

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ
Кафедра журналістики

Кваліфікаційна робота магістра

На тему «Фейки як інструмент інформаційної війни: поширення,
верифікації та спростування»

Виконала: студентка 2 курсу
групи 8.0611-ж-з
спеціальності 061 «Журналістика»
(освітньо-професійна програма
«Журналістика»)

Гедікова М.С.

Керівник: ст.викл., к. соц. ком.

Виговська Н.А.

Рецензент: доц., к. філол. н.

Пирогова К.М.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет журналістики
Кафедра журналістики
Освітній ступінь «магістр»
Спеціальність 061- «Журналістика»
Освітньо-професійна програма «Журналістика»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри Чернявська Л.В.

«_____» _____ 2022 року





З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТЦІ

Гедіковій Марії Сергіївні

1. Тема роботи – «Фейки як інструмент інформаційної війни: поширення, верифікації та спростування» («Fakenews as a tool of information war: expansion, verification and defamation»),
керівник роботи – Виговська Наталя Анатоліївна, к. соц. ком., ст. викладач, затверджені наказом ЗНУ № 744-с від «29» червня 2022 року.
2. Строк подання студентом роботи (проекту) – до 1 грудня 2022 року.
3. Вихідні дані до роботи: праці присвячені розгляду питанню передумов виникнення поняття «фейк» та його види, інформаційна війна, методи та форми фейків. Це передусім роботи таких вітчизняних і зарубіжних учених: В. Здоровега, Г. Лазутіна, І. Мудра, В. Різун, Я. Семчишин, Г. Почепцов.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): розкрити основні підходи до наукового тлумачення поняття фейк; дослідити та узагальнити теоретичні надбання науковців щодо визначення фейку як антиподу факту; проаналізувати питання щодо кількості фейкової інформації в сучасних ЗМІ; визначити та порівняти кількість фейкової інформації в сучасних новинах та українських ЗМІ.

5. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Вступ	Виговська Н.А. ст. викладач	 25.10.2022	25.10.2022
1 розділ	Виговська Н.А. ст. викладач	 15.11.2022	15.11.2022
2 розділ	Виговська Н.А. ст. викладач	 25.11.2022	25.11.2022
Висновки	Виговська Н.А. ст. викладач	 26.11.2022	26.11.2022

6. Дата видачі завдання – 5 липня 2022 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Складання графіку виконання роботи, визначення мети, завдань, об'єкту і предмету досліджень	10.07.2022	Виконано
2	Пошук наукових джерел, укладання бібліографії. Написання вступу.	20.07.2022	Виконано
3	Написання теоретичного розділу дипломної роботи.	10.08.2022	Виконано
4	Підбір, аналіз матеріалів та написання другого розділу роботи.	20.09.2022	Виконано

5	Написання висновків. Надання роботи на перевірку науковому керівникові	21.10.2022	Виконано
6	Проходження попереднього захисту на кафедрі	08.11.2022	Виконано
7	Оформлення додатків. Усунення недоліків.	25.11.2022	Виконано
8	Проходження нормоконтролю. Подання роботи на візування завідувачем кафедри. Отримання рецензії.	28.11.2022	Виконано
9	Захист роботи.	15.12.2022	Виконано

Студент

_____ (підпис)

М.С. Гедікова
(ініціали та прізвище)

Керівник роботи (проекту)



Н.А. Виговська
(ініціали та прізвище)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер

_____ (підпис)

М.В. Чабаненко
(ініціали та прізвище)

РЕФЕРАТ

Дипломна робота – 50 стор., 66 джерел.

Об'єктом дослідження послуговували новини в інтернет-виданні «Українська Правда» за період з 24 лютого по 1 березня 2022 року.

Предметом дослідження є модель розповсюдження фейків у інформаційному медіапросторі.

Мета роботи: проаналізувати особливості висвітлення фейкової інформації в сучасному українському інформаційному просторі, виявити мету поширення неправдивих повідомлень.

Теоретико-методологічні засади: ключові положення журналістики розглянуті у працях В. Здоровеги, В. Різуна, Г. Почепцова, І. Мудрої, Я. Семчишина.

Отримані результати: охарактеризовано фейки за їхньою метою, методом, та формою; подано детальне пояснення значення «фейк» та їх наслідки, що призводять до інформаційної війни; досліджено причини створення фейків та першоджерела фейкової інформації на прикладі українського інтернет-видання «Українська Правда».

***Ключові слова:** журналістика, фейкові новини, правда, медіа, структура, дезінформація, соціальні мережі, інтернет-видання, інтернет, інформація, інформаційна війна.*

The Master's paper is dedicated to the analysis of such a topical problem as Fake as Information Warfare Tool.

The object of the work is Ukrainian internet publication "Ukrainian Pravda" for the period from 24-th February 2022 to 1-st March 2022.

The subject of the research is the processes of creating fakes in modern mass media.

The main aim of the paper consists to analyze and compare the amount of fake information in modern Ukrainian mass media, to find out the main purpose of the information war.

It determined the accomplishment of such objectives as:

-Researched the information and found primary sources of fake information on the example of the Ukrainian Internet publication "Ukrainian Pravda".

-A detailed explanation of the meaning of "fake" and the consequences of fakes that lead to an information war.

-Found a certain amount of fake information for a certain period of time.

The creation of fake information in an Internet publication, is investigated, as well as their influence on readers. First, the study highlights how and for what purpose fake information is created. Second, how information wars arise due to fake information, and how to prevent them.

The scientific novelty of the presented research lies in the investigation of the manifestations, mechanisms and types of fake information in modern internet-publication.

Key words: *journalism, fake news, truth, media, structure, disinformation, social networks, online publishing, internet, information, information war.*

ЗМІСТ

Завдання.....	2
Реферат.....	4
Вступ.....	7
Розділ 1. Фейк в медіапросторі: передумови виникнення:.....	10
1.1 Фейки: головне значення, форми та методи передачі.....	10
1.2 Що таке правда?.....	15
1.3 Фейк як інструмент інформаційної війни.....	19
Розділ 2. Фейкова інформація в сучасному українському інформаційному просторі.....	31
Висновки.....	51
Список використаної літератури.....	55

ВСТУП

Актуальність дослідження Найважливішою складовою будь-якої журналістської публікації є фактичний матеріал, що лежить в її основі. На жаль, значну частину такої інформації займають неперевірені факти про ті чи інші події, недостовірні аргументи офіційних/суспільних діячів або навіть штучно створені фейки про явища, яких не існує. Особливе значення сьогодні має питання фактів, фактчекінгу та того, як він використовується працівниками ЗМІ. Сполучені Штати та низка європейських країн десятиліттями працювали над цією проблемою.

Як об'єктивний вид ЗМІ, інтернет-медіа мають повну інформаційну незалежність, а значить і інструменти протидії інформаційній війні в Україні, використовуючи власний контент для знезараження брехливої агресивної інформації про нашу державу. Читачі погано розуміють проблему фейкових новин у ЗМІ, а отже, їм необхідно навчитися розпізнавати неправдиву інформацію та вміти захищатися від неї. Неуважність журналістів, їхнє небажання перевіряти факти чи навіть брак часу іноді змушують їх поширювати неправдиву інформацію. Факти в журналістській творчості дуже важлива складова, адже саме на них будується будь-яке інформаційне повідомлення в сучасному комунікаційному просторі.

Мета дослідження: проаналізувати особливості висвітлення фейкової інформації в сучасному українському інформаційному просторі, виявити мету поширення неправдивих повідомлень.

Мета роботи передбачає виконання певних завдань:

- 1) розкрити основні підходи до наукового тлумачення поняття фейк;
- 2) дослідити та узагальнити теоретичні надбання науковців щодо визначених критеріїв перевірки та виявлення фейкових матеріалів;
- 3) проаналізувати питання створення інформаційної війни та як до цього причетні фейки;

4) виявити фейки в українському виданні, простежити їх характерні складові.

Об'єктом дослідження: новини в інтернет-виданні «Українська Правда» за період з 24 лютого по 1 березня 2022 року.

Предметом дослідження є модель розповсюдження фейків у інформаційному медіапросторі.

Методи дослідження: методи перевірки, аналіз та синтез, контент-аналіз.

Теоретико-методологічна основа дослідження: теоретичні положення журналістики – В. Здоровега, В. Різун, Г. Почепцов, І. Мудра, Я. Семчишин.

Наукова новизна одержаних результатів:

Вперше:

- проаналізовано випуски новин «УП» за період з 24 лютого по 1 березня 2022 року на предмет наявності неправдивої інформації.

Удосконалено:

- визначені основні причини поширення неправдивої інформації.

Набули подальшого розвитку:

- аналіз характерних ознак фейку в інформаційному просторі та важливість верифікації.

Практичне значення отриманих результатів. Результати дослідження можуть бути використані журналістами, редакторами та іншими співробітникам ЗМІ.

Теоретичне значення дослідження. Матеріали роботи можуть бути використані у подальшому науковому розвитку, при написанні дисертацій, дипломних та курсових робіт студентами факультету журналістики, а також для подальшого розвитку вченими в галузі журналістики.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг магістерської роботи – 50 сторінок. Список використаної літератури містить 66 джерел.

РОЗДІЛ 1

ФЕЙК В МЕДІАПРОСТОРИ: ПЕРЕДУМОВИ ВИНИКНЕННЯ

1.1 Фейки: головне значення, форми та методи передачі

Перш ніж розглядати передумови виникнення фейкових новин у журналістиці, варто дати визначення цьому поняттю. Як зазначається в словнику Меріам-Вебстер (Merriam-Webster) [25], поняття fake news в англomовному інформаційному просторі з'явилося наприкінці XIX ст., fake/fakenews – «підроблений/підроблені новини» замість false/false news – «неправдивий/неправдиві новини». Між цими словами є відмінність, що дозволяє встановити з-поміж них певні родові відносини: хибний означає, передусім, «хибний» (неправильний), «неправильний», водночас хибний не просто «хибний» (не істинний), а «наслідуючий» (наслідування), «підроблений» (підроблення). Саме такий зміст поняття визначає одну з основних характеристик фейкових новин – імітаційність» [1].

За словами І. Мудрої «Часто фейком називають недостовірну, неправдиву інформацію, неперевірений фактаж. Вважаємо, що ці поняття не відображають суті фейку. Адже фейк – це підробка, фальшивка, яка розповсюджується спеціально для того, щоб дезінформувати аудиторію. Фейками називають фотографії, які зроблені у фотошопі, спеціально створені відеоролики, написані або вигадані неправдиві новини, які важко відрізнити від правдивих. Також фейками називають створені акаунти вигаданих людей у соціальних мережах, через які розповсюджується неправдива інформація» [2, с. 184-185].

«В Україні слово фейк можна часто почути з екранів телевізорів, з текстів ЗМІ, проте дослідники зауважують, що й до сьогодні немає чітко визначеної дефініції цього поняття. Як пише львівська дослідниця І. Мудра, «часто фейком називають недостовірну, неправдиву інформацію, неперевірений фактаж. Вважаємо, що ці поняття не відображають суті фейку. Адже фейк – це підробка, фальшивка, яка розповсюджується спеціально для того, щоб дезінформувати аудиторію» [3].

Нині буває складно відрізнити фейкову інформацію від правдивої. Мета неправдивої інформації «ввести людей в оману. На жаль, навіть професійні журналісти поширюють фейкові повідомлення на своїх сторінках у соціальних мережах або у власних матеріалах через мас-медіа. Навіть якби професійні ЗМІ і не публікували фейкові матеріали, то інтернет-користувач все одно прочитає їх на інших ресурсах. Популярність таких повідомлень у ЗМІ та у соціальних медіа гарантує аудиторії щоденну порцію дезінформації, чуток та відвертої брехні. Постійно боротися з таким інструментом інформаційної війни складно, адже не завжди вдається відрізнити правду від обману» [2, с. 184].

Так, зокрема І. Мудра у своїй публікації «Поняття «фейк» та його види у ЗМІ» наводить таке визначення «фейку»: «фейк – це спеціально створена новина, подія чи журналістський матеріал, який містить неправдиву або перекручену інформацію, що дискримінує певну людину чи групу осіб в очах аудиторії» [2, с. 185].

М. Прокопенко, у свою чергу, у статті «Фейк як інструмент війни» зазначає, що, висвітлюючи та обговорюючи у ЗМІ «необхідні» проблеми, інтернет-видання цілеспрямовано змінюють сприйняття суспільства – фактично формуючи нову реальність [26].

Фейки створюються задля того, щоб швидко привернути увагу читачів, переважно з допомогою помітних заголовків.

Як вважає Ю. Омельчук: «найголовнішим фактором поширення фейкового новинного контенту є банальна гонитва за сенсацією. Найчастіше неправдиві новини є інформацією про події, які можна охарактеризувати як «екстрені», «надзвичайні». Крім того, фейки можуть стосуватись істотних, важливих для читачів аспектів їхнього щоденного життя, в цих випадках у людини відключається логіка, включаються емоції і вона вірить навіть абсолютно безглуздій інформації» [27].

PR-стратег С. Дідковський, як повідомляє сайт MediaSapiens, також пояснює, як відрізнити правдиві новини від вигаданих. Для цього, як зазначає фахівець, сторінка соціальної мережі, де публікується перша новина, має мати

історію. Не можна довіряти «сенсаційним» новинам із невідомих сайтів або новинам із посиланням на анонімне джерело. Фахівець пропонує методику, яка розпізнає «робота» реального користувача. Досить відзначити дивне ім'я та прізвище «новачка» (наприклад, Обласний бандерлог), відсутність активності у профілі (відсутня історія спілкування з іншими людьми, що підтверджує реальність людини) або надмірне цькування при розповсюдженні інформації (спам у коментарях - схожі слова, схожі посилання).

