

.....

МЕДІЙНА ПРОБЛЕМАТИКА **В МОДЕРНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ**

УДК 81'42

DOI: <https://doi.org/10.17721/APULTP.2024.49.77-100>

Шевченко Л.І.

ORCID ID: 0000-0001-6290-2307

Web of Science Researcher ID: AAA-7939-2020

Scopus ID: 57214792424

Дергач Д.В.

ORCID ID: 0000-0003-4215-3825

Web of Science Researcher ID: U-3019-2017

Scopus ID: 57221787511

ЛІНГВІСТИЧНІ ТЕХНОЛОГІЇ ФАКТЧЕКІНГУ В ІНФОРМАЦІЙНИХ ЖАНРАХ СУЧАСНИХ МАСМЕДІА

Анотація. У статті системно аналізуються лінгвістичні технології фактчекінгу (як протидії дезінформації та фейкам), синхронізовані зі стилістичною природою інформаційних жанрів сучасних масмедіа. Зважаючи на їх функціонально-комунікативну неоднорідність, авторами розрізнено принципи реалізації фактчекінгу у традиційних і нових медіа. Зазначено, що в інформаційних жанрах традиційних медіа (в газетно-журнальному, телевізійному, радійному дискурсах) фактчекінг пов'язують із редакторською політикою засобів масової інформації, професійною діяльністю дипломованих журналістів, підконтрольних чинному законодавству про інформацію. Визначено, що нові медіа, системно представлені формами віртуальної комунікації, часто нівелюють категорію автора, порушують лінійну модель інформування, спираючись на комунікативний ефект сенсаційності, першості, епатованості, що в результаті породжує неоднозначність і когнітивний дисонанс у сприйнятті інформаційного контенту.

Звернено дослідницю увагу на семіотичну гетерогенність інформаційних текстів і контекстів, що доповнює й урізноманітнює їх функціонально-стилістичний ресурс і потенціал, акцентуючи на додаткових маркерах, принципово важливих, зокрема, і для фактчекінгу. Прокоментовано тезу щодо коректного розуміння смислової організації інформаційних медійних повідомлень, яке залежить від фонових знань реципієнтів. Це дозволяє визначити концептуально важливе завдання автора інформаційного контенту –

з урахуванням названих і прокоментованих критеріїв якісного, достовірного інформаційного повідомлення актуалізувати на його основі сприйняття об'єктивної дійсності масовою аудиторією, що змодельює подальшу інтерпретацію факту, синхронізованого з реальними подіями. В такому разі йдеться також і про соціальну відповідальність: не тільки авторів медійних текстів і контекстів, але й реципієнтів, які реалізують вторинну рефлексію щодо них.

У висновку зазначено, що ефективність перспективно дієвих алгоритмів інформаційного фактчекінгу в сучасних масмедіа зможе позитивно вплинути на якість відповідного контенту, що формує мовну свідомість реципієнтів. І в результаті актуалізувати комунікативний ресурс, стилістичні домінанти медійних інформаційних жанрів як важливого та переконливого джерела інформації про об'єктивну реальність, що моделює уявлення й цінності, а тому визначає перспективи розвитку сучасного суспільства.

Ключові слова: інформація, дезінформація, фактчекінг, фейк, інформаційні жанри медіа.

Інформація про авторів: Шевченко Лариса Іванівна – член-кореспондент НАН України, доктор філологічних наук, професор; завідувач кафедри стилістики та мовної комунікації; Навчально-науковий інститут філології; Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Дергач Дмитро Валерійович – кандидат філологічних наук, доцент; доцент кафедри стилістики та мовної комунікації; Навчально-науковий інститут філології; Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Електронна адреса: *style m k@ukr.net; dimylo philolog@ukr.net*

Larysa I. Shevchenko

ORCID ID: 0000-0001-6290-2307

Web of Science Researcher ID: AAA-7939-2020

Scopus ID: 57214792424

Dmytro V. Dergach

ORCID ID: 0000-0003-4215-3825

Web of Science Researcher ID: U-3019-2017

Scopus ID: 57221787511

FACT-CHECKING LINGUISTIC TECHNOLOGIES IN INFORMATION GENRES OF MODERN MASS MEDIA

Abstract. The authors systematically analyzes the linguistic technologies of fact-checking (as countermeasures to disinformation and fakes), that are synchronized with the stylistic nature of modern mass media information

genres. According to their functional and communicative heterogeneity, the principles of fact-checking in traditional and new media are distinguished in the article. It is noted that in the information genres of traditional media (in newspaper, magazine, television, radio discourses) fact-checking is associated with the editorial policy of the mass media, the professional activities of certified journalists, that are controlled by the current legislation on information. It was determined that new media, systematically represented by forms of virtual communication, often don't mention the category of the author, violate the linear model of informing, relying on the communicative effects of sensationalism, primacy, shock, which as a result generate ambiguity and cognitive dissonance in the perception of information content.

Research attention is paid to the semiotic heterogeneity of informational texts and contexts, which complements and diversifies their functional and stylistic resource and potential, focusing on additional markers that are fundamentally important, in particular, for fact-checking. The authors also comment on the thesis regarding the correct understanding of the semantic organization of informational media messages, which depends on the background knowledge of the recipients. This makes it possible to determine the conceptually important task of the author of information content – taking into account commented criteria of a high-quality, reliable information message, to actualize on its basis the perception of objective reality by the mass audience, which will model the further interpretation of the fact. In this case, it is also mentioned about social responsibility: not only of the authors of media texts and contexts, but also the recipients who implement secondary reflection on them.

The conclusion states that the efficiency of prospectively effective algorithms of information fact-checking in modern mass media can positively influence the quality of the relevant content, which affects the language consciousness of the recipients. And as a result, it actualizes the communicative resource, the stylistic dominants of media information genres as an important and convincing source of information about objective reality, which forms perceptions and values, and therefore determines the prospects for the development of modern society.

Keywords: information, disinformation, fact-checking, fake, information media genres.

Information about the authors: Shevchenko Larysa Ivanivna – corresponding member of NAS of Ukraine, doctor of philology, professor; head of the Department of stylistics and language communication; Educational and Scientific institute of philology; Taras Shevchenko National University of Kyiv.

Dergach Dmytro Valeriyovych – PhD, associate professor; associate professor of the Department of stylistics and language communication; Education and Scientific Institute of philology; Taras Shevchenko National University of Kyiv.

