

С. Г. Соловійов,  
канд. наук із соц. комунік.  
Національна академія державного управління  
при Президентіві України

Soloviov Serhii,  
Candidate of Sciences on Social Communications  
Associate Professor  
National Academy for Public Administration  
under the President of Ukraine

УДК 007: 304: 659.3

## Розрізнення сатиричних та пропагандистських псевдоновин

### Distinction of counterfeit satirical and propaganda news

**РЕФЕРАТ.** Підробні новини (фейки) мають різні цілі: сатиру й розвагу чи пропаганду й маніпуляцію. Термінологічно у понятті «фейк» не визначено, до якої саме групи цілей належить інформація, яка подається у ЗМІ як новина.

У статті здійснена спроба визначити критерії, за якими можна розрізнити ці явища. Запропоновано умовно позначати один вид підробної новини як фейк-розвагу, другий вид – як фейк-війну. Виявлено, що фейк-розвага зазвичай розміщується на ресурсі, який спеціально для цього створений, і містить попередження про неправдивість наведених фактів. Фейк-війна поширюється на правах достовірних новин і може бути інструментом інформаційної агресії. Досліджуються приклади розміщення фейкових новин та аналізуються причини. Пропонується визначення фейку як відображення в інформаційному просторі події, якої не було у фізичному просторі, або викривлення в інформаційному просторі події, яка відбулася у фізичному просторі.

**Ключові слова:** фейк, інформаційна агресія, придумана новина, розвага, сатира, маніпуляція.

**ABSTRACT.** Counterfeit (fake) news have different objectives: satire and entertainment or propaganda and manipulation. The concept «fake» is not defined, to which group of objectives the information coned by the media as news belongs to.

The article is an attempt to define the criteria by which we can distinguish these phenomena. We offer conditionally to designate one type of counterfeit fake news as entertainment, the second type – a fake war. It is found that fake entertainment is usually placed on the website which was created specifically for this, and contains warnings about false facts. Fake-war extends to the rights of reliable news and information can be a tool of aggression. It is the examples of placement of fake and it is analyzed the reasons. The Fake is proposed as a definition reflected in the information space of the event, which was not in the physical space or distortion in the information space events that took place in the physical space.

**Keywords:** fake, information aggression, invented news, entertainment, satire, manipulation.

**Вступ.** У медіапросторі діють ресурси придуманих новин, інформація на яких не відображає факти, а побудована на вимислі. Такі придумані новини називаються фейком (англ. fake – підробка). Фейкові новини можуть мати цілі двох основних груп. До першої групи зараховуємо розвагу, пародіювання, сатиру, до другої – дезорієнтацію, залякування, маніпуляцію. Важливо відрізнити фейк, створений і позиціонований як сатиричні коментарі, від фейку, котрий задіяний в інформаційних операціях і подається як справжні новини.

Феномен псевдоновин достатньою мірою ще не вивчений, попри його вплив на масову аудиторію загалом та контент ЗМІ зокрема. Це можна пояснити відносно короткою історією існування тренда

в сучасному вигляді. Аналіз діяльності сайтів фейкових новин та розміщення придуманих новин без належної перевірки іншими медіаресурсами можуть наблизити нас до глибшого розуміння деяких тенденцій розвитку інформаційного суспільства, а саме – некритичності сприйняття масовою аудиторією неперевіреної, спеціально сконструйованої неправдивої інформації. Дуже цікавим питанням вважаємо пародійну оболонку такої інформації як спосіб подолати комунікативний бар'єр.

Оскільки придумані новини не відображають об'єктивних фактів, то немає підстав вважати їх власне новинами. З іншого боку, сатиричні фейкові новини опираються на актуальні аспекти розвитку суспільства, відштовхуються від



конкретних тенденцій і особистостей, по-своєму інтерпретують те, що відбулося чи відбувається. У такому разі можна говорити, що це версія, коментар, особливий ракурс висвітлення фактів дійсності. Отже, у фейковій сатиричній новині подія може висвітлюватися частково (однобоко, суб'єктивно). Пародійний підхід такого висвітлення, безперечно, знайде свою аудиторію. Можна припустити, що це той універсальний засіб зацікавлення, «в основі якого лежить новизна факту й новизна думки, або, що буває часто, їх своєрідне поєднання» [1]. Для нас у цьому спостереженні журналістикознавця ключова думка – саме своєрідність поєднання новизни факту й новизни думки. Можемо інтерпретувати це так: у розважальній псевдоновині на першому плані – критичне осмислення певної ситуації, відображеної за допомогою іронії та сарказму як основних стилістичних прийомів.

