

Шульська Н. М.

Волинський національний університет імені Лесі Українки

Зінчук Р. С.

Волинський національний університет імені Лесі Українки

Башманівський В. І.

Житомирський державний університет імені Івана Франка

ФЕЙКОІНСТРУМЕНТАРІЙ ВЕДЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ В УКРАЇНІ: НА МАТЕРІАЛІ МОВИ СУЧАСНИХ МЕДІА

У статті досліджено інструментарій творення та просування фейків як елемента інформаційної війни в Україні. Негативний інформаційний матеріал дібрано із сучасних медіа, а також антифейкових ресурсів. З'ясовано, що найчастіше фальшивий контент ворог поширює через пости в мережі «Фейсбук», матеріалах на ютубі та в інстаграмі. Фейковими також можуть бути вірусні повідомлення в спільнотах «Вайбер», «Ватсап», «Телеграм». Мета поширення російських фейків спрямована на створення панічних настроїв серед українського населення, дискредитацію влади, військових, армії, втрату незалежності й демократичності країни, виправдовування власних злочинів тощо. Серед масиву російських інформаційних «вкидів» диференційовано масмедійні фейки, створені спеціальними ворожими ЗМІ й поширені ними, а також «мережеві чутки», тобто розповсюдження хибних коротких повідомлень-«лякалок» через соціальні мережі, вайберівські групи, месенджери, телеграм-канали, чати тощо. Виокремлено типові ознаки російських фейкових новин: сумнівні джерела походження інформації або їхня відсутність; апеляція до емоцій; подання фактів під хибним кутом зору; виразна гіперболізація або надреальність та інші. Свідченням неправдивих новин є низька мовна культура подібного роду повідомлень: відсутність елементарних правил орфографії, порушення мовностилістичних норм, уживання росіянізмів чи інших лексичних неточностей, фактологічні та логічні помилки. Серед виражальних маркерів неправдивих новин указано на такі: змішування інформації та дезінформації, активізація стереотипних уявлень, прикриття невідомими авторитетами та ін. Спостережено, що хибні повідомлення нерідко створюють на основі вже наявної інформації, але подають її під власним кутом зору, так, як це необхідно ворожим ЗМІ. Використовуючи факти, які вже є в інформаційному просторі, росіяни часто перекручують їх, створюючи так звані «лякливі вигадки». Зауважено, що важливими методами боротьби з дезінформацією є формування основ критичного мислення й навчання медіаграмотності.

Ключові слова: *фейк, інформаційна війна, Україна, мова сучасних медіа.*

Постановка наукової проблеми. Сьогодні в умовах повномасштабної російсько-української війни всі цілі агресора спрямовані не лише на те, щоб призвести до реальних втрат супротивника на полі бою, але й порушити обмін достовірною інформацією, вплинути на державні механізми ухвалення важливих рішень. Основна мета ведення інформаційної війни – увести українців у стан паніки, зробити так, щоб населення країни було наляканим і дезорієнтованим, думало про те, щоб швидше втекти або здатися, витратило час на пересилання фейкових повідомлень замість реальної допомоги війську та своїй державі.

Апробованою й ефективною технологією маніпулювання громадською думкою в умовах війни є розповсюдження фейків, тобто спеціально створених повідомлень, які містять неправдиву чи перекручену інформацію. Основна мета поширення ворожих фейкових новин – дезінформувати аудиторію через вигадані факти, пропагувати необхідну агресору думку чи позицію, посіяти паніку й створити психологічний шок, змінити в реципієнтів усталену думку, активувати увагу до необхідного, спонукати до певної дії, похитнути позицію індивідуума, змусити його засумніватися чи злякатися. З одного боку, фейк може бути в чистому вигляді неправдою, але поданий і сфор-

мований таким способом, що це важко помітити; з іншого – поєднувати правду й брехню у співвідношенні, необхідному маніпулятору. Серед так званих російських інформаційних «вкидів» розрізняємо масмедійні фейки, створені спеціальними ворожими ЗМІ й поширені ними, а також «мережеві чутки», тобто розповсюдження чужої вигадки через соціальні мережі, вайберівські групи, месенджери, телеграм-канали, чати тощо.