E-mail: style_m_k@ukr.net; dimyla_philolog@ukr.net

Останнім часом у контексті актуалізації геолінгвістичної парадигми в комунікативно відкритому просторі спостерігається тенденція до свідомої модифікації інформаційного контенту в масмедіа. Інформація як базовий ціннісний орієнтир медійної комунікації часто нівелюється: втрачає домінанту об'єктивності, набуваючи ознак множинної інтерпретації факту в його лінійній предметності. Це пов'язано, передусім, із динамізацією дихотомії "традиційні / нові медіа", що характеризуються контрастними методами, засобами, комунікативними стратегіями, а отже, – і стилістикою інформування.

Традиційні медіа, зокрема друковані й телевізійні, орієнтуються на апробовані часом способи добору й обов'язкової перевірки інформації, що, відповідно, моделює інформаційну картину світу, наближену до фактології об'єктивної реальності. У свою чергу, нові медіа, оперуючи можливостями віртуальної комунікації, модифікують інформаційну природу ЗМІ та надають їй ознак поліваріантності смислової парадигми. Особливо коли йдеться про той самий факт, по-різному інтерпретований різними медійними каналами.

Така тенденція пов'язана, передусім, із функціональною орієнтацією віртуальних інформаційних медіа на швидкість поширення інформації, її сенсаційність, а в результаті – й на рейтинговість відповідних інформаційних джерел, що, особливо сьогодні, працюють в умовах жорсткої конкуренції за потенційну аудиторію. Відтак, діяльнісна прагматика медійної сфери перетворює її на простір інформаційної боротьби або боротьби за інформацію – з використанням різних методів її збору та поширення (зокрема й акцентуючи увагу на свідомому використанні вербальних і невербальних засобів відповідної семантики та функціональної природи).

Одним із комунікативних ресурсів інформаційної діяльності в сучасних масмедіа є фейк – смислова база оригінальної або модифікованої інформації, що видається як факт об'єктивної реальності. Як правило, ідентифікація вербалізованих фейків у медійних інформаційних жанрах пов'язується, передусім, з активізацією воєнних конфліктів у світі, дестабілізацією

.....

політичної, економічної, соціальної ситуації та ін. Ці теми є найбільш резонансними в динаміці життя суспільства, саме тому вони й домінують у комунікативних стратегіях множинної інтерпретації відповідного медійного контенту.

У свою чергу, хоча ХХІ століття вважають ерою активного розвитку інформаційних технологій, можна констатувати доволі слабку щодо якості систему інформаційної політики медіа та спеціальних методів, що забезпечують і гарантують інформаційну безпеку населення в динамічно змінному комунікативному просторі.

У зв'язку з цим останнім часом усе більше у світовій медійній практиці актуалізується технологія фактчекінгу. Передусім, ідеться про інформаційні жанри, тексти та контексти, що характеризуються смисловою прецедентністю, а отже, частотністю та швидкістю поширення для реалізації свого функціонального потенціалу.

Як відомо, в основу будь-якої інформації покладено факт, а основне завдання медіа полягає в повідомленні щодо його актуальності, релевантності в реаліях суспільного життя. Так, "факт (у медіа) – новина, реальна подія, сенсація, що є основою медійного повідомлення. Факт обов'язково має перевірятися редактором щодо точності матеріалу, вичерпного розкриття теми, які мають найбільш важливе значення для факту. Під фактом також розуміють будь-який елемент позатекстової дійсності, що знайшов відображення в медіатексті. Головне завдання автора – розкрити значимість факту та, опрацювавши його, донести до потенційного реципієнта" [24, с. 180]. Відтак, ідеться про концептуально важливу функцію інформаційних жанрів щодо актуалізації подій і фактів у масовій мовній свідомості, а в результаті – про формування об'єктивного знання в реципієнтів отриманої інформації, зреалізованого в їх поведінкових реакціях, зокрема й мовленнєвих. Тому важливими ознаками смислової парадигми інформаційних жанрів є точність, достовірність і фактологічність. З ними також пов'язана категорія об'єктивності як одна з основних характеристик якості інформації, ідентифікації повідомлення як

неупередженого висвітлення об'єктивної дійсності. У свою чергу, К. Коттер також звертав дослідницьку увагу на точність інформування, що виявляється в найменуванні місць події / подій, кількості їх безпосередніх / опосередкованих учасників, додаткових цифрах тощо; достовірність – перевірену за допомогою різних фактів інформацію, що заслуговує на довіру; баланс, що полягає в співвіднесеності між різними свідченнями очевидців та авторським текстом загалом; нейтральність – уникання суб'єктивізації думки при написанні повідомлення, покликаючись на перевірені заздалегідь коментарі та джерела інформації [29]. Інший науковець – Д. МакКвейл – називає ці засоби "елементами об'єктивності" та, крім вище згаданих, додає систематизацію всіх основних доречних думок та уникнення їх перекручування у процесі інформування [38].

Названі домінантні характеристики комунікації, передусім у традиційних медіа, закладені в політику їх діяльності та синхронізовані із загальними принципами журналістської етики:

1. "Журналіст повинен бути впевнений в тому, що інформація, яку він поширює і коментує, відповідає дійсності, недостовірні повідомлення є неприпустимими. Журналіст зобов'язаний оперувати тільки тією інформацією, першоджерело якої йому відоме. Журналіст не повинен нехтувати важливою інформацією чи фальсифікувати документи" [24, с. 223];

2. "...інформування громадськості є запорукою справедливості і фундаментом демократії. Журналісти вважають своїм обов'язком досягати цієї мети, прагнучи до правди і даючи повний неупереджений опис подій і проблем. <...> Перевіряти точність інформації, що надходить з усіх джерел, і виявляти обережність, щоб уникнути помилок. Навмисне спотворення інформації неприпустимо за жодних обставин..." [24, с. 240].

У свою чергу, системне порушення цих та інших принципів медійного інформування актуалізувало потребу у використанні спеціальних методів і способів перевірки ретрансльованої в масмедіа інформації на достовірність і точність. Це, передусім, пов'язано з тим, що "довіра до медіа розглядається як джерело

життєвої ролі журналістики та їх внесок у формування сенсу життя людей. Більшість із нас не може бути скрізь, відповідати за себе чи розуміти складність суспільства" [27, с. 17]. Так, фактчекінг став частиною редакторської політики засобів масової інформації, орієнтувавши їх на цінності демократії та етики у своїй діяльності.

Відомо, що фактчекінг з'явився в першій половині XX ст.: "перевірка фактів як традиційна журналістська практика бере свій початок у 1912 році, коли було засновано Бюро точності та чесної гри у виданні Дж. Пулітцера "The World" [30]. Як самостійний напрям дослідницької практики він сформувався у 1930-х рр. у медійному просторі США. Передусім, перевірялась на точність, фактологічність і достовірність інформація, отримана для публікації від читачів, свідків подій, експертів-аматорів та ін.

