

**Шутяк Л. М.,**

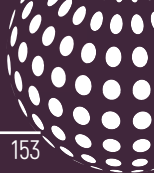
кафедра журналістики Чернівецький національний  
університет імені Юрія Федьковича  
Чернівці

## **ФЕЙКИ В ІНТЕРНЕТІ Й ЖУРНАЛІСТСЬКІ СТАНДАРТИ В КОНТЕКСТІ ВІЙНИ НА СХОДІ УКРАЇНИ**

У часи війни медіа відіграють ключову роль. Так, «на першому етапі гібридної війни встановлюються медіаканали, на другому етапі ЗМІ вже поширюють незадоволення серед населення, на третьому етапі посилюється політичний тиск і дезінформація, далі – все загострюється» [1]. Специфіка гібридної війни полягає у тому, що інформаційний компонент стає важливішим за військовий: пропаганда, дезінформація, політичний і економічний тиск, поширення чуток, ідей і незадоволення дуже активно впливають на перебіг війни» [1]. Медіа й особливо соціальні мережі активно використовуються зацікавленими сторонами для поширення незадоволення, що має підірвати єдність і довіру у суспільстві та бажання діяти.

Мета розвідки – дослідити причини поширення дезінформації в українському інтернет-просторі та роль медіаграмотності суспільства у протидії маніпулятивним технологіям. До вивчення цього питання зверталися такі науковці, як О. Саприкін, М. Іваницька, М. Кіца, Х. Юськів, М. Ожеван, Д. Татарчук, О. Ярошук та ін.

Симптоматично, що в умовах конфлікту напруга в суспільстві значно загострюється. Кожне слово політиків та військових набуває особливої ваги і широко резонує в соціумі. Люди схильні впадати в паніку і вірити найменш правдоподібній інформації, яка дуже швидко поширюється в соціальних мережах. Переважне споживання новин із соціальних медіа не сприяє покращенню ситуації. Розквіт громадянської журналістики, який ми особливо активно спостерігали в Україні з часів початку Революції гідності, з одного боку, суттєво вплинув на сучасну українську журналістику, розширивши її технологічні можливості, а з іншого – став справжнім викликом для ЗМІ у сфері дотримання стандартів й оперативності подання інформації.



У цьому контексті журналіст, ведучий «Громадського радіо», голова Комісії з журналістської етики Андрій Куликов звертає увагу на той факт, що «в Україні, Росії та Сполучених Штатах Америки (можливо, в інших країнах теж, але в цих трьох особливо) в останні роки тривала кампанія, спрямована на підрив авторитету професійної журналістики. Поширювались гасла на кшталт «зараз журналістику може робити кожен», «зараз достатньо зафільмувати щось на мобільний телефон, викласти в мережу, і це вже журналістика» [2]. А це, своєю чергою, вплинуло на сприйняття громадськості й втрату довіри до медіа. Інша проблема – фактична відсутність в Україні незалежних засобів масової інформації, які б пропонували альтернативну думку й не відстоювали політичні й фінансові інтереси власника.

У часи конфлікту саме інтернет став головним місцем поширення фейків – як у інтернет-ЗМІ, так і в соціальних мережах. Із цим явищем важко боротися і практично неможливо здолати повністю. Уміло використовуючи технології маніпулювання свідомістю та нагнітання паніки, російська пропаганда активно «вкидає» в український медіапростір значну кількість фейків. Один із найвідоміших – історія «розіп'ятого хлопчика», яка з'явилась у розпал війни на російському «Першому каналі». Цей фейк є вдалою ілюстрацією дезінформації та брехні, які вже стали нормою для російських ЗМІ.

Серед прикладів неправдивої інформації назвемо також фейки, пов'язані з воєнним станом, який у 2018 році був введений вперше за історію незалежності України. У медіа держави-агресора з'явилося чимало матеріалів на кшталт «В Україні дітей змушують рити окопи», «Порошенко всіх обманув – воєнний стан не матиме строку давності», «В Харківській області військові відбирають житло й автомобілі у мирних жителів» та ін. Однак воєнний стан не вплинув на щоденне життя основної частини українців, тож подібні заголовки є цілком абсурдними.

Основна частина фейків російської пропаганди спрямовані на:

- 1) дестабілізацію українського суспільства;
- 2) загострення існуючого конфлікту на Сході України;
- 3) негативне представлення України на міжнародній арені загалом.

Під впливом необмеженого доступу до інформації завдяки інтернету в Україні та й цілому світі масового поширення набуло таке явище, як «диванні експерти». Це люди, які не мають фахової освіти та практичної підготовки, але готові охоче коментувати події щодо війни в Україні, політичного

стану справ у державі чи з будь-якої іншої сфери, спираючись на інформацію, отриману в інтернеті. Через легку доступність таких осіб (основну частину свого часу вони проводять в мережі, активно коментуючи різні події) журналісти, не завдаючи собі зайвого труду, можуть використовувати їх як джерело інформації. Кваліфікацію та незаангажованість особи слід ретельно перевіряти, щоб потім уникнути проблем. Журналістські «варто відрізнати експертні думки від політичних маніпуляцій, емоційних висловлювань, припущень і конспірологічних теорій» [3]. Людей, які можуть компетентно прокоментувати ту чи іншу ситуацію, слід добирати дуже ретельно.