Журналіст, оглядач, спеціаліст в галузі PublicRelations Д. Лавникевич, виходячи з власних спостережень, пропонує класифікувати фейки відповідно до їхньої мети:

1. Фейки випадкові. Цей різновид новин, на думку автора, є найрідкіснішим. Зазвичай подібні новини стають результатом редакційного поспіху, помноженого на некомпетентність журналістів, зловживання автоматичними перекладачами і своєрідний гумор засобів автоматичної перевірки орфографії.

2. Фейки, створені в рамках інформаційної війни. З метою посилення, наприклад, російсько-українського, російсько-американського конфліктів, генеруються все більш вигадливі фейки.

3. Фейки, створені з комерційною метою. Найчастіше використовуються недобросовісними комерсантами, які заробляють на псевдонаукових розробках чи торгують різноманітними біодобавками з нібито чудодійними властивостями. Дещо рідше фейки використовуються як інструмент «чорного PR».

4. Фейки, що створені задля залучення трафіку і вирізняються злим гумором.

5. Фейки, створені з незрозумілою метою (розважальні, «жовті» новини, що містять неточні або взагалі недостовірні чи перекручені факти) [4].

Швидкий потік інформації у соціальних мережах розсіює увагу. Настільки численні приклади захоплення українськими журналістами «вкидів» показують загальну слабкість фактчекінгу в редакціях українських видань. А це свідчить

про те, що використання матеріалів із соціальних мереж не звільняє журналіста від обов'язку перевірки їхньої справжності.

Як вважає І. Мудра, фейки є різними за формами, методами передачі, змістом.

Способами поширення фейків є: мас-медіа (які створюються спеціально для ЗМІ та поширюються через них) та мережеві чутки (коли через соціальні мережі поширюється чийсь вигадка).

За формою: фейкові фото, фейкові відео та фейкові журналістські матеріали.

Фотофейк поширений і водночас найпростіший для спростування вид фейку.

Як пише інтернет-портал «StopFake» [28] для розпізнання фотофейку є кілька способів:

Зазвичай визначити правдивість зображення в Інтернеті можна за кілька секунд, але виявляється, що багато користувачів не знають, як це зробити, і відразу вірять кожному «відвертому» фото.

Є кілька способів розпізнати фальшиву фотографію. При використанні браузера Google Chrome все, що вам потрібно зробити, це клацнути правою кнопкою миші підозріле зображення та вибрати «Знайти це зображення в Google».

Працювати з підробкою складніше, ніж із зображеннями, тому що немає простого способу пошуку відео. Якщо читач запідозрив, що знайдене відео неправдиве, можна спробувати такі способи.

По-перше, якщо читач переглядає вбудоване вікно YouTube на сайті, треба перейти на сам YouTube, щоб отримати про ролик більше інформації (для цього треба клікнути на логотип відеосервісу в правому нижньому кутку). Якщо явних ознак підробки відео немає, потрібно звернути увагу, що якщо в самій назві відео міститься свіжа дата і, крім того, це відео неодноразово завантажувалось на YouTube протягом короткого проміжку часу в одну годину, велика ймовірність того, що це підробка. Читачу потрібно вибрати відео з найбільшою кількістю

переглядів і прочитати коментарі нижче - велика ймовірність, що серед відео, що переглянули, є люди, які бачили оригінал і навіть розмістили на нього посилання.

Ще один спосіб – описати ключовими словами те, що зображено на відео, і ввести це в пошук YouTube або Google.

Провівши дослідження і з'ясувавши правду, журналіст повинен оформити матеріал для читача/глядача/слухача. Короткі відео з текстом, картинки та інфографіку аудиторія сприймає набагато краще, ніж довгі матеріали з неймовірною кількістю цифр і даних. Візуальне сприйняття відіграє чималу роль у тому, скільки людей відреагують на матеріал. А звідси – скільки неправдивих фактів вдасться викрити [3].

За думкою І. Мудрої «Часто у фейкових журналістських матеріалах посилаються на авторитетні ЗМІ або перекручують повідомлення чи коментарі. Цей прийом часто використовується для посилення правдоподібності або авторитетності того чи іншого повідомлення. Тим не менше, серед таких повідомлень величезна безліч вигадок маргінальних сайтів, які треба перевіряти. Для того, аби перевірити чи правдива інформація потрібно знайти подану новину у ЗМІ, на яку посилаються» [2, с. 186].

Тільки пізнання, розуміння та усвідомлення сутності істини як категорії трансцендентності, що лежить в основі достовірності всіх понять, речей, явищ (у тому числі й категорії чесності), можуть дати відповідні критерії кваліфікації істинності – мотиви, слова, дії, факти (зокрема чесність та нечесність) – у процесах соціальної взаємодії.

За своєю правда є метакатегорією спілкування; функція повідомлення істини онтологічно зумовлена, виражена та соціально орієнтована; істина розкривається у взаємодії і через спілкування – духовне та соціальне. Історіографічне дослідження істини складає трьох рівнях – як поняття, феномен, категорія [55].

Наукові дослідження виходять із гіпотези про те, що істина є фундаментальною цінністю журналістики та базовою соціально-комунікативною категорією (СКС) журналістської діяльності, яка лежить в

основі професійних стандартів журналістики, технологій, форм та методів журналістської діяльності, форм, мотивів, намірів, алгоритми взаємодії суб'єктів комунікації – критерій морально-професійного вибору особистості журналіста.

На думку доктора філологічних наук Г. Почепцова [29], фейк становить небезпеку, адже він з'являється у полі не випадково чи стихійно, а індустріально і цілеспрямовано. Його автором є не індивід, а ціла група людей, яка таким чином намагається привернути увагу аудиторії до іншої сторони. Звісно, у разі, коли індивід протистоїть колективу, маємо щось на кшталт змагання олімпійського чемпіона з переможцем районного масштабу. Результат такого поєдинку наперед відомий. Тим більше тут працює і статистика. Як кажуть фахівці, передбачити поведінку індивіда не можна, а ось великих мас людей можна, оскільки сімдесят відсотків з них надійдуть так, як прогнозується.

Фейки створюються таким чином, щоб якомога швидше привернути увагу читачів, в основному за допомогою сенсаційних заголовків.

«Найважливішим чинником поширення фейкового контенту новин є банальна сенсація. Найчастіше фейкові новини – це інформація про події, які можна охарактеризувати як надзвичайні. Також фейки можуть стосуватися істотних аспектів вашого повсякденного життя, важливих для читачів; у таких випадках людина відключає логіку, включає емоції та вірить навіть абсолютно безглуздою інформацією» [3].

Поширення дезінформації є глобальною проблемою на сьогоднішній день, оскільки неправдива інформація руйнує уявлення про справжній стан речей. Неправдиві новини створюються здебільшого для дезінформування читача. А це означає, що в будь-якому випадку варто шукати офіційних джерел інформації.

1.2 Що таке правда?

Найважливішою складовою журналістських публікацій є фактичний матеріал, що лягає в їх основу.

Як відомо, будь-яка журналістська робота будується на фактах – своєрідних цеглинах, з яких будується вся її структура. Тому таким важливим

моментом журналістської роботи є не лише збирання фактичного матеріалу, а й методи його обробки та подачі. Для того щоб успішно оперувати фактами, вміло витягувати їх з тексту, будувати з них певну систему доказів, використовувати їх як наочне уявлення ідей, необхідно перш за все зрозуміти складну природу факту, який виражається у проблемі співвідношення факту та об'єктивної реальності. І тут виникає протиріччя – ототожнення факту і події, оскільки відбиток оригіналу немає оригінал.

Факти у журналістській творчості є напрочуд важливою складовою, адже саме на них будується будь-яке інформаційне повідомлення у сучасному комунікативному просторі. Проте факти напрочуд важливі у будь-якій сфері людської діяльності.

На думку відомого журналіста В. Здоровеги, під словом «факт» слід розуміти передусім судження чи іншу фіксовану реальність. У першому випадку доцільно говорити про реальний факт, у другому – про вигаданий факт. Тому дослідник зазначає, що «така двозначність слова збиває з пантелику, а багато варіацій на теми «факти підтверджені», «факти не підтверджені», «факти спростовані» є чимось іншим, як елементарною плутаниною» [7, с. 76].

Факт, як і будь-яка інша категорія, проявляється у ознаках, зокрема, український дослідник М. Воронова вважає, що, наприклад, політична журналістика у сучасних політико-інформаційних умовах має виконувати чотири важливі функції:

- політична інформація створює своє уявлення про політичну картину дня;
- артикуляція (ЗМІ як доносять до населення політичну інформацію, а й дозволяють висловити свою реакцію у вигляді зворотний зв'язок);
- соціалізація (ЗМІ відображають поточний політичний момент, але водночас інтерпретують його, доступно та зрозуміло інтерпретуючи значення політичного факту для суспільства);
- критика та контроль (збір та узагальнення політичної інформації, ЗМІ є експертами, які бачать політичну картину дня ясніше, ніж самі політики, тому

критикувати, контролювати владу, захищаючи суспільні інтереси, їхня основна функція) [8, с. 304].

Що поширюється швидше: правда чи брехня? У 2018 році журнал Science опублікував [30] дослідження щодо поширення правдивої та хибної інформації. У період з 2006 по 2017 рік у Твіттері було опубліковано близько 126 000 історій, понад 4,5 мільйона разів. Виявилося, що хибна інформація поширюється швидше, ніж правда. Чим оригінальнішим і емоційнішим було повідомлення, тим більша ймовірність того, що користувачі їм поділяться.

За результатами опитування Usaid-internews [31] у 2020 році аудиторія стала більше звертати увагу на те, звідки беруться новини (35%) і виклад різних точок зору (32%), споживачі стали менше довіряти так званим «переважним» ЗМІ (20%). Основні вимоги, які громадськість висуває до новин, – достовірність та повнота. Порівняно з минулим роком значно збільшилася частка тих, хто вважає точність найважливішим критерієм.

За думкою А. Ляшенко [10], фейки існують споконвіків. Але особливу увагу дослідників вони привернули у 2016 році під час президентських виборів у США. Згідно з дослідженням, кожен четвертий американець заходив на фейкові сайти новин під час цієї виборчої кампанії, і розвінчання фейкових новин майже ніколи не досягало мети.

Потім американські фейкові новини сягнули тисяч американських виборців. Тому потенційно вплинула їхня точка зору і на результати вибору і в цілому. Іншими словами, подробиці можуть бути шкідливими, якщо метою є маніпулювання думкою людей.

2016 року Оксфордський словник англійської мови назвав «постправду» словом року. Адже преса тоді говорила про політику постправди, яка апелює до особистих емоцій та переконань, а не до об'єктивних фактів. Фейкові новини та ігнорування об'єктивних фактів – частина політики постправди [10].

Видавництво Collins [32] назвало найпопулярніше слово в 2017 році, яке найчастіше зустрічалося в заголовках ЗМІ та Twitter Дональда Трампа – fake news (фейкові новини). Використання цього терміну в 2017 році зросло на 365%.

Правдою стає те, що: а) тиражується; б) виходить із надійного джерела; в) спростовується недостовірним джерелом. Це означає, що у результаті її передачі споживачеві набуває характеристики, якими можна визначити достовірність інформації. Звичайній людині складно зорієнтуватися, визначаючи, що є що [11, с. 19]. Журналісти, які присутні на одній події та слухають один і той же виступ, сприймають його по-різному.

Таким чином, ми можемо з упевненістю сказати, що перетворення факту на сюжет новин неминуче пов'язане з інтерпретацією реальності. З деяким перебільшенням можна сказати, що за допомогою публіцистики людині можна нав'язати певне уявлення про реальність, абсолютно незалежне від реальності. За допомогою такої системи можна змінити соціальне середовище, фактично нічого в ньому не змінюючи. Світ залишиться тим самим, але він здаватиметься людині іншим, бо побачить його таким, яким цей світ показаний йому через тлумачення [24, с. 132].

Український журналіст може говорити правду лише у тому випадку, якщо він стоїть на одній нозі зі своїм народом. Це його моральний обов'язок. Він має не лише можливість, а й обов'язок нести свою правду українському народу, створювати для нього адекватний образ світу, а критерієм та гарантією правильного тлумачення для нього є вірність національним ідеалам та загальнолюдській моралі. Основним принципом журналістики не об'єктивність, а правдивість. Критерієм правди в журналістиці є справедливість, сприйнята як дотримання норм загально людської моралі й орієнтація на ідеал повноцінного національного розвитку [23, с. 134].

Факт важливіший за коментар, тому що читач сам здатний зробити висновки. Журналістика думки. Коментар не менш важливий, ніж факт, а іноді навіть важливіший, бо саме він виховує та утворює читача. Журналіст намагається показати читачеві «правду». Апелює до почуттів, емоцій читача. Журналіст стає однією зі сторін конфлікту.

«Правда» і «брехня» – поняття взаємопов'язані, між ними іноді лежить тонка грань. Вміти розрізнити цю межу особливо необхідно за умов

інформаційної війни. Не можна забувати, що правда має бути завжди повною. Можна, звичайно, висловлювати часткову або неповну правду, але тоді рано чи пізно вона з необхідністю обернеться брехнею.