Достовірність, пізнавальна цінність інформації, поданої у фейковій пародійній новині, лежить на задньому плані, але загалом для практики журналістики це не чужий підхід: «Елемент шоу присутній у подачі новин, а часом деякі новини пишуть спеціально, щоб розважити аудиторію», – зазначає фахівець із Великої Британії Е. Бойд. Хоча при цьому й додає, що інформація й розвага часто суперечать одна одній [2]. Проте для масового читача ця суперечність не завжди очевидна. Адже якщо розважальна новина оприлюднена у ЗМІ, з якого читач постійно черпає інформацію й вважає його достовірним інформаційно-аналітичним джерелом, то перенести новину з розряду інформаційних у розважальну може бути непросто. Водночас випадки розміщення придуманих новин в інформаційних медіа трапляються (мається на увазі не поширення в інших ЗМІ, а саме те, що медіа стає джерелом свого фейку). Серед прикладів – повідомлення від 20 липня 2014 р. власника російського телеканалу «Дождь» Олександра Винокурова про те, що Путін поїхав в Україну на зустріч із українським президентом Петром Порошенко. Сам Винокуров через кілька годин назвав це інтелектуальною провокацією й пояснив, навіщо він розмістив неправдиву інформацію. На його думку, це «залучає аудиторію до теми краще, ніж звичайна колонка» [3].

У Вікіпедії фейкові новини трактуються як «повністю або частково вигадана інформація... яка подається у ЗМІ під виглядом справжніх журналістських матеріалів». Далі вказується, що часто фейк має «гумористичний або сатиричний характер і створюється з метою висміювання або привертання уваги до важливих суспільних проблем чи тенденцій» [4].

Виразного наголосу на тому, що фейк може створюватися як інструмент ведення інформа-

ційних війн, у цьому визначенні немає. Хоча, як ми вже зазначали, фейк має й інші цілі, які не співвідносяться з гумором і спрямовані на обслуговування інформаційної агресії.

Застосування поняття «фейкова новина» без вказівки на основну мету, з якою вона була створена, може стати причиною дезорієнтації цільової аудиторії й виникнення недовіри до джерела інформації.

На нашу думку, необхідно приділити увагу розрізненню понять псевдоновин, які ми умовно можемо назвати «фейк-розвага» і «фейк-війна». У статті здійснимо спробу дослідити основні ознаки фейку й визначити критерії, за якими ці поняття можна розрізнати.

**Методи дослідження.** Розмежування фейків за принципом цілей – назріла потреба, адже суспільство перебуває під постійним інформаційним впливом. З одного боку, зростає кількість ресурсів, які створюють і поширюють «фейк-розваги», а з іншого, проти України ведеться агресія, в ході якої застосовуються «фейк-війни». Можна передбачити, що ставлення аудиторії до різних видів фейків відрізняється. Сприйняття псевдоновини, яка лише розважає, й псевдоновини, яка шкодить, не може бути однаковим. Звідси, на нашу думку, випливає необхідність чітких означень цих явищ, які (означення) застосовувалися б споживачами інформації для розрізнення понять.