Більш ніж столітня історія активного використання методів фактчекінгу в медіа сформувала також традицію фахової інтерпретації цього явища. Авторитетними у світовому й національному науковому контексті є такі дослідники, теоретики та практики медійної комунікації: А. Бабак, А. Баровська, С. Гнатюк, О. Гороховський, Д. Дубов, В. Ейсмунт, К. Єськова, Ю. Кияшко, М. Кіца, І. Корецька, О. Марків, А. Миколаєнко, І. Мудра, Н. Островська, Ю. Полтавець, В. Романюк, В. Шевченко; Г. Алкот, Д. Бакінгем, К. Блек, К. Вардл, М. Гентцкоу, Н. Грінберг, К. Джозеф, Д. Лазер, С. Лі, К. Лім, Л. Фрідлянд та ін.

У свою чергу, відомими в науці є, зокрема, такі тлумачення фактчекінгу:

1) процес перевірки правильності всіх фактів у статті, новинному повідомленні, промові тощо [32];

2) дія підтвердження істинності твердження, зробленого в усній або писемній формі [31];

3) встановлення достовірності інформації, що міститься в медійному матеріалі, перед його публікацією або трансляцією [33];

4) сучасний інструмент журналістських розслідувань, який має унікальний концепт, технічні особливості і спрямований на

викриття популізму, маніпуляцій, недостовірних фактів у риторичі спікерів різного рівня, публікаціях засобів масової інформації [7, с. 10];

5) виявлення невідповідності між наявними фактами та навколишньою дійсністю..., що дає змогу відновити справедливість та об'єктивний погляд аудиторії на ті чи інші події та явища [15, с. 147] та ін.

Наведені й аналогічні дефініції поняття "фактчекінг" ідентифікують його послідовну реалізацію, передусім, в інформаційних жанрах традиційних медіа, зокрема в газетно-журнальному, телевізійному, радійному дискурсах. Це безпосередньо пов'язано з принципами редакторської політики цих засобів масової інформації, професійній діяльності дипломованих журналістів, підконтрольних чинному законодавству про інформацію. Так, серед основних принципів інформаційних відносин у статті 2 Закону України "Про інформацію" визначено: "відкритість, доступність інформації, свобода обміну інформацією; достовірність і повнота інформації" [11].

Відповідно, створення максимально об'єктивного інформаційного повідомлення з урахуванням названих принципів потребує глибокої концентрації думки його автора на кожному етапі написання. На архітектонічному рівні категорія об'єктивності реалізується в контексті послідовного відтворення описуваної / зображуваної події, називання всіх її учасників і формулювання висновків, прогнозів та ін. Наприклад, у "канонічних" інформаційних жанрах і жанрових різновидах новин, репортажу, інтерв'ю та ін. Або в жанрі журналістського розслідування, в якому фактчекінг є методологічною базою, глибинним конструктом аналізу та перевірки відомої інформації. Зокрема, О. Гороховський зазначає, що структура та концептуальні особливості фактчекінгу безпосередньо спрямовані на уникнення факту упередженості при побудові висновку; важливими є запобігання маніпуляції доказовими даними, максимальне унеможливлення суб'єктивної інтерпретації інформації, запобігання обвинуваченням у заангажованості інформації тощо [7, с. 26]. А сам процес

.....

виявлення правдивої інформації повинен стилістично відповідати основним особливостям ділового формату: "точність та стандартизація формулювань; інформативність; цитування першоджерел (за необхідності); відсутність емоційності у висловлюваннях; уникнення оцінних суджень, логічна структура речень і самого тексту в цілому" [7, с. 107]. Це в результаті передбачає та послідовно моделює точність розуміння сучасних реалій масовою аудиторією, формування адекватного, об'єктивного уявлення про них та реалізацію (зокрема й вербальну) індивідуальних реакцій.

У свою чергу, нові медіа, системно представлені формами віртуальної комунікації, часто порушують лінійну модель інформування, спираючись на комунікативний ефект сенсаційності, першості, епатованості, що в результаті породжує неоднозначність і когнітивний дисонанс у сприйнятті інформаційного контенту. Передусім ідеться про макрожанровий простір соціальних мереж, що останнім часом через свою динамічну, відкриту природу набув статусу універсального джерела масової інформації як переконливої альтернативи друкованим і телевізійним медіа. Це відбувається в контексті процесів глобалізації масово-комунікативного простору та його орієнтації на доступність, відкритість інформації в аспекті швидкості її поширення. Але й часто – на фоні зниження її якості.

Також комунікативна природа нових медіа періодично нівелює категорію автора. Йдеться про те, що автором інформаційного повідомлення, зокрема в соціальних медіа, може бути будь-який мовець, у якого є технічний доступ і можливості для публікації або виходу в ефір. У свою чергу, це розмиває критерії щодо створення інформаційних текстів непрофесійними авторами та системи контрольних заходів за якістю такого контенту. Відтак, спостерігається тенденція до втрати соціального значення статусу автора медійного тексту, коли таке авторство сприймається як гра (наприклад, у сфері блогінгу), як набір множинних комунікативних актів поза професійними нормами та відповідальністю за їх порушення.

Тому медійна діяльність часто перестає орієнтуватися на засоби об'єктивного інформування суспільства, перетворюючись на інструмент індивідуальної участі в економічній / політичній / соціальній та іншій боротьбі за аудиторію або на спосіб самореалізації в мікро- чи макроконтексті медійного простору.

А отже, в інформаційних жанрах нових медіа знання про об'єктивну реальність часто формується через свідоме / несвідоме спотворення або зміну фактів під час збору та поширення інформації, що подається з певною метою: як правило з орієнтиром на швидкість і сенсаційність. Це також пов'язано й із тим тим, що автори текстів часто не є безпосередніми учасниками подій, дізнаються про них через інші джерела, які вони інтерпретують лише, як мінімум, вторинно – через інтертекстуальність, пряму мову без вказівки на джерело, репости та ін. У результаті з'являється система інформаційних клонів, що дестабілізують процес сприйняття повідомлення.