В умовах воєнного стану важливо вміти виявляти й спростовувати фальшиві новини, відшукувати типові мовно-виражальні маркери таких повідомлень, а також знати основи фактчекінгу, адже бути озброєним на інформаційному фронті – це бачити фейкові новини «в обличчя», вміти виявляти їхні типологічні ознаки, знати основні правила боротьби з дезінформацією. У цьому вбачаємо актуальність нашого дослідження. Важливість наукової розвідки підтверджена ще й тим, що у зв'язку із сучасними подіями гостро постає необхідність аналізу вітчизняного інфопростору на наявність маніпуляцій і неправдивих новин, які продукують російські ЗМІ.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Різні маніпуляції в засобах масової інформації як дієвий інструмент інформаційної війни спорадично ставали об'єктом аналізу медіаекспертів, науковців, журналістів-практиків. Специфіку маніпулювання масовою свідомістю через російські ЗМІ в умовах російсько-української війни з 2014 року вивчають О. Гойман [2]; Н. Ніколаєнко, Ю. Василевич, О. Комарчук [8]; С. Пархоменко [9]. Фейк як метод маніпуляції у ЗМІ, його різновиди та особливості виявлення й спростування розглядають у наукових розвідках С. Зозуля [4], М. Кіца [5], І. Мудра [7], М. Прокopenko [10], І. Пуцята [11], О. Саприкін [12]. Про вміння відрізнити брехню від правди в інфопросторі та важливість знань основ фактчекінгу зауважують Р. Герасименко [1], В. Ейсмунт [3], О. Мінченко [6]. Після повномасштабного вторгнення Росії 24 лютого 2022 року з'явилися поради від Міністерства цифрової трансформації про те, як боротися з російською маніпулятивною пропагандою в інтернеті, а також 10 порад, як не стати жертвою дезінформації в умовах війни від Державної служби надзвичайних ситуацій. Центр протидії дезінформації при РНБО України постійно дає слушні поради, як виявляти неправдиву інформацію й не поширювати її. Дотепер відсутні окремі наукові розвідки, у яких би як інструмент пропаганди ворога докладно розглядали фейки, що з'явилися в інформаційному про-

сторі з початком російсько-української війни від 24 лютого 2022 року. У цьому контексті згадаємо наші дослідження про медіаманіпуляції в умовах інформаційної війни в Україні [14; 16]; а також антифейкові ресурси в сучасному вітчизняному інфопросторі [15].

Постановка завдання. Мета наукової праці – проаналізувати інструментарій просування фейків у сучасному медіапросторі як вияв інформаційної війни і результат російської пропаганди; указати на типові ознаки фейкових новин країни-агресора; дослідити мовнокомунікативні маркери фальшивих повідомлень ворога.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні основним майданчиком ведення інформаційної війни стали соціальні мережі, а також так звані сайти-сміттярки, які поширюють неправдивий контент, підкріплений підробленими фото, «свідченнями» псевдоочевидців, сфальсифікованим відео. Надзвичайна популярність соцмереж зробила можливим не лише миттєве поширення дезінформації, а й дозволила мати прямий доступ до акаунтів політичного та військового керівництва країни-супротивника. До основних різновидів ведення інформаційної війни зазвичай зараховують такі: збирання та оброблення стратегічної інформації, поширення пропаганди або фейків із метою деморалізації населення країни чи військових, підривання якості інформаційних ресурсів противника й попередження можливості збирання та оброблення інформації супротивником. У сучасних умовах засоби масової інформації можуть слугувати, з одного боку, інструментом інформаційної війни, з іншого – неурядовою організацією для захисту інформаційного простору. У першому випадку медіа реалізують цілі державної інформаційної безпеки шляхом антипропагандистської та освітньої діяльності. Досвід України, яка перебуває в умовах воєнно-інформаційного тиску з боку зовнішнього агресора, є прикладом використання ЗМІ як своєрідного «інформаційного щита». В іншому випадку масмедіа реалізують стратегію агресивної пропаганди для досягнення політичних цілей влади. Як зазначає В. Христенко, «пропаганда відрізняється від звичайного інформування насамперед тим, що містить у собі засоби й механізми маніпулювання свідомістю людини чи групи людей, а маніпулювання, у свою чергу, здійснюють приховано від свідомості людини, що значно ускладнює критичну оцінку інформації» [13, с. 165].