Серед методів дослідження «фейк-розваги» доречно навести експеримент, здійснений автором у середині 90-х рр. З метою вивчення ефективності сприйняття придуманої пародійної новини масами нами було ініційовано повідомлення про те, що в районному центрі розпочинає роботу місцеве телебачення. Це повідомлення прозвучало у випуску ранкової інформаційної програми районного радіомовлення, яка виходила 1 квітня. Для аудиторії тих часів це справді виявилось новиною, актуальність якої перевищила звичне сприйняття Першого квітня як дня жартів. Обговорення новини й пошуки телеканалу були активними. Про це свідчили численні дзвінки в радіостудію із запитаннями про те, як налаштувати телеприймач і в який бік спрямовувати антену. Успіх фейкової новини, на нашу думку, забезпечувався довірою до джерела й очікуваністю, правдоподібністю події – чутки про можливість відкриття районного телебачення були доволі поширеними.

Наступний метод дослідження – аналіз медіамайданчиків фейкових новин з метою визначення їх визначальних характеристик. Насамперед ідеться про позиціонування певного ресурсу як місця розміщення сатиричної, пародійної новини чи інформації, котра претендує на достовірність. Також застосовувався метод



спостереження для збирання даних щодо шляху поширення певних рейкових новин.

**Результати й обговорення.** Особливо значущим можна вважати питання впливу фейкових новин на маси в період соціально-політичних змін у суспільстві. Маємо на увазі те, що неправдива, спеціально сконструйована розважальна новина може позначитися на поведінці окремих членів суспільства, груп людей чи навіть всієї спільноти, і при цьому джерело не відповідатиме за наслідки, бо поширило явний фейк із попередженням про те, що інформація вигадана.

Наприклад, відомий сайт фейкових новин UaReview має гасло «Ми щодня пишемо правду. Чесно\*», але застерігає під зірочкою: «Всі згадані на сайті події та персонажі вигадані. Будь-який збіг з реальними подіями та людьми є випадковим».

Інший український сайт «Репортажист» має гасло «Новий погляд на новини\*» і застереження: «Усі розміщені на сайті новини вигадані. Збіг з реальними подіями чи людьми випадковий. Не допускається посилання на сайт як на достовірне джерело».

Американський сайт The Onion («Цибулина») попереджає латинською мовою «Tu stultus es», що в перекладі означає «Ти дурень».

Російське ІА «Хорох-прес» про себе повідомляє таке: «Розважальний ресурс, на якому публікуються вигадані новини, що не мають нічого спільного з об'єктивною реальністю. Всі збіги імен, дат і подій випадкові. Весь зміст порталу – вимисел. Не містить фактів та оціночних суджень».

Такі попередження уважний читач помічає, але частина аудиторії, зважаючи на коментарі, цілком вірить «новинам», дає їм оцінку й обговорює їх. Особливий успіх псевдонівина має тоді, коли їй вірять не лише читачі, а й колеги з інших ЗМІ, поширюючи пародійну новину. Відображена на кількох ресурсах така «новина» здобуває певний авторитет, що дає змогу поширювати її далі, охоплюючи дедалі більшу й серйознішу аудиторію.

Наведемо приклад того, як добре сконструйована фейкова новина (із відповідною структурою, цитатами, цифрами, світлиною) може переконати у своїй правдивості не лише масову аудиторію, а й ЗМІ. Сайт itnovosti.org.ua розмістив публікацію про перспективу запровадження плати за користування акаунтом у мережі Facebook. Через кілька днів після цього сайт змушений був повідомити, що першоджерелом була інформація на американському сайті National Report, «основна робота якого – створення сатиричних і фейкових новин» [5]. Фейкова новина була розміщена 22.09.2014, спростування – 24.09.2014. Після викриття підробки інформація на цьому ресурсі була видалена, але інші сайти містили її й надалі. Деякі

сайти паралельно з цією «шокуючою новиною» [6] висловлюють сумнів щодо правдивості. Така подвійна позиція інтернет-медіа навряд чи задовольнить читачів: з одного боку – новина, а з іншого – застереження щодо її правдивості. Приміром, сайт niasam.ru, повідомляючи цю «новину», зауважує, що «вірити повідомленню американського видання не варто, оскільки воно позиціонує себе як новинне й політичне сатиричне інтернет-видання» [7]. Схожий коментар розміщують й інші. «Серйозні джерела цю новину ніяк не підтверджують і не коментують», – пише «Конфлікти і закон» [8]. Чимало видань повідомляють цю новину як безперечний факт [9]. На нашу думку, показовим є її розміщення на відомих ресурсах, у професійності яких сумнівів не виникало.