Показовою в такому разі є робота інформаційних каналів у мережі Телеграм. В умовах повномасштабного вторгнення Російської Федерації на територію України їх діяльність набула максимальної актуальності саме в аспекті швидкого інформування щодо подій і ситуацій, пов'язаних із безпекою громадян, зокрема під час повітряних тривог. Оперативну інформацію такі канали отримують із верифікованих офіційних джерел (наприклад, телеграм-канал "Повітряні Сили Збройних Сил України"), звідки вона ретранслюється іншими (фактично вторинними щодо оригінальності) каналами для швидкого донесення до широкої аудиторії. Комунікативний ланцюжок у такому разі видається максимально простим, але трапляються випадки, коли однозначна ситуація, підтверджена офіційно, приватними інформаційними каналами інтерпретується множинно. Наприклад, безпекова ситуація під час повітряної тривоги 15 грудня 2024 р. в однаковий час різними телеграм-каналами була представлена так:

1. *"Тривога через загрозу балістичного озброєння"* (INFOKІЇВ. Новини);

2. "БПЛА + загроза балістики" (Реальний Київ);
3. "Загроза застосування балістичних ракет 9M723, KN-23, С-400" (Моніторинг Київ);
4. "Увага! Загроза балістики через активність ОТРК. В укриття!" (Київ ІНФО);
5. "Загроза шахедів" (Лівий берег Київ) та ін.

Спостерігаємо доволі неоднозначний інформаційний супровід того ж самого інформаційного приводу – з використанням неоднотипної деталізації в номінаціях ракет, їх номенклатурних назв, із констатацією факту та заклик до дії. Зважаючи на ситуації, пов'язані з життям людини – її найдорожчою цінністю – така інформаційна діяльність є деструктивною щодо критичного розуміння об'єктивної реальності та прийняття відповідних рішень і поведінкових реакцій.

Типовими є інформаційно-комунікативні моделі щодо безпекової ситуації й у інші дні. Наприклад, 17 грудня 2024 р. в однаковий час підписники проаналізованих телеграм-каналів одночасно отримали такі повідомлення:

1. "Київ – уважно, ціль до нас" (Твій Київ);
2. "Біла Церква" (Реальний Київ);
3. "Чисто" (Моніторинг Київ);
4. "Біла Церква РАКЕТА! В УКРИТТЯ" (Київ ІНФО);
5. "Через Прилуки на КИЇВ" (UKR INFORM Новини) та ін.

Виявлення оригіналу та фейків у таких та інших комунікативних ситуаціях або є неможливим, або вимагає складних дослідницьких операцій фактчекінгу. У свою чергу, інформаційні жанри, як правило, є ресурсом швидкого інформування, повідомляючи в соціальних мережах різної природи новини, що часто мають форму анонсів чи оперативної інформації. Вони висвітлюють як майбутні, так і минулі події, проте ключовою особливістю таких текстів є їх актуальність і резонансність для широкої аудиторії. В такому разі технології фактчекінгу є не досить ефективними та дієвими через свою пошукову природу.

У свою чергу, фейковими, або недостовірними, чи сумнівними можуть бути не тільки повідомлення, але й самі інформаційні приводи, що є фактичним / фактологічним джерелом для автора. В такому разі спостерігається використання одиниць текстової модальності (*ймовірно, напевно, попередньо, не точно, не зовсім точно* та ін.), що можуть апелювати до характеру самої інформації та знімати відповідальність з її автора. З іншого боку, будь-який рівень гіпотетичності чи неперевіреності інформації може мотивувати автора не робити публікацію, що поки є не на часі, оскільки ця фактологія може дезорієнтувати масову аудиторію. Але, на жаль, частіше фактор сенсаційності, боротьби за реципієнтів (навіть не завжди коректної щодо їх інформування), хайп, свідоме / несвідоме бажання дестабілізації суспільних настроїв впливають на появу таких чи аналогічних повідомлень:

1. "Станом на зараз: 5  повз Ніжин. Вектор Київщина. Згурівка. 2  на південь від Ніжина. Вектор Київщина (Бровари / Бориспіль). Незабаром **можливе** оголошення тривоги" (Київ ІНФО);

2. "Хліб **може** здорожчати на 10-15% вже в цьому році" (UKR INFORM Новини);

3. Уже з 2025 року в Україні **мають** зрости ціни на сигарети, подорожчання призведе до того, що одна пачка коштуватиме ~200 грн, — ЗМІ. Цьогоріч **очікується** зростання вартості на 40 грн. Акциз на цигарки буде встановлено в євро, що призведе до значного зростання вартості пачки сигарет, бо лише акциз становитиме 60-80 грн. (Реальна Україна);

4. "На 03.12 **кількість відомих** споряджених бортів Ту-95МС складає 3-5 одиниць. **За власним розрахунком та аналітикою ракетних ударів** у РФ в готовності до застосування є приблизно 65-80 крилатих ракет Х-101/Х-55СМ" (Моніторинг Київ) та ін.

У сучасному розумінні через поліфункціональну природу суспільної комунікації дефінітивне наповнення поняття "фейк" перманентно розширюється. Предметність нашого аналізу актуалізує такі базові визначення: фейк — це: "новинні повідомлення, підроблені сайти та сторінки в соціальних

мережах, за допомогою яких певні групи людей або окремі особи привертають увагу суспільства до недостовірних подій некоректним шляхом" [4, с. 105]; "фейкові новини, люди, які видають себе в інтернеті за інших; фотографії, підроблені, змонтовані у відповідних програмах; несправжні сайти та/або сайти, підроблені під справжні ("самозванці"); несправжні сторінки від імені відомих осіб тощо" [2, с. 10].

Будь-яке фейкове повідомлення створюється з певною метою, що впливає на добір його автором відповідних вербальних і невербальних засобів. Зокрема, в науці відомою є така стратифікація фейків, кожен із яких виконує особливу функцію в масмедійному просторі:

- фейки, що розпалюють міжнаціональну (расову, релігійну тощо) ворожнечу;
- фейки, які сіють паніку серед людей;
- фейки, за допомогою яких відбувається маніпуляція свідомістю;
- фейки, які поширюють хибні думки для того, щоб заплутати нас, відвернути від правди;
- фейки, які приносять прибуток ЗМІ, що їх поширює ("жовта преса");
- фейки, які рекламують когось або щось;
- фейки, які мають розважальний характер [13, с. 284].

У свою чергу, до найбільш загальних характерних особливостей фейкового матеріалу відносять:

- сенсаційні повідомлення, що починаються із запитання;
- факти з новин, що спираються на повідомлення із соціальних мереж;
- експресивність новини із занадто негативною оцінкою [16] та ін.

У контексті жанрового аналізу сучасного медійного дискурсу варто також зважати на характеристику полікодовості інформаційних повідомлень, що об'єднує одиниці різної знакової природи (зокрема вербальні, графічні, аудіо, відео та ін.) для

досягнення комплексної комунікативної мети – наприклад, рекламної, атрактивної, маніпулятивної та ін.:

1. "❖ Новорічний випуск шоу "Я люблю Україну" — вмикаймо 31 грудня, о 18:00 на ТЕТ.