Комунікативними маркерами маніпулятивних повідомлень зазвичай є надмірна емоційність,

повторення через певний проміжок часу (як із фейком про нестачу крові, який поширювали в однаковому формулюванні протягом тривалого періоду); вилучення певного контексту, дроблення цілісної картини інформації. У таких повідомленнях вербальними ознаками зазвичай використані лексеми «терміново», «сенсаційно», «достовірне джерело» тощо. Присутній так званий «тоталітаризм» джерела повідомлення з абсолютною відсутністю достовірності. Наявні також змішування інформації та дезінформації, активізація стереотипних уявлень, прикриття невідомими авторитетами та ін. Серед найбільш поширених фейкових повідомлень є пости в мережі «Фейсбук» та на каналах телеграму, матеріали в ютубі чи в інстаграмі, оскільки аудіовізуальна інформація найбільш легка й приваблива для величезної аудиторії користувачів. Неконтрольований потік інформації в інтернеті, а також відсутність цензури й лідерство думок призводять до того, що соціальні мережі, на жаль, максимально поширюють фальшивий контент. Оскільки більшість із нас сприймає месенджери як персональні майданчики комунікації, особистий простір, тому вірусні повідомлення у спільнотах «Вайбер» чи «Телеграм» часто стають одним із найефективніших способів поширення панічних настроїв, нагнітання й залякування. Фейкові sms-повідомлення – популярний інструмент поширення брехні. Вони переважно спрямовані на людей старшої вікової категорії, які рідко користуються засобами інтернет-комунікації.

Фейки є не лише в соціальних мережах, але й у традиційних ЗМІ. Російські засоби пропаганди дуже активно поширюють неправдиві новини на різні теми, але здебільшого вони стосуються українських військових та наших переселенців із територій, де ведуться активні бойові дії. Кремлівські ЗМІ у своїх текстах намагаються виставити Збройні сили України в негативному світлі та дискредитувати їх в очах громадськості. Як типові формальні ознаки ворожих фейків фіксуємо передовсім використання маніпуляційних фраз на зразок «достовірна інформація», «мені сказали військові», «ви мене знаєте, я брехати не буду» і подібні. Джерело такої інформації – так званий «ексклюзив від друзів, родичів у прокуратурі, поліції, військоматі», «джерело у вищих колах» тощо. Інколи зовсім відсутня вказівка на джерела їхньої появи. Якщо в заголовку ставлять тире і джерелом узагальнено вказують ЗМІ, то така інформація повинна викликати сумнів, як-от у конструкції: «В Україні можуть обмежити

виїзд чоловіків із міст, – ЗМІ». Першоджерело цієї новини – «УНІАН», де вийшов матеріал із кричущим заголовком «Ні кроку без військомату». Автор публікації – адвокат, який пише, що в українському законодавстві нібито є різні положення, відповідно до яких чоловікам в умовах воєнного стану можна переміщатися за межі місця проживання тільки з дозволу керівника військомату, але відсутня вказівка на конкретне положення, яке це регламентує, тобто інформація подана надто узагальнено, про що свідчить порушення стандарту достовірності вже в зазначеній вказівці на джерело «за деякою інформацією».

Фейки часто створюють на основі вже наявної інформації, але подають її під власним кутом зору, так, як це необхідно ворожим ЗМІ. Наприклад, російські медіа розповсюджували повідомлення про те, що Велика Британія і Туреччина планують скупити все українське зерно й приректи Україну на голод, покликаючись на заяву міністра закордонних справ Ліз Трасс. Хоча в заяві йдеться насправді про співпрацю Британії й Туреччини щодо вивозу зерна з України, а новина містить російську пропаганду, побудовану на коментарях користувачів соцмереж, які некомпетентно виступають у ролі експертів і роблять висновки про нібито майбутній голод в Україні через негативні дії двох країн. Подібним способом представлений фейк про шолом HGU-56/P AVN, який знайшли на місці падіння українського вертольота. Такі шоломи використовують пілоти країн-членів НАТО, а також в армії США. Українські ж військові подібного головного убору не носять. Російські пропагандисти почали масово розповсюджувати фото шолома й звинувачувати чинних і колишніх військовослужбовців НАТО, що нібито ті беруть участь у російсько-українській війні. Фактчекери з «Mythdetector» з'ясували, що інформація не відповідає дійсності, оскільки першою ці світлини опублікувала компанія-виробник шоломів «Gentex Corporation», а фото надіслали Повітряні сили України як подяку за те, що шолом врятував їм життя.