Спроба дослідити шлях появи новини про те, що гривня нібито визнана найкрасивішою валютою, привела нас до такого ланцюжка посилань: ТСН – Газета по-українськи – Finance.ua – Подробности – ICTV. На сайті ICTV цієї новини виявити не вдалося, хоча 2 вересня 2014 р. ресурс розміщує інформацію про те, що гривні виповнилося 18 років, і нагадує «новину» 2008 р. про визнання нашої валюти найкрасивішою у світі. Насправді ж, за повідомленням агенції УКРІНФОРМ 30 грудня 2009 р., жарт про визнання гривні найкрасивішою валютою придумав автор текстів для гумористичних проєктів Андрій Богданович. Інтернет-ресурси, яким ця інформація надсилалася, не задумувалися про її адекватність – і повідомлення стало популярною новиною. Ресурс vidomosti-ua.com посилався, приміром, на ІТАР-ТАРС, проте слідів цієї інформації там ми не знайшли [10].

Публікуючи новину без підтвердження, медіаресурси сприяють не лише поширенню фейку, а й збільшенню його популярності й певній легітимізації. Експеримент із виявлення масштабів такого поширення здійснив засновник Watcher.com.ua Максим Саваневський. Як пише газета «День», журналіст «розмістив на одній із гумористичних підписок у «Фейсбуці» повідомлення про те, що «Центр світової спадщини ЮНЕСКО визнав гімн України найкращим у світі». Результат виявився несподіваним: неперевірену інформацію передрукували близько 100 інтернет-видань [11].

Актуальність фейку-розваги підвищується, коли є підтвердження подібного у фізичному просторі, коли подібне відбувалося або очікується. Окремий вид такого фейку – сатиричний коментар до фото. У подібному випадку відбувається розміщення зображення в іншому контексті, що й дає новий погляд на ситуацію. Наявність світлини або «копії» документа – це не просто привернення уваги, а й «підтвердження» правдивості.



Серед ресурсів, які створюють і поширюють пародійний фейковий контент, одні з найвідоміших – українські UaReview, «Репортажист», американські The Onion, National Report, російські FogNews, НОВОСТИ. Жанрово й стилістично обмежень немає. Часопис «ПіК» (політика і культура) має рубрику «Фейкодром». Телепрограма «Чистонews» подає пародійні новини під гаслом «Новина, над якою посміялася вся країна, автоматично стає доброю». Сайт pdrs.dp.ua пародіює ліві партійні ресурси, які експлуатують ідею боротьби робочого класу за свої права.

Засновник UaReview Роман Голубовський про походження ресурсу говорить так: «Основною причиною створення мого порталу стала абсурдність деяких ЗМІ. Крім того, я зрозумів, що в новинній замітці можна подати будь-який жарт» [12].

Розвиваючи цю думку, можна сказати, що в замітці можна подати не лише жарт, а й фальшиву чи викривлену подію для використання в інформаційній війні. Особливої ваги такі фейки набули в період російської агресії проти України. Боротьба з відвертою або правдоподібно сконструйованою брехнею, яку поширюють в ЗМІ агресора, стала нагальною потребою. На сайті stopfake.org спростовуються такі інформаційні викиди й даються пояснення, як розпізнати неправду у фото- та відеопублікації, свідченнях очевидців, повідомленнях західних ЗМІ.

Щоб відрізнити пропагандистські фейкові новини від справжніх, доречними будуть поради практиків. Наприклад, колишній головний редактор російського ресурсу Lenta.ru Галина Тимченко рекомендує застосовувати кілька правил, які допоможуть визначити, чи можна взагалі вірити опублікованій інформації. Деякі з цих рекомендацій стануть у пригоді й при спробі виявити міру правдивості новини. Журналістка попереджає, що не слід вірити заголовкам: «Вони написані для привабливості уваги й зазвичай не несуть серйозного смислового навантаження. Часто заголовок суперечить змісту». Інша порада – звертати увагу на джерело інформації й перевіряти, чи справді така інформація там була опублікована. Так само стосовно експертів – з'ясувати, чи справді згадана в публікації особа є компетентною в певній галузі. Насторожити читача мусить й емоційний підхід у процесі опису події, тим більше, якщо епітети застосовуються замість подробиць [13].