Нерідко можна почути від політичної влади певні претензії до журналістів, які вимагають від них показувати у своїх статтях та телепередачах лише позитивні сторони життя та не помічати негативні. Однак подібні претензії з неминучістю ведуть до напівправди, яка, як кажуть у народі, нерідко буває «гірше брехні». Саме така напівправда про події в країні та світі може політично повністю дезорієнтувати громадян суспільства.

Об'єктивність журналістики у багато в чому залежить від світогляду журналіста та його громадянської позиції. У свою чергу, ця позиція, на наш погляд, може з'явитися в нього лише в результаті осмислення та правдивого відображення життєво важливих інтересів та проблем розвитку суспільства та держави. Тут також важливо бачити прояв і роль патріотизму та відповідальності журналіста перед батьківщиною.

І. Михайлин так визначає позицію правди в журналістиці: «Журналістика має бути суспільству правдою. Щоправда протистоїть брехні. В основі маніпулювання лежить брехня, інформаційні технології використовуються для маніпулювання населенням у потрібному політику напрямку» [34]. З цим погоджуються практично всі журналістикознавці. В. Іванов, В. Сердюк підкреслюють: «одне з головних завдань журналіста – пошук істини та оприлюднення її» [35]. Тому цінність правди у журналістиці є абсолютною. Звідси випливає, що журналіст як особистість є професіоналом у сфері масової інформаційної діяльності, а журналістика як соціальний інститут, створений для всебічного та об'єктивного інформування всіх суб'єктів суспільного життя про громадську дійсність, за визначенням має доносити суспільство [36].

Академічний «Словник української мови» дає таке тлумачення слова «правда» (залучаю лише три головних його значення, актуальних для розуміння нашої позиції):

- 1) те, що відповідає дійсності; істина;

2) правдивість; правильність;

3) справедливість; порядок, який ґрунтується на справедливості [33].

На думку І. Михайлина [24], український журналіст може бути щирим лише займаючи позицію свого народу. Це ваш моральний обов'язок. Він має не лише можливість, а й обов'язок донести до українського народу свою правду, створити для нього адекватну картину світу, а критерієм та гарантією правильних інтерпретацій для нього є вірність національним ідеалам та загальнолюдській моралі. Основним принципом журналістики не об'єктивність, а правдивість. Критерієм істини в публіцистиці є справедливість, яка розуміється як дотримання норм загальнолюдської моралі та орієнтація на ідеал всебічного національного розвитку.

Нарешті, зрозуміло, що критерієм істини є справедливість, совість, моральність. Істина виявляється глибокою моральною категорією, невіддільною від категорії добра, справедливості, людського щастя. У цьому його відмінність від нейтральної та неетичної об'єктивності, байдужої до людських емоцій та потреб.

1.3 Фейк як інструмент інформаційної війни

Вперше термін «інформаційна війна» було вжито Т. Роном у звіті «Системи зброї і інформаційна війна», підготовленому ним в 1976 р [16, с. 45]. Він підкреслював, що інформаційна інфраструктура є ключовим аспектом американської економіки, в той же самий час вона стає і вразливою метою як у воєнний, так і в мирний час.

За визначенням професора Б. Юськіва, інформаційна війна або «інформаційно-психологічний вплив – це цілеспрямоване виробництво і поширення спеціальної інформації, яка безпосередньо впливає на функціонування інформаційно-психологічного середовища суспільства» [22]. Натомість ведення такої війни призводить до руйнації психіки цілого суспільства, що за своїми розмірами та значенням прирівнюється до збройних війн.

Основна мета фейкових повідомлень як інструменту інформаційної війни – посіяти сумніви та переконати громадськість у правдивості інформації, що надається. І завдання: дезінформувати громадськість; просувати своє бачення, політику чи позицію; викликати агресію; розхитати становище індивіда та змусити його засумніватися; сіяти паніку; змінити думку, що увійшла до громадськості; мотивувати на конкретну дію; активізувати громадську увагу та інтерес; переконання громадськості вигаданими фактами; залякування населення та ін. Тому пропонуємо таке визначення підробки: Фейк – це спеціально створені новини, події чи журналістські матеріали, що містять неправдиву чи збочену інформацію, що дискримінують в очах громадськості конкретну особу чи групу осіб [2, с. 185].

Класичне визначення війни постійно розвивається, а традиційний погляд на війну застарів. Інформаційні війни сьогодні відбуваються в інформаційному просторі. Інформація - глобальний ресурс сучасності, за допомогою якого підвищує ефективність управління у всіх сферах життєдіяльності. Практично у всіх збройних конфліктах останніх десятиліть ефективно застосовувалися методи та засоби інформаційного протиборства, що може призвести до таких трагічних наслідків, як зміна суспільного устрою та політичного устрою; розпад держави; втрата армії; розвал економічної системи країни; відстоювання національної ідеї та духовних цінностей; втрата життя тощо.

В. Тулубко зазначає, що найбільш ефективними засобами інформаційно-психологічного впливу є засоби зв'язку, тому їх слід розглядати як складову частину стратегічних сил інформаційного протиборства. Таким чином, ЗМІ мають контролювати інформацію, яку вони розповсюджують [37].

Після розвитку нових технологій вплив інформації на прогрес людства збільшилося в тисячі разів. Інформація впливає на маси, тобто при успішному маніпулюванні свідомістю мас можна досягти практично будь-якої мети: знищити супротивника, прибрати зі шляху конкурентів або розпалити війну. Завдяки поширенню маси інформації влада чи особа, яка керує процесом, формує необхідну точку зору, громадську думку в суспільстві чи групі людей,

що доповнює перебіг логічних думок, вичерпну систему поглядів на ті чи інші питання на користь організатора інформаційної пропаганди. У результаті відбувається усвідомлення окремих фактів чи подій у необхідному для маніпулятора світлі, формування необхідної світоглядної життєвої позиції з питань, які раніше мали протиріччя чи нерозуміння. За відсутності протиріч та існуючої усталеної системи поглядів завдання інформаційної війни у тому, щоб породити сумніви, посіяти протиріччя і домисли в існуючих переконаннях. Розвиток людини влаштовано таким чином, що людина завжди шукає відповіді на хвилюючі її питання, на спірні проблеми, які є невід'ємною частиною безперервних пізнання. Очевидно, що інформаційна війна—складова частина ідеологічної боротьби.

Інформаційна безпека більше не цікавить лише професіоналів. Зростаюча міць інформаційної зброї змушує переглянути види загроз, адже настав час зброї світу – інформації.

М. Лібікі визначає інформаційну війну як використання інформації для атаки на інформацію [19]. Свою позицію він пояснює так: «Інформація – це те, що стосується прийняття рішень, решта інформації має бути віднесена до розряду розваг. Однак тут можна заперечувати, що процеси прийняття рішень масовою свідомістю ґрунтуються саме на розважальних інформаційних потоках: від фільму до гумористичної програми.

У книзі Д. Прокоф'євої «Інформаційна війна і інформаційна злочинність» подано визначення: інформаційна війна – це дії, початі для досягнення інформаційної переваги шляхом завдання шкоди інформації, процесам, що базуються на інформації і інформаційних системах супротивника при одночасному захисті власної інформації, процесів, що базуються на інформації і інформаційних системах [38].

Як правильно підкреслює А. Мануйло [67], інформаційно-психологічна війна є поєднанням різних форми, методи та засоби впливу на людей для зміни бажаного спрямованість їх психологічних характеристик (поглядів, думок,

ціннісних орієнтацій, настрої, мотиви, установки, поведінкові стереотипи), а також групові норми, масові настрої та суспільна свідомість загалом.

На сьогоднішній день не існує міжнародно-правових стандартів, які перешкоджають інформаційний гнів. Більше того, у більшості випадків це практикується підпільно, що значно ускладнює як профілактику, виявлення та своєчасну організацію боротьби з його проявами, так і та дослідження та виявлення психологічних впливів інформації на самих себе та їх суб'єктів втілення. Таким чином, інформаційно-психологічна війна в сучасному світі поступово стає основною формою протистояння держав і стає чи не основним інструмент впливу на міжнародні відносини [37].

Можна стверджувати, що в цьому є велика вразливість глобальних мереж. особливу загрозу становлять несанкціоновані втручання ззовні. До речі, ось так втручання для реалізації своїх геополітичних інтересів за кордоном, а також організовані злочинні групи, які прагнуть здійснити свої злочинні інтереси, а також пересічних користувачів.

Необхідна умова успіху інформаційно-психологічної війни наявність єдиного інформаційного простору із супротивником, у якому вони планують і всіх заходів вжито. Інакше інформаційні процеси, ініційовані зловмисником, просто не зможуть досягти своєї мети – совість ворога.

На думку американських політологів, технології інформаційної війни тим паче небезпечні об'єктів впливу, що вони, піддаючись інформаційно-психологічної агресії, надто пізно усвідомлюють її наявність. І наявність тільки. Лише цей чинник дає значну перевагу тому, хто почне першим. Психологічна атака інформації, практично позбавляючи їх можливості захисту тих, проти кого вона спрямована, бо згубний вплив інформаційних вкидів має час глибоко проникнути у суспільну свідомість.

По суті це означає швидку зміну напряму розвитку суспільства за короткий проміжок часу. На обмежений період часу або у довгостроковій перспективі шляхом введення різних типів. Маніпулювання та психологічний примус прийняти потрібного медіа-агресора політичні рішення та здійснення

економічних та соціальних реформ, які жодним чином вони не відповідають інтересам держави, вони суперечать інформації та психології атаки.

Інтернет-ЗМІ вважаються найнезалежнішими ЗМІ. Відсутність законодавчого регулювання, тимчасових та просторових обмежень сприяють вільному вибору тем та широкому охопленню аудиторії. За словами І. Мудрої, саме у всесвітньому павутинні найбільш активно ведеться інформаційна війна проти України, а інтернет-ЗМІ є активними учасниками [39].

Так, на думку Л. Польських, розвиток глобальної мережі Інтернет супроводжується дедалі ширшим використанням наданих їм можливостей для зіставлення інформації, підвищенням узгодженості, розмаху та складності дій її учасників, які одночасно держави чи їх коаліції, а також окремі організовані групи. Об'єктом інтернет-атаки все частіше стають інформаційні ресурси, виведення з ладу або ускладнення функціонування яких може завдати протидіючій стороні значних економічних збитків або викликати великий суспільний резонанс.

Першим варіантом інформаційної війни можна визнати пропаганду. Вся холодна війна базувалася на механізмах пропаганди, бо механізми гарячої війни не застосовувалися. До речі, потреба пропаганди в холодній війні наддала суттєвий поштовх розробці теорії комунікації, бо виникла велика кількість суто прикладних завдань у галузі комунікації [13].

Як пишуть у статті з теми «Методів пропаганди», пропаганда – це ідеологічно спрямована діяльність партії, громадського об'єднання чи іншої організації для формування у конкретних верств населення певних позицій і уявлень (світогляду). Пропаганда зазвичай поширюється через різні засоби масової інформації, щоб досягнути бажаного результату. На відміну від об'єктивної подачі інформації, пропаганда подає інформацію насамперед для впливу на аудиторію [40].

Пропаганда часто подає інформацію вибірково, щоб спонукати до певних узагальнень, або використовує емоційно заряджені повідомлення, щоб спровокувати радше емоційну, ніж раціональну реакцію на наведену

інформацію. Бажаним результатом є зміна ставлення до суб'єкта в цільовій аудиторії, щоб просувати таємніполітичні плани. Пропаганда може використовуватись як форма політичного протистояння [41 с. 65].

П. Шевчук зазначає [46], що основними напрямками та методами маніпулятивних психоінформаційних технологій Російської Федерації стосовно України були (і залишаються надалі):

- прогресуюче погіршення міжнародного іміджу України з метою ослаблення її геополітики.

- калібрувальне значення;

- відповідне дозування та спотворення інформації з метою дестабілізації обстановки в державі та запровадження власної політики «керованого хаосу»;

- формування стереотипу неповноцінності та вторинності українців, а також відповідне руйнування почуттів нації та народу;

- домінування російської мови, культури та традицій для утвердження самоідентифікації при одночасному витісненні української мови та культури.

В даний час Інтернет все активніше використовується на користь інформаційного протистояння сторін, залучених до різних конфліктів. Інтернет надає безліч можливостей для впливу на формування громадської думки, прийняття політичних, економічних та військових рішень, впливу на інформаційні ресурси супротивника та поширення спеціально підготовленої інформації чи дезінформації.

Фейк – у розумінні цього терміна як інструменту ведення інформаційної війни – дезінформація, навмисне спотворення тих чи інших явищ, фактів, подій, при цьому ретельно ховається злий намір такого спотворення; навпаки, хибне повідомлення містить у собі всі ознаки справжнього повідомлення, що дозволяє йому впливати певну аудиторію [14].

Так, в рамках психологічної парадигми інформаційна війна розуміється як латентний вплив інформації на індивідуальну, групову і масову свідомість за допомогою методів пропаганди, дезінформації, маніпулювання з метою

формування нових поглядів на соціально-політичну організацію суспільства через зміну ціннісних орієнтацій і базових установок особистості [15, с. 78].

Теоретик М. Лібікі визначає такі форми інформаційної війни:

1. Командно-управлінська, яка спрямовується на ліквідацію каналів зв'язку між командуванням та виконавцями;
2. Розвідувальна полягає у збиранні інформації та захисті власної;
3. Психологічна, до якої належать пропаганда і деморалізація;
4. Хакерська – диверсійні атаки проти супротивника з використанням спеціальних програм;
5. Економічна, головна мета якої – інформаційна блокада;
6. Електронна орієнтована проти засобів комунікації;
7. Кібервійна, яку автор виокремлює від хакерської через те, що противник, так званий кібервоїн, може проникнути в систему і в ній жити.

