

УДК 070.14:004:070.421

## МЕТОДИ ТА ЗАСОБИ ПЕРЕВІРКИ ФАКТАЖУ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ

Удовиченко К.М.

Київський національний університет культури і мистецтв

Країна перебуває у стані інформаційної війни, одним із інструментів ведення якої є фейки (поширення неправдивої інформації). У статті обґрунтовано визначення понять «фейк», «фактаж», проаналізовано методи та засоби перевірки фактажу. Розглянуто дестабілізуючий та агресивний вплив російських інформаційних агентів на інформаційну та суспільно-політичну сферу. З'ясовано роль і місце редактора в перевірці фактичного матеріалу із врахуванням умов інформаційної війни та технічних засобів їх виявлення.

**Ключові слова:** фейк, фактаж, факт-чекінг, неправдива інформація, інформаційна війна.

**Постановка проблеми.** Мета інформаційної війни – підвищити власні сили за рахунок інформаційного впливу та послаблення конкурента (країни-опонента). Одним із інструментів у таких випадках виступають фейки. Фейк – це спеціально створене інформаційне повідомлення, подія чи журналістський матеріал, який містить неправдиву або перекручену інформацію, що дискримінує певну людину чи групу осіб в очах аудиторії [7] та поширюються різними каналами, наприклад через ЗМІ або соціальні мережі. У зв'язку з агресивною політикою та військовими діями між Україною і Росією, продукуванням фейків займаються, зокрема, російські ЗМІ та інші інформаційні агенти (блогери, лідери думок тощо).

До розпаду українсько-російського протистояння фейк сприймався як жарт – навмисне перекручення фактів з метою викликати позитивні емоції, сміх тощо. Однак тепер дедалі частіше фейк перетворюється на дезінформацію, яка вводить в оману [5, с. 282] і несе небезпеку для політичної, економічної та інформаційної сфери країни.

У медіа щодня з'являється неправдива інформація, і з кожним днем все важче відрізнити правду від брехні. Поширенням фейкових повідомлень у соціальних мережах займаються зокрема й журналісти, нехтуючи кодексом професійної етики та власною репутацією. Але навіть без подібних журналістських публікацій реципієнт все одно має доступ до неправдивої інформації на інших ресурсах, завдяки безмежним можливостям Інтернету та майже відсутнього державного контролю інформаційного простору в мережі.

**Аналіз досліджень і публікацій.** Тему перевірки фактажу та маніпуляцію свідомості людини досліджували такі учені, як Г. Почепцов [9, 10], С. Кара-Мурза [4], В. Брижко [1], І. Мудра [7], О. Цапок [13] та ін. Один із висновків, що узагальнює їхні думки, можна сформулювати так – основою боротьби з маніпуляцією є критичне ставлення до будь-якої інформації, особливо контенту, що позбавлений наукової достовірності та аргументації.

Готуючи матеріали для публікації редактор повинен знати та на практиці використовувати усі доступні методи та засоби перевірки фактажу, щоб реципієнт міг у будь-який час отримати якісний контент. Українські журналісти визначають факт-чекінг як перевірку фактичних матеріалів, що у більшості асоціюється із уточненням та перевіркою окремих даних, наприклад написання назв, імен, дат. Але факт-чекінг це не

тільки перевірка фактів, а й перевірка акцентів, балансу, представленості сторін у матеріалі.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Чимало науковців присвячують свої публікації темі маніпулювання свідомістю індивіда та негативним впливом інформаційної війни на суспільство. Постає необхідність у чіткому визначенні можливих методів та засобів перевірки фактажу, що будуть доступними для редактора та будь-яких осіб зацікавлених у отриманні правдивої інформації.

**Актуальність теми дослідження** зумовлена ситуацією в країні, агресивною інформаційною політикою, направленою проти України та наповненістю інформаційного простору неправдивою інформацією, що потребує ретельної перевірки. І тому саме зараз, як ніколи, важливо розуміти та правильно використовувати засоби та методи перевірки фактажу.