Використовуючи факти, які є вже в інформаційному просторі, окупанти часто перекручують їх, створюючи власні «лякливі вигадки». Зокрема, по-іншому подавши твердження головного державного санітарного лікаря України щодо можливої загрози спалаху холери в Маріуполі, російські пропагандисти створили фейк, що буцімто головний лікар збирав підлеглих в одній із лікарень Маріуполя щодо спалаху хвороби. Як відомо, в Україні не зафіксовано жод-

ного випадку холери, зрозуміло, що це знову ж фальшиві «вкиди» росіян.

Почасти маніпулятивна інформація має виразний проросійський характер, орієнтована на дискредитацію української влади, військових, армії, втрату незалежності й демократичності країни тощо. Прикладом є фейк про те, що жителі Нової Каховки впродовж двох місяців не отримують зарплат і пенсій, а Київ вимкнув мобільний зв'язок та заблокував банківські рахунки мешканців окупованого Півдня, хоча насправді на Херсонщині мобільний зв'язок та інтернет вимкнули російські військові. Неодноразово на тимчасово окупованих територіях, які перебувають в інформаційному вакуумі, поширюють хибні повідомлення начебто про відступ українських військ і їхні значні втрати. Неправдива й інформація про те, що українські полонені хочуть отримати громадянство Росії. У соцмережах також поширювали фото фальшивого документа про розстріл українським військовим солдата, який не виконав його наказу. Не новим є фейк про те, що за наказом керівництва Національної гвардії «будуть розстрілювати українських військових, які здаються в полон».

Показовим мовно-виражальним засобом російської пропаганди слугує виразна гіперболізація, як-от у фейковій новині про те, що на Херсонщині дуже великий ажіотаж із приводу того, що мешканці України масово стоять у чергах, щоб здати документи для набуття російського громадянства. Додатковими маркерами маніпуляції тут слугують лексеми «великий ажіотаж» (підсилення контексту надає ненормативний плеоназм), «дуже», «масово». Після окупації Маріуполя російська влада почала поширювати неправдиву інформацію, що України вже нібито «не існує», а російська армія просувається далі. Російські медіа поширювали хибні «вкиди» про те, що начебто в Запоріжжі формують списки добровольців, які прагнуть захищати місто від українських воїнів. Зрозуміло, що подібного роду інформація видається цілком абсурдною.

Основний посыл фейкових повідомлень – спонукання до паніки, а новина побудована на думках та оціночних судженнях без реальних фактів. Зазвичай вона написана в емоційно-істеричному тоні. До прикладу, неправдива інформація про те, що нібито Збройні сили України кидають у бій непідготовлених воїнів. На початку війни масово поширювали фейк про капітуляцію Володимира Зеленського і його втечу. Окрема категорія російської пропаганди – це фейки, пов'язані

з оприлюдненням начебто «таємних» документів української влади, у яких присутні найрізноманітніші наративи на користь ворога: «підтримка Росії серед місцевого населення», «українці на окупованих територіях завжди чекали росіян» та ін. Інколи думки можуть бути абсолютно протилежними – про підривною діяльність проти росії, нібито заплановані напади з Маріуполя, Мелітополя та інших прилеглих територій, захоплення Криму, підготовка біологічної зброї, лабораторій тощо. До прикладу, один такий «таємний» документ, що, мовляв, належав полку «Азов», росіяни знайшли на заводі «Азовсталь». У ньому нібито було вказано, що 70 % населення Маріуполя підтримують Росію, хоча насправді цей фейк невдовзі спростували.