Розроблені навіть сервіси, які допомагатимуть журналістам визначати правдивість новини. «Алгоритм Emergent щогодини аналізує зміни в текстах і заголовках новини, щоб визначити, чи з'явилося спростування цієї інформації. У випадку, якщо новину починають масово редагувати на різних сайтах, це може означати, що ЗМІ публікують спростування та інформація – неправдива» [14].

Та в будь-якому разі першим бар'єром на шляху до сприйняття інформації мусить бути «звичайний здоровий глузд» [15]. Важко не погодитись і з таким зауваженням В. Лизанчука: «Здійснивши елементарний аналіз інформації з різних джерел, увімкнувши свідомість, людина може скинути зі своїх очей полуду брехні» [16]. Зрозуміло, що під брехнею тут цілком можна розуміти фейкову новину, використовувану як інструмент агресії, і не лише інформаційної.

Поширення пропагандистського фейку російськими ресурсами стало таким розповсюдженим явищем, що існують навіть «кращі» підбірки цієї брехні, наприклад, у публікації [17] повідомляється: «У США опублікували 60 фейків російських ЗМІ про Україну». Один із українських ресурсів наводить свій рейтинг брехливих новин з-під пера російських пропагандистів [18]. Зрозуміло, що поширення фейку відбувається тоді, коли ресурс, на якому розміщується неправдива інформація, або не перевіряє новину, або зацікавлений у її публікації з політичних чи комерційних міркувань. З'явилися навіть спеціальні сайти, які розміщують найкрикливішу інформацію, заробляючи на кількості невибагливих відвідувачів. Дослідники відзначають, що «виробництво неправдивого, але яскравого інформаційного приводу перетворилось на дуже непоганий бізнес» [19].

Ми можемо визначити різновиди фейку в інформаційній війні:

- розміщення неправдивої інформації під виглядом достовірної з відома видання;
- несанкціоноване розміщення, задля якого здійснюється зламування акаунта видання, на яке потім можна посилатися;
- створення фейкової події задля конструювання фейку. При цьому новина формально відображає подію, а об'єктивність такого відображення оцінюється згодом і не завжди;
- фейк подається як подробиці, уточнення до об'єктивної новини.

Успіх фейкових новин може бути обумовлений потребою масової аудиторії в інформації у кризових ситуаціях (маси потребують її, держава не встигає, тому аудиторія вірить фейку). Як варіант – фейк сприймають за правду при недовірі до офіційної позиції держави. Відсутність альтернативного погляду на певну подію також може сприяти приверненню уваги до фейку.

**Висновки.** Загалом ми можемо означити, що фейк це:

- відображення в інформаційному просторі події, якої не було у фізичному просторі;
- викривлення в інформаційному просторі події, яка відбулася у фізичному просторі.

Поставивши за мету розрізнити поняття фейк-розваги та фейк-війни, ми спробували окреслити їх



основні ознаки. Вважаємо, що однією з визначальних підстав для розрізнення цих двох типів придуманих новин слід вважати місце розміщення:

- пародійний фейк розміщується на ресурсі, який спеціально для цього створений і оприлюднює лише подібні новини. При цьому про придуманий характер новин аудиторію попереджають. Подальше поширення фейку, сприйнявши його за об'єктивну інформацію, можуть здійснювати й інші ЗМІ. Мета – розвага, сатиричний погляд на факти;

- пропагандистський фейк оприлюднюється в інформаційно-аналітичних ЗМІ у потоці справжніх новин, мімікруючи під висвітлення об'єктивних фактів. Мета – маніпуляція, дезорієнтація, залякування.