**Мета статті** – охарактеризувати наявні методи та засоби перевірки фактажу, а також з'ясувати роль і місце редактора в перевірці фактичного матеріалу із врахуванням умов інформаційної війни та технічних засобів виявлення фейкових повідомлень. З урахуванням мети роботи визначено необхідність вирішення таких завдань:

- дослідження теоретико-методологічної бази;
- з'ясування методів та засобів перевірки фактажу у редакційній практиці (інструментарій редактора у перевірці фактажу).

**Виклад основного матеріалу.** У сучасному суспільстві свідомість кожного індивіда піддається впливу, ЗМІ та реклама на кожному кроці намагаються вплинути на людину, подекуди за допомогою брехні та маніпулювання фактами. Психологічний вплив полягає у тиску однієї особи або групи на психіку іншої групи, на їх мислення, уяву, почуття, волю. Метою та результатами психологічного впливу є досягнення певних психічних зрушень і змін, що впливають на діяльність і поведінку, перебудова психіки об'єкта впливу. Подібні методики використовуються і з агітаційно-пропагандистською метою.

**Фейкова інформація** – це інформаційна зброя масового ураження. Основна мета таких повідомлень як інструменту інформаційної війни – це переконання аудиторії у правдивості даної інформації та поява сумнівів.

Завдання фейкових повідомлень:

- дезінформувати аудиторію;
- пропагувати власне бачення, політику чи позицію;

- спричинити агресію;
- похитнути позицію індивідуума і змусити його засумніватися;
- викликати паніку;
- змінити усталену думку в аудиторії;
- наштовхнути до певних дій;
- активувати увагу і зацікавити аудиторію;
- переконати аудиторію за допомогою вигаданих фактів;
- залякувати аудиторію тощо.

Згідно із класифікацією І. Мудрої, фейки можна згрупувати за методами передачі, змістом, формами [7, с. 185]:

*За методом поширення фейки є:* масмедійні фейки (які створюють спеціально для ЗМІ і через них поширюються) і мережеві чутки (розповсюдження вигадки за допомогою соціальних мереж).

*За формою:* фотофейк, відеофейк і фейковий журналістський матеріал.

Одним із найпоширеніших є *фотофейк*, який поширюють традиційні ЗМІ та інші мас-медіа. Серед інших типів фейків саме фотофейк технічно розпізнати найлегше.

Для розпізнання фотофейку є кілька способів. Так, користувачі Google Chrome мають можливість використати функцію «Знайти це зображення в Google». Браузер має опцію пошуку в зображеннях і швидко знайде вказану графіку. Також можна встановити плагін – «Хто вкрав мої картинки» (Who stole my pictures), який проводить пошук не тільки в Google. Навіть авторитетні ЗМІ через брак часу або бажання бути першими у висвітленні якоїсь події використовують фотофейки, наприклад публікування застарілої фотографії з місця подій (ДТП, результати негоди, мітинг, тощо), яка абсолютно не відповідає реальній ситуації, але вдало підходить для красивої публікації матеріалу.

Ще одним інструментом, який допоможе розпізнати фотофейк є exif data, метадані зображення, які дають змогу перевірити, чи було зображення модифіковано в графічних редакторах, перевірити геодані файлу тощо.

*Відеофейк.* Розпізнати відеофейк складніше ніж фотофейк, тому що неможливо здійснити автоматичний пошук. Для отримання додаткової інформації про відео в YouTube є можливість використати функцію відеосервісу. Якщо у назві відео вказана нова дата і, до того ж, цей ролик неодноразово завантажувється на YouTube протягом короткого періоду часу, є велика ймовірність того, що це – фейк. У такому випадку необхідно вибрати серед усіх роликів той, що має велику кількість переглядів і прочитати коментарі – це відео могли подивитись люди, які бачили оригінал і розмістили на нього посилання. Також варто звертати увагу на різні деталі – назви вулиць, номери автомобілів, дорожні знаки, таблички. Таким чином можна визначити, про що насправді йдеться [3]. Наприклад, завдяки прогнозу погоди можна визначити чи справді кореспондент перебував у певному місці чи цей сюжет фейковий та знятий заздалегідь або навпаки після певних подій.

