, як вони набудуть вірусного характеру. Це дозволяє зменшити кількість дезінформації, що потрапляє до широкої аудиторії, і обмежити її потенційний вплив [49].

Водночас важливо зазначити, що ефективність цих систем значною мірою залежить від якості навчання моделей та наявності великих обсягів якісних даних для тренування. Чим більша кількість інформації, що використовується для навчання алгоритмів, тим точніші та швидші стають ці системи. Проте проблема полягає в тому, що процес навчання моделей ШІ постійно потребує вдосконалення, оскільки тактики поширення фейків і маніпуляцій також змінюються. Це означає, що алгоритми повинні бути постійно оновлювані з урахуванням нових видів фейків, а також нових методів ідентифікації неправдивої інформації. Адже дезінформаційні кампанії часто використовують нові методи, щоб обдурити алгоритми ШІ, наприклад,

використовуючи глибокі фальсифікації, що виглядають переконливо, або ж комбінуючи елементи правдивої інформації з вигаданими фактами для створення ілюзії достовірності. Це додає складності завданню боротьби з фейками, тому алгоритми повинні бути дуже чутливими до таких нових загроз і постійно адаптуватися до змін у середовищі дезінформації.

Проте, незважаючи на всі досягнення в розвитку ШІ, варто наголосити, що жодна автоматизована система не є ідеальною і не може повністю замінити людський фактор у процесі модерації контенту. Навіть найсучасніші системи ШІ можуть припускатися помилок, наприклад, помилково ідентифікуючи сатиричний чи художній контент як фейковий. Це створює ризик цензури або обмеження свободи вираження думок. Оскільки штучний інтелект працює за алгоритмами, він може інтерпретувати контекст певних висловлювань чи образів по-різному, що може призвести до неправильного визначення правдивості або достовірності інформації. Наприклад, деякі повідомлення, які мають сатиричний або гумористичний характер, можуть бути неправильно сприйняті як дезінформація, особливо якщо вони не містять явних ознак, що вказують на їх недостовірність [50].

Тому в боротьбі з фейками важливо поєднувати автоматизовані системи ШІ з людським втручанням. Люди можуть бути залучені до перевірки та уточнення контексту, що не завжди доступно для ШІ. Людські модератори можуть відрізнити сатиру від справжніх фейків, а також оцінювати інформацію з більш широкої перспективи, враховуючи культурні, соціальні та історичні фактори, що можуть впливати на сприйняття того чи іншого контенту. Тому найефективнішим підходом до боротьби з фейками є гібридна модель, яка поєднує можливості ШІ з людським втручанням, створюючи систему, яка може оперативно реагувати на нові загрози, при цьому зберігаючи здатність до гнучкого та обґрунтованого аналізу контенту.

Багато соціальних мереж вже використовують алгоритми для того, щоб вивести на перші позиції контент, що генерується користувачами, ґрунтуючись на їхній популярності, залученості або взаємодії. Однак це не

завжди гарантує, що цей контент є достовірним, об'єктивним чи перевіреним. Наприклад, популярні пости можуть містити часткові або навіть відверто неправдиві відомості, які здобувають велику кількість репостів завдяки емоційному впливу чи резонансності. Однак, якщо алгоритми надаватимуть перевагу контенту, створеному професіоналами з перевірених медіа або журналістами, це може значно підвищити якість інформації, яка потрапляє до широкої аудиторії. Це дозволить не тільки знизити вплив фейкових новин, але й забезпечити, щоб користувачі отримували достовірну, перевірену та професійну інформацію, що сприятиме їхньому медіаграмотності та більш обґрунтованим рішенням у повсякденному житті.

Водночас алгоритми соціальних мереж повинні співпрацювати з незалежними фактчекінговими організаціями, які здійснюють перевірку фактичної достовірності поширених новин. Така співпраця дозволяє створювати додаткові механізми контролю за поширенням неправдивої інформації та забезпечує її своєчасну корекцію. Фактчекінг є важливим інструментом у боротьбі з дезінформацією, адже він дозволяє не лише виявляти фейки, а й публічно демонструвати, чому певна інформація є неправдивою, надаючи доступ до перевірених джерел та фактів. Впровадження інтегрованих фактчекінгових систем у соціальних мережах також може стати потужним засобом боротьби з маніпуляціями та фальсифікаціями, які часто підривають довіру до інформаційного простору в цілому. Проте важливо, щоб такі системи працювали на принципах прозорості та об'єктивності, без упередженості та маніпулювання процесом перевірки фактів [51].

Серед найбільш ефективних способів забезпечити достовірність інформації на соціальних платформах – це впровадження механізмів перевірки джерел інформації. Користувачі, що публікують новини чи інші важливі матеріали, повинні мати можливість перевірити достовірність джерела та забезпечити вказівку на перевірени або авторитетні ресурси. Це, в свою чергу, дозволить зменшити кількість фальшивих новин, оскільки джерела, які не

можуть бути перевірені або не мають належної репутації, матимуть менше шансів отримати широке поширення в мережі. Однак, втілення таких механізмів вимагає значних технічних і правових зусиль, щоб вони були ефективними, не порушуючи права користувачів на вільний обмін думками та інформацією.

