УДК 2-4:316.77+316.74
DOI https://doi.org/10.31392/cult.alm.2025.1.7

Складан Андрій Анатолійович,
аспірант кафедри богослов'я та релігієзнавства
Навчально-наукового інституту філософії та освітньої політики
Українського державного університету імені Михайла Драгоманова
orcid.org/0009-0006-7388-7863
a.skladan@udu.edu.ua

ВПЛИВ ФЕЙКІВ НА ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО ДИСКУРСУ В РЕЛІГІЙНИХ МЕДІА

Проаналізовано вплив різних медіаформ на сучасне суспільство та культуру з акцентуванням на зміні способів сприйняття та реакції аудиторії відповідно до форми та природи комунікаційних засобів. Розглянуто поширення фейкових новин у контексті постінформаційного суспільства, де інформаційний потік надмірно великий, а технологічний прогрес робить поширення неправдивої інформації легшим і швидшим. Також розглядається вплив сучасних медіатехнологій на формування публічної думки, зокрема зростання значення «attention industry» і «filter bubble», що може призвести до спотворення уявлень і збільшення політизованості дискусій. Підкреслено, що фейкові новини можуть вводити користувачів в оману та впливати на їхній вибір на основі помилкових даних, включати у свою мету використання технологій для маніпуляції людськими упередженнями та щораз більше лобіювання політичних інтересів. Боротьба із цією проблемою стає питанням громадської безпеки та цілісності інформаційного простору, і дослідники безпеки розробляють технології для виявлення та фільтрації недостовірної інформації, що вказує на відповідь викликам у вигляді розпізнавання коректної інформації для забезпечення доступу до об'єктивної та якісної інформації. Продемонстровано різні аспекти фейкових новин, як-от їх намір, спосіб поширення, серйозність впливу та мета поширення, що сприяє розумінню особливостей людського сприйняття і мислення для протидії цьому явищу.

Ключові слова: медіакультура, фейк, фейкові новини, постправда, соціальні цінності, соціальні медіа, маніпуляція.

Skladan Andrii,
Postgraduate Student at the Department of Theology and Religious Studies
Educational and Scientific Institute of Philosophy and Educational Policy
Dragomanov Ukrainian State University
orcid.org/0009-0006-7388-7863
a.skladan@udu.edu.ua

THE INFLUENCE OF FAKES ON THE FORMATION OF MEDIA AND SOCIAL DISCOURSE

The impact of different media forms on modern society and culture is analyzed, focusing on changing the ways of perception and reaction of the audience according to the form and nature of the means of communication. The spread of fake news is considered in a post-information society, where the information flow is enormous, and technological progress makes spreading false information easier and faster. The impact of modern media technologies on the formation of public opinion is also considered, particularly the growth of the importance of the "attention industry" and the "filter bubble", which can lead to distortion of perceptions and increased politicization of discussions. It is emphasized that fake news can mislead users and influence their choices based on erroneous data, including using technology to manipulate human prejudices and the growing lobbying of political interests. Combating this problem is becoming a matter of public safety and the integrity of the information space, and security researchers are developing technologies to detect and filter unreliable information, which indicates an answer to the challenges of recognizing correct information to ensure access to objective and high-quality information. Various aspects of fake news, such as their intention, method of dissemination, severity of impact, and purpose of dissemination, are demonstrated, contributing to understanding the characteristics of human perception and thinking to counteract this phenomenon.

Key words: media culture, fake, fake news, post-truth, social values, social media, manipulation.

Комунікація в релігійному середовищі базується на релігійних канонах і традиціях, має складну структуру і водночас вимагає адаптації до потреб сучасності, залучаючи технічні засоби передачі інформації, як-от преса, радіо, телебачення, інтернет і нові медіа. Така адаптація до сучасної інформаційної картини світу вимагає від релігійних комунікантів та реципієнтів жити за нормами та правилами сучасних медіа. Існуючи в сучасному світі, із засиллям симулякрів, у світі, де істина вже не так і важлива, релігійний масмедійний простір увібрав у себе не найкращі риси політичних, заангажованих ЗМІ та соцмереж, де поширюють недостовірну інформацію, яка не підкріплена фактами й часто спотворена. Релігійні медіа, апелюючи до міфологічної свідомості, популяризують псевдодуховні та політичні ідеї та провадять агітаційну пропаганду.