Щоб провести святковий вечір разом, ми запросили Дашу Квіткову, Євгена Клопотенка, Олександру Машлятіну та Фіму Константиновського 🍷

Але це не все, на глядачів чекають ще й таємні зіркові гості, які підсилять команди Юрія Ткача та Олександра Педана 🧐

Давайте разом зустрінемо Новий рік у компанії улюблених зірок та з улюбленим шоу ❄️" (Мій Київ);

2. "Цифровим містом продовжують літати таємні поштівки, що зігрівають. Долучайтесь:

✉️ Натисніть у сервісах Таємний поштарик → Створити поштівку.

📩 Виберіть святковий псевдонім.

💖 Відправте 2-3 речення привітання українською.

Іхтось в місті зрадіє 🍷" (Київ Цифровий) та ін.

Так, семіотична гетерогенність інформаційних текстів і контекстів доповнює й урізноманітнює їх функціонально-стилістичний ресурс і потенціал, акцентуючи увагу на додаткових маркерах, принципово важливих, зокрема, і для фактчекінгу. Хоча коректне розуміння смислової організації аналізованих інформаційних медійних повідомлень залежить також і від фонових знань реципієнтів – так званого комунікативного фону, що часто визначає вектор емоціональної тональності сприйняття тексту та його подальшого опрацювання та функціонування у просторі суспільної комунікації.

В аксіологічній проєкції насиченість / перенасиченість інформації позитивними / негативними фактами чи подіями, їх оцінками, одиницями різних знакових систем вказує на змодельовану реакцію реципієнта. У цьому випадку робляться відповідні смислові акценти, оптимізують числові показники, використовують частково реальні цифри, але їх доповнюють словами та семантично конотованими формами "надмірно",

.....
"жахливо", "розкіш", "ганебний" та ін. Під час перевірки інформації виявляється, що протилежний складник, який врівноважує нейтральний баланс публікації, зовсім вважається відсутнім [23, с. 149]. Більше того, на думку О. Децика, при здійсненні фактчекінгу потрібно враховувати й такі маркери інформування: "вигаданий факт (повідомлення факту, якого не можна перевірити й стосовно якого не можна отримати будь-яких свідчень), пряме коментування (використання оціночних понять під виглядом нейтральних), непряме коментування (приховування комунікатором пропагандистського впливу через інформаційний фон або шум), двостороння аргументація (виклад декількох точок зору, альтернативні позиції не виключаються й не оцінюються як хибні) – так само можливі методи" [8].

Передусім, це потенційно актуалізує у мовній свідомості масової аудиторії у процесі сприйняття інформації природу її достовірності. Достовірність інформації – це категорія філософського знання, що інтерпретує її як вірогідність чи сприйняття істини загалом; "загальна властивість інформації, що визначає неспотворену частку в копії повідомлення стосовно його оригіналу" [19, с. 136]. В такому разі авторам медійних текстів потрібно й важливо зосереджуватись на першоджерелі інформації й, аналізуючи факти дійсності, узгоджувати їх зі смисловим наповненням повідомлення. Загалом також існує небезпека ідентифікації новини як правдивої, якщо матеріал містить покликання на організацію, яку представляє нібито офіційне "джерело", але водночас інформація може надходити до видання з анонімних джерел. Саме така конфіденційність має нашо́вхнути журналіста на думку про те, чи є новина достовірною [6, с. 333], що є підставою для фактчекінгу.

Цікавим, але у свою чергу й об'єктивним є факт того, що рівень достовірності інформації для одного автора може не збігатися зі специфікою її сприйняття іншими, особливо коли йдеться про масову аудиторію. Це також стосується часу та простору культури, коли авторитет особи може бути полярним або змінюватися під впливом різних екстралінгвістичних факторів.

Зокрема, К. Блек пропонує визначати такі узагальнені характеристики достовірної інформації, що базуються також і на технології фактчекінгу:

- особистість автора, його попередні статті, взаємодія з фахівцями і медіа;
- відсутність цитат із Вікіпедії;
- дані лише з офіційних відкритих ресурсів;
- перевірка фотографій на достовірність: дата, погода, пейзаж, люди, одяг, тіні;
- приналежність сайту до конкретних людей із їхніми політичними перевагами;
- цитати не можуть бути вирвані з контексту;
- розрізнення фактичної інформації і думки автора статті чи коментарів (інтерв'юерів);
- цитати використовувати для пошуку першоджерела;
- експертна оцінка – перевірка інформації в архівах;
- прискіплює ставлення до кожної деталі [3].

Відтак, концептуально важливе завдання автора інформаційного контенту – з урахуванням названих та інших критеріїв якісного, достовірного інформаційного повідомлення актуалізувати на його основі сприйняття об'єктивної дійсності масовою аудиторією, що змодельює подальшу інтерпретацію факту, синхронізованого з реальними подіями. В такому разі йдеться також і про соціальну відповідальність: не тільки авторів медійних текстів і контекстів, але й реципієнтів, які реалізують вторинну рефлексію щодо них (наприклад, репости на своїх сторінках у соціальних мережах, оцінки у вигляді емотиконів і відповідні коментарі під дописами та ін.).

За спостереженнями О. Гороховського, в Україні в аспекті виявлення порушень щодо об'єктивного інформування в медіа концепція фактчекінгу найбільш послідовно виявлена, зокрема, в діяльності таких спеціалізованих ресурсів [7, с. 10-11]:

1. "Stopfake.org — основна діяльність направлена на боротьбу з антиукраїнською пропагандою, заявами і фактами, спрямованими на дискредитацію України;

2. VoxCheck — заснований і працює на базі незалежної аналітичної платформи VoxUkraine і систематично перевіряє заяви топових політиків;

3. FastCheck — аналітична платформа, фахівці якої, крім того, що аналізують заяви українських політиків та можновладців за класичною методикою фактчек, розробляють нові підходи і формати фактчеку, здійснюють наукову-дослідну діяльність у цьому напрямку, просувають фактчек у регіони країни шляхом проведення тренінгів".

Названі та інші ("Без брехні", "Слово і Діло" тощо) фактчекінгові проекти передбачають, за спостереженнями А. Миколаєнко, дотримання принципу неупередженості та використання лише відкритих джерел для підготовки доказової бази [15, с. 162].