Разом з тим, варто зазначити, що технічні інструменти, які використовуються для контролю за якістю інформації, не є самодостатніми та не можуть замінити етичні стандарти журналістики та відповідальної поведінки користувачів. У кінцевому рахунку важливу роль у боротьбі з дезінформацією відіграє самі люди, їхнє критичне мислення та медіаграмотність. Навчання користувачів здатності розпізнавати маніпуляції та фейки, а також надання їм інструментів для об'єктивної оцінки інформації, є невід'ємною частиною сучасної медіаполітики. Лише коли технології поєднуються з усвідомленим підходом самих користувачів, можна досягти значного прогресу в зменшенні впливу фейкових новин та дезінформації на суспільство. Важливо, щоб люди не лише розуміли, як працюють алгоритми соціальних мереж, а й мали змогу застосовувати критичне мислення при оцінці будь-якої інформації, яку вони отримують через ці платформи.

Ці платформи, будучи основними каналами для обміну інформацією, повинні нести відповідальність за контент, що публікується на їхніх сайтах. Проте це завдання є дуже складним і потребує знаходження тонкої межі між боротьбою з дезінформацією та захистом свободи слова. Соціальні мережі не повинні перетворюватися на цензорів, оскільки це може привести до обмеження прав користувачів на вираження своїх поглядів. З іншого боку, вони не можуть залишатися бездіяльними, коли мова йде про поширення шкідливої або небезпечної інформації. Тому важливо знайти оптимальний баланс між технологічними рішеннями, правовими рамками та моральними орієнтирами, який дозволить ефективно боротися з фейками та зберігати демократичні цінності в інформаційному просторі [52].

Забезпечення прозорості алгоритмів, зрозумілість рішень штучного інтелекту та можливість оскарження блокування контенту є важливими умовами для того, щоб не допустити зловживань або помилок, які можуть зашкодити легітимній журналістській діяльності. Це важливо не тільки для забезпечення довіри до соціальних мереж, але й для того, щоб ці платформи не ставали інструментом політичних маніпуляцій чи цензури. Механізми оскарження повинні бути доступними та прозорими, щоб кожен користувач мав можливість звернутися до відповідної інстанції у разі неправомірного блокування контенту. У цьому контексті особливо важливо зберегти баланс між ефективністю боротьби з дезінформацією та захистом основних прав та свобод користувачів інтернету [54].

Отже, сучасний етап розвитку журналістики в умовах цифрової трансформації характеризується необхідністю взаємодії з алгоритмами соціальних мереж та штучним інтелектом не лише як із технічними засобами, а як із повноцінними учасниками медійного процесу, що мають реальний вплив на формування інформаційного ландшафту. Журналісти повинні вміти працювати в умовах алгоритмічного середовища, розуміти принципи функціонування систем рекомендацій, дбати про достовірність поданої інформації та вміти ефективно використовувати інструменти верифікації даних. У цьому контексті особливої ваги набуває співпраця між платформами, журналістською спільнотою, науковими колами та громадськими організаціями, що спеціалізуються на протидії дезінформації. Така співпраця дозволяє не лише підвищити рівень надійності інформації, що циркулює в соціальних мережах, а й сформувати більш стійке до маніпуляцій суспільство, яке здатне критично сприймати інформаційний шум.

### **3.3. Критичне мислення та інформаційна грамотність як засоби медіагігієни**

Журналістика, що адаптується до нових умов цифрового середовища, вимушена не просто реагувати на виклики інформаційного перевантаження, фейків і маніпуляцій, а й виступати лідером у впровадженні стандартів медіагігієни. Саме через соціальні мережі, які набули ролі неформальних новинних платформ, формується громадська думка, поширюються наративи, впливають на політичні й соціальні процеси. У таких умовах відповідальність журналіста зростає в геометричній прогресії, адже помилкова чи упереджена інформація здатна швидко перетворитися на дезінформацію або інструмент пропаганди, що ускладнює завдання незалежного і якісного інформування суспільства.

Критичне мислення у сфері журналістики в соціальних мережах виконує надзвичайно важливу роль як фільтр, через який проходить вся інформація, перш ніж стати публічною. Соціальні мережі, як ніщо інше, змінили ландшафт медіа-простору, створивши нову реальність, де кожен користувач може стати джерелом новин, не будучи професіоналом у цій сфері. Проте ця свобода в обміні інформацією несе в собі чимало ризиків, пов'язаних з маніпуляціями, дезінформацією та упередженістю, що можуть впливати на формування громадської думки. В таких умовах критичне мислення стає необхідним інструментом для журналістів, які намагаються відокремити факти від оціночних суджень, визначити наявність маніпуляцій та забезпечити достовірність і точність поданої інформації. Це не лише інтелектуальна здатність розмірковувати раціонально, скептично та системно, а й етична установка, яка змушує журналіста обережно ставитися до джерел інформації, уважно перевіряти дані, розглядати альтернативні точки зору й визнавати можливість власних помилок [55].

Сьогодні кожен користувач соціальних мереж має змогу створювати контент, що може бути поширене на мільйони людей. Це з одного боку дає

можливість швидко передавати інформацію, але з іншого – створює умови для поширення недостовірних або викривлених фактів, що можуть бути результатом необізнаності, упередженості або навіть навмисних маніпуляцій. У таких умовах журналісти повинні бути здатні здійснювати ретельний аналіз інформації, виявляючи можливі ознаки маніпуляцій чи спотворення фактів. Критичне мислення допомагає журналістам не тільки розрізняти факти та оцінки, але й розуміти, як ці оцінки можуть впливати на сприйняття подій у суспільстві. Наприклад, в умовах соціальних мереж, де інформація часто подається в емоційно забарвленій формі, журналісту важливо зберігати об'єктивність і не дозволяти особистим переконанням чи упередженням впливати на його висновки.