На думку І. Кондратюка [14], інформаційна війна як поняття поєднує два види – інформаційну інженерію та інформаційну психологію. Перша пов'язані з появою друкованих прийомів поширення пропаганди, які у тандемі з веденням бойових дій, а друга розвинулася з першої. Наприклад, інформаційно-психологічна війна розвивалася в роки холодної війни, коли йшлося про активний захист власного інформаційного простору та вплив на свідомість населення противника з метою дискредитації його дій. А на сьогоднішній день, головною причиною інформаційної війни, яка перейшла згодом у звичайну є твердження про «українських нацистів».

Саме це світобачення росія використовує, як одну з підстав для повномасштабного вторгнення в Україну. Для підживлення цієї теми кремль продовжує говорити про денацифікацію України, як одну з вимог домовленостей про мир. Цей наратив також наповнюють різноманітні меседжі, що стосуються як української історії, так і сьогодення.

З початку повномасштабного вторгнення російська пропаганда поширює такі меседжі: «Україна готувалась напасти на Білорусь», «Україна готувалась

напасти на Крим», «Україна готувалась напасти на Придністров'я». Водночас росія постійно повторює меседж про «слабкість української армії».

Російська телепропаганда загалом не дуже впливає на уми українців – вона більш орієнтована на свого глядача, проте телевізійна пропаганда з Росії дуже чутлива до населення Криму – вони є мішенню Москви. Наслідком цієї пропаганди стали демонстрації за входження до складу Російської Федерації та рішення про проведення референдуму про статус Автономної Республіки Крим.

Голова Донецького інституту соціальних досліджень і політичного аналізу В. Кіпень так прокоментував ситуацію з «атаками» фейкових новин: «Головною метою їхньої роботи є створення певного інформаційного ефекту, який збільшує значимість деяких фактів. Прокремлівські «шредери» активізувалися навіть серед журналістів у Європі. Інформаційним атакам слід протистояти. Необхідно прищеплювати людям природне відторгнення не правдивих потоків інформації». Тому журналістам потрібно вміти розпізнавати фейки і перевіряти інформацію у них [42].

На відміну від традиційної зброї, інформаційна зброя має суто наступальний характер, оскільки заходи щодо нейтралізації її впливу будуть захисними заходами щодо забезпечення власної інформаційної безпеки, а будь-яка дія, змістом якої буде застосування інформаційної зброї, слід вважати наступальною. Застосування інформаційної зброї та настання запланованих у результаті наслідків опосередковано правильним сприйняттям змісту інформаційного впливу (але не того факту, що такий вплив відбувається чи відбувся) метою, проти якої спрямований інформаційний вплив. Використовувалася зброя. У більшості випадків модифікація інформаційної зброї не потребує значних зусиль та фінансових вкладень, які мають бути своєчасними та адекватними відповідній модифікації мети, зміни її завдань, стану, становища та засобів захисту.

Цільове призначення інформаційної зброї також залежить від ситуації та адресата застосування. Поза певного контексту інформаційне зброю як втрачає

свою збіднену здатність, а й перестає існувати як таке, тобто. ефективність дії). Це з можливістю використання однієї й тієї інформації для різних цілей [57].

Як бачимо, за своїми характеристиками інформаційна зброя суттєво відрізняється від традиційних, що перебувають на озброєнні під час війн, підготовки до їх ведення з метою нападу та оборони або розроблюваних для цього. На сьогоднішній день це єдина ефективна зброя, яка в умовах науково-технічного прогресу здатна призвести до перемоги однієї з протидіючих сторін, тоді як застосування арсеналу сучасної традиційної зброї у глобальному чи відносно глобальному конфлікті може призвести до знищення всіх учасників протистояння або принаймні до непоправних втрат у структурі національної безпеки, економіки та інших важливих сферах життєдіяльності конфліктуючих сторін настільки, що жодна з них не зможе скористатися результатами перемоги [53].

Інформаційна зброя цілком може вважатися альтернативою традиційній зброї, а не її модифікацією. Оскільки здійснення інформаційного на противника є сучасним веденням перших традиційних воєн, не можна сказати, що із застосуванням інформаційної зброї традиційна війна стає інформаційною. Інформаційна війна, що ведеться, як і традиційна, державами чи соціальними групами в політичних цілях, може співіснувати з цією, доповнюючи збройну боротьбу, або замінюючи її методи як більш ефективна в сучасних умовах, виступаючи в якості альтернативи. При цьому інформаційний вплив не буде очевидним, як це має місце для бойових дій в традиційній війні [63].

Як вважає Д. Кулеба, війна за реальність – це комунікативна війна, що ведеться шляхом формування цінностей, переконань та емоцій людей і здійснення впливу на них. Загалом війна є найвищим ступенем протистояння в будь-якій сфері життя з метою змінити реальність у трьох просторах: фізичному (земля, вода, небо), когнітивному (уявлення людини про себе, інших та світзагалом) і віртуальному. Особливість віртуального простору в тому, що він надає можливості впливу і у фізичному, і в когнітивному просторах. Онлайн можна хакнути програмне забезпечення атомної станції чи персональні дані

людей, зруйнувати критичну інфраструктуру, розташовану на землі, у воді або в повітрі. І так само тут можна вполювати душу й мозок людини. Комунікативна війна триває безперервно і стосується кожного в буквальному сенсі. Стороною може бути будь-хто охочий поборотися за наші уявлення про реальність, за наш вибір на дільниці для голосування, в особистому житті та в крамниці [18].

Г. Почепцов приходять до висновку про необхідність посилення соціальної складової інформаційної безпеки, та наводить наступний набір таких завдань гуманітарного порядку, з якими стикається будь-яка держава:

- тактичне управління масовою свідомістю;
- створення і утримання домінуючої картини світу в освіті та інших інформаційних потоках стратегічного характеру;
- управління інформаційної порядком денним (agendasetting);
- управління альтернативними поглядами;
- стратегічне управління масовою свідомістю;
- утримання альтернативи від інформаційного мейнстріму [19].

Проаналізувавши вплив інформації в міжнародних відносинах у внутрішній та зовнішній політиці провідних держав професор Г. Почепцов робить висновок щодо беззаперечних переваг інформаційного компоненту під час конфліктів. «Значне посилення інформаційної зброї змушує переглядати типи загроз, оскільки прийшов час зброї мирного часу – інформації. Перебудова і оксамитові революції, кольорові революції, включаючи арабські, все базувалися на інтенсивному використанні саме інформаційного компонента, за допомогою якого були переграні всі інші варіанти сил» [19].

Ми вважаємо, що для захисту інформаційного простору та національної безпеки України необхідно:

- змінити інформаційну політику (як зовнішню, так і внутрішню) шляхом додавання законодавчої та нормативної бази, що відповідає нормам міжнародного права;
- здійснення захисту національного інформаційного середовища;

- просування української інформації на території агресора з використанням сучасних технологій;
- провести люстрацію серед власників українських медіа-активів;
- зниження впливу олігархів на ЗМІ;
- формування та захист сприятливого іміджу України за допомогою сучасних технологій;
- створення та підтримка національного бренду, розвиток конкурентоспроможності на міжнародній арені;
- реалізація політики збереження єдиної української політичної нації, зближення політичних поглядів населення Сходу та Заходу України;
- запровадження обмежень на російську інформацію, що стосуються населення півдня та сходу України;
- контроль іноземних ЗМІ, акредитованих та діючих на території України;
- сприяння розвитку вітчизняних інтернет-ресурсів, які просувають закордонне мовлення;
- збільшення якості та кількості українського продукту (цікаві телепрограми, друкована продукція тощо);
- здійснення діяльності в інформаційному та віртуальному просторі в національних інтересах нашої держави, поширення позитивної інформації про Україну;
- участь у глобальних інформаційних процесах;
- заклики «зроблено в Росії», «не купуйте російське» тощо, доцільніше було б замінити на «купуйте українське», бо воно рідне, якісне та перевірене;
- блокування інтернет-ресурсів, що загрожують інформаційній безпеці держави;
- стимулювання наукових досліджень у галузі державної інформаційної політики та безпеки;
- підвищити рівень підготовки фахівців у галузі інформаційної безпеки.

З фейками не потрібно боротися, їх варто спростовувати. Але у жодному разі не поширювати. Соціальний психолог О. Покальчук вважає: «Неправдиві

новини, їх обговорення та боротьба із ними створюють «інформаційний шум», що відволікає українців від більш важливої роботи та від більш важливих повідомлень. Саме для цього їх і створюють.

З іншого боку, пропаганда працює на те, щоби створювати у людей невпевненість і страх, деморалізувати їх, зробити так, щоб люди не мали мотивації працювати та захищати свою країну, щоб люди не довіряли проукраїнським джерелам» [20].

Інформаційна війна, як і традиційна війна, має свої наслідки, які за своїми масштабами можна прирівняти до реальної війни. Наслідки інформаційної війни можуть бути:

- окупація агресором певних територій внаслідок дестабілізації обстановки в державі або в окремих її регіонах (яскравим прикладом інформаційного порівняння стала окупація та контроль східних областей України сепаратистськими угрупованнями проросійською);

- посилення різних заходів, спрямованих проти владних структур міжнародними організаціями;

- міжнародна ізоляція держави, в результаті чого держава, проти якої спрямована інформаційна війна, не зможе впливати будь-яким чином на міжнародній арені;

- поява недовіри суспільства до правлячої верхівки та масова еміграція у пошуках кращого майбутнього;

- розкол населення як національного та культурного середовища, що призведе до його зникнення або пристосування до традицій і мови агресора [39].

Українська інтернет-платформа «Моє Місто» провела соціологічне дослідження, яке показало, що соцмережі є головним джерелом новин для 44% українців, а в час війни, коли вся увага прикута до новин і саме в соцмережах вони з'являються найшвидше, цей відсоток, певно, зріс. Тому саме соцмережі стали головною зброєю для поширення дезінформації – фейки майже без

перешкодно заливаються і розповсюджуються, а панічний настрій цьому лише сприяє [43].

Якщо в українському медіапросторі не відбудуться зміни, наслідки інформаційної війни будуть негативними, а саме:

1) російська сторона силоміць захопить науковий потенціал України. Отже, найкращі вчені, найуспішніші підприємства перейдуть у власність агресора;

2) повне знищення армії;

3) ліквідація наукового провадження;

4) руйнування системи освіти та наукових осередків;

5) руйнування тієї частини конструкції, яка не може бути використана;

6) відокремлення частини території України, знищення частини її населення;

7) скорочення інформаційного потоку.

Сьогодні журналісти мають розуміти, що інформаційна війна в Україні під час його загострення. Тому, щоб зберегти контроль над ситуацією, журналісти повинні почати змінювати світогляд людей, які зазнали впливу російської пропаганди. Це потрібно робити поступово, непомітно, планомірно та планомірно через усі українські ЗМІ.

Читачі погано розуміють проблему фейкових новин у ЗМІ, а отже, їм необхідно навчитися розпізнавати фейкові новини та вміти захищатися від дезінформації. Неуважність журналістів, їхнє небажання перевіряти інформацію чи навіть брак часу іноді змушують їх повірити у фейк і, що ще гірше, поширити його. А аудиторія, на жаль, виявилася не готовою самостійно перевіряти інформацію та вміти її фільтрувати. І це незважаючи на те, що більшість людей читають новини в Інтернеті, де багато фейкової інформації.

Для цього потрібно не лише читати новини з різних надійних джерел, а й вміти розпізнавати брехню. Читачам потрібно знайти джерело, вміти відрізнити факти від коментарів (і приймати коментарі тільки від людей, яким можна довіряти), мати можливість переглядати фотографії в Google, бачити

фотографії, які відрізняються від фотографій у Photoshop. Якщо читач розуміє англійську мову, то йому буде легше дізнатися правду з зарубіжного першоджерела.

Під час війни неможливо залишатись байдужим, увага зосереджена на новинах, тому дуже легко підкинути фейк у «привабливій» обгортці та прикрасити його закликами до максимального поширення. Треба пам'ятати, що особливо вразливі групи до подібних атак, це люди старших поколінь, яким важко орієнтуватись в інфополі. Тому необхідна адекватна інформаційна протидія.

РОЗДІЛ 2

ФЕЙКОВА ІНФОРМАЦІЯ В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ

Українська правда – українське інтернет-видання, створене Георгієм Гонгадзе у 2000 році. Матеріали на сайті публікуються українською і російською мовами. Основна тематика новин – політика, соціальні проблеми, економіка. На сайті є стрічка новин, що постійно оновлюється, архів публікацій, блоги політиків, письменників, журналістів, спортсменів.

У квітні 2000 року Гонгадзе та Олена Притула заснували «Українську правду». Гонгадзе став головним редактором, а Олена його заступницею. У вересні 2000 року Гонгадзе було викрадено та вбито. Видання очолила Олена Притула. Вбивство Гонгадзе, який відкрито протестував проти зростаючої державної цензури, привернув міжнародну увагу до стану свободи слова в Україні. 2004 року «Українська правда» відіграла важливу роль у наданні інформації громадськості під час Помаранчевої революції. У 2005 році видання вийшло на самоокупність, отримуючи прибуток від реклами.