*Фейковий журналістський матеріал.* Одним із найпоширеніших способів обману у фейкових журналістських матеріалах є посилання на авто-

ритетні ЗМІ, закордонних експертів чи коментарі. Таким чином створюється ефект правдоподібності, адже закордонні авторитетні ЗМІ просто не можуть брехати. Сьогодні запрошення закордонного експерта стало вже типовим прийомом для телеканалів, які хочуть підвищити свій рейтинг за рахунок посилення довіри глядачів, що і забезпечує цей «експерт» (про якого, зазвичай навіть не чули на його батьківщині).

Кожне посилання на інші ресурси потрібно перевіряти, тому що є безліч вигаданих або ненадійних, непрофесійних ЗМІ і довіряти їм не можна. Такі фрази як: «Британські/американські/китайські вчені говорять...» (які конкретно? Прізвиська, регалії, чому їм варто довіряти?); «У Верховній Раді стверджують...» (У Верховній Раді працює 450 народних депутатів, охорона, технічний персонал. Хто стверджує?) – відразу повинні насторожити реципієнта та спонукати на детальну перевірку фактів. Завдяки Інтернету кожен, хто має бажання, може особисто здійснити свій факт-чекінг.

Ще одним явищем спотворення фактів є виривання з контексту, будь-яке твердження можна вирізати і трактувати таким чином, щоб отримати найбільший резонанс у аудиторії.

Крейг Сільверман, співробітник Центру цифрової журналістики при Колумбійському університеті створив програму Emergent. Вона здатна проводити аналіз того, як проходить вірусне поширення новинного контенту в Інтернеті і може підраховувати, скільки разів за певний період користувачі діляться тією чи іншою статтею. Також софт відслідковує джерела чуток з моменту, коли новина почала поширюватися в мережі. Спеціальний алгоритм щогодини відстежує URL-адресу кожної публікації, занесеної до бази, щоб визначити, чи вносилися в неї зміни. Наприклад, якщо редактори сайту змінили заголовок або внесли нові дані, які змінюють зміст контенту, статус публікації («Правда», «Брехня», «Неперевірена») може змінитися. За задумом розробників, Emergent покликаний допомогти журналістам і звичайним читачам новин в Інтернеті розібратися в гучних, але невідтверджених новинах, особливо тих, що приходять із соціальних мереж.

Один з найпопулярніших онлайн ресурсів у США для здійснення факт-чекінгу – Factcheck.org, який дає змогу перевірити обіцянки і слова американських політиків, зіставляючи їх з перевіреними фактами. За схожим принципом було створено ресурс Politifact.com, який у 2009 році отримав Пулітцерівську премію. Унікальність проекту полягає в тому, що їхні творці здійснюють факт-чекінг заяв американських політиків і представляють результати в зручному для користувачів вигляді.

Для англомовних користувачів доступний спеціальний сервіс перевірки достовірності відео. Завдяки сервісу Citizen Evidence Lab кожен користувач мережі може навчитися використовувати відео з Інтернету для документування доказів, визначення точного часу завантаження відео, визначення геолокації за відео тощо.

Блогер та редактор сайту сатиричних новин UA Review Роман Голубовський рекомендує певну методику для розпізнання більш складних «фейків» та верифікації новин із соцмереж.

Насамперед, як ідеться в його порадах, варто знайти першоджерело повідомлення, через посилання на особисті акаунти тих, хто поширює новину. До того ж, радить блогер, важливо скептично ставитися до постів у соціальних мережах взагалі, особливо якщо йдеться про коментарі «очевидців», на сторінках яких вони не називають своїх імен та прізвищ, приховують обличчя.