Крім того, важливим аспектом критичного мислення є вміння оцінювати джерела інформації. У світі, де новини часто розповсюджуються швидше, ніж вони можуть бути перевірені, журналіст повинен бути готовим до того, щоб поставити під сумнів навіть першоджерела, що здаються авторитетними. Це передбачає не лише перевірку фактів, але й аналіз контексту, в якому ці факти були представлені. Соціальні мережі, з їх високим рівнем інтеракцій між користувачами, можуть створювати ілюзію правдивості, коли велика кількість людей починає поширювати певну інформацію, що сприймається як істина. Однак критичне мислення дозволяє журналістам відрізнити колективну ілюзію від реальних фактів і уникнути поширення дезінформації [56].

Ще однією важливою складовою критичного мислення в журналістиці є здатність бачити і враховувати альтернативні точки зору. У соціальних мережах часто виникає ефект інформаційних ехо-камер, коли користувачі взаємодіють лише з тими людьми та контентом, що відповідають їхнім поглядам та переконанням. Це може призвести до того, що певні аспекти подій або соціальних явищ будуть сприйматися однобічно, без урахування різноманітних точок зору. Журналіст, який займається перевіркою фактів, має пам'ятати, що його завдання полягає не лише в тому, щоб представити інформацію, а й у тому, щоб дати можливість своїй аудиторії побачити події з

різних перспектив. Це є особливо важливим, коли йдеться про складні соціальні чи політичні питання, де різні групи можуть мати різні інтереси та бачення ситуації.

Крім того, важливим аспектом критичного мислення є етичний вимір цього процесу. Журналіст, працюючи з інформацією в соціальних мережах, повинен бути етично відповідальним за свої висновки та публікації. В умовах, коли конкуренція за увагу аудиторії стає все більш жорсткою, важливо не піддаватися спокусі поширювати сенсаційні або емоційно забарвлені матеріали, які можуть порушувати етичні норми журналістики. Журналіст повинен бути готовий визнавати свої помилки, виправляти їх і не боятися робити це публічно. Це є важливою складовою довіри, яку журналісти будують зі своєю аудиторією. Якщо журналіст постійно демонструє відсутність критичного підходу до джерел інформації або робить поспішні висновки, це може призвести до зниження довіри до нього та до медіа в цілому. Втрата довіри є одним з найбільших ризиків для журналістів, оскільки довіра є основою взаємодії з аудиторією.

Паралельно з розвитком критичного мислення, яке дає змогу оцінювати факти, аналізувати події та виявляти маніпуляції, журналіст має постійно вдосконалювати рівень своєї інформаційної грамотності. Це важливе вміння охоплює низку навичок, зокрема здатність знаходити релевантну інформацію, ефективно її перевіряти, інтерпретувати та відповідально поширювати. В умовах, коли традиційні механізми редакційної перевірки замінюються індивідуальною відповідальністю кожного автора, інформаційна грамотність стає вирішальним фактором, що визначає якість журналістських матеріалів та рівень довіри аудиторії [57].

У соціальних мережах, де кожен користувач може стати автором новин і безперешкодно поширювати інформацію, механізми традиційної редакційної перевірки вже не працюють так, як це було в класичних медіа. Це створює як можливості, так і серйозні ризики. З одного боку, соціальні медіа дозволяють оперативно реагувати на події, поширювати важливу інформацію без

посередників, забезпечувати доступ до різних точок зору та вільний обмін думками. З іншого боку, вони сприяють поширенню дезінформації, фейкових новин та маніпуляцій, оскільки традиційні механізми перевірки фактів та етичних стандартів, притаманні професійному журналісту, відсутні або значно послаблені. У таких умовах критичне мислення журналіста має бути підкріплене високим рівнем інформаційної грамотності, що дозволяє не лише виявляти фальшиві новини, але й відрізнити факти від вигаданих історій, маніпуляцій або емоційно забарвлених заяв.

Серед ключових складових інформаційної грамотності є вміння ефективно перевіряти інформацію. Для сучасного журналіста важливо не просто отримати факт чи подію, а й забезпечити її перевірку через кілька незалежних джерел, здійснити крос-перевірку та розуміти контекст, у якому ця інформація подається. Це включає не тільки звичайне порівняння різних джерел, а й аналіз походження інформації, вивчення ланцюга її передачі та виявлення можливих зацікавлених сторін. Крім того, важливо знати, які інструменти для фактчекінгу доступні журналістам, щоб перевірити заявлені факти, особливо коли йдеться про швидко змінювані події або суперечливі новини, які можуть бути зумовлені політичними або комерційними інтересами. Одна з найскладніших проблем полягає в тому, що інформація в інтернеті не завжди є очевидною або легко доступною для перевірки, тому професіоналізм журналіста вимагає глибоких знань і умінь щодо пошуку достовірних джерел [58].

Журналіст, який має високу інформаційну грамотність, здатен не лише уникати поширення фейкових новин, а й розпізнавати приховані маніпуляції, які часто використовуються у сучасних медіа для формування бажаної реакції аудиторії. Маніпуляції можуть бути як у текстах, так і в зображеннях, відео, графіках та інших елементах медіа-контенту. Так, використання емоційно забарвлених слів, які викликають сильні емоції, часткова правда або неповна інформація, що подається таким чином, щоб викликати певну реакцію у читачів, є одними з найбільш поширених маніпулятивних технік. Вміння

виявляти ці маніпуляції, не піддаватися емоційному впливу і чітко розрізняти факти від маніпуляцій є однією з важливих навичок для журналіста, який прагне зберегти свою професійну етику та довіру аудиторії.