Згодом Олена Притула доповнила «Українську правду» сайтами новин, присвяченими економіці, світському життю, місцевим новинам, створивши інтегровану інтернет-медіа-групу.

До групи сайтів «Української правди» також входять рубрики:

- «Європейська правда»;
- «Економічна правда»;
- сайт громадянської журналістики "Народна правда";
- сайт про шоу-бізнес та світське життя «ТаблоID»;
- новини столиці України "Київ";
- лайфстайл-ресурс "УП.Життя" (Життя);
- «Історична правда».

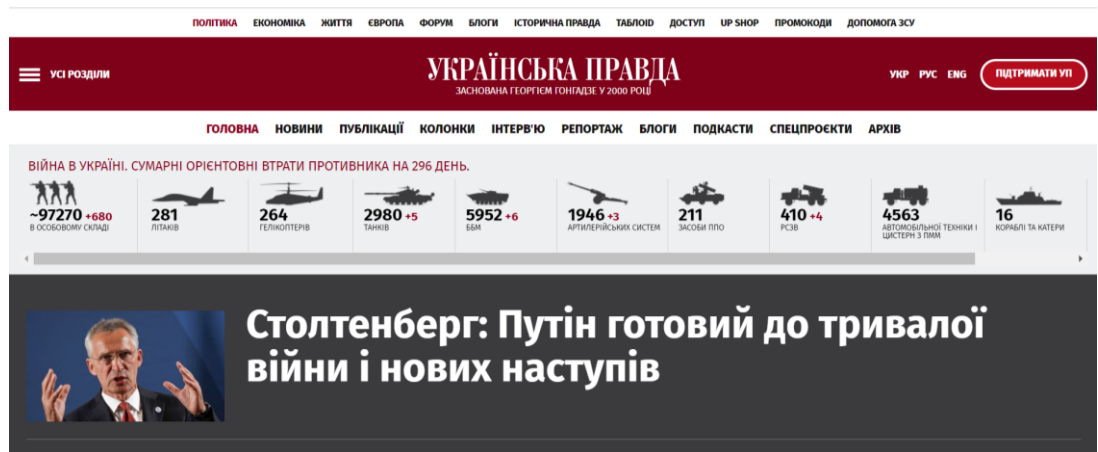


Рис.2.1. Головна сторінка «УП».

За даними «Gemius» за жовтень 2015 року «Українська Правда» посіла третє місце серед українських сайтів новин, поступившись лише сайтам «Обозреватель» і «Цензор.нет». Цього місяця кількість переглядів її сторінок склала 56 млн.

Протягом 2015-2017 років Інститут масової інформації визначав «Українську правду» як одного з лідерів щодо дотримання журналістських стандартів серед всеукраїнських інтернет-видань.

У квітні 2020 року «Українська правда» потрапила на друге місце у списку найякісніших ЗМІ щодо дотримання професійних стандартів, за результатами аналізу, проведеного Інститутом масової інформації. За даними дослідження, на сайті «УП» рівень дотримання професійних стандартів становив 97,5%. Переважна більшість новин на ресурсі була написана без порушень професійних стандартів журналістики. Так, стандарт балансу та відокремлення фактів від коментарів на сайті було дотримано у 99 % матеріалів. Рівень дотримання достовірності ще вищий і становить 99,5 %.

Інститут масової інформації у 2021 році оприлюднив список 10 новинних ресурсів, які подають якісну інформацію. До рейтингу таких медіа увійшла «Українська правда». Вона стоїть на третьому місці у списку.

У 2022 році «УП» потрапила до «Білого списку ЗМІ», який означає перелік найякісніших онлайн-медіа в Україні. Цей список підготували на основі

моніторингових досліджень експерти Інституту масової інформації. Цього року «УП» стоїть на 6 місці у списку.

Не зважаючи на те, що «Українська Правда» займає високі рейтинги по стандартам, ми вирішили це перевірити.

24 лютого

У перший день повномасштабного вторгнення росії на українські території «Українська Правда» опублікувала 236 новин. Перша новина на тему війни була опублікована о 23:25.

Фейкові новини за 24 лютого які нам вдалося виявити.

Новина : ЗМІ повідомили про російський десант в Одесі та Маріуполі. ЗСУ спростовують

Час публікації: 06:33

Автор: Ольга Глущенко.

У новині йде мова про те, що в Маріуполі та Одесі висаджується російський десант.

ЗМІ повідомили про російський десант в Одесі та Маріуполі. ЗСУ спростовують

ольга глущенко — ЧЕТВЕР, 24 ЛЮТОГО 2022, 06:33



© 60702



У Маріуполі та Одесі висаджується російський десант, також Одеса частково лишилася без електропостачання.

Джерело: [Інтерфакс-Україна](#)

Деталі: Як пише видання, у Маріуполі та Одесі висаджується російський десант. Частина Одеси не має електроживлення.

Повідомляється також про удари по базах авіації у Василькові. Ракетні удари завдають також військових об'єктів у районі Дніпра.

Оновлено від 07:40: Збройні сили України заявили, що інформація про десантування росіян не відповідає дійсності.

Рис.2.2. ЗМІ повідомили про російський десант.

Джерело: Інтерфакс-Україна.

Перейшовши за посиланням на джерело, опубліковане 24 лютого о 06:04, було написано що голова Донецької облдержадміністрації, керівник обласної військово-цивільної адміністрації Павло Кириленко заявив, що інформація про висадку десанту неправдива.

Ми знайшли офіційне джерело. Павло Кириленко – голова Донецької обласної державної адміністрації на своїй Фейсбук-сторінці спростував цю інформацію: «Офіційно повідомляю: інформація щодо висадки десанту і захоплення Маріуполя не відповідає дійсності». Уже з його повідомлення можна зрозуміти що ця новина не є правдивою. Читачі можуть не звернутися до перевірки інформація, бачучи, що джерелом виступає інформаційне агентство, у них відключається логіка, тому вони вірять всій інформації. Проте, як показує наше дослідження, це не є правильно.

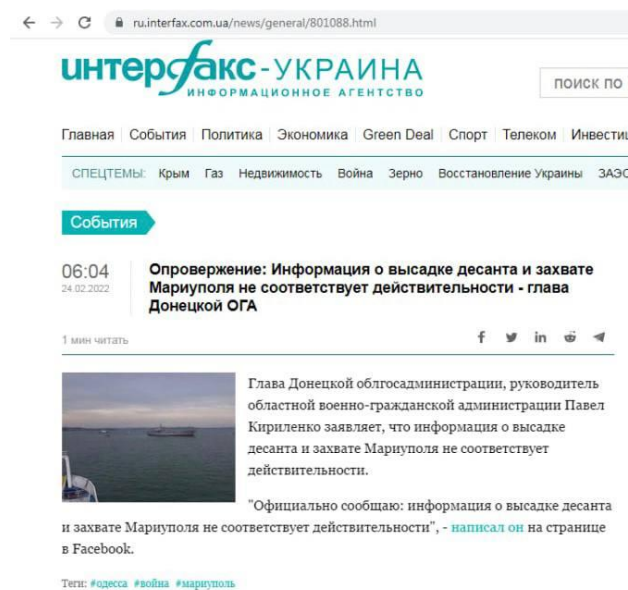


Рис.2.3. Спростування інформації.

Через годину «Українська Правда» оновила новину, та уточнила, що інформація про десант не відповідає дійсності.

За метою цей матеріал відносимо до фейку, створеним у рамках інформаційної війни.

За методом цю новину відносимо до масмедійної, бо створена у текстовій формі спеціально для ЗМІ.

За формою: фейковий журналістський матеріал.

Верифікація: Нами була перевірена стаття Інтерфакс-Україна про десант; фейсбук-сторінка голови Донецької обласної державної адміністрації Павла Кириленко.

Вважаємо, що ця фейкова новина, яка містить неточні та непідтвержені факти, створена з метою спричинення паніки між українців. Це випадковий фейк, який став результатом редакційного поспіху та помноженого на некомпетентність журналіста, який писав цю новину, не перевіривши її. Головною ознакою фейковості цієї новини є вигадана новина, не аргументована ніякими доказами. Журналіст/автор матеріалу має завжди дотримуватися новинних стандартів. На жаль, неперевірені факти, відсутність балансу думок у даній новині призвело до таких результатів.



Рис. 2.4. Офіційно Павло Кириленко про російський десант.

Новина була перевірена нами через джерело, яке залишив автор матеріалу. Перейшовши за посиланням, у цьому ЗМІ була спростована інформація про російський десант. Автор «УП» не уважно підійшов до вибору першоджерела, оскільки залишили гіперпосилання на неправдиву новину. Знайшовши офіційне

джерело у фейсбуці, та підтвердження неправдивості цієї новини, ми можемо назвати матеріал «УП» фейковим.

Швидкий потік інформації у медіапросторі розсіює увагу читацької аудиторії. Журналісти мають розуміти, що інформаційна війна в Україні триває. Тому, щоб зберегти контроль над ситуацією, медійники повинні поступово змінювати світогляд людей, які зазнали російського впливу. Тому всі численні приклади захоплення українськими журналістами «вкидів» показують загальну слабкість фактчекінгу в редакціях українських видань. Проте використання матеріалів із соціальних мереж не звільняє авторів від обов'язку перевірки їхньої справжності.

За 24 лютого «Українська правда» випустила 236 матеріалів, один із яких виявився фейковим. Двадцять одна новина була пов'язана із міжнародною політикою, дві новини розповідали про мітинги в російській федерації проти війни в Україні, у двадцяти новинах не було спогадів про воєнні події, а сто дев'яносто три новини – про російське вторгнення та бойові дії в Україні протягом дня.

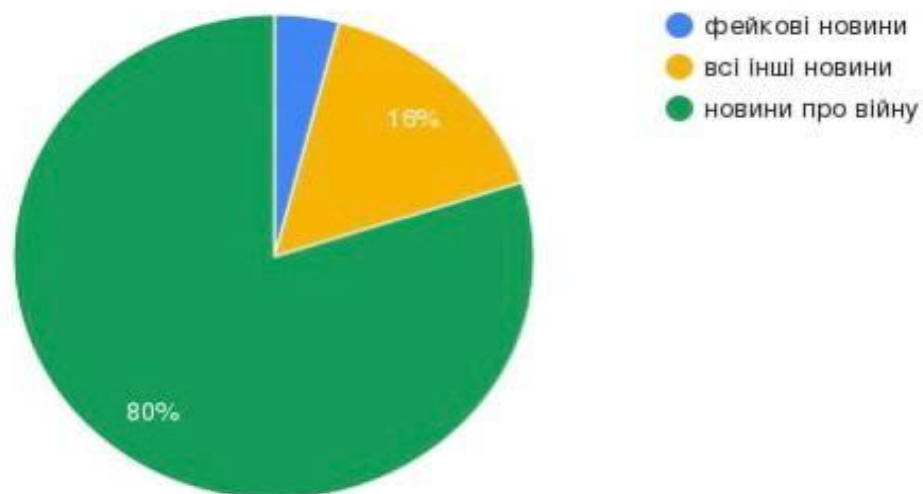


Рис.2.5. Статистика новин «УП» за 24 лютого 2022 р.

25 лютого

Новина: У Bellingcat заявили, що в Дніпрі висадився російський десант.

Час публікації: 23:21

Джерело: [twitter-сторінка](#) виконавчого директора Bellingcat Кристо Грозева.

У новині повідомляється, що в Дніпрі група російських диверсантів десантувалися на парашутах і ймовірно готують підрив моста. Автора у цієї новини немає.

Офіційним джерелом, звідки була взята ця інформація, була сторінка в [twitter](#) виконавчого директора Bellingcat Кристо Грозева, але згодом ця новина була видалена. Тож, доказів що це правда – немає.



Рис.2.6. В Дніпрі висадився російський десант.

Водночас останнє офіційне повідомлення про ситуацію на Дніпропетровщині на сторінці обласної ОДА було о 19:30. У ньому зазначено, що ситуація в регіоні стабільна, контрольована; ворог не перетнув межі області. Остаточним доказом фейковості цієї новини є підтвердження мера Дніпра Бориса Філатова, що повідомлення про десант – дурниця.

За метою це випадковий фейк, який став результатом редакційного поспіху, та можливо помноженого на некомпетентність журналіста, який писав цю новину, не перевіривши її.

За методом ця новина масмедійна, бо створена у текстовій формі спеціально для ЗМІ.

За формою: фейковий журналістський матеріал.

Верифікація: нами була перевірена twitter-сторінка виконавчого директора Bellingcat Кристо Грозева; сторінка Дніпропетроаської ОДА.

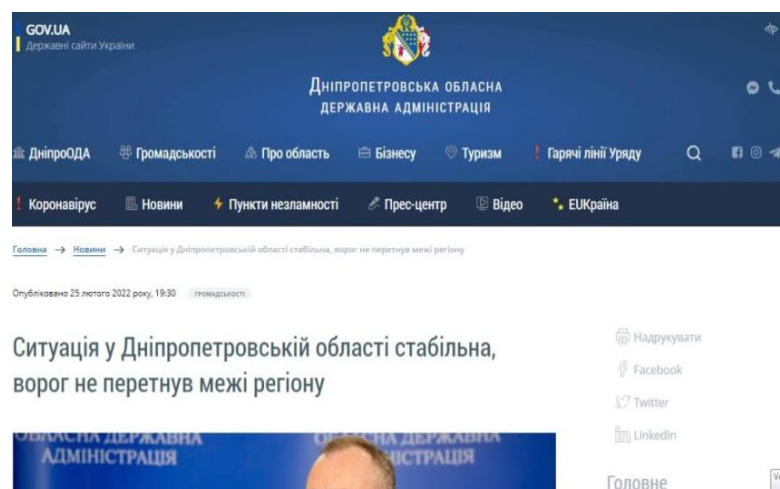


Рис.2.7. Повідомлення від Дніпровської ОДА.