Із потреби у розрізненні фейків випливає необхідність запровадження термінологічних означень, за допомогою яких розмежовувалися б пародійні та пропагандистські псевдоновини, наприклад, фейк-розва-

#### Джерела і література

1. *Здоровага В. Й.* Теорія і методика журналістської творчості : підручник / В. Й. Здоровага. – 3-тє вид. – Львів : ПАІС, 2008. – С. 45.

2. *Бойд Е.* Ефірна журналістика. Технології виробництва ефірних новин / Е. Бойд. – К., 2007. – С. 39.

3. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://www.facebook.com/vinokurov12/posts/912984262051135>. – Дата доступу: 14.05.2015.

4. *Фейкові новини* [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A4%D0%B5%D0%B9%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D1%96%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%BD%D0%B8>. – Дата доступу: 14.05.2015.

5. *Платний Facebook – «утка»* [Електронний ресурс] / Режим доступу: [http://itnovosti.org.ua/2014/09/internet/platnyj-facebookutka.html#.VCKcUP1\\_t6s](http://itnovosti.org.ua/2014/09/internet/platnyj-facebookutka.html#.VCKcUP1_t6s). – Дата доступу: 14.05.2015.

6. *С ноября социальная сеть Facebook станет платной?* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://rodgor-vlg.ru/s-nojabrja-socialnaja-set-facebook-stanet-platnoi.html>. – Дата доступу: 14.05.2015.

7. *Facebook* станет платным с 1 ноября [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.niasam.ru/V\\_MIRE/Facebook-stanet-platnym-s---noyabrja47009.html](http://www.niasam.ru/V_MIRE/Facebook-stanet-platnym-s---noyabrja47009.html). – Дата доступу: 14.05.2015.

8. *Через місяць Facebook стане платним* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://k-z.com.ua/ynternet-konfilykty/31956-cherez-misyats-facebook-stane-platnim>. – Дата доступу: 14.05.2015.

9. *Носальська Ірина.* З листопада Facebook стане платним [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ua.golos.ua/ekonomika/14\\_09\\_22\\_s\\_noyabrja\\_a\\_sebook\\_stanet\\_platnyim](http://ua.golos.ua/ekonomika/14_09_22_s_noyabrja_a_sebook_stanet_platnyim). – Дата доступу: 14.05.2015.

10. *Українську гривню назвали найгарнішою валютою світу* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vidomosti-ua.com/newspaper/73371>. – Дата доступу: 14.05.2015.

11. *Гривінський Роман.* «Найкращий у світі» гімн та «найкрасивіша» валюта [Електронний ресурс]. –

га для першого випадку та фейк-війна для другого.

Особливої уваги медіадослідників мав би заслуговувати ефект дії псевдоновин, які використовуються в інформаційній агресії Росії проти України. Питання, які виникають у зв'язку з цим і потребують вивчення:

- чому фейкові пропагандистські новини мають серйозний вплив на частину аудиторії?

- чому значна частина аудиторії не прагне порівняти інформацію з різних джерел?

- як навіть найабсурдніша псевдоновина з боку Росії долає комунікативний бар'єр жителя України, проти якого РФ веде збройну агресію?

Перспективними напрямками подальших досліджень є також вплив фейку на контент ЗМІ, наприклад, численні випадки розміщення псевдоновини без перевірки. Причиною таких дій можуть бути прагнення випередити конкурентів, непрофесійність, апріорна довіра до джерела інформації, комерційний інтерес.

Режим доступу: <http://www.day.kiev.ua/uk/article/media/naykrashchiy-u-sviti-gimn-ta-naykrasivishavaljuta>. – Дата доступу: 14.05.2015.

12. *Кто и зачем делает UaReview: вся правда о главном источнике фейковых новостей* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mediananny.com/intervju/2305359/>. – Дата доступу: 14.05.2015.

13. *Карпенко Ольга.* Как читать новости: 8 правил от экс-главреда Lenta.ru Галины Тимченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ain.ua/2014/09/02/538961>. – Дата доступу: 14.05.2015.

14. *Дуже актуальне: розроблена програма проти фейків в ЗМІ* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pinu.com.ua/novyny/it/1-01-15/duzhe-aktualne-rozroblena-programa-proti-feykiv-v-zmi>. – Дата доступу: 14.05.2015.