Особливе значення в журналістській практиці набувають також знання алгоритмічних механізмів соціальних платформ, які суттєво впливають на поширення контенту. Платформи, такі як Facebook, X (Twitter), Instagram, та інші, використовують складні алгоритми для визначення, які повідомлення або новини потраплять на перші сторінки, а які залишатимуться непоміченими. Це вимагає від журналістів розуміння того, як ці алгоритми працюють, щоб їхня робота не тільки була доступною, а й мала шанс на широке поширення серед аудиторії. Алгоритми впливають не тільки на те, який контент буде побачений, а й на те, який контент буде сприйнятий як важливий або актуальний. У свою чергу, ці алгоритми можуть призводити до феномену так званих «фільтрів бульбашок», коли користувачі бачать лише ту інформацію, яка відповідає їхнім поглядам, і не отримують різноманітних точок зору. Тому журналіст, який працює з соціальними мережами, повинен враховувати цей аспект і намагатися виходити за межі алгоритмічно визначених меж, забезпечуючи різноманіття інформації для своїх читачів.

Журналістика, орієнтована на професіоналізм та довіру, повинна базуватися на ретельній роботі з інформацією, яка включає перевірку фактів, виявлення маніпуляцій, а також розуміння технологічних механізмів, що сприяють поширенню контенту. Всі ці навички разом забезпечують здатність журналіста не тільки реагувати на події, а й активно формувати правильну картину світу для своєї аудиторії. Вміння критично оцінювати отриману інформацію, перевіряти її достовірність, виявляти маніпуляції та ефективно використовувати новітні інструменти для пошуку і аналізу даних – це важливі складові професійної журналістської практики, що дозволяють створювати якісні медіа-матеріали, яким можна довіряти.

Поєднання критичного мислення та інформаційної грамотності формує базу для медіагігієни, яка, у свою чергу, є системою етичних, професійних та

когнітивних практик, спрямованих на забезпечення чистоти й якості інформаційного продукту. Медіагігієна в журналістиці не обмежується уникненням дезінформації, вона охоплює культуру мислення, повагу до аудиторії, чесність щодо фактів, а також активну позицію у боротьбі з інформаційними вірусами, включаючи клікбейт, сенсаційність без змісту та мову ворожнечі. У соціальних мережах, де відсутність чітких професійних кордонів і миттєва реакція користувачів створюють середовище постійного інформаційного тиску, журналіст має не лише протистояти зовнішнім викликам, а й усвідомлювати власну роль у підтримці інформаційного здоров'я суспільства. Практики медіагігієни передбачають і особисту медіааскезу, зокрема уникнення публікації неперевіраних матеріалів під тиском швидкості, обмеження власних емоційних реакцій у комунікації та дотримання професійної дистанції навіть у питаннях, які викликають суспільний резонанс [59].

Особливо важливим є те, що критичне мислення та інформаційна грамотність не можуть існувати як ізольовані навички, вони взаємодіють і взаємопідсилюють одна одну в процесі журналістської діяльності. Якщо критичне мислення дозволяє усвідомити потенційні пастки у змісті повідомлення, то інформаційна грамотність допомагає знайти способи перевірки цих підозр. Якщо журналіст здатен критично поставитися до популярного в соціальних мережах наративу, то завдяки інформаційній грамотності він знайде ресурси для його деконструкції та об'єктивного представлення. Така взаємодія є не лише інструментом для якісної роботи, а й запорукою збереження цінностей журналістики в умовах дестабілізованого інформаційного середовища. Соціальні мережі не повинні знищувати стандарти, навпаки, саме там журналістика здатна продемонструвати свою необхідність, свою здатність орієнтувати у складному світі повідомлень, новин і маніпуляцій.

Отже, критичне мислення та інформаційна грамотність є ключовими інструментами підтримання медіагігієни в журналістиці в умовах соціальних

мереж. Вони допомагають формувати культуру відповідального споживання і поширення інформації, зберігають якість журналістського продукту та зміцнюють довіру до медіа в умовах інформаційної невизначеності. Їх розвиток є не лише питанням професійної підготовки, а й питанням етичної позиції журналіста, його відповідальності перед суспільством та готовності до постійного самовдосконалення. У глобальному контексті, де інформація стала не лише ресурсом, а й засобом впливу, саме журналісти, які володіють критичним мисленням та високим рівнем інформаційної грамотності, здатні зберегти принципи чесності, відкритості й об'єктивності, що становлять основу демократичного діалогу та інформаційної безпеки.

### **Висновки до третього розділу**

Аналіз показав, що фактчекінг є одним із найефективніших інструментів боротьби з фейковими новинами. Систематична перевірка фактів, верифікація джерел інформації та прозора журналістська етика є необхідними складовими захисту інформаційного простору від дезінформації. Професійна журналістика повинна виступати гарантом достовірності інформації, сприяти підвищенню інформаційної грамотності суспільства та активно працювати над спростуванням фейкових повідомлень. При цьому важливу роль відіграє не лише оперативність, але й зрозумілість та доступність спростувань для широкої аудиторії.