Зокрема, В. Ейсмунт — експерт одного з українських фактчекінгових ресурсів — серед ефективних інструментів алгоритму перевірки інформації називає такі:

- обрати матеріал і виділити з нього твердження, що потребують перевірки, обрати якомога оперативніший та якісніший спосіб перевірення;
- пошукати в авторитетних джерелах інформації підтвердження, що допоможуть класифікувати повідомлення як правдиве, неправдиве, оманливе або таке, що не можна перевірити;
- відібраний і проаналізований факт супроводжується коментарем, у якому аргументується вибір перевірки саме цього факту та її результат;
- експерт перевіряє коментар — якість і надійність джерела, відповідність класифікації;
- якщо коментар проходить перевірку, здійснюється перехресний фактчекінг (фінальна перевірка на внутрішню логіку); якщо ні — дослідник виправляє коментар, враховуючи зауваження експерта;
- залучення зовнішнього експерта, який, якщо це потрібно, оцінює текст;

• публікація перевірених даних. Публікуючи їх, слід посилатись на джерела перевірки та експертів [10].

Крім того, важливо наголосити на чотирьох елементах перевірки інформації, запропонованих К. Вардл:

• походження: чи дійсно це оригінальний фрагмент контенту;

• джерело: хто завантажив контент;

• дата: коли контент було створено;

• місце розташування: де було створено контент [5].

Урахування цих та інших ознак ефективного інформування в медійному просторі зможе позитивно вплинути на якість відповідного контенту, що моделює мовну свідомість реципієнтів. У контексті протидії дезінформації дослідники та медійні практики визначають перспективно дієвими такі алгоритми [21]:

1. "Систематичний моніторинг та комплексна перевірка інформації та ключових акторів інформаційного процесу;

2. Регулярне удосконалення методологій фактчекінгу та перевірки фактів;

3. Розбудова аудиторії та формування власних агентів поширення спростувань;

4. Комунікаційна робота зі стейкхолдерами інформаційних процесів на різних рівнях – локальному, національному, міжнародному;

5. Формування стійких партнерств із цифровими компаніями;

6. Інформування аудиторії, прозорість та доступність;

7. Розвиток фактчекінгу як елементу медіаграмотності".

У результаті проаналізований матеріал актуалізує комунікативний ресурс, стилістичні доміанти інформаційних жанрів сучасних масмедіа як важливого джерела інформації про об'єктивну реальність, що формує уявлення й цінності, а тому визначає перспективи сучасного суспільства в зрізі часу та простору культури.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бабак А. Розквіт фактчекінгу у світі : огляд найцікавіших проєктів. *Детектор media*. URL : http://ms.detector.media/web/online_media/rozkvit_faktchekingu_u_sviti_oglyad_naytsikavishikh_proektiv (дата звернення: 05.12.2024).
2. Бідзіля Ю.М. Словник журналіста : терміни, мас-медіа, постаті / за ред. Ю.М. Бідзілі. Ужгород : Закарпаття, 2007. 224 с.
3. Блек К. 16 правил журналістського розслідування. URL : http://osvita.media.sapiens.ua/ethics/standards/16_pravil_zhurnalistskogo_rozsliduvannya_vid_eksperta_londonskogo_byuro_rozsliduvanoi_zhurnalistiki (дата звернення: 02.12.2024).
4. Бржезьська З.М., Гайдур Г.І., Аносов А.О. Вплив на достовірність інформації як загроза для інформаційного простору. *Кибербезпека : освіта, наука, техніка*. 2018. Вип. 2 (2). С. 105–112. <https://doi.org/10.28925/2663-4023.2018.2.105112>.
5. Вардл К. Перевірка контенту, отриманого від читачів. Посібник з верифікації. URL : https://verificationhandbook.com/downloads/verification.handbook_ua.pdf (дата звернення: 06.12.2024).
6. Вітушко Н.С. Перевірка інформації на достовірність у процесі підготовки джерельної бази бібліотечного аналітичного продукту в умовах інформаційного протистояння. *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського*. Київ, 2014. № 39. С. 328–338.
7. Гороховський О.М. Фактчек як тренд розслідувань: можливості та перспективи : практичний посібник. Дніпро : ЛІРА, 2017. 133 с.
8. Децик О. Методи пропаганди. URL : <https://detector.media/infospace/article/96572/2014-08-04-metody-propagandy/> (дата звернення: 14.12.2024).
9. Дубов Д.В. та ін. Фейки як інструмент впливу на вибори. Київ : Національний інститут стратегічних досліджень, 2020. 201 с.
10. Ейсмунт В. Інструменти фактчекінгу : як професійно відрізнати брехню від правди. *Інститут масової інформації*. URL : <https://imi.org.ua/articles/instrumenti-faktchekingu-yak-profesiyno-vidriznyati-brehyu-vid-pravdi-i407> (дата звернення: 02.12.2024).
11. Закон України "Про інформацію". URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text> (дата звернення: 16.12.2024).
12. Кияшко Ю. Фактчекінг як інструмент протидії маніпулятивному впливу електронних ЗМІ. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2019. Вип. 45. С. 28–35.
13. Кіца М.О. Фейкова інформація в українських соціальних медіа: поняття, види, вплив на аудиторію. *Наукові записки Української академії друкарства*. 2016. № 1.
14. Марків О. Постправа та фактчекінг – тренди сучасної комунікації. *Наука та освіта : ключові питання сучасності*. Чернівці, 2018. Т. 11. С. 112–119.

15. Миколаєнко А.Ю. Фактчекінг як новий тренд журналістики. *Digital media : становлення новітньої комунікації : колект. монографія* / за ред. М.М. Поплавського, Л.О. Кочубей. Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2020. 244 с.

16. Мудра І. Поняття "фейк" та його види у ЗМІ. *Теле- та радіожурналістика*. 2016. Вип. 15.

17. Островська Н.В., Єськова К.В. Особливості формату українських фактчекінгових проєктів. *Соціальні комунікації: теорія і практика*. 2018. Т. 7. С. 43-51.

18. Островська Н.В. Фактчекінг в Україні : актуальні проблеми реалізації формату. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія "Соціальні комунікації"*. Вип. 17. 2021.

19. Партико З.В. Властивості інформації. *Інформація, комунікація, суспільство 2017*. Славське, 2017. С. 136-137.

20. Полтавець Ю. Фактчекінг у роботі сучасного журналіста – дієвий спосіб протистояння інформаційним загрозам. Гібридна війна і журналістика. *Проблеми інформаційної безпеки* / за заг. ред. В.О. Жадька. Київ : Вид-во НПУ імені М.П. Драгоманова, 2018. С. 126-141.