Ця фейкова новина створена в рамках інформаційної війни з метою спричинення паніки між людьми. Головною ознакою фейковості цієї новини ми можемо назвати офіційне джерело – Bellingcat, яке видалило своє повідомлення у твітері. Це емоційно упереджена та вигадана новина.

«Українська Правда» у своїй новині некоректно подала інформаційне джерело, але автор матеріалу вказав про те, що це повідомлення було видалено із твітеру.

Отож, за 25 лютого «Українською Правдою» було опубліковано двісті чотирнадцять новин. Тридцять три із них були пов'язані із міжнародною політикою стосовно військових подій в Україні, у сорока двох матеріалах не згадувалося про події в Україні. Про війну було опубліковано сто тридцять

дев'ять матеріалів. Проаналізувавши новини за двадцять п'яте лютого, із двохсот чотирнадцяти новин був знайдений лише один фейковий матеріал.

Можна стверджувати, що такий показник дає нам зрозуміти, що журналісти даного інтернет медіа ставляться до створення новин відповідально, а такі огріхи можливі через брак часу для створення матеріалу, або об'єм інформаційного продукту, який має виконати медійник.

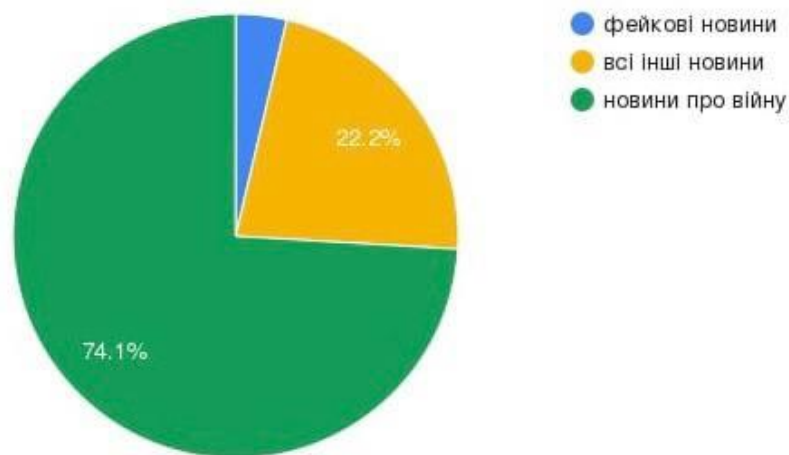


Рис.2.8. Статистика новин «УП» за 25 лютого.

26 лютого

Новина: Аксьонов заявив, що росіяни знищили дамбу, яка перекривала воду в Крим.

Час публікації: 19:31

У новині говориться про те, що голова окупованого росією Криму Сергій Аксьонов стверджував, що російські військовослужбовці знищили дамбу, яка перекривала Північно-Кримський канал.

Джерелом на яке спирався автор матеріалу є російський ТАСС у Twitter. У їхньому повідомленні від 26 лютого о 19:05 було написано, що російські військовослужбовці знищили дамбу, що перекривала Північно-Кримський канал та долучили фото дамби.

Аксьонов заявив, що росіяни знищили дамбу, яка перекривала воду в Крим

СУБОТА, 26 ЛЮТОГО 2022, 19:31



© 94145

Маріонетковий глава окупованого Росією Криму Сергій Аксьонов стверджує, що російські військовослужбовці знищили дамбу, яка перекривала Північно-Кримський канал.

Джерело: ТАСС у [Twitter](#)

Деталі: Українська сторона поки що не може ні підтвердити, ні спростувати це.

Рис.2.9. Новина про знищену дамбу в Криму.

Ми проаналізували інші джерела та знайшли докази того, що ця інформація є фейковою.

Як написав Український сайт Stop Fake 27 лютого: «Дамба, яка насправді перекривала постачання води в Крим, виглядає інакше. Крім того, мер Таврійська Микола Різак також спростував інформацію про те, що водну блокаду Криму знято, оскільки для запуску води потрібно виконати низку підготовчих робіт, чого ніхто не робив. Насправді ж на відео підривають не ту дамбу, яка дійсно перекриває постачання води до Криму. Відео та зображення стаціонарної бетонної споруди на Північно-Кримському каналі можна знайти в інтернеті».

За метою це фейк, створений в рамках інформаційної війни. Фейк який став результатом редакційного поспіху, та можливо помноженого на некомпетентність журналіста, який писав цю новину, неперевіривши її.

За методом ця новина масмедійна, бо створена у формі тексту та фото спеціально для ЗМІ.

За формою ця новина – фотофейк.

Верифікація: Нами було перевірена сторінка «ТАСС»; знайдено спростування на сайті «Stop Fake»; телеграм-канал «Оперативний ЗСУ».



Рис.2.10. Фейкове фото підірваної дамби.

Також нами був знайдений ще один доказ із українського телеграм-каналу «Оперативний ЗСУ» що російська новина є фейковою.

Читачі інколи погано розуміють проблему фейкових новин у ЗМІ, тому їм необхідно навчитися розпізнавати неправдиву інформацію. Аудиторія має інколи самостійно перевіряти інформацію та вміти її фільтрувати. Варто врахувати, що більшість людей читають новини в інтернеті, де багато розміщено фейкової інформації.

Для цього потрібно не лише читати новини з різних надійних джерел, а й уміти розпізнавати брехню. Читачам потрібно знайти джерело, вміти відрізнити факти від коментарів (і приймати коментарі тільки від людей, яким можна довіряти).

Цей фейк створений окупантами з метою посилення конфлікту, в рамках інформаційної війни. Але цей фейк дезорієнтує не лише українську аудиторію, але й російську. Якщо дивитися з боку української журналістики – цей фейк створений задля дезорієнтації народу, а якщо дивитися з боку російських ЗМІ, це просто новина, яка містить повністю вигадані факти, невідомо навіть з якою ціллю.

Головною ознакою фейковості цієї новини є джерело з якого була взята інформація. Автор матеріалу, не перевіривши правдивість новини, опублікував її на сайт, ще й з посиланням на російське джерело. Ця новина не є правдивою.

Отож, 26 лютого «Українська Правда» опублікувала двісті чотирнадцять новин. Із них двадцять дві опубліковані новини не були пов'язані із бойовими діям в Україні, тридцять новин були на тему міжнародних відносин та допомоги Україні, у зв'язку з ворожою атакою. Сто шістдесят два матеріали були на теми війни в Україні. За двадцять шосте лютого ми знайшли одну фейкову новину.

Можна стверджувати, що такий показник дає нам зрозуміти, що журналісти даного інтернет медіа поставилися до створення новин в цей день відповідально, а такі огріхи можливі через людський фактор.

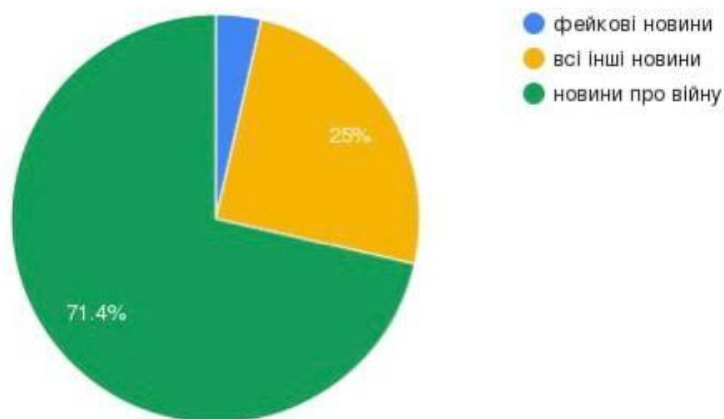


Рис. 2.11. Статистика новин «УП» за 26 лютого.

27 лютого

Новина: Німеччина побудує два LNG-термінали, щоб знизити залежність від РФ.

Час публікації: 17:45

У повідомленні говориться про те, що Німеччина побудує два термінали зі скрапленого природного газу (LNG), щоб зменшити залежність від російського газу.

Німеччина побудує два LNG-термінали, щоб знизити залежність від РФ

"ЄВРОПЕЙСЬКА ПРАВДА" — НЕДІЛЯ, 27 ЛЮТОГО 2022, 17:45



© 32998

Німеччина побудує два термінали зі скрапленого природного газу (LNG), щоб зменшити залежність від російського газу.

Як повідомляє "Європейська правда" із посиланням на CNN, таку заяву зробив канцлер Олаф Шольц.

"Нам потрібно зробити більше, щоб захистити енергопостачання нашої країни..., і щоб не залежати від певних постачальників енергії", — заявив він.

Як зазначає видання, Німеччина є найбільшим споживачем газу з РФ — частка російського газу в її споживанні перевищує 50%.

Рис.2.12. Новина про німецькі LNG-термінали.

Джерелом цієї інформації є «Європейська правда» із посиланням на «CNN».

Перейшовши за посиланням, яке залишив автор новини, ми потрапляємо на сайт CNN за 27 лютого, та перевіривши всі публікації за цей день, новина за темою LNG-терміналів була відсутня.

Нами був знайдений інформаційний сайт, на якому написали цю ж саму новину, інших матеріалів на цю тему нами не було знайдено. Це сайт Galinfo, який у своєму матеріалі на тему LNG-терміналів взяв за основне джерело сайт «Європейська правда», як раз який і є не правдивим. Матеріал був випущений 27 лютого о 18:56, автор невідомий.

За метою це випадковий фейк, який став результатом редакційного поспіху, та можливо помноженого на некомпетентність журналіста, який писав цю новину, не перевіривши її.

За методом ця новина масмедійна, бо створена у текстовій формі спеціально для ЗМІ.

За формою: фейковій журналістський матеріал.

Верифікація: нами була перевірена сторінка CNN; матеріал на сайті gala-info.



Рис.2.13. Гал-Інфо про німецькі термінали.

Цей фейк створений з незрозумілою метою, новина яка містить неточний та не підтверджений факт. Основним недоліком автора цього матеріалу на «УП» є те, що він не перевіряв інформацію. Можливим є факт того, що цей фейк створений з метою заплутати за допомогою хибних думок. Ми можемо зробити висновок, що ця новина хибно аргументована і є фейковою.

Новина: Колона ворога з літерою V йде з Дмитрівки в Забуччя.

Час публікації: 12:42.

У новині говориться про те, що з Дмитрівки в Забуччя у Київській області пішла колона автомобілів ворога з буквою V, яку розшукували українські військові. За словами джерела, колона ворога розділилася і частина йде з Дмитрівки в Забуччя.

Джерело яке залишив для читачів автор є поінформований співрозмовник "Української правди".

Ми розуміємо сьогоденню ситуацію, і що розповсюджувати свої дані це небезпечно, але спираючись на якесь джерело, повинно бути уточнення посади людини, можна навіть без імені та прізвища, для того щоб реципієнт розумів звідки ця інформація надходить. Можливим є те, що ця інформація вигадана, а

«УП» надала її як правдиву, ще й з неточним джерелом. Автор не надав відповідного пояснення що це за джерело.

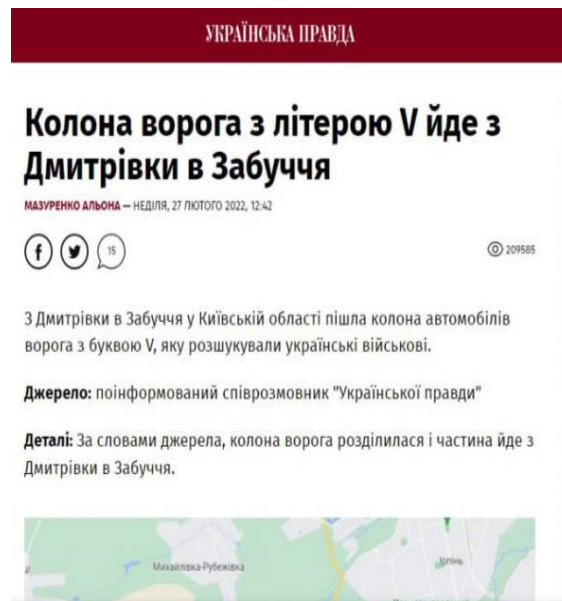


Рис. 2.14. Ворожа колона їде в Забуччя.

За метою це випадковий фейк, який створений в рамках інформаційної війни, з метою посилення конфліктів.

За методом ця новина масмедійна, бо створена у текстовій формі спеціально для ЗМІ.

За формою: фейковий журналістський матеріал.

Верифікація: нами були перевірені інші інформаційні джерела, у яких не було знайдено подібної інформації.

Підтвердження цієї інформації нами не було знайдено ні в одному джерелі. Цей фейк створений в рамках інформаційної війни.

Головною ознакою цього фейку є емоційно упереджена новина, без аргументації. Автор цього матеріалу спирається на невідоме та чітко не назване джерело, а це означає що вірогідність неправдивості цієї статті збільшується.

Тож, 27 лютого «Українська Правда» опублікувала 211 новин. Із них 20 опублікованих новин не були пов'язані із бойовими діям в Україні, 33 новин були на тему міжнародних відносин та допомоги Україні у зв'язку з ворожою

атакою. 158 новин були на тему війни в Україні. За 27 лютого нами було знайдено дві фейкові новини.