15. *Бахтєєв Борис.* Фейкова дійсність – от що продукує фейкові новини [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.tweekly.org.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=6833:2012-12-26-21-48-23&catid=10:2011-01-24-17-21-20&Itemid=8](http://www.tweekly.org.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=6833:2012-12-26-21-48-23&catid=10:2011-01-24-17-21-20&Itemid=8). – Дата доступу: 14.05.2015.

16. *Лизанчук В. В.* Антиукраїнська інформаційна агресія в телерадіопросторі Росії та України / В. В. Лизанчук // Наукові записки Інституту журналістики : науковий збірник / за ред. В. В. Різуна ; КНУ імені Тараса Шевченка. – К., 2014. – Лип.-верес. – Т. 56. – С. 16.

17. *У США опублікували 60 фейков російських ЗМІ про Україну* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://news.pn.ua/public/108533>. – Дата доступу: 14.05.2015.

18. *Распятый мальчик и два раба. Топ-10 фейков российской пропаганды* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://gordonua.com/publications/Raspyatyy-malchik-i-dva-raba-Top-10-feykov.html>. – Дата доступу: 14.05.2015.

19. *Богдан Буткевич.* Фабрика фейков. Какую угрозу несут сайты-паразиты [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vlada.io/fabrika-feykov-kakuyu-ugrozu-nesut-sayty-parazityi>. – Дата доступу: 14.05.2015.



## Reference list

1. *Zdoroveha V. I.* Teoriia i metodyka zhurnalistskoi tvorchosti : pidruchnyk / V. I. Zdoroveha. – 3-tie vyd. – Lviv : PAIS, 2008. – S. 45.
2. *Boid E.* Efirna zhurnalistyka. Tekhnolohii vyrobnytstva efirnykh novyn / E. Boid. – K., 2007. – S. 39.
3. [Electronic resource] / Reference: <https://www.facebook.com/vinokurov12/posts/912984262051135>. – Accessed: 14.05.2015.
4. *Feikovi novyny* [Electronic resource] / Reference: [http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A4%D0%B5%D0%B9%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D1%96\\_%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%BD%D0%B8](http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A4%D0%B5%D0%B9%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D1%96_%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%BD%D0%B8). – Accessed: 14.05.2015.
5. *Platnyj Facebook* — «utka» [Electronic resource] / Reference: [http://itnovosti.org.ua/2014/09/internet/platnyj-facebookutka.html#.VCKcUPl\\_t6s](http://itnovosti.org.ua/2014/09/internet/platnyj-facebookutka.html#.VCKcUPl_t6s). – Accessed: 14.05.2015.
6. *S nojabrja social'naja set' Facebook stanet platnoj?* [Electronic resource]. – Reference: <http://rodgorvlg.ru/s-nojabrja-socialnaja-set-facebook-stanet-platnoi.html>. – Accessed: 14.05.2015.
7. *Facebook stanet platnym s 1 nojabrja* [Electronic resource]. – Reference: [http://www.niasam.ru/V\\_MIRE/Facebook-stanet-platnym-s---noyabrya47009.html](http://www.niasam.ru/V_MIRE/Facebook-stanet-platnym-s---noyabrya47009.html). – Accessed: 14.05.2015.
8. *Cherez misyats Facebook stane platnym* [Electronic resource]. – Reference: <http://k-z.com.ua/ynternet-konflikty/31956-cherez-misyats-facebook-stane-platnim>. – Accessed: 14.05.2015.
9. *Nosalska Iryna.* Z lystopada Facebook stane platnym [Electronic resource]. – Reference: [http://ua.golos.ua/ekonomika/14\\_09\\_22\\_s\\_noyabrya\\_facebook\\_stanet\\_platnym](http://ua.golos.ua/ekonomika/14_09_22_s_noyabrya_facebook_stanet_platnym). – Accessed: 14.05.2015.
10. *Ukrainsku hryvniu nazvaly naihnishoiu valiutoiu svitu* [Electronic resource]. – Reference: <http://vidomosti-ua.com/newspaper/73371>. – Accessed: 14.05.2015.
11. *Hryvynskiy Roman.* «Naikrashchyi u sviti» himn ta «naikrasyvisha» valiuta [Electronic

resource]. – Reference: <http://www.day.kiev.ua/uk/article/media/naykrashchyi-u-sviti-gimn-ta-naykrasyvisha-valyuta>. – Accessed: 14.05.2015.