Фейки неодноразово постають методом виправдовування власних злочинів росії. Москва через інформаційні канали щоразу мотивує обстріли українських цивільних хибними повідомленнями про те, що робить це тому, що мовіто там перебувають українські воїни, а жителів використовують лише як «живий щит». У такий спосіб, наприклад, медіа Кремля виправдовують злочин російських окупантів, який ті здійснили увечері 9 липня 2022 року, обстрілявши житловий будинок у місті Часів Яр Донецької області. Подібний інформаційний «вкид» використали і з перекиданням власного злочину на суперника. Російські ЗМІ поширили фейк, що українці буцімто з вертольота самі підпалюють пшеничні поля на Херсонщині. Це фальшиве повідомлення – частина меседжу про те, що продовольчу кризу та голод у світі провокує Україна. Ми ж розуміємо, що саме російські військові обстрілюють поля із зерновими запалювальними снарядами. Нагадаємо, що знищення хліба вважається одним із найважчих злочинів у воєнний час. Щодо обстрілу Вінниці пропагандисти теж вигадали виправдання, щоб приховати виразний терористичний акт: російські телеграм-канали поширювали фейкову інформацію, що ракети нібито вразили об'єкт військової інфраструктури в місті Гайсин Вінницької області, хоча насправді росіяни влучили в житлові квартали в самому центрі Вінниці.

Висновки і пропозиції. Аби фейкові повідомлення повністю не заповнили сучасний медійний простір, кожен повинен знати основи фактчекінгу, вміти розпізнавати дезінформацію та спростовувати її. В умовах війни, коли люди особливо вразливі, фальшиві новини й фейкові «лякалки» ворог поширює з максимальною швидкістю. Єдина умова протистояння цьому – фор-

мування основ критичного мислення й навчання медіаграмотності. Якщо ми отримуємо новину у вайбер-чаті чи телеграм-каналі від знайомих, не варто панікувати й поширювати її. Спершу потрібно перевірити, чи є подібна інформація на сторінках офіційних джерел: Офісу Президента, Міністерства оборони, військової адміністрації тощо. Якщо там ця інформація відсутня, очевидно, що повідомлення фейкове. Неправдиві

інформаційні «вкиди» – потужний інструмент ворожої пропаганди, тому ми не повинні давати їм шансу «жити» в нашому медіапросторі. Перспективними в цьому напрямі можуть бути студії, що розширюватимуть дослідження про фейки, їхні різновиди, вплив на реципієнтів тощо. Важливими є дослідження, пов'язані з медіаграмотністю й навчанням критичного мислення в умовах війни в Україні.

Список літератури:

1. Герасименко Р. Фактчекінг для журналіста: соцмережі та «вкиди» як перевірка на професійність. *European Journalism Observatory*. 2015. 4 лютого. URL: https://ua.ejo-online.eu/2065/етика-та-якість/факт-чекінг-для-журналістасоцмережі?print=print&fbclid=IwAR2NOchyGbh0z_Ov7dUMaK82QpG6x-BRWQIE98tmYKruu14osAV-TzuzqDCs
2. Гойман О. Маніпулювання масовою свідомістю в умовах сучасної гібридної війни. *Грані*. 2015. № 1. С. 50–56. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Grani_2015_1_11
3. Ейсмут В. Інструменти фактчекінгу: як професійно відрізнити брехню від правди. *Інститут масової інформації*. 2016. 13 жовтня. URL: <https://web.archive.org/web/20210425002841/https://imi.org.ua/articles/instrumenti-faktchekingu-yak-profesiyno-vidriznyati-brehyu-vid-pravdi-i407>
4. Зозуля С. Фейк як інструмент інформаційної війни. *Юридична газета онлайн*. 2019. 14 травня. № 19 (673). URL: <https://yur-gazeta.com/publications/practice/inshe/feyk-yak-instrument-informaciynoyi-viyni.html>
5. Кіца М. Особливості та методи виявлення фейкової інформації в українських ЗМІ. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: *Журналістські науки*. 2017. № 883 (1). С. 30–35.
6. Мінченко О. Страх і ненависть в мережі: огляд сайтів, що поширюють фейки та чутки. *Watcher*. 2014. 26 вересня. URL: <http://watcher.com.ua/2014/09/26/strah-i-nenavyst-v-merezhi-ohlyad-saytiv-schopshyruyut-feyky-ta-chutky/>
7. Мудра І. Поняття «фейк» та його види у ЗМІ. *Теле- та радіожурналістика*. 2016. № 15. С. 184–188. URL: <http://publications.lnu.edu.ua/collections/index.php/teleradio/article/view/694>
8. Ніколаєнко Н., Василевич Ю., Комарчук О. Маніпулятивний характер російських засобів масової комунікації в умовах російсько-української гібридної війни. *Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії*. 2020. № 1 (7). С. 93–104.
9. Пархоменко С. Як Україні перемогти в інформаційній війні. *Українська правда*. 2014. 1 серпня. URL: <https://www.pravda.com.ua/columns/2014/08/1/7033646/>
10. Прокопенко М. Фейк як інструмент війни. *День*. 2014. 30 травня. № 97. URL: <https://day.kyiv.ua/article/media/feyk-yak-instrument-viynu>
11. Пуцята І. Фейк як метод маніпуляції у ЗМІ: український досвід. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: *Журналістські науки* : зб. наук. праць. 2020. № 4. С. 170–175. URL: <https://science.lpnu.ua/uk/sjs/vsi-vypusky/vypusk-4-nomer-2020/feyk-yak-metod-manipulyaciyi-u-zmi-ukrayinskyu-dosvid?fbclid=IwAR28Pj6593QhTPW5IZOUk>
12. Саприкін О. А. Фейк як інструмент інформаційної війни проти України. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2016. № 1. С. 87–94. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bdi_2016_1_15
13. Христенко В. Є. Маніпулювання свідомістю в умовах гібридної війни: психологічний аспект. *Актуальні дослідження в сучасній вітчизняній екстремальній та кризовій психології* : монографія / за заг. ред. В. П. Садкового, О. В. Тімченка. Харків, 2017. С. 163–181.
14. Шульська Н. М., Зінчук Р. С. Медіаманіпуляції в умовах російсько-української війни (на прикладі локальних ЗМІ). *Південний архів (філологічні науки)* : зб. наук. пр. Херсон : Видавничий дім «Гельветика», 2022. Вип. 90. С. 68–76.
15. Шульська Н. М., Зінчук Р. С., Навальна М. І. Антифейкові ресурси сучасного медіапростору України в умовах інформаційної війни. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського*. Серія: *Філологія. Журналістика*. Київ, 2022. Т. 33 (72). № 4. Ч. 2. С. 268–273.
16. Konstankevych I., Kostusiak N., Shulska N., Stanislav O., Yelova T., Kauza I. Media Manipulation as a Tool of Information Warfare: Typology Signs, Language Markers, Fact Checking Methods. *AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research*, 2022. Vol. 12, Issue 2, Spec. Issue XXIX. P. 224–230. URL: http://www.magnanimitas.cz/ADALTA/120229/papers/A_39.pdf

Shulska N. M., Zinchuk R. S., Bashmanivskyi V. I. FAKE NEWS TOOLKIT FOR WAGING AN INFO WAR IN UKRAINE: ON THE LANGUAGE MATERIAL OF MODERN MEDIA

The article focuses on the toolkit for making and spreading fake news as a component of info war in Ukraine. The negative information material was collected from modern media as well as anti-fake recourses. It was found out that the enemy distributes the fake content most often through posts in Facebook, Telegram channels, YouTube and Instagram. Viral messages in communities of Viber, WhatsApp and Telegram can also be fake. Spreading Russian fakes aims at creation of panic among the Ukrainian population, discrediting of authorities, militaries, the army, loss of independence and democracy of the country, justifying their own crimes etc. Among the array of Russian information “fake shots” we differentiate mass media fakes created by special enemy mass media and spread by them and “network gossip”, i.e. dissemination of false short messages-scare stories via social networks, Viber groups, messengers, telegram channels, chats etc. The typical features of Russian fake news were singled out; they include dubious sources of information origin or their complete absence; appealing to emotions; misrepresentation of facts; distinct exaggeration or fiction and others. Evidence of fake news is low language culture of such kinds of messages: absence of elementary rules of spelling, violation of linguistic norms, use of Russianisms or other lexical inaccuracies, factual and logical mistakes. Among the expressive markers of fake news there are blending of information and disinformation, activation of stereotypes, covering themselves with unknown authorities etc. It was observed that false messages are often created on the basis of already available information, but they are presented from their own point of view as it is necessary for hostile media. Using facts that are already in the information space, the Russians often bend them creating so-called “scary fictions”. It is noted that important methods of combating disinformation are the formation of the foundations of critical thinking and media literacy training.

Key words: fake, information war, Ukraine, language of modern media.