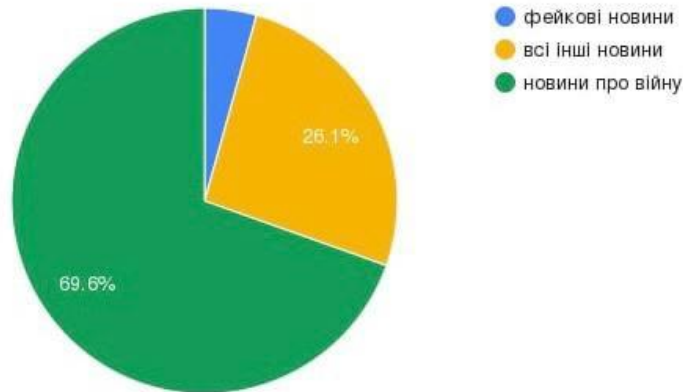


Рис.2.15. Статистика новин на «УП» за 27 лютого.

28 лютого

28 лютого «Українська Правда» опублікувала 206 новин. Із них 29 опублікованих новин не були пов'язані із бойовими діям в Україні, тридцять новин були на тему міжнародних відносин та допомоги Україні, у зв'язку з ворожою атакою. Сто сорок сім новин були на тему війни в Україні. За двадцять восьме лютого нами не було знайдено фейкових новин.

Як бачимо, журналісти «УП» за цей день виконували можливість та обов'язок нести свою правду українському суспільству, а критерієм та гарантією правильного тлумачення для них є вірність національним ідеалам та загальнолюдській моралі.

1 березня

Новина: У прикордонному Белгороді в Росії лікарні припинили приймати цивільне населення.

Час публікації: 23:48.

У новині говориться про те, що міські лікарні Белгорода, розташованого в півсотні кілометрів від Харкова, перестали приймати пацієнтів серед цивільного населення та цілком перейшли на лікування поранених російських військових.



Рис. 2.16. У Белгороді лікарні не приймають цивільних.

Автор новини: Денис Карловський.

Автор посилається на російське джерело «Новая газета».

Перейшовши за посиланням, яке залишив автор на сайті, ми бачимо, що матеріал відсутній та вибиває помилку.

Ми вирішили власноруч перевірити сайт «Новая газета», та іншим шляхом знайти інформацію про лікарні. Зайшовши на сайт, ми знайшли статтю – спростування про те, що лікарня працює тільки для поранених військових.

У статті пишеться: «Информация о том, что городская больница № 2 в Белгороде работает только на прием раненых военных, «не соответствует действительности».

Окрім цього ми промоніторили інші інформаційні сайти, та ні на одному із них не була знайдена інформація про лікарню у Белгороді.

За метою це фейк, створений з незрозумілою метою, «жовта» новина.

За методом ця новина масмедійна, бо створена у текстовій формі спеціально для ЗМІ.

За формою: фейковій журналістський матеріал.

Верифікація: нами була перевірена російське видання «Новая газета»; та інші українські новинні портали, у яких не було знайдено подібної інформації.



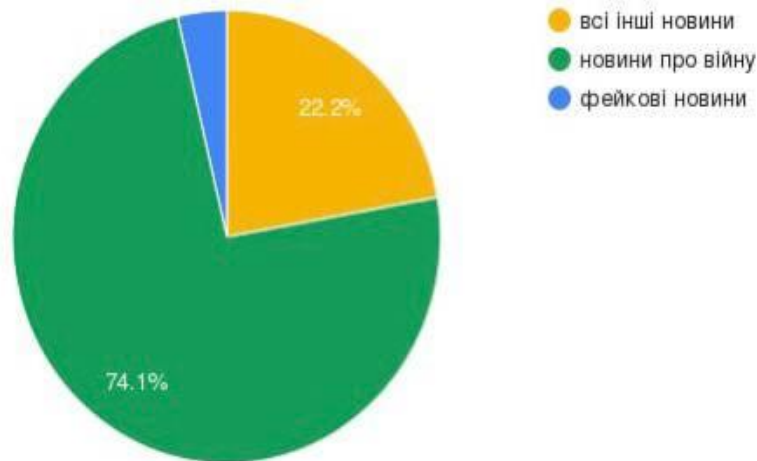
Рис. 2.17. «Новая газета» спростовує інформацію про лікарню.

Отже, ми можемо зробити висновок, що ця новина неправдива, оскільки вказане джерело не відповідає дійсності, та на цьому ж сайті є спростування інформації.

1 березня «Українська Правда» опублікувала 210 новин. Із них тридцять три опубліковані новини не були пов'язані із бойовими діям в Україні, тридцять новин були на тему міжнародних відносин та допомоги Україні у зв'язку з ворожою атакою. Сто сорок сім новин – на тему війни в Україні. За перше березня нами була знайдена одна фейкова новина.

Проаналізувавши новини «Української правди» протягом тижня, можна зробити висновок, що це ЗМІ не переповнене фейковою та неперевіреною інформацією. Всі виявлені фейки об'єднує те, що це новини без прямої мови та без особових доказів правдивості інформації. Але потрапити на фейк в «Українській правді» можна, тож читачу треба уважно перевіряти джерела.

За період з 24 лютого по 1 березня нами було знайдено шість фейкових новин, які ми самостійно перевірили, знайшовши першоджерела та докази неправдивої інформації. За цей період ми проаналізували 1280 новин на правдивість.



2.18. Статистика новин «УП» за 1 березня.

У розділі «Європейська правда» часто подають посилання на ЗМІ, проте воно подано некоректно. Переходячи за ним, ми потрапляємо на головну сторінку першоджерела. Це показник неякісної подачі посилань на джерела інформації. В подальшому видання має звернути увагу на цю рубрику та джерела, якими користується і подавати коректно.

«Українська правда» увійшла до рейтингу найкращих інтернет-видавництв. Виходячи зі статистики яку ми отримали, проаналізувавши новини за певний проміжок часу, можна зробити висновки, що «УП» дійсно не насичена фейками.

Як бачимо, такі показники дають нам зробити висновки, що журналісти інтернет медіа «Українська правда» ставляться до створення новин відповідально, а такі огріхи можливі через брак часу для створення матеріалу, або об'єм інформаційного продукту, який має виконати медійник. Результати показали, що частими джерелами інформації в новинах на військову тематику були соціальні мережі.

Погоджуємося із дослідженням української інтернет-платформи «Мое Місто», що в цей період, коли вся увага прикута до інформації, саме в соцмережах фейки з'являються найшвидше. Тому саме соцмережі стали головною зброєю для поширення неправдивої інформації – фейки

безперешкодно поширюються. Це також спричинено тим, що в соціальних мережах не існують жодних інституцій, які би регулювали контент, стежили за дотриманням правдивості та дотриманням інших новинних стандартів.

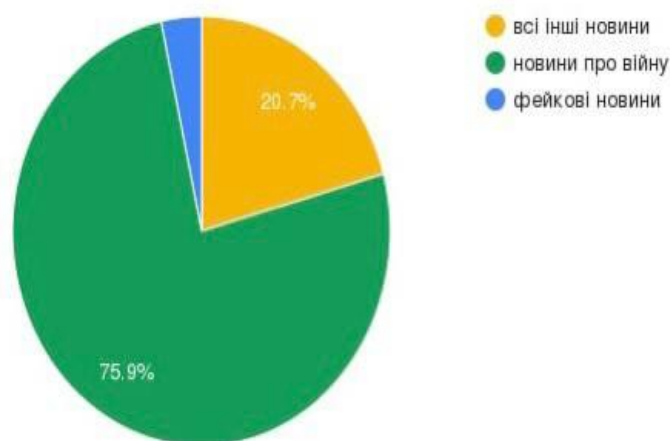


Рис.2.19. Статистика новин «УП» в період за 24 лютого-1 березня.

Отже, найбільш ефективними засобами інформаційно впливу в період війни є засоби зв'язку, тому їх варто розглядати як головуючу частину стратегічних сил інформаційного протиборства. Таким чином, засоби масової інформації мають контролювати контент, який вони цілеспрямовано розповсюджують.

ВИСНОВКИ

У процесі досягнення поставленої мети, нами було зроблено наступні висновки:

1. Розглянуто прояв соціально-правового характеру у такій новій глобалізації явища як інформаційна війна. Доведено, що маніпулювання інформацією через психологічний вплив на супротивника давно став засобом боротьби.

Методи переконування одержали потужний розвиток протягом ХХ століття. Пропаганда, що володіє великим арсеналом такого роду методів, стимулює соціально-політичну активність громадян, вказуючи їм конкретні напрями та завдання діяльності, підказуючи шляхи та засоби вирішення проблем, що стоять перед ними. Методи пропаганди не завжди ставлять за мету нанести шкоду інформаційному здоров'ю громадян чи повністю змінити існуючу в їх свідомості, в більшості випадків вони спрямовані на корегування її в потрібному напрямі, формування певних установок. Політична пропаганда дієва тоді, коли її прийоми є не випадковими, а систематичними. Важко знайти будь-який інший інструмент переконування чи навіювання, що порівняється з пропагандою за ефективністю впливу на інформаційне здоров'я населення.

Під впливом маніпулятивних технологій людина дійсно здатна змінюватися, їх колишні думки, стереотипні судження та усталені думки. Тобто навіть у випадку, якщо інформація, що демонструється, суперечить особистому досвіду, людина ще може поглибити їх у комунікативному взаємодії. Підтверджено, що особливість інформаційної війни у тому, що вплив здійснюється не тільки за допомогою використанням найсучасніших засобів, таких як ЗМІ але й тим, що це ресурс, який активно використовує недостовірну, перекручену інформацію, як інструмент маніпуляції свідомістю.

2. Розглянуто поняття дезінформації; з'ясовано відмінність між дезінформацією та фейком.

Неправдива інформація з наміром зашкодити – дезінформація. Цей тип неправдивої інформації створюють спеціально, щоб завдати шкоди особі, соціальній групі, організації чи країні. Якщо люди поширюють помилкову інформацію, вони часто вірять у те, що поширюють. Неправдиву ж інформацію створюють і поширюють навмисно, щоб ввести в оману інших. Більшість дезінформації ґрунтується на методі напівправди, коли брехню поєднують з правдою, щоб неправдива інформація здавалася більш достовірною.

Термін «фейк» в найширшому значенні це будь-яка підробка, яку хтось намагається видати за справжнє. Проте найстрашніший і найбільш загрозливий вид фейку – новини в ЗМІ.

3. Досліджено сутність та походження поняття «фейк», описується процес створення та поширення хибної інформації в соціальних мережах. Наведено типові приклади неправдивої інформації в українському медіапросторі, з'ясовано вплив цих повідомлень на користувачів соціальних мереж. Проаналізовані методи створення фейкової інформації. Запропоновано класифікацію фейків за різними ознаками, уточнено різновиди хибної інформації для поширення в мережі Інтернет.

З'ясовано, що поняття «фейк» включає ряд найрізноманітніших явищ медіасередовища: від підроблених текстів, а також фото-, відео- або аудіозаписів до штучно створеного за завданням замовника тексту, проєкту. Які свідчать реалії сьогодення, поширення фейкової інформації відбувається протягом незначного проміжку часу. Досить проблематична та тривала процедура його спростування. Вказане обумовлено і тим, що за поширення вищезгаданої інформації досить складно залучити винну особу до юридичної відповідальності.

Фейками називають фотографії, зроблені у фотошопі, спеціально створено відеоролики, написано або вигадано помилкові новини, які важко відрізнити від справжніх. Також фейками називають створені акаунти вигаданих людей у соціальних мережах, через які поширюється хибна інформація. На фейки взагалі можна було б не звертати уваги, сприймати їх як байки або гуморески, якби такі повідомлення не були б інформаційною зброєю масового ураження проти

українського народу, що активно застосовується у війні з росією. Основна мета фейкових повідомлень як інструменту інформаційної війни – це посіяти сумніви та переконати аудиторію у правдивості поданої інформації. При цьому ставляться такі цілі: дезінформувати аудиторію; пропагувати власне бачення, політику чи позицію; викликати агресію; похитнути позицію індивіду і змусити його засумніватися; посіяти паніку; змінити думку у аудиторії; спонукати до певної дії; активувати увагу та зацікавити аудиторію; переконати аудиторію з допомогою вигаданих фактів; залякування аудиторії та ін. Фейки різні за формами, методами передачі, змістом, тому виникла потреба їх класифікувати. За методом поширення фейки є: масмедійні фейки (які створюють спеціально для ЗМІ і через них поширюються) та мережні чутки (коли поширюють чиясь вигадку через соціальні мережі). За формою: фотофейк, відеофейк та фейковий журналістський матеріал.

4. Запропоновано методи боротьби із фейковою інформацією в українському медіапросторі.

Неуважність журналістів, їх небажання перевіряти інформацію чи навіть брак часу іноді змушують їх розповсюджувати фейк. І громадськість виявилася не готовою самостійно контролювати інформацію та вміти її фільтрувати. І це при тому, що більшість людей читають новини в Інтернеті, де багато неправдивої інформації. Крім того, українські ЗМІ не завжди могли спростувати інформацію, не кажучи вже про читачів. Читачу необхідно перевіряти інформацію, щоб не залишитись обдуреним ЗМІ. Для цього треба не лише читати новини на кількох перевірених джерелах, а й уміти розпізнавати брехню. Потрібно шукати першоджерело, уміти відрізнити факт від коментаря.