Аналізуючи вплив різних медіаформ на культуру та суспільство загалом, М. Маклюен стверджував, що сутність повідомлення не залежить від його змісту, а від форми та природи самого засобу комунікації, яка впливає на спосіб сприйняття і реакцію аудиторії (Маклюен, 1966). Безперечно, особливо актуальним у постінформаційному суспільстві стає зосередження не на тому, що передається через медіа, а на наслідках цього поширення для суспільства і культури. Існування в суспільстві навчило людину дивитися на різні аспекти життя як на засоби контролю і влади, рефлексувати про те, як проникнення цих засобів впливає на особисті та соціальні життєві реалії. Кожен новий інструмент, технологія або розширення масштабує наші можливості та вплив на світ, а також призводить до нових форм взаємодії та контролю.

Актуальний характер зчитування та засвоєння нескінчених даних у світовому суспільстві створює комфортні умови для виробництва на поширення фейків. Інформація – ліки або отрута. Обман, неточності, маневрування фактами, застосування інформації у світлі, вигідному поставленій меті, не розпочалося з настанням цифрової епохи, а сягає ще часів софістів. Поширення «фейкових новин» як інструменту для досягнення політичних цілей та впливу на суспільство існувало в історії людства вже давно. Наприклад, Прокопій Кесарійський використовував фейкові новини для зведення наклепів на імператора Юстиніана. Трактат «Таємна історія» був опублікований після смерті Юстиніана і містив історії, які дискредитували імператора та його дружину, проте під час їх життя і служіння їм демонструвалася цілковита підтримка Прокопія (Бурхард, 2017).

Здавалося б, у той період не було способу перевірки та підтвердження достовірності новин, проте й сучасні суспільні практики та медіа, що мають в основі високе інформаційне перевантаження, помножене на розвиток технологій, так само спричиняють труднощі з розпізнанням істинності даних. Істинність визначається тиражами і поняття підмінюється повторювальністю. Кількість створює шум, шум створює ілюзію правильності.

Узагальненими рисами фейкових новин є сфабрикованість і неточність інформації, метою якої є введення в оману або масового переконання з маніпулятивною метою, де значну роль відіграє розвиток соціальних медіа як канал швидкого «вірусного поширення». Так наприклад, на сайті СПЖ є стаття під заголовком «У Лондоні судять вуличного проповідника за цитату з Біблії біля абортарію». У цій статті подано інформацію про священика, котрий стоїть біля клініки з табличкою, на який написані вірші з Святого Письма. На перший погляд, ця стаття носить суто інформаційний характер, але автори статті намагаються маніпулювати суспільною свідомістю, опосередковано вказуючи на моральний занепад та заборону християнських цінностей в Європі (Спілка православних журналістів, 2023).

Проте деякі дослідження звертають увагу на те, що метою подання фейкової інформації не завжди є омана чи маніпуляція (Аймеур, Брасард, 2023). Фейкові новини можуть впливати на громадську думку, формувати ставлення до певних подій або осіб та навіть впливати на світові економічні процеси. У сучасному світі ми спостерігаємо значні досягнення інформаційних систем у маніпуляції свідомістю та поведінковою реакцією аудиторії для досягнення різного роду цілей: комерційних, ідеологічних, тощо. Фейкові новини та клікбейти можуть уводити користувачів в оману, розповсюджуючи недостовірну інформацію або перекручуючи факти, що породжує вибір на основі помилкових даних. Таким чином, боротьба із цими проблемами стає не лише маркетинговим