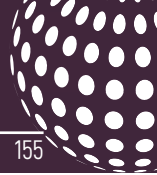
На думку А. Куликова, «головна причина того, що несправжні новини нас перемагають – ми не хочемо дізнатися справжніх» [2]. Тобто, середньостатистичний українець не має часу і засобів для того, щоб перевіряти інформацію, яку він отримує зі ЗМІ та соціальних мереж. Йому простіше спожити цю новину, поширити її (особливо через сенсаційний характер та емоційну складову, що є основною характеристикою фейків), ніж розбиратися – правда це чи ні. Зрештою, цим би мали займатися журналісти. Але в гонитві за яскравими заголовками та сенсаціями на протигагу достовірному й об'єктивному висвітленню подій вони також піддаються впливу маніпулятивних технологій.

Щоб цього не сталося, при висвітленні конфліктів журналіст зобов'язаний більш ретельно перевіряти інформацію, ніж за звичайних умов. Це допоможе уникнути неточностей, а також чуток і фейків із соціальних мереж. Стандарт точності забезпечується:

- 1) перевіркою достовірності джерел інформації;
- 2) наданням переваги першоджерелам;
- 3) перевіркою інформації у кількох джерелах;
- 4) перевіркою документів чи документальних свідчень, на які ви посилаєтесь;
- 5) підтвердженням подій безпосередньо очевидцями, за можливості [4, с. 90].

Якщо ж помилка все таки сталась, журналіст та редакція зобов'язані опублікувати і максимально поширити спростування інформації (сьогодні це легко зробити через ті ж соціальні мережі), адже в умовах війни це може призвести до наростання паніки або інших негативних наслідків.

Інформаційні ресурси України поступаються у своїй потужності російським, тому боротьба з фейками – одне з пріоритетних завдань. З цієї ме-



тою у 2014 році й був створений волонтерський інтернет-проект StopFake. Його «головна мета – перевірка інформації, посилення медіаграмотності аудиторії і боротьба за чітке розмежування між журналістикою фактів і пропагандою» [5]. Сьогодні інформацію на сайті можна прочитати 13 мовами. У 2020-му році разом із проектом VoxCheck StopFake «став партнером Facebook в Україні та учасником фактчекінгової програми компанії, у рамках якої допомагатимуть соцмережі в боротьбі з фейками та дезінформацією» [6].

Навчання суспільства медіаграмотності – це дієва зброя проти пропаганди та фейків. «Людина, яка вміє розрізнити якісний продукт, починає цей якісний продукт рано чи пізно споживати. І що наполегливіше їй його пропонують, то раніше це відбувається» [7]. Тому в умовах конфлікту особливо важливим є рівень медіаосвіти соціуму й те, наскільки люди розуміють принципи роботи маніпулятивних технологій, які використовують як політики, так і ЗМІ. Чим вищий рівень медіаграмотності, тим важче вплинути на аудиторію, адже вона починає мислити більш критично і піддавати сумнівам почуте/побачене/прочитане. Й оскільки для журналістів це першочергове завдання – не сприймати на віру отриману інформацію, то для звичайних українців вміння відрізнити пропаганду і фейки від реальності наразі ще досить складно. Тому власним прикладом журналісти повинні не поширювати фейки, а розвінчувати їх, не нагнітати паніку в суспільстві, а об'єктивно висвітлювати події зі Сходу України.

## Література

1. Ярошук О. Емоційна дезінформація та вміле використання медіа: чому гібридна війна в Україні вдалася. EDO, 21 листопада 2015 р. URL: <https://ua.ejo-online.eu/2656/media-i-politika/%d0%b5%d0%bc%d0%be%d1%86%d1%96%d0%b9%d0%bd%d0%b0-%d0%b4%d0%b5%d0%b7%d1%96%d0%bd%d1%84%d0%be%d1%80%d0%bc%d0%b0%d1%86%d1%96%d1%8f-%d1%82%d0%b0-%d0%b2%d0%bc%d1%96%d0%bb%d0%b5-%d0%b2%d0%b8%d0%ba%d0%be> [дата звернення: 1 травня 2021]
2. Куликов А. Етика – це небайдужість. MediaLab Online, 24 вересня 2018 р. URL: <https://medialab.online/news/kulykov/> [дата звернення: 1 травня 2021]
3. Як дотримуватись інформаційної гігієни, коли війна. MediaLab Online, 26 листопада 2018 р. URL: <https://medialab.online/news/manual/> [дата звернення: 1 травня 2021]
4. Голуб О. Медіакомпас: путівник професійного журналіста. Практичний посібник. Київ : ТОВ "Софія-А", 2016. 184 с.
5. Про нас. StopFake. URL: <https://www.stopfake.org/uk/pro-nas/> [дата звернення: 2 травня 2021].



6. VoxCheck і StopFake допомагатимуть Facebook боротися з фейками та дезінформацією (ДОПОВНЕНО). Detector.media, 27 березня 2020 р. URL: <https://detector.media/infospace/article/175903/2020-03-27-voxcheck-i-stopfake-dopomagatymut-facebook-borotysya-z-feykamy-ta-dezinformatsiieyu-dopovнено/> (дата звернення: 2 травня 2021)

7. Українська журналістика перед викликами пропаганди. Donetsk Institute of Information, 28 березня 2019 р. URL: <https://dii.dn.ua/news/393-ukrainska-zhurnalistyka-pered-vyklykamy-propagandy> (дата звернення: 3 травня 2021)