12. *Kto i zachem delaet UaReview: vsja pravda o glavnom istochnike fejkovykh novostej* [Electronic resource]. – Reference: <http://mediananny.com/intervju/2305359/>. – Accessed: 14.05.2015.

13. *Karpenko Ol'ga.* Kak chitat' novosti: 8 pravil oteks-glavreda Lenta.ru Galiny Timchenko [Electronic resource]. – Reference: <http://ain.ua/2014/09/02/538961>. – Accessed: 14.05.2015.

14. *Duzhe aktualne: rozroblena prohrama proty feikov v ZMI* [Electronic resource]. – Reference: <http://pinu.com.ua/novyny/it/1-01-15/duzhe-aktualne-rozroblena-programa-proti-feikov-v-zmi>. – Accessed: 14.05.2015.

15. *Bakhtiev Borys.* Feikova diisnist – ot shcho produkuie feikovi novyny [Electronic resource]. – Reference: [http://www.tweekly.org.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=6833:2012-12-26-21-48-23&catid=10:2011-01-24-17-21-20&Itemid=8](http://www.tweekly.org.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=6833:2012-12-26-21-48-23&catid=10:2011-01-24-17-21-20&Itemid=8). – Accessed: 14.05.2015.

16. *Lyzanchuk V. V.* Antyukrainska informatsiina ahresiiia v teleradioprostorii Rosii ta Ukrainy / V. V. Lyzanchuk // Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky : naukovi zbirnyk / za red. V. V. Rizuna ; KNU imeni Tarasa Shevchenka. – K., 2014. – Lyp.–veres. – T. 56. – S. 16.

17. *U SSHA opublikuvaly 60 feikov rosiiskyykh ZMI pro Ukrainu* [Electronic resource]. – Reference: <https://news.pn.ua/public/108533>. – Accessed: 14.05.2015.

18. *Raspjatyj mal'chik i dva raba.* Top-10 fejkov rossijskoj propagandy [Electronic resource]. – Reference: <http://gordonua.com/publications/Raspjatyj-malchik-i-dva-raba-Top-10-fejkov.html>. – Accessed: 14.05.2015.

19. *Bogdan Butkevich.* Fabrika fejkov.Kakuju ugrozu nesut sajty-parazity [Electronic resource]. – Reference: <http://vlada.io/fabrika-fejkov-kaku-yu-ugrozu-nesut-sajty-parazity>. – Accessed: 14.05.2015.

Подано до редакції 15. 04. 2015 р.

Соловьёв С. Г.

Различие сатирических и пропагандистских псевдоностей.

**РЕФЕРАТ.** Поддельные новости (фейки) имеют различные цели: сатиру и развлечение или пропаганду и манипуляцию. Терминологически в понятии «фейк» не определено, к какой именно группе целей относится информация, подаваемая в СМИ как новость.

В статье предпринята попытка определить критерии, по которым можно различить эти явления. Предложено условно обозначать один вид поддельной новости как фейк-развлечение, второй вид – как фейк-войну. Выявлено, что фейк-развлечение обычно размещается на ресурсе, специально для этого созданном, и содержит предупреждение о вымышленности приведенных фактов. Фейк-война распространяется на правах достоверных новостей и может быть инструментом информационной агрессии. Исследуются примеры размещения фейковых новостей и анализируются причины. Предлагается определение фейка как отражение в информационном пространстве события, которого не было в физическом пространстве, или искажение в информационном пространстве события, которое произошло в физическом пространстве.

**Ключевые слова:** фейк, информационная агрессия, придуманная новость, развлечение, сатира, манипуляция.