

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-000-1-22>

## ІНСТРУМЕНТИ ФАКТЧЕКІНГУ ПРИ ВИЯВЛЕННІ ФЕЙКОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ В СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА

**Татарчук Д. О.**

*студентка III курсу*

*Інститут журналістики Київського університету  
імені Бориса Грінченка  
м. Київ, Україна*

**Мета дослідження:** визначити найбільш актуальні інструменти фактчекінгу при виявленні фейкової інформації в соціальних медіа.

**Актуальність дослідження** зумовлена подальшим активним розвитком соціальних медіа як площини для маніпулювання свідомістю споживачів інформації, нагальна необхідність у формуванні в них свідомого ставлення до інформації, навчання якомога ширших кіл споживачів застосування інструментів перевірки інформації й, відповідно, визначення найбільш дієвих інструментів.

Президент України Володимир Зеленський в інтерв'ю «Інтерфакс-Україна» актуалізував боротьбу з фейками в інформаційному полі, проілюструвавши серйозність цієї проблеми. Так само 27.03.2020, як повідомила організація «ВоксУкраїна», «соціальна мережа Facebook запустила боротьбу з фейками в Україні, 27 березня. Таким чином, «Проекти #VoxCheck та @StopFakingNews стали його партнерами в цій боротьбі і тепер можуть маркувати фейкову інформацію у ФБ, щоб українці відразу бачили, де #зрада та #фейк», – інформує спільнота у твіттері». Отже, актуалізація теми обумовлена кількома напрямками: суспільною важливістю та необхідністю вміння селектувати й аналізувати інформацію; увагою з боку влади, що свідчить про значний вплив фейків на функціонування держави; посиленнями заходами з боку платформ, що використовуються для творення, поширення та споживання інформації.

**Методи дослідження:** пошук та відбір важливих кейсів, котрі ілюструють обрану тему, аналіз авторитетних праць, визначення найцікавішого й систематизація, проведення онлайн-опитування.

**Теоретична цінність** дослідження полягає в тому, що вона певним чином систематизує уявлення про фейк як явище сучасного інформаційного простору.

**Практична цінність** дослідження в розробці та практичній перевірці інструментів фактчекінгу при перевірці правдивості інформації в соціальних медіа.

У роботі ми керуємося такими робочими визначеннями поняття «фейк». 1. М. Кіца: «Термін «фейкові новини» Вікіпедія трактує як

повністю або частково вигадана інформація про суспільні події, явища, певних осіб, яка подається у ЗМІ під виглядом справжніх журналістських матеріалів» [1, с. 283]. 2. О Саприкін: «Фейк – дезінформація, умисне викривлення тих чи інших явищ, фактів, подій, причому зловмисність такого викривлення старанно приховується; навпаки, фейкове повідомлення містить усі ознаки правдивого повідомлення, що дає можливість впливу на певну аудиторію завдяки використанню симулякрів» [2, с. 36].

Науковці з Університету Західного Онтаріо виділяють **п'ять типів фейків**: «навмисно створені фейки; жарти, сприйняті як правда; масштабні містифікації; навмисно однобоке висвітлення подій; історії, в яких «правда» є суперечливою (наприклад, терорист для одних є борцем за свободу для інших)» [3].