21. Романюк В.С. Фактчекінг та спростування фейкової інформації : виклики та досягнення. *Ukrainiske media w obliczu wojny : regulacje prawne i doświadczenia = Українські медіа в умовах війни : правові норми та досвід* / redakcja naukowa Agnieszka Glapiak. Warszawa : Wydawnictwo Akademii Sztuki Wojennej, 2023. S. 225-232.

22. Трансформація глобального і українського інформаційних просторів в епоху постправди : колективна монографія / Наук. ред. Нестеряк Ю.В. Київ : КИМУ, 2024. 124 с.

23. Шевченко В. Фактчекінг і верифікація у журналістській роботі. *Образ*. 2018. Вип. 1. С. 140-153.

24. Шевченко Л.І., Дергач Д.В., Сизонов Д.Ю. Медіалінгвістика : словник термінів і понять / за ред. Л.І. Шевченко. Вид. 2-ге, випр. і доп. Київ : ВПЦ "Київський університет", 2014. 326 с.

25. Allcott H., Gentzkow M. Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*. 2017. Vol. 31(2). P. 211-236. <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>.

26. Bessarab A., Volynets G., Kodatska N., Mykytiv H., Ostrovska N. The development of critical thinking and fact-checking as a basis for shaping the media culture and psychological health of modern youth. *AD Alta-Journal of interdisciplinary research*. 2023. Vol. 13. Issue 2. P. 115-119.

27. Brants K. Trust, cynicism and responsiveness : the uneasy situation of journalism in democracy. *Rethinking Journalism. Trust and participation in a transformed news landscape*. 2013. P. 15-28.

28. Buckingham D. Teaching Media in a 'Post-Truth' Age : Fake News, Media Bias and the Challenge for Media. *Digital Literacy Education. Cultura y Educación*. 2019. Vol. 31 (2). P. 213-231. <https://doi.org/10.1080/11356405.2019.1603814>.

29. Cotter C. News Talk. Investigating the Language of Journalism : monography. London : Cambridge University Press, 2010. 272 p.
30. Dickey C. The rise and fall of facts. Columbia Journalism Review. 2019. URL : https://www.cjr.org/special_report/rise-and-fall-of-fact-checking.php (дата звернення: 15.12.2024).
31. Fact-check. URL : <https://www.dictionary.com/browse/fact-check> (дата звернення: 01.12.2024).
32. Fact-checking. URL : <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/fact-checking> (дата звернення: 01.12.2024).
33. Fact-checking. URL : <https://www.oxfordreference.com/display/10.1093/acref/9780199646241.001.0001/acref-9780199646241-e-483> (дата звернення: 01.12.2024).
34. Grinberg N., Joseph K., Friedland L., Swire-Thompson B., Lazer D. Fake news on Twitter during the 2016 U.S. presidential election. Science. 2019. Vol. 363(6425). P. 374-378. <https://doi.org/10.1126/science.aau2706>.
35. Lee S., Xiong A., Seo H., Lee D. "Fact-checking" fact checkers : A data-driven approach. *Harvard Kennedy School (HKS) Misinformation Review*. 2023. <https://doi.org/10.37016/mr-2020-126>.
36. Lee S., Seo H., Lee D., Xiong A. Associative inference can increase people's susceptibility to misinformation. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*. 2023. Vol. 17(1). P. 530-541. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v17i1.22166>.
37. Lim C. Checking how fact-checkers check. *Research & Politics*. 2018. Vol. 5(3). <https://doi.org/10.1177/2053168018786848>.
38. McQuail D. Mass Communication Theory : monography. London : SAGE Publications, 2005. 624 p.

REFERENCES

1. Babak, A. (2017). *The rise of fact-checking in the world: a review of the most interesting projects* [Rozkvit faktchekinh u sviti : ohliad naitsikavishykh proektiv]. *Detector of media*. URL : http://ms.detector.media/web/online_media/rozkvit_faktchekingu_u_sviti_o_glyad_naytsikavishykh_proektiv (last access: 05.12.2024) [in Ukrainian].
2. Bidzilia, Y.M. (2007). *Journalist's dictionary: terms, mass media, figures* [Slovyk zhurnalista : terminy, mas-media, postati]. Uzhorod : Zakarpattia [in Ukrainian].
3. Black, K. (2016). *16 rules of journalistic investigation from an expert of the London Bureau of Investigative Journalism*. URL : http://osvita.media.sapiens.ua/ethics/standards/16_pravil_zhurnalistskogo_rozsliduvannya_vid_eksperta_londonskogo_byuro_rozsliduvalnoi_zhurnalistiki (last access: 02.12.2024) [in Ukrainian].
4. Brzhevska, Z.M., Gaidur, G.I., & Anosov, A.O. (2018). *Impact on the credibility of information as a threat to the information space* [Vplyv na dostovirnist informatsii yak zahroza dlia informatsiinoho prostoru]. *Cyber*

security : education, science, technology, 2(2), 105-112
<https://doi.org/10.28925/2663-4023.2018.2.105112> [in Ukrainian].

5. Vitushko, N.S. (2014). *Verification of information for reliability in the process of preparation of the source base of the library analytical product in the conditions of information confrontation* [Perevirka informatsii na dostovirnist u protsesi pidhotovky dzherelnoi bazy bibliotechnoho analitychnoho produktu v umovakh informatsiinoho protystoiannia]. *Scientific works of the V.I. Vernadskyi National Library of Ukraine*, 39, 328-338 [in Ukrainian].

6. Horokhovskyy, O.M. (2017). *Fact-checking as a trend in investigations: opportunities and prospects* [Faktchek yak trend rozsliduvan: mozhyvosti ta perspektyvy]. Dnipro : LIRA [in Ukrainian].

7. Wardl, C. (2014). *Reviewing content received from readers* [Perevirka kontentu, otrymanoho vid chyytachiv]. *Verification manual*. URL : https://verificationhandbook.com/downloads/verification.handbook_ua.pdf (last access : 06.12.2024) [in Ukrainian].

8. Decyk, O. (2014). *Propaganda methods* [Metody propahandy]. URL : <https://detector.media/infospace/article/96572/2014-08-04-metody-propagandy/> (last access : 14.12.2024) [in Ukrainian].

9. Dubov, D.V. et al. (2020). *Fakes as a tool for influence on elections* [Feiky yak instrument vplyvu na vybory]. Kyiv : National Institute of Strategic Studies [in Ukrainian].

10. Eismunt, V. (2016). *Fact-checking tools: how professionally to distinguish lies from the truth* [Instrumenty faktchekinh : yak profesiino vidrizniaty brekhniu vid pravdy]. *Institute of mass information*. URL : <https://imi.org.ua/articles/instrumenti-faktchekingu-yak-profesiyno-vidriznyati-brehnyu-vid-pravdi-i407> (last access: 02.12.2024) [in Ukrainian].