завданням, але й питанням громадської безпеки та цілісності інформаційного простору. Дослідники інформаційної безпеки відіграють важливу роль у боротьбі з фейковими новинами та клікбейтами і розробляють технології та методи аналізу для виявлення та фільтрації недостовірної інформації, розробляють алгоритми для визначення достовірності джерел та виявлення маніпуляцій з ними (Альдварі, Альвахеді, 2018). Подібні зусилля спрямовані на збереження довіри користувачів до інтернет-сервісів і забезпечення доступу до якісної та об'єктивної інформації. Низка дослідників розглядають феномен фейків як серйозну проблему з ймовірними негативними наслідками для суспільства, зокрема, порушення довіри, спотворення інформації та падіння об'єктивності в масових медіа (Зафарані, Зоу, 2020; Ву, 2018). Важливо відмітити, що фейкові новини можуть поставити під загрозу принципи об'єктивності та достовірності інформації загалом.

Надання необмеженого доступу до великої кількості інформації призводить до різноманітності переконань і цінностей в суспільстві, водночас формує спосіб, в який індивіди реагують на події в соціумі, медійне середовище стає технологією, «в рамках якої розвивається культура; тобто надає форму політиці культури, соціальній організації та звичним способам мислення» (Постман, 2000).

Якщо в минулому столітті мережа Інтернет відкрила нові можливості для доступу до інформації та сприяла демократизації знань, то зі зростанням обсягів інформації в інтернеті виникала проблема пошуку та фільтрації справжності цього контенту. І тоді питання демократизації, її можливостей та форм розвитку набуло нових сенсів, нових питань про її суть. Доступ до інформації та спілкування в будь-який час і в будь-якому місці сприймався як демократизація влади, оскільки це надає громадськості можливість звертатися до різноманітних джерел інформації та висловлювати свої думки через соціальні мережі та інші платформи. Проте згодом виявилося, що цей доступ до інформації може також спричиняти проблеми, зокрема розповсюдження фейкових новин, які трансформувались від форми зловживання до важеля суспільних впливів: «сумна правда полягає в тому, що мова може бути використана для нападу, переслідування та замовчування так само, як і для просвітлення» (Ву, 2018). Так, носієм феномену фейкових новин у православному медіасередовищі є ресурси: телеканал «Спас», Спілка православних журналістів (СПЖ), Агентство церковних новин «Romfea.gr» тощо, а також різноманітні православні блогери, які пов'язані з російською православною церквою та її українським васалом – УПЦ МП.

Значну роль у процесі «підміни» або створення нової реальності за допомогою маніпулятивних образів відіграють саме фейкові новини. Серйозність впливу, спричиненого хибними даними в таких повідомленнях, актуалізує механізми створення схем для розпізнавання коректності інформації, де ключовими є кроки виявлення, відстеження, класифікації положень та систематизація правдивості.

Н. Постман розглядав медіасередовища як систему, що саморозвивається та викликає ускладнення процесів епохи. Технологічні зміни мають системний, екологічний характер, і медіа виступають як посередники між людиною-суб'єктом і об'єктом сприйняття. Особливої актуальності подібні висновки набувають у часи вседоступності інформації – її швидкості, множинності, а тому оманливості й подвійності її природи. Н. Постман зауважує, що мова виступає як потужний інструмент ідеології, оскільки вона формує наше сприйняття світу і визначає наші погляди та поведінку. Мова навчає нас не лише давати назви речам, а й тому, як ми сприймаємо та розуміємо світ навколо нас. Вона розділяє світ на суб'єкти та об'єкти, вказує, які події вважати процесами, а які – речами, формує наше уявлення про час, простір, число, а також визначає наше ставлення до природи та один до одного. Отже, мова виступає не лише як засіб комунікації, але й як ідеологічний інструмент, який впливає на наше мислення та сприйняття світу, визначаючи наші переконання та цінності (Постман, 1992, с. 103).