PR-стратег Сергій Дідковський, як повідомляє сайт MediaSapiens, також пояснює, як відрізнити правдиві новини від вигаданих. Для цього, зазначає фахівець, сторінка в соціальній мережі, де опублікована першоновина, має історію. Не можна довіряти «сенсаційним» новинам невідомих сайтів або новинам, в яких подається посилання на анонімне джерело. Спеціаліст пропонує методику, яка допоможе розпізнати «бота» від реального користувача. Просто слід помітити «дивне» ім'я та прізвище («новинаря», відсутність активності у профілі (немає історії комунікації з іншими людьми, яка б підтверджувала реальність людини) або надмірну надокучливість у поширенні інформації (спам у коментарях – однотипні слова, подібні посилання). Також, як зазначає PR-стратег, боти ніколи не відповідають на особисті повідомлення [2].

Стрімкі інформаційні потоки в соціальних мережах послаблюють увагу. Такі численні приклади підхоплення «вкидів» українськими журналістами проявляють загальну слабкість факт-чекінгу у редакціях українських видань. І це є свідченням того, що використання матеріалів із соціальних мереж не звільняє журналіста від обов'язку перевірки їх достовірності. У таких умовах журналіст або редактор повинен перевіряти кожну новину ще ретельніше.

Реципієнта більше не цікавить правда, як говорить К. Келлі, головний редактор журналу Wired: «Коли ти гортаєш зображення замість тексту, відбувається безліч інших культурних змін. Книга поняття фіксоване, і після написання вона вже не змінюється. У книг є автори, а це однокореневе слово зі словом «авторитет». На екрані все ефемерне, все тече, все в незавершеному, неповному, відносному і суб'єктивному ви-

гляді. Все швидко рухається, і збирати шматки доводиться нам самим» [6]. Для того щоб побачити реальну картину, необхідно самостійно збирати правду на різних ресурсах, перевіряючи актуальність та достовірність інформації, але не кожна людина має час і бажання це робити.

У сучасному суспільстві інформатизації, людям все частіше не потрібно думати самостійно, за них це робить Інтернет, таким чином і відбувається втрата середнього рівня IQ у населення. За таких умов успішність пропаганди – не тільки результат дій політиків, це і наслідок загального падіння інтелектуалізації світу.

**Висновки.** Український медіапростір насичений фейковою інформацією, яка може нести негативний вплив на кожного окремого індивіда. Боротися з нею необхідно, серед іншого, і на державному рівні. Україна ніколи не вживала серйозних заходів щодо захисту свого інформаційного простору, хоча свого часу і була прийнята Доктрина інформаційної безпеки України [11], низка інших законодавчих і нормативно-правових актів. Вказана доктрина, яка сприймалась як декларація офіційної державної позиції, висловлювала лише безпечний вимір інформаційної діяльності, однак окремі види інформаційних загроз, зокрема кіберзлочинність, описані в ній фрагментарно [13].

Необхідно ретельно перевіряти той контент, який ви самі поширюєте, інформація вважається достовірною тільки тоді, коли вона має підтвердження офіційними джерелами. Якщо заголовок повідомлення має двозначний зміст, краще перед поширенням прокоментувати, пояснити зміст інформації, адже багато користувачів соціальних мереж читають лише заголовки повідомлень. У разі поширення інформації користувач сам стає джерелом, громадським журналістом, а в мережі автор повідомлення є відповідальним і за коментарі під публікацією [8, с. 66].

На державному рівні потрібно підвищувати рівень медіаграмотності усіх категорій населення, поширювати через ЗМІ тематичну соціальну рекламу, здійснювати моніторинг соціальних медіа та інформувати громадськість про виявлену фейкову інформацію.

## Список літератури:

1. Брижко В. Маніпулювання свідомістю людини у проблемі упорядкування інформаційних відносин [текст] / В. Брижко // Правова інформатика. – 2015. – № 1(45). – С. 18–32.
2. Герасименко Р. Факт-чекінг для журналіста: соцмережі та «вкиди» як перевірка на професійність [Електронний ресурс] / Р. Герасименко // ejo Європейська журналістська обсерваторія. – 2015. – Режим доступу: <https://goo.gl/wCofct> – Назва з екрана.