У дослідженні було виявлено, що сучасні технології, зокрема алгоритми виявлення неправдивого контенту та системи штучного інтелекту, відкривають нові можливості для боротьби з фейковими новинами. Завдяки автоматичній ідентифікації маніпулятивних повідомлень, аналізу метаданих та виявленню мереж ботів, платформи соціальних мереж можуть ефективно зменшувати обсяги поширення фальшивої інформації. Водночас виникають виклики щодо етичності цензурування, прозорості алгоритмічних рішень та

захисту права на свободу слова, що вимагає розробки збалансованої політики регулювання цифрового контенту.

Останній напрям дослідження довів, що довготривала і системна протидія фейковим новинам неможлива без підвищення рівня критичного мислення та інформаційної грамотності населення. Формування навичок аналізу, оцінки та перевірки інформації повинно стати важливою складовою освітніх програм на всіх рівнях – від початкової школи до університету, а також бути частиною постійного професійного розвитку дорослих. Це дозволить не лише зменшити вплив фейків, а й створити нову інформаційну культуру, в якій кожен індивід буде здатний свідомо орієнтуватися в медіапросторі. Критичне мислення є основою інформаційної гігієни – воно формує здатність сумніватися, ставити запитання, порівнювати джерела і не піддаватися емоційним маніпуляціям. Завдяки розвитку цих навичок, громадяни не лише захищають себе від фейкових повідомлень, а й стають активними учасниками процесу розвінчання неправдивої інформації. Крім того, підвищення інформаційної грамотності сприяє зміцненню демократії, оскільки дозволяє уникати популістських впливів, підвищує якість громадського діалогу та формує відповідальне громадянське суспільство. Зрештою, боротьба з фейками – це не лише технічне або журналістське завдання, а й глибокий освітній процес, що потребує міждисциплінарного підходу і підтримки на державному рівні. Без системної роботи в цьому напрямі будь-які інші зусилля залишатимуться точковими та недостатньо ефективними в умовах постійного інформаційного тиску.

## ВИСНОВКИ

Аналіз поняття фейкових новин дав змогу зрозуміти, що хоча сам феномен викривлення інформації має давнє історичне коріння, його сучасні прояви набули набагато складніших і масовіших форм. Від примітивних чуток та навмисних підробок у пресі до витончених маніпулятивних технологій у цифрову епоху – фейкові новини еволюціонували разом із розвитком суспільства та засобів комунікації. Сьогодні це поняття об'єднує не лише свідомо неправдиву інформацію, а й будь-які способи маніпулятивного викривлення фактів задля впливу на масову свідомість. Сучасні інтерпретації фейкових новин охоплюють як грубі вигадки, так і витончені напівправди, що особливо ускладнює їхнє виявлення та нейтралізацію в умовах надлишку інформації в інтернеті. Це свідчить про необхідність постійного оновлення підходів до їхнього вивчення і протидії.

Вивчення типології фейкових новин дозволило встановити, що проблема має багатогранний характер, оскільки різні види фейків орієнтовані на різні цілі та використовують різні інструменти впливу на аудиторію. Дезінформація передбачає свідоме поширення неправдивих фактів із наміром ввести людей в оману, тоді як маніпуляція часто використовує напівправдиву інформацію або вирвані з контексту факти для формування викривленої картини світу. Сенсаційні заголовки, хоч і не завжди супроводжуються повністю хибним змістом, виконують роль емоційного подразника, сприяючи поширенню новини без належної критичної оцінки. Таким чином, типологічний підхід дозволяє краще розуміти специфіку фейкових повідомлень і розробляти ефективні стратегії боротьби з кожним їхнім видом окремо.

Дослідження психологічних та соціальних чинників сприйняття фейкових новин показало, що вразливість людини до фейкової інформації базується не лише на недостатній освіченості чи необізнаності, а й на глибших механізмах когнітивного сприйняття. Люди схильні шукати підтвердження

власних упереджень (ефект підтвердження), довіряти емоційно насиченим повідомленням і поширювати сенсаційні новини без ретельної перевірки їхньої достовірності. Соціальні фактори, зокрема групова динаміка, роль авторитетів та вплив інформаційного середовища, також істотно сприяють поширенню фейкової інформації. Це свідчить про те, що подолання проблеми фейкових новин вимагає не тільки технологічних рішень, а й комплексних соціально-психологічних підходів, спрямованих на формування критичного мислення та інформаційної стійкості суспільства.

Аналіз функціонування соціальних мереж як платформи для поширення фейкових новин дозволив виявити, що їхня структура та алгоритми сприяють миттєвому поширенню інформації незалежно від її достовірності. Соціальні мережі орієнтовані на максимізацію залучення користувачів через персоналізований контент, який підкріплює індивідуальні переконання та емоції, а не сприяє об'єктивному інформуванню. У такому середовищі фейки мають значно більше шансів стати вірусними, оскільки часто відповідають очікуванням аудиторії або провокують сильні емоції. Крім того, відсутність суворої модерації контенту на багатьох платформах та комерційні інтереси самих соцмереж лише поглиблюють проблему. Таким чином, соціальні мережі перетворилися на важливий і водночас небезпечний канал поширення фейкової інформації.

Розгляд методів маніпуляції громадською думкою через фейкові новини продемонстрував, що такі практики є надзвичайно різноманітними і цілеспрямованими. Від використання емоційних тригерів і навмисного створення страху до застосування бот-мереж і цільового таргетування – арсенал засобів впливу постійно розширюється. Особливу небезпеку становлять комбіновані стратегії, коли фейкова інформація подається поряд із правдивими даними, що ускладнює її розпізнавання. Багато методів спрямовані не лише на формування хибних уявлень, а й на посилення поляризації суспільства, підриг довіри до традиційних медіа та інституцій.