Інформація, подана в новинах, інтуїтивно наділяється більшою значимістю, оскільки громадськість очікує достовірності й об'єктивності від новин. Люди схильні довіряти фейковим новинам, особливо якщо вони підтверджують їхні попередні переконання та ставлення або їм подобається їх зміст. На додаток, тиск із боку

оточення також може впливати на сприйняття та поведінку, іноді спонукаючи людей до поширення фейкових новин. За таких умов особливого значення набувають методики оцінювання інформації та перспектив її поширення (Відаль-Санс, Хіменес-Рубідо, Естебан-Браво, 2024).

Дослідники вказують на пряму залежність між станом суспільства і тим, як люди сприймають та обмінюються інформацією (Ву, 2018). Поширення медіатехнологій, розвиток інтернету провокує значне зниження вартості суб'єкта (онлайн-доповідача), поширює «cheap speech», «information flood», якими наповнюється цифровий простір – популяризації блогів, мікроблогів, а також платформ, як-от Twitter та Facebook, де кожен може стати активним учасником публічного дискурсу. Це створює основу для формування публічної думки та здійснює значний вплив на спосіб, яким людина сприймає світ навколо себе. Другим важливим аспектом є зростання «attention industry», що відображає бізнес-модель перепродажу уваги людей. Це означає, що основними гравцями стають інститути, які залежать від того, щоб користувачі проводили більше часу на їхніх платформах, щоб вони могли показувати більше реклами та збільшувати свій прибуток. Це створює конкуренцію за увагу та робить її ще більш значимою. Третім важливим розвитком є «filter bubble», який відображає тенденцію створювати замкнуті екосистеми інформації для користувачів, спеціально підібравши та відфільтрувавши контент на основі їхніх інтересів. Це може призводити до утворення «бульбашок», де люди мають обмежений доступ до різноманітної інформації та поглядів, що може сприяти появі спотворених уявлень та збільшити політизованість дискусій. У комплексі ці тенденції викликають серйозні питання щодо маніпуляції інформацією, свободи слова та роль медіаплатформ у сучасному суспільстві. Підсумовуючи, стає очевидним, що кожна мить уваги реципієнта стає надзвичайно цінною. Зараз комерційна та політична цінність уваги зросла настільки, що більша частина часу й уваги стали предметом жорсткої конкуренції. Навіть такі інститути, як сім'ї або релігійні організації, знаходяться у скрутному становищі, оскільки вони відчувають складність у залученні уваги та конкуруванні за неї.

У такому контексті процес поширення фейків у суспільстві стає спрощеним, а маніпулятивні впливи стають ефективнішими. Використання фейкових новин важливо розглядати, зважаючи на явище постправди. Суть постправди полягає в тому, що людина стає байдужою до істини, приймаючи певні «логічні» пояснення подій та явищ, з якими вона стикається. У цьому аспекті стають актуальними слова святого апостола Павла: «І за це пошле їм Бог дію омани, так що вони віритимуть неправді, і відтак будуть засуджені всі, що не увірували істині, а полюбили неправду» (2 Сол. 2:11–12).

Життя в режимі постправди спонукає шукати нову інформацію, а не перевірені факти та знання. Для суспільства постправди характерно:

– домінування емоцій над фактами – саме почуття переконливості стає важливішим за об'єктивні факти, поширюється відкинення обґрунтованих аргументів на користь тих, які викликають сильні емоції або підтримують свої погляди;

– розповсюдження міфів, чуток та неправдивої інформації – люди можуть вірити в те, що відповідає їхнім переконанням або що підкріплює їхні емоції, навіть якщо це не має наукового підґрунтя;

– поширення даних через соціальні мережі та ЗМІ, які служать платформами для розповсюдження чуток, неточностей та міфів серед великої аудиторії через впливові інформаційні платформи;

– збільшення поляризації суспільства – люди стають більш упертими у своїх поглядах і відмовляються від співпраці з тими, хто має іншу думку;

– відхід від об'єктивної реальності – відмова від прийняття об'єктивної реальності та створення власних версій подій, яка відповідає особистому переконанню або прагненню.