11. *Law of Ukraine "About Information"* [Zakon Ukrainy "Pro informatsiiu"]. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text> (last access : 16.12.2024) [in Ukrainian].

12. Kyiashko, Y. (2019). *Fact-checking as a tool to counteract the manipulative influence of electronic media* [Instrumenty faktchekinh : yak profesiino vidrizniaty brekhniu vid pravdy]. *Bulletin of Lviv University. Journalism series*, 45, 28-35 [in Ukrainian].

13. Kitsa, M.O. (2016). *Fake information in Ukrainian social media: concepts, types, impact on the audience* [Feikova informatsiia v ukrainskykh sotsialnykh media: poniattia, vydy, vplyv na audytoriiu]. *Scientific notes of the Ukrainian Academy of Printing*, 1, 283 [in Ukrainian].

14. Markiv, O. (2018). *Post-truth and fact-checking are trends in modern communication* [Postpravda ta faktchekinh – trendy suchasnoi komunikatsii]. *Science and education: key issues of our time*, 11, 112-119 [in Ukrainian].

15. Mykolayenko, A.Y. (2020). *Fact-checking as a new trend in journalism* [Faktechinh yak novyi trend zhurnalistyky]. *Digital media: the development of the latest communication*. Kyiv : KNUKIM [in Ukrainian].

16. Mudra, I. (2016). *The concept of "fake" and its types in mass media* [Poniattia "feik" ta yoho vydy u ZMI]. *Television and radio journalism*, 15, 186 [in Ukrainian].

17. Ostrovska, N.V., & Yeskova, K.V. (2018). *Peculiarities of the format of Ukrainian fact-checking projects* [Osoblyvosti formatu ukrainskykh faktchekinhovykh proektiv]. *Social communications : theory and practice*, 7, 43-51 [in Ukrainian].

18. Ostrovska, N.V. (2021). *Fact-checking in Ukraine : actual problems of implementing the format* [Faktchekinh v Ukraini : aktualni problemy realizatsii formatu]. *Bulletin of V.N. Karazin Kharkiv National University. Series "Social Communications"*, 17 [in Ukrainian].

19. Partyko, Z.V. (2017). *Properties of information* [Vlastyvosti informatsii]. *Information, communication, society 2017*. Slavske. P. 136-137 [in Ukrainian].

20. Poltavets, Y. (2018). *Fact-checking in the work of a modern journalist is an effective way of countering informational threats* [Faktchekinh u roboti suchasnoho zhurnalista – diievyi sposib protystoiannia informatsiinym zahrozam]. *Hybrid war and journalism. Problems of information security*, 126-141 [in Ukrainian].

21. Romaniuk, V.S. (2023). *Fact-checking and refutation of fake information : challenges and achievements* [Faktchekinh ta sprostuvannia feikovoï informatsii: vyklyky ta dosiahnennia]. *Ukrainskie media w obliczu wojny*. Warszawa : Wydawnictwo Akademii Sztuki Wojennej, 225-232 [in Ukrainian].

22. *Transformation of the global and Ukrainian information spaces in the post-truth era* (2024) [Transformatsiia hlobalnoho i ukrainskoho informatsiinychykh prostoriv v epokhu postpravdy] / Sc. Ed. Nesteriak, Y.V. Kyiv. 124 p. [in Ukrainian].

23. Shevchenko, V. (2018). *Fact-checking and verification in journalistic work* [Faktchekinh i veryfikatsiia u zhurnalisttskii roboti]. *The Image*, 1, 140-153 [in Ukrainian].

24. Shevchenko, L.I., Dergach, D.V., & Syzonov, D.Yu. (2014). *Media linguistics: a dictionary of terms and concepts* [Medialinhvistyka: slovnyk terminiv i ponyat] / za red. L.I. Shevchenko. Kyiv [in Ukrainian].

25. Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236. <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211> [in English].

26. Bessarab, A., Volynets, G., Kodatska, N., Mykytiv, H., & Ostrovska, N. (2023). The development of critical thinking and fact-checking as a basis for shaping the media culture and psychological health of modern youth. *AD Alta-Journal of interdisciplinary research*, 13 (2), 115-119 [in English].

27. Brants, K. (2013). Trust, cynicism and responsiveness : the uneasy situation of journalism in democracy. *Rethinking Journalism. Trust and participation in a transformed news landscape*, 15-28 [in English].

28. Buckingham, D. (2019) Teaching Media in a 'Post-Truth' Age: Fake News, Media Bias and the Challenge for Media. *Digital Literacy Education. Cultura y Educación*, 31 (2), 213-231. <https://doi.org/10.1080/11356405.2019.1603814> [in English].

29. Cotter, C. (2010). News Talk. Investigating the Language of Journalism : monography. London : Cambridge University Press [in English].

30. Dickey, C. (2019). The rise and fall of facts. *Columbia Journalism Review*. URL : https://www.cjr.org/special_report/rise-and-fall-of-fact-checking.php (last access: 15.12.2024) [in English].

31. *Fact-check*. URL : <https://www.dictionary.com/browse/fact-check> (last access : 01.12.2024) [in English].

32. *Fact-checking*. URL : <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/fact-checking> (last access : 01.12.2024 [in English].

33. *Fact-checking*. URL : <https://www.oxfordreference.com/display/10.1093/acref/9780199646241.001.0001/acref-9780199646241-e-483> (last access : 01.12.2024) [in English].

34. Grinberg, N., Joseph, K., Friedland, L., Swire-Thompson, B., & Lazer, D. (2019). Fake news on Twitter during the 2016 U.S. presidential election. *Science*, 363(6425), 374–378. <https://doi.org/10.1126/science.aau2706> [in English].

35. Lee, S., Xiong, A., Seo, H., & Lee, D. (2023). "Fact-checking" fact checkers : A data-driven approach. *Harvard Kennedy School (HKS) Misinformation Review*. <https://doi.org/10.37016/mr-2020-126> [in English].

36. Lee, S., Seo, H., Lee, D., & Xiong, A. (2023). Associative inference can increase people's susceptibility to misinformation. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 17(1), 530-541. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v17i1.22166> [in English].

37. Lim, C. (2018). Checking how fact-checkers check. *Research & Politics*, 5(3). <https://doi.org/10.1177/2053168018786848> [in English].

38. McQuail, D. (2005). Mass Communication Theory : monography. London : SAGE Publications [in English].

Дата надходження до редакції – 18.10.2024

Дата затвердження редакцією – 06.11.2024



Ця публікація ліцензована на умовах Creative Commons Attribution 4.0 International License