В інформаційному просторі України можна знайти приклади всіх типів фейкової інформації: 1. **навмисно створені фейки**. До таких можна, на нашу думку, зарахувати фейк про кульові блискавки в Україні, який поширився у 2018 році: «У середу, 1 серпня, з 14-ї до 17-ї години більше 160 ЗМІ Херсонської, Донецької, Запорізької, Луганської та Миколаївської областей отримали на редакційні адреси прес-реліз (двома мовами) під назвою «Шаровые молнии в Запорожской (Николаевской, Луганской etc.) области в августе – пресс-релиз» зі скриньки [nasa.nasaukraine@gmail.com](mailto:nasa.nasaukraine@gmail.com)». Насправді це був експеримент, який у результаті провалили навіть авторитетні ЗМІ. 2. **жарти, сприйняті як правда**. До цього виду можна зарахувати фейк про хлопця зі світової олімпіади мемів, створений **менеджером спецпроектів АІN.UA Олександром Лінником**. **Як зазначив сам творець, це був жартівливий експеримент**. 3. **масштабні містифікації**. Сюди ми можемо зарахувати істинність існування Шекспіра. Існує чимало статей, які аналізують, чи був такий письменник взагалі, оскільки факти біографії не збігаються з історичними даними та є чимало запитань до цієї постаті. 4. **навмисно однобоке висвітлення подій**. Вважаємо, що це прийом пропаганди. Найяскравішими прикладами можна вважати ЗМІ сучасних країн, що мають ознаки тоталітарності (Білорусь, Росія тощо). Приклад: у 2010 Володимир Путін заявив, що Росія перемогла би в Другій світовій і без України. Такий меседж швидко підхопили ЗМІ, ілюструючи його «правдивість» і не висвітлюючи роль України у масштабному збройному конфлікті. Хоча сьогодні є чимало й менш скандальних випадків. Кожного разу, коли ілюструється лише один погляд у новинному сюжеті, це маніпуляція. 5. **історії, в яких «правда» є суперечливою (наприклад, терорист для одних є борцем за свободу для інших)**. Такою є, наприклад, постать Степана Бандери навіть у межах України. Частина вважає його героєм, а частина – бандитом (аргументи: він співпрацював з німцями й СРСР). Що вже й казати, про двозначність постаті за кордоном (наприклад, у РФ).

На первинному етапі, ще до застосування інструментів фактчекінгу, ми пропонуємо звертати увагу на кількість покликань у публікації, авторитетність осіб, на яких покликається автор, не реагувати емоційно (саме так працює фейк: б'є на емоції. Намагайтеся знайти «червоні маркери», які змушують емоційно реагувати; акими словами може бути мова ненависті, що передбачає стереотипні чи/та образливі лексеми. Приклад: «сепари», «жиди», «нелюди» тощо), перевіряти інформацію в кількох джерелах. А ту, яку важко перевірити (як у випадку із Шекспіром, важливо просто не сприймати одразу за чисту монету).

При аналізі матеріалів, представлених у соціальних медіа, шляхом практичного застосування інструментів фактчекінгу необхідно чітко визначити перелік джерел первинної інформації, необхідних для перевірки саме цієї новини (сайти офіційних організацій, документи відкритого доступу, виступи посадовців, декларації тощо).

У практичній частині дослідження здійснено розгорнутий аналіз низки повідомлень у соціальних медіа із застосуванням інструментів фактчекінгу, що дозволило зробити загальні висновки про те, що для аналізу важливо обрати стратегію, яка включала би кілька етапів: етап особистого сумніву, оцінка цілісного матеріалу, пошук деталей, аналіз частин матеріалу, перевірка за допомогою певних інструментів/ресурсів, загальних власний висновок. Дуже важливо комплексно аналізувати матеріали, особливо якщо вони мультимедійні, оскільки це дозволяє використати весь потенціал інструментарію фактчекінгу й визначити ступінь спотворення інформації в матеріалі.

У цілому такі дослідження мають велику перспективу, оскільки фахівцям у галузі інформації потрібно ґрунтовно працювати над поглибленням медіаграмотності населення з метою послаблення маніпулятивного тиску на широку масу споживачів інформації.

### **Література:**

1. Кіца М.О. Фейкова інформація в українських соціальних медіа: поняття, види, вплив на аудиторію. Соціальні комунікації, 2016. URL: <http://nz.uad.lviv.ua/static/media/1-52/36.pdf>.
2. Саприкін О.А. Фейк як інструмент інформаційної війни проти України. Київ. 2016.
3. Сайт ГО «Детектор-медіа». URL: <https://ms.detector.media/mediaanalitika/post/20242/2017-12-20-fantastichni-feiki-i-de-ikh-shukati-yak-fake-news-stalo-ponyattyam-roku/>