Прикладом прояву постправди в релігійних медіа може бути стаття «Мінкульт провів у Трапезному храмі Лаври концерт «сучасної музики», в якій журналісти СПЖ указують на неприпустимість таких концертів. Автори намагаються використати необізнаність вірян у тому, що православний храм може бути місцем для проведення концерту (Спілка православних журналістів, 2023). Для прикладу, пошук концертів в інтернеті видає таку афішу на вебресурсі Portalbilet: «15 грудня 2023 року

запрошуємо на Новорічні концерти до Храму Христа Спасителя – «ABBA – Greatest Hits». Нагадаємо, що Храм Христа Спасителя є головним кафедральним собором москви і місцем служіння патріарха кіріла.

Однією з ключових проблем постправди є те, що вона ставить під сумнів не лише наше сприйняття реальності, а й саму реальність. Передумовами поширення постправди, за Л. Макінтайром, є такі фактори, як: ефективне використання технологій для експлуатації людських упереджень, щораз більше лобіювання окремих політичних інтересів, які висуваються на перший план і витісняють питання громадського порядку, а також знецінення та заперечення наукових фактів (Макінтайр, 2018).

Таким чином, постправда створює комунікативний процес, що породжує наратив, у котрому цінні не окремі факти або аналітичні висновки, а вже наявні готові інтерпретації, які формують цілісну картину світу, що відповідає особистим переконанням окремих індивідів. Факти, що не вписуються в цей наратив, часто відкидаються чи ігноруються, адже значну роль у розповсюдженні фейкових новин та залученні громадськості до них відіграють соціальні та психологічні чинники. Дослідження показують, що люди часто є ірраціональними та вразливими до розрізнення правдивої і неправдивої інформації (Зафарі, 2020), особливо в разі перевантаження оманливою інформацією, оскільки людська здатність виявляти обман є обмеженою, а впевненість у власному сприйнятті може бути помилковою, про що застерігав апостол Павло у своєму посланні до Тимофія: «Лихі ж люди й обманщики матимуть успіх у злому, зводячи інших і себе зводячи» (2 Тим. 3:13).

Низка дослідників аналізують процеси розповсюдження правдивих та фейкових новин. Зокрема, виявлено, що взаємодія з фейковими новинами залежить від різних психологічних особливостей (Зафарі, Чжоу):

– людям важче розпізнати фейкові новини, якщо вони не використовують раціональне аналітичне мислення;

– повторення робить дезінформацію більш вірогідною;

– люди діляться фейковими новинами навіть тоді, коли самі не вірять у них;

– соціальна інтеграція сприяє поширенню фейкових новин.

Виокремлення низки аспектів фейкових новин допомагає виявити відмінності між різними типами фейкових новин, що дає змогу краще розуміти їх характер та вплив на користувачів (Брасард, 2023). Ключовими параметрами є:

– намір, який говорить про те, чи було створено ці фейкові новини з метою обману користувачів, чи мали вони інші цілі, як-от розвага, гумор або сатира;

– спосіб поширення, що відображає, як швидко або повільно поширюються ці фейкові новини через соціальні мережі;

– серйозність впливу, який вказує на те, наскільки сильно фейкові новини впливають на користувачів соціальних мереж та чи піддається громадськість їх впливу;

– мета поширення визначає, яка ціль стоїть за публікацією цих фейкових новин, будь-то отримання популярності для певної організації, отримання прибутку або інші причини, зокрема маніпулювання або введення в оману читачів.

Досліджуючи особливості людського сприйняття і мислення, можна прогнозувати ймовірну природу взаємодії з фейковими новинами, враховуючи характер структури прийняття рішень. Д. Канеман описав дві системи людського мислення, які мають велике значення для розуміння людської поведінки та прийняття рішень. Згідно з Д. Канеманом, у нашому мисленні існують два основних режими (Канеман, 2011). Одна з ключових ідей, яка має значення для розуміння фейкових новин та дезінформації, – це поняття системи двох швидкостей мислення.