5. Досліджено створені фейки та знайдені першоджерела фейкової інформації на прикладі українського інтернет-видання «Українська Правда».

Нами було досліджено українське медіа «Українська Правда». З 24 лютого 2022 року по 1 березня 2022 року було знайдено 5 фейків. Всі ці фейки були створені в рамках інформаційної війни, з метою посилення військового конфлікту. Всі матеріали за методом були масмедійні, тобто вони були створені

спеціально для ЗМІ у форматі тексту, фото або відео. Деякі із цих новин були створені завдяки редакційному поспіху, та не ретельно перевіреній інформації. Всі фейки об'єднує те, що це невелика новина, у якій не більше 3-5 речень, частіше за все без прямої мови, або без активного посилання на джерело.

З 2014 року РФ проти України веде відкриту гібридну війну, під час якої використовується фейкова інформація. Потужний інформаційно-психологічний вплив, спрямований на дестабілізацію ситуації всередині країни, зниження суспільної підтримки, створення негативного іміджу владі, що створює образ войовничої держави на міжнародній арені є обов'язковим елементом сучасної гібридної війни. При цьому для досягнення мети інформаційно-психологічного впливу у гібридній війні російською стороною використовується весь існуючий арсенал: маніпулювання, дезінформування, залякування, поширення чуток та фейків. Основними інструментами інформаційно-психологічного впливу є засоби масової інформації: друк, радіо і телебачення, мережа Інтернет.

На даний момент корисний для України світовий досвід показує, що ефективним способом боротьби зі спробами маніпулювання свідомістю людей є доступність інформації, можливість перевірити її правдивість та можливість виявити дезінформацію.

На нашу думку, аби вберегти себе від неправдивої інформації, читачеві треба добре вміти розпізнавати фейкові новини. А, журналістам, у свою чергу, треба ретельно перевіряти інформацію, та не розповсюджувати фейки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антіпенко А., Бабаджанова О. Інформаційні війни нового покоління. URL : <http://edu-mns.org.ua/img/ibit.pdf> (дата звернення: 20.11.2022).
2. Агаєв Н. А., Пішко І.О. Теорія та практика інформаційно-психологічного впливу на масову свідомість. Київ : НДЦ ГП ЗС України. 2015. 167 с.
3. Бахтєєв Б. Фейкові новини в рейковій державі. URL : <https://cutt.ly/r0xB8E8> (дата звернення: 2.09.2022).
4. Войтович Н. О., Кравець Р.К. Сучасна інформаційна війна : Росія проти України. *Обрії друкарства*. 2014. № 1. С. 69-78.
5. Воронова М. Функції, принципи та форми політичної журналістики. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/ZPNDZP_2013_3_26 (дата звернення: 14.10.2022).
6. Горбань Н. Інформаційна війна триває. Топ-5 фейків про Львів. URL : <https://cutt.ly/K0xXZvq> (дата звернення: 14.11.2022).
7. Герасименко Р. Фактчекінг для журналіста: соцмережі та «вкиди» як перевірка на професійність: Європейська журналістська обсерваторія. URL : <https://cutt.ly/p0xZ4IM> (дата звернення: 11.09.2022).
8. Горбулін В. П. Інформаційні операції та безпека суспільства: загрози, протидія, моделювання: монографія Ради національної безпеки і оборони України. Київ : Інститут проблем національної безпеки : Інтертехнологія, 2009. 164 с.
9. Горбенко І.Д., Долгов В.І. Інформаційна війна – сутність, методи та засоби ведення. Київ : Наука, 1998. 364 с.
10. Голубовський Р. 5 порад від експерта: Як виявити інформаційний фейк. URL : <https://cutt.ly/C0xB0BJ> (дата звернення: 20.10. 2022).
11. Довганич М., Ящук В. Дезінформація в інформаційному просторі держави як основний інструмент інформаційної війни. URL : <http://edu-mns.org.ua/img/ibit.pdf> (дата звернення: 14.09.2022).

12. Джолос О. Україна на передовій інформаційного фронту. URL : <https://cutt.ly/q0xXfQK> (дата звернення: 12.09.2022).
13. Дмитро Кулеба Війна за реальність, Як перемагати у світі фейків, правд і спільнот. Київ : Книголав, 2022. 384 с.
14. Еляшевська Н. Вразливість України до інформаційної війни. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tir_2015_14_23 (дата звернення: 20.08.2022).
15. Журналістика. Матеріал з вікіпедії URL: <https://cutt.ly/m0xSXui> (дата звернення: 20.10.2022).
16. Журналісти дали пораду, як «вирахувати» Фейкові новини. Обозреватель. URL : <https://cutt.ly/T0xMTgf> (дата звернення: 16.10.2022).
17. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості : 2-ге видання. Львів : ПАІС, 2004. 268с.
18. Іванов В. Ф., Сердюк В. Є. Журналістська етика : підручник Київ : Вища школа. 2007. 231 с.
19. Інтернет-платформа Моє Місто. URL : <https://cutt.ly/N0xNgIE> (дата звернення: 20.09.2022).
20. Коркорська О. Фейк як феномен сучасного суспільства. URL : <file:///C:/Users/user/Downloads>. (дата звернення: 2.10.2022).
21. Копан О.В., Мельник В.І. Інформаційно-психологічна війна як засіб маніпулювання людською свідомістю. *Інформація і право*. 2016. № 2. С. 92-98.
22. Кіца М. Фейкова інформація в українських соціальних медіа: поняття, види, вплив на аудиторію. Київ : Наука, 2016. 352 с.
23. Кондратюк М. Інформаційна війна та роль мас-медіа в міжнародних конфліктах: *Вісник Харківської державної академії культур*. 2013. Вип. 41. С. 1–6.
24. Ляшенко А. Факт чи фейк: як відрізнити правду від брехні у сказаному потоці новин: 2018 URL : <https://platfor.ma/topic/fact-or-fake/> (дата звернення: 16.09.2022).
25. Мудра І. Поняття «Фейк» та його види у ЗМІ. Львів : Національний університет «Львівська політехніка», 2016. 188 с.

26. Михайлин І. Об'єктивність і правда в журналістиці. URL : <https://cutt.ly/60xX2JZ> (дата звернення: 29.10.2022).
27. Михайлин І. Чи є публіцистика журналістикою. *Універсум*. 2015. № 5-6. С. 27-29.
28. Мудра І. Інструменти інформаційної війни проти України в інтернет-ЗМІ. URL : <https://cutt.ly/e0xC4Lh> (дата звернення: 30.09.2022).
29. Методи пропаганди. URL : <http://studall.org/all-149473.html>.
30. Мерріам Вебстер Лексичний словник, 1964. URL : <https://www.merriam-webster.com/> (дата звернення: 28.09.2022)
31. Ожеван М.А, Шевченко О.В. Війна інформаційна. Українська дипломатична енциклопедія. Київ : ЗнанняУкраїни. 2004. 760 с.
32. Опитування USAID-Internews щодо споживання медіа: 2020. URL : <https://cutt.ly/R0xCjXV> (дата звернення: 12.10.2022).
33. Омельчук Ю. Фейки в сучасному англомовному новинному медіапросторі : *Науковий вісник молодих учених і аспірантів ХДУ: збірник наукових праць*. Херсон. 2017. № 3. С. 44-51
34. Омельчук Ю. Фейкові новини в україно та англомовному медіа просторі Щорічний науковий збірник Сьомої міжнародної науково-практичної інтернет-конференції з україністики «Діалог мов-діалог культур. Україна і світ»: Мюнхен : 2016. С.113-120.
35. Полукович О. Фейк як інструмент інформаційної війни проти України. URL : <https://cutt.ly/F0xB71e> (дата звернення: 22.09.2022)
36. Почепцов Г. Віртуальні війни. Фейки. URL : http://loveread.ec/read_book.php?id=83957&p=1 (дата звернення: 10.11.2022).
37. Почепцов Г. Информационная политика и безопасность современных государств. URL : <http://psyfactor.org/psyops/infowar6.htm> (дата звернення: 10.09.2022).
38. Почепцов Г. Від правди-до пост правди, від фейку-до постфейку: Детектор Медіа. URL : <https://cutt.ly/j0xCoKU> (дата звернення: 18.10.2022).

39. Почепцов Г. Г. Первая смысловая война в мире. URL : <http://osvita.mediasapiens.ua/material/31194> (дата звернення: 24.10.2022).
40. Прокоф'єва Д. Інформаційна війна та інформаційна злочинність. URL: <http://www.crime-research.ru/library/Prokop.htm> (дата звернення: 10.09.2022).
41. Прокопенко М. Фейк як інструмент війни. URL : <https://cutt.ly/90xVuGR> (дата звернення: 03.09.2022).
42. Проноза І. Інформаційна війна: сутність та особливості прояву: зб. наук. пр. НУ «ОЮА», Південноукр. центр гендер. проблем. Одеса : Фенікс, 2018. Вип. 61. С. 76-84.
43. Почепцов Г. Теорія комунікації. Київ : ВЦ «Київський університет» 1990. 308 с.
44. Почепцов Г.Г. Информационные войны в закрытых и открытых системах. URL : <http://psyfactor.org/psyops/infowar21.htm> (дата звернення: 20.11.2022).
45. Російсько-українська інформаційна війна. URL : <https://uk.wikipedia.org/wiki> (дата звернення: 11.10.2022).
46. Роль СМІ в воєнно-політичних конфліктах сучасності. URL : <http://psyfactor.org/smi.htm> (дата звернення: 12.09.2022).
47. Саморегуляція українських медіа під час дії воєнного стану в Україні. З досвіду роботи Комісії з журналістської етики: Аналітично-довідковий збірник / За заг. ред. Л. Кузьменко, Л. Куш, М. Дворового, О. Погорелова. Київ : Комісія з журналістської етики, 2022. 90 с.
48. Саприкін О. Фейк як інструмент інформаційної війни проти України: Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/bdi_2016_1_15 (дата звернення: 23.10.2022).
49. Семчишин Я. Фейк vs Факт. Як перевіряти інформацію від публічних осіб : Medialab. 2016. URL : <https://cutt.ly/20xZJpM> (дата звернення: 11.09.2022).

50. Сайт для перевірки фактів Stopfake.org URL : <https://www.stopfake.org/ru/glavnaya-2/> (дата звернення: 05.10.2022).
51. Савош Я. Як ефективно гуглити й перевіряти інформацію: Детектор Медіа.2018 URL: <https://cutt.ly/F0xVcI8> (дата звернення: 17.09.2022).
52. Сасин Г. В. Інформаційна війна: сутність, засоби реалізації, результати та можливості протидії. URL : <https://cutt.ly/L0xBuVM> (дата звернення: 10.10.2022).
53. Словник української мови : Київ. 1976. с. 497-499.
54. Томчук М. А., Закусило Т. М. Ефективна протидія інформаційній війні. URL : <https://cutt.ly/s0xBhkr> (дата звернення: 22.10.2022).
55. Украина оказалась в эпицентре информационных войн. URL : <https://cutt.ly/c0xVDcU> (дата звернення: 11.10.2022).
56. Фейки як інструмент впливу на вибори. URL: <https://cutt.ly/b0xZkXi> (дата звернення: 13.09.2022).
57. Цуканова О.В. Інформаційні війни: вплив на суспільство. URL : <http://www.sworld.com.ua/konfer34/800.pdf>. (дата звернення: 12.09.2022).
58. Чистоклетов Л. Г., Шишко В. Й. Інформаційно-психологічні впливи як невід’ємна складова парадигми інформаційної безпеки. *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ*. 2012. № 3. С. 183–192.
59. Шумка А. В., Черник П. П. Теоретичні аспекти інформаційних війн та національна безпека. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Grani_2015_9_4. (дата звернення: 15.10.2022).
60. Шевчук П. Інформаційно-психологічна війна Росії проти України: як їй протидіяти. *Демократичне врядування*: 2014. Вип. 13. URL : <http://lvivacademy.com/visnik13/zmist.html> (дата звернення: 06.08.2022).
61. Юськів Б. Опорний конспект лекцій з дисципліни «Інформаційні війни». Рівне : РІС КСУ, 2003. 55 с.
62. Яковчук В., Малець Б., Борзов Ю. Інформаційні війни в сучасному світі. Інформаційна безпека та інформаційні технології. URL : <http://edu-mns.org.ua/img/ibit.pdf> (дата звернення: 20.09.2022).

63. Stopfake.org : сайт перевірки фактів. URL : <https://cutt.ly/d0xMPII> (дата звернення: 12.09.2022).

64. Newman N. Journalism, Media and Technology Trends and Predictions 2017. URL: <https://cutt.ly/f0xXuND> (дата звернення: 20.09.2022).

65. Journal Science. URL : <https://cutt.ly/N0xCfpE> (дата звернення: 20.09.2022).

66. BBC news Україна : 2017. URL : <https://cutt.ly/B0xCmV3> (дата звернення: 15.09.2022).

**Декларація
академічної доброчесності
здобувача освітнього ступеня магістра
ЗНУ**

Я, Гедікова Марія Сергіївна, студент(ка) другого курсу магістратури, заочної форми навчання, спеціальність журналістика, адреса електронної пошти mgedikova@gmail.com.

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Фейки як інструмент інформаційної війни: поширення, верифікації та спростування» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений/ознайомлена;

- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;

- згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата 9.12.2022 Підпис _____ студент Гедікова Марія Сергіївна

Дата 9.12.2022 Підпис  керівник Виговська Наталя Анатоліївна