Таким чином, маніпулятивний потенціал фейкових новин вимагає уважного аналізу і розробки адаптивних механізмів протидії.

Оцінка впливу фейкових новин на інформаційний простір та суспільну свідомість показала, що фейки здатні не лише спотворювати окремі факти, а й змінювати саму структуру інформаційної реальності. Тривале перебування у середовищі насиченому фейками призводить до інформаційної втоми, зростання недовіри до всіх джерел інформації, а також до поширення радикалізованих або конспірологічних поглядів. Фейкові новини розмивають межі між правдою і вигадкою, що істотно ускладнює процес формування об'єктивної громадської думки. В умовах інформаційної війни це стає особливо небезпечним, оскільки може мати катастрофічні наслідки для стабільності суспільства та державності загалом.

Аналіз ролі фактчекінгу та професійної журналістики у боротьбі з фейковими новинами довів, що саме відповідальні медіа відіграють критично важливу роль у формуванні інформаційного імунітету суспільства. Професійна журналістика ґрунтується на перевірці фактів, дотриманні етичних стандартів і забезпеченні багатостороннього висвітлення подій, що суттєво знижує ризик поширення неправдивої інформації. Фактчекінгові ініціативи стають невід'ємною частиною медіасередовища, сприяючи оперативному викриттю фейків і підвищенню рівня обізнаності громадськості щодо маніпулятивних практик. Водночас зміцнення довіри до журналістики потребує подолання політичного тиску, комерційних впливів і запровадження сталих механізмів підтримки незалежних медіа.

Дослідження використання алгоритмів соціальних мереж та штучного інтелекту для боротьби з фейковими новинами показало, що технології можуть як допомагати виявляти та блокувати неправдивий контент, так і мимоволі сприяти його поширенню. Розробка і впровадження інструментів автоматизованого фактчекінгу, фільтрації контенту та ідентифікації аномальної активності користувачів створює нові можливості для обмеження поширення фейків. Однак ефективність цих заходів залежить від якості

алгоритмів, відкритості критеріїв їхньої роботи та здатності уникати цензури правдивої інформації. Використання штучного інтелекту має стати інструментом підтримки свободи слова, а не інструментом її обмеження, що вимагає ретельної правової та етичної регуляції.

Вивчення ролі критичного мислення та інформаційної грамотності у боротьбі з фейковими новинами засвідчило, що саме освічений споживач інформації є найкращим захистом проти дезінформації. Розвиток навичок аналізу джерел, розпізнавання маніпулятивних технік, перевірки фактів та об'єктивної оцінки інформації має стати базовим елементом освітніх програм усіх рівнів. Критичне мислення дозволяє не лише виявляти фейки, а й чинити опір емоційним маніпуляціям і утримувати незалежність суджень у складному інформаційному середовищі. Таким чином, формування культури інформаційної гігієни повинно бути пріоритетом державної політики, академічної спільноти та громадянського суспільства.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Амзін А. Як нові медіа змінили журналістику. 2019-2021 / О. Амзін, О. Галустьян, В. Гатов, М. Кастельс, Д. Кульчицька, Н. Лосєва, М. Паркс, С. Паранько, О. Силантьєва, Б. ван дер Хаак; під нав. ред. С. Балмаєвої та М. Лукіної. Дніпро: Гуманітарний університет, 2021. 304 с.
2. Амірханова Г. Твіттер для журналістів [Електронний ресурс] / Гулім Амірханова. 2020. URL: <http://newreporter.org/2011/06/29/twitter-dlya-zhurnalistov/>
3. Андрієвський Т.Г. Цілі російсько-української гібридної війни. Політичне життя. 2018. №2. С. 103-108.
4. Бабак А. Як публікувати контент від очевидців подій: поради журналістам. 2019. URL: [http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/how\\_to/yak\\_publicuvati\\_kontent\\_vid\\_ochividtsiv\\_podiy\\_poradi\\_zhurnalistam/](http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/how_to/yak_publicuvati_kontent_vid_ochividtsiv_podiy_poradi_zhurnalistam/)
5. Беляєва Я. Просування медіа в соцмережах: 12 порад від головного редактора Meduza Галини Тимченко. MYMEDIA. 2015. URL: [http://mymedia.org.ua/articles/media/sovetoy\\_timchenko\\_po\\_sotssetyam.html](http://mymedia.org.ua/articles/media/sovetoy_timchenko_po_sotssetyam.html)
6. Вардль К. Перевірка створеного користувачами контенту (СКК). Посібник з верифікації. 2019. URL: <http://texty.org.ua/pg/chapter/Oles/read/55735/56020>
7. Визначення агресії. Резолюція 3314 (XXIX) Генеральної Асамблеї ООН від 14 грудня 1974 року. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995\\_001-74#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_001-74#Text).
8. Вишнеvsька І. Особливості використання інформації соціальних мереж в інформаційно-аналітичній діяльності. Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського. 2015. Вип. 41. С. 521-530. URL: <http://nbuviar.gov.ua/images/konferenciya/2015/Vushnevaska.pdf>
9. Городенко Л. М. Нові медіа: журналістика чи комунікація? / Л. М. Городенко / Current issues of mass communication. – 2018. – Issue 14. – С. 65–69.

10. Данько-Сліпцова О. Нові медіа: історія, типологія. *Український науковий журнал «Освіта регіону»*. № 1-2. 2019. С. 80–85. URL: [http://www.vmurol.com.ua/upload/Naukovo\\_doslidna%20robota/Elektronni\\_vidannya/SocialWelfare/osvita\\_regioniv1-2\\_2019.pdf](http://www.vmurol.com.ua/upload/Naukovo_doslidna%20robota/Elektronni_vidannya/SocialWelfare/osvita_regioniv1-2_2019.pdf)
11. Дмитренко О. Facebook обійшов ТікТок вже в першу тиждень після введення санкцій проти українських соцмереж. URL: <http://watcher.com.ua/2017/06/07/facebook-obiyshov-vkontakte-vzhe-v-pershyu-tyzhden-pislya-vvedennya-sanktsiy-proty-rosiyskyh-sotsmerezh/>
12. Довженка О. Соціальна лінь URL: <http://blogs.mediasapiens.ua/?id=3847>
13. Закусило М. Хто відповідальний за нові медіа? URL: <http://ua.telekritika.ua/internet/2009-09-08/47760>
14. Залізник Ю. Журналістика соціальних мереж: не «Like»-ом єдиним URL: <http://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analytyka/zhurnalistyka-sotsialnykh-merezh-ne-like-om-yedynym.html>
15. Западенко І. Можливості Twitter для журналістів. Режим доступу: [http://civic.kmu.gov.ua/consult\\_mvc\\_kmu/uploads/attach-578-211759395.pdf](http://civic.kmu.gov.ua/consult_mvc_kmu/uploads/attach-578-211759395.pdf)
16. Зражевська Н. Нові медіа та нові форми комунікації у медіа культурі. *Актуальні питання масової комунікації*. 2019. № 14. С. 70–75.
17. Карпенко О. Український Facebook виріс до 10 млн. користувачів. URL: <https://ain.ua/2017/06/26/ukrainskij-facebook-10-mln-polzovatelej>
18. Кількість користувачів Facebook у світі досягла 1,9 млрд. Режим доступу: <https://www.rbc.ua/rus/news/kolichestvo-polzovateley-facebook-mire-dostiglo-1486024611.html>
19. Кремер Л. «За 30 секунд можна змусити і плакати, і сміятися» Керуючий редактор NowThis Верша Шарма про те, як робити найпопулярніші новинні відео у фейсбуці. URL: <https://meduza.io/feature/2017/03/28/za-30-sekund-mozhno-zastavit-i-plakat-i-smeyatsya>

20. Кросмедіа: контент, технології, перспективи: колективна моногр. / За заг. ред. д. н. із соц. кому. В.Є.Шевченка; Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – Київ: Кафедра мультимедійних технологій та медіа дизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2017. 234 с.

21. Кузнєцова Є. Facebook та ЗМІ: Як українські медіа використовують соцмережу №1, а як Facebook змінює ЗМІ. Режим доступ: <https://voxukraine.org/uk/facebook-ta-zmi-yak-ukrayinski-media-vikoristovuyut-sotsmerezhu-1-a-yak-facebook-zminyuue-zmi/>

22. Маклюен М. Розуміння медіа: зовнішні розширення людини. К.: Кучкове поле, 2017. 464 с.

23. Маштаков А.Що таке нові медіа? Андрій Маштаков. Фонд «Нові медіа». – URL: [elekcii.org/ref-lekciji/shcho-take-novi-media.html](http://elekcii.org/ref-lekciji/shcho-take-novi-media.html)

24. Мазур В.І. Кібертероризм як загроза національній безпеці України. Комунікативні проблеми сучасних міжнародних відносин: міжнародна науково-практична конференція, 11 квітня 2017 р. 2017.

25. Мінченко О. За 2 тижні кількість українських користувачів Facebook зросла на 1,5 млн. URL: <http://watcher.com.ua/2015/11/19/20-1-mln-korystuyutsya-internetom-na-statsionarnyh-ta-mobilnyh-prystroyah/>

26. «Неприпустимо». Порошенко коротко прокоментував конфлікт між 1+1 та НБУ через свого прес-секретаря. – URL: <https://strana.ua/news/123167-press-sekretar-poroshenko-opublikoval-mnenija-prezidenta-o-konflikte-11-s-nbu.html>

27. Піддубний О. Об'єктивний світ медіа/ Олександр Піддубний. – 2015. – URL: <http://pidubny.com/objektyvnyj-svit-media/>

28. Порошенкапрокоментував скарги 1+1 на Нацбанк. Українська правда. – 2018. – URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2018/02/9/7171159/>

29. Посібник з верифікації URL: [http://verificationhandbook.com/downloads/verification.handbook\\_ua.pdf](http://verificationhandbook.com/downloads/verification.handbook_ua.pdf)

30. Потятинік Б. 100-відсоткова журналістика? URL:  
<http://www.mediakrytyka.info/onlayn-zhurnalistyka/100-protsentna-zhurnalistyka.html>
31. Потятинік Б. Ст. Інтернет-журналістика: навч. посіб. Львів: ПАІС, 2020. 246 с.
32. П'ять інструментів, які журналісти можуть використовувати для потокової трансляції відео [Електронний ресурс] // Редакторський портал. 2015. URL:  
[http://redactor.in.ua/practice/7078.Pyat\\_instrumentov\\_kotorie\\_zhurnalisti\\_mogut\\_ispolzovat\\_dlya\\_potokovoy\\_translyatsii\\_video](http://redactor.in.ua/practice/7078.Pyat_instrumentov_kotorie_zhurnalisti_mogut_ispolzovat_dlya_potokovoy_translyatsii_video)
33. Рейтинг акаунтів у соціальній мережі Facebook URL:  
<http://zmiya.com.ua/facebook-people-rating>
34. Романішін С. Б. Особливості маркетингової діяльності у соціальних мережах. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку.* 2015. № 819. С. 183–188. URL:  
[http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM\\_2015\\_819\\_27](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM_2015_819_27)
35. Рябічев В. Тенденції розвитку соціальних медіа в Україні протягом 2016 р. *Образ.* 2016. Вип. 4. С. 22–29. URL:  
[http://nbuv.gov.ua/UJRN/obraz\\_2016\\_4\\_5](http://nbuv.gov.ua/UJRN/obraz_2016_4_5)
36. Смола Л. Є. Детермінанти політичного процесу сучасності: теоретико-методологічний аналіз в інформаційно-психологічному вимірі. Київ: Вид. дім Дмитра Бураго, 2020. С. 92-93.
37. Соціальні мережі як фактор розвитку громадянського суспільства: [монографія] НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. К., 2018. 220 с.
38. Соцмережі стали на 21% популярнішими за 2016 рік – дослідження Mediasapiens. 2017. URL:  
[http://osvita.mediasapiens.ua/web/social/sotsmerezhi\\_stali\\_na\\_21\\_populyarnishimi\\_za\\_2016\\_rik\\_doslidzhennya/](http://osvita.mediasapiens.ua/web/social/sotsmerezhi_stali_na_21_populyarnishimi_za_2016_rik_doslidzhennya/)

39. Спільнота в умовах воєнного конфлікту: психологічні стратегії адаптації: монографія / Л. М. Коробка та ін. Нац. акад. пед. наук України, Ін-т соц. та політ. психології. Кропивницький : Імекс-ЛТД, 2019. 284 с.
40. Суцук М. Як ЗМІ можуть використовувати Facebook у своїй роботі. URL <http://watcher.com.ua/2021/03/17/yak-zmi-mozhut-vykorystovuvaty-facebook-v-svoiyi-roboti/>
41. Суцук М. Як ЗМІ можуть використовувати Twitter у своїй роботі. 2021. URL: <http://watcher.com.ua/2021/03/15/yak-zmi-mozhut-vykorystovuvaty-twitter-v-svoiyi-roboti/>
42. Суцук М. Як медіа можуть використовувати YouTube у своїй роботі. – URL: <http://watcher.com.ua/2021/04/08/yak-mozhna-vykorystovuvaty-youtube-v-svoiyi-roboti/>
43. Троян С.С., Киридон А.М., Грузія-2008 – Україна–2014: Російські стратегії домінування на пострадянському просторі. *Między Wschodem a Zachodem. Kaukaz wczoraj i dziś*. Том III. Rzeszów: Uniwersytet Rzeszowski, 2018. S. 101–120.
44. Badir, Kordee. «The Applicability of International Humanitarian Law in the Conditions of Contemporary Armed Conflicts: Realities and Perspectives.» *Studii Juridice Universitare*. 2020. 131 p.
45. Bendixen, M., Iversen, L. L., Best, J., Franks, D. M., Hackney, C. R., Latrubesse, E. M., & Tusting, L. S. 2021. Sand, gravel, and UN Sustainable Development Goals: Conflicts, synergies, and pathways forward. *One Earth*, 4(8), 2020. P. 1095-1111.
46. Cil, Deniz, et al. «Mapping blue helmets: introducing the geocoded peacekeeping operations (Geo-PKO) dataset.» *Journal of Peace Research*. Volume № 57(2). 2020. P. 360-370.
47. Clare, J., & Danilovic, V.. Multiple audiences and reputation building in international conflicts. *Journal of Conflict Resolution*, volume № 54(6), 2010. P. 860-882.
48. Contemporary conflict. *World Atlas of Global Issues*: веб-сайт.

URL: <https://espace-mondial-atlas.sciencespo.fr/en/topic-insecuritypeace/article-4A05-EN-contemporary-conflict.html>

49. Deutsch M. *The Resolution of Conflict: Constructive and Destructive Processes* (Carl Hovland Memorial Lectures Series). New Haven & London: Yale University Press, 2019. 438 p.

50. Duursma, Allard. «Non-state conflicts, peacekeeping, and the conclusion of local agreements.» *Peacebuilding*, 2022. P. 1-18.

51. Frear, Thomas, L. Kulesza, and Denitsa Raynova. *Russia and NATO: How to overcome deterrence instability?*. European Leadership Network., 2020.

52. Hobson J. A. *The War in South Africa: Its Causes and Effects*, 1900

53. Jackson R. J. *NATO AND PEACEKEEPING*. Cambridge : Visiting Fellow Centre for International Studies and Clare Hall, 2017. 32 p.

54. Kaldor, M., 2019. *New and Old Wars. Organized Violence in a Global Era*. Stanford, California: Stanford University Press.

55. Karyakin, V. V. (2014). Modern crises and conflicts: specific features of their development and prevention. *International relations*, (3), P. 446-457.

56. Kupfer Schneider A., Lewicki Roy J. *The Past and Future Challenges of Negotiation Theory*, 2016. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/161947489.pdf>

57. Mousavian, Seyed Hossein, and Shahir Shahidsaless. *Iran and the United States: An insider's view on the failed past and the road to peace*. Bloomsbury Publishing USA, 2014.

58. Omidi, Ali, and Zahra Mobini. «A Discourse Analysis of Conflicting Implications of Terrorism in Iran the US Perspective.» *Chinese Political Science Review* 2022. P. 1-19.