Швидкий режим (Systems 1) – автоматичний режим мислення, який використовується для реагування на негайні ситуації та прийняття швидких рішень без обміркування. У цьому режимі використовуються евристика та скорочення, що можуть призводити до прийняття неправильних або спотворених висновків – «розуміння залежить від основних оцінок, які регулярно проводяться як частина сприйняття подій і розуміння повідомлень» (Канеман, 2011).

Повільний режим (Systems 2) – більш обдуманий та уважний режим мислення, який використовується для аналізу складних проблем та прийняття обдуманих рішень. У цьому режимі використовується аналітичний підхід та обґрунтованість.

У контексті фейкових новин та дезінформації швидкий режим мислення може бути схильний до прийняття спотворених або неправдивих інформаційних повідомлень, особливо якщо вони відповідають нашим уявленням або підтверджують наші упередження. Це може пояснити, чому фейкові новини можуть легко поширюватися в інтернеті та соціальних мережах, особливо якщо вони підтримують певні ідеологічні вподобання або політичні переконання.

Існують дослідження, на основі яких сформовано методологію прогнозування, яка передбачає вірусність фейкової новини, де ключовим параметром є її зміст, зокрема:

– особливості стилю письма – елементи, синтаксис і стиль кожної фейкової новини (довжина тексту, використання частин мови, вживання неформальних мовних знаків, як-от лайливі слова, загальні вирази згоди та ін.);

– особливості читабельності/складності – загальна складність статей за кількістю слів у реченні та кількістю складних слів;

– психологічні особливості реципієнта, які зосереджувалися на когнітивних процесах, аналітичному мисленні та емоціях, оцінюючи вплив на аудиторію та їхню поведінку (Відаль-Санс, Хіменес-Рубідо, Естебан-Браво, 2024).

Результати дослідження показують, що стиль написання має значний вплив на поширення як фейкових, так і правдивих новин. У фейкових новинах використання прийменників має негативний ефект, тоді як інші граматичні елементи не виявилися релевантними. У правдивих новинах натомість використання прийменників, сполучників і прикметників позитивно впливає на їх поширення. Крайні негативні емоції, як-от огида, гнів та страх, позитивно впливають на поширення фейкових новин, але не впливають на правдиві новини. Деякі емоції, зокрема очікування та афектація, зменшують імовірність поширення фейкових новин. Ці результати показують, що вірусність фейкових новин може бути передбачена за допомогою аналізу тексту, що відкриває можливість для розроблення стратегій протидії цьому явищу. Такі стратегії можуть включати спростування, видалення вмісту та контакт із користувачами, які діляться фейковими новинами.

Таким чином, фейкові новини є однією з дисфункціональних гібридних форм, які сприяють розмиванню демократичних норм та порушенням принципів об'єктивності, формуванню сумнівів у достовірності інформації, посиленню поляризації суспільства. Також можуть викликати значні зміни в суспільстві та впливати на громадську думку, політичні та економічні процеси, посилюють маніпуляції людськими упередженнями та все більше лобіювання політичних інтересів. Як медіаспільноти, так і суспільство загалом навіть не стоять перед викликами, породженими фейковими новинами, а вже занурені в наслідки й активно взаємодіють, і це існування має відверто дифузний характер. Таке взаємопроникнення формує низку умовно стійких масових переконань та цінностей у суспільстві, що формує спосіб, в який люди реагують на події. І стійкість цього впливу вимірюється часом підтримання/існування певної парадигми мислення, спровокованої фейком, до моменту появи нового. Подібні хвилеподібні «цінності» набувають критичного значення для перерозподілу груп за принципом «filter bubble». Множинність мікросвітів споживачів контенту ставить у загрозливе становище і самих виробників медіапродуктів, оскільки хаотичність аудиторії в результаті формуватиме стан запиту як ніякий? Прогнозування схвалення аудиторії по типу «реципієнт – текст» стане просто неможливим. Тому в низці досліджень підкреслено важливість розвитку механізмів розпізнавання коректної інформації для забезпечення доступу до об'єктивної та якісної інформації, що є базовою умовою відчуття безпеки і реальності світу загалом. Для захисту якості й об'єктивності інформації в релігійному медійному просторі важливо спиратися на достовірні джерела, проводити критичний аналіз інформації та розрізняти між фактами та інтерпретаціями. Також важливо підтримувати журналістські етичні стандарти та принципи об'єктивності, щоб забезпечити надійне подання інформації для громадськості.

Список використаних джерел:

Медіанаративи. Колективна монографія. Дніпро : ЛІРА, 2022. 116 с. URL: https://fszmk.dnu.dp.ua/uploads/files/Монографія/2022/Макет_2022.pdf

Мінкульт провів у Трапезному храмі Лаври концерт «сучасної музики. (2023) Спілка православних журналістів. URL: https://spzh.eu/ua/news/76261-minkult-proviv-u-trapeznomu-khrami-lavri-kontsert-suchasnoji-muziki

У Лондоні судять вуличного проповідника за цитату з Біблії біля абортарію. (2023) Спілка православних журналістів. URL: https://spzh.live/ru/news/76629-v-londone-sudjat-ulichnoho-propovednika-za-tsitatu-iz-biblii-vozle-abortarija

Aïmeur, E., Amri, S., Brassard, G. (2023). Fake news, disinformation and misinformation in social media: a review. Soc. Netw. Anal. Min. 13, 30. DOI: 10.1007/s13278-023-01028-5

Aldwairi, Monther, Alwahedi, Ali. (2018). Detecting Fake News in Social Media Networks. *Procedia Computer Science*. № 141. 215–222 p. DOI: 10.1016/j.procs.2018.10.171.

Bo Hu, Zhendong Mao, Yongdong Zhang (2024). An overview of fake news detection: From a new perspective. *Fundamental Research*. Volume 5, Issue 1 p. 332–346, DOI: 10.1016/j.fmre.2024.01.017.

Burkhardt, Joanna M., (2017). Combating Fake News in the Digital Age. Chicago, IL, ALA TechSource. Retrieved from https://journals.ala.org/index.php/ltr/issue%20/viewFile%20/662/423

Kahneman, D. (2011). Thinking, fast and slow. Farrar, Straus and Giroux. URL: http://dspace.vnbrims.org:13000/jspui/bitstream/123456789/2224/1/Daniel-Kahneman-Thinking-Fast-and-Slow-.pdf

McIntyre, Lee (2018). Post-Truth. Based on: McIntyre LeePost-Truth, MIT Press: Cambridge, MA,; 232 pp.

McLuhan, Marshall, Understanding Media; the Extensions of Man. New York URL: https://designopendata.files.wordpress.com/2014/05/understanding-media-mcluhan.pdf

Mercedes Esteban-Bravo, Lisbeth d. l. M. Jiménez-Rubido, Jose M. Vidal-Sanz, (2024). Predicting the virality of fake news at the early stage of dissemination. *Expert Systems with Applications*, Volume 248, DOI: 10.1016/j.eswa.2024.123390

Pennycook, Gordon. (2021). The Psychology of Fake News. Trends in Cognitive Sciences. № 25. DOI: 10.1016/j.tics.2021.02.007.

Postman Neil (2000). The Humanism of Media Ecology. Proceedings of the Media Ecology Association. Volume 1. URL: https://www.media-ecology.org/resources/Documents/Proceedings/v1/v1-02-Postman.pdf

Postman, Neil. (1992). Technopoly: the Surrender of Culture to Technology. New York :Knopf, URL: https://interesi.files.wordpress.com/2017/10/technopoly.pdf

Tim Wu. (2018). Is the First Amendment Obsolete?, 117 Mich. L. Rev. 547, URL: https://repository.law.umich.edu/mlr/vol117/iss3/4

Xinyi Zhou, Reza Zafarani. (2020). A Survey of Fake News: Fundamental Theories, Detection Methods, and Opportunities. ACM Comput. Surv. Article 1, January. 37 p. URL: https://arxiv.org/pdf/1812.00315.pdf

References:

Medianaratyvy [Media narratives]. Kolektyvna monohrafiia. Dnipro : LIRA, 2022. 116 s. Retrieved from: https://fszmk.dnu.dp.ua/uploads/files/ Monohrafiia/2022/Maket_2022.pdf [in Ukrainian].

Minkult proviv u Trapeznomu khrami Lavry kontsert “suchasnoi muzyky” [The Ministry of Culture held a concert of “contemporary music” in the Tabernacle Church of the Lavra]. (2023) Spilka pravoslavnykh zhurnalistiv. Retrieved from: https://spzh.eu/ua/news/76261-minkult-proviv-u-trapeznomu-khrami-lavri-kontsert-suchasnoji-muziki [in Ukrainian].

U Londoni sudiat vulychnoho propovidnyka za tsytatu z Biblii bilia abortariiu [In London, a street preacher is on trial for quoting the Bible near an abortion facility]. (2023) Spilka pravoslavnykh zhurnalistiv. Retrieved from: https://spzh.live/ru/news/76629-v-londone-sudjat-ulichnoho-propovednika-za-tsitatu-iz-biblii-vozle-abortarija [in Ukrainian].

Aïmeur, E., Amri, S., Brassard, G. (2023). Fake news, disinformation and misinformation in social media: a review. Soc. Netw. Anal. Min. 13, 30. DOI: 10.1007/s13278-023-01028-5

Aldwairi, Monther, Alwahedi, Ali. (2018). Detecting Fake News in Social Media Networks. *Procedia Computer Science*. № 141. 215–222 p. DOI: 10.1016/j.procs.2018.10.171.

Bo Hu, Zhendong Mao, Yongdong Zhang (2024). An overview of fake news detection: From a new perspective. *Fundamental Research*. Volume 5, Issue 1 p. 332–346, DOI: 10.1016/j.fmre.2024.01.017.

Burkhardt, Joanna M., (2017). Combating Fake News in the Digital Age. Chicago, IL, ALA TechSource. Retrieved from: https://journals.ala.org/index.php/ltr/issue%20/viewFile%20/662/423

Kahneman, D. (2011). Thinking, fast and slow. Farrar, Straus and Giroux. Retrieved from: http://dspace.vnbrims.org:13000/jspui/bitstream/123456789/2224/1/Daniel-Kahneman-Thinking-Fast-and-Slow-.pdf

McIntyre, Lee (2018). Post-Truth. Based on: McIntyre LeePost-Truth, MIT Press: Cambridge, MA,; 232 pp.

McLuhan, Marshall, Understanding Media; the Extensions of Man. New York Retrieved from: https://designopendata.files.wordpress.com/2014/05/understanding-media-mcluhan.pdf

Mercedes Esteban-Bravo, Lisbeth d. l. M. Jiménez-Rubido, Jose M. Vidal-Sanz, (2024). Predicting the virality of fake news at the early stage of dissemination. Expert Systems with Applications, Volume 248, DOI: 10.1016/j.eswa.2024.123390

Pennycook, Gordon. (2021). The Psychology of Fake News. Trends in Cognitive Sciences. № 25. DOI: 10.1016/j.tics.2021.02.007.

Postman Neil (2000). The Humanism of Media Ecology. Proceedings of the Media Ecology Association. Volume 1. Retrieved from: https://www.media-ecology.org/resources/Documents/Proceedings/v1/v1-02-Postman.pdf

Postman, Neil. (1992). Technopoly: the Surrender of Culture to Technology. New York :Knopf, Retrieved from: https://interesi.files.wordpress.com/2017/10/technopoly.pdf

Tim Wu, (2018). Is the First Amendment Obsolete?, 117 Mich. L. Rev. 547, Retrieved from: https://repository.law.umich.edu/mlr/vol117/iss3/4

Xinyi Zhou, Reza Zafarani. (2020). A Survey of Fake News: Fundamental Theories, Detection Methods, and Opportunities. ACM Comput. Surv. Article 1, January. 37 p. Retrieved from: https://arxiv.org/pdf/1812.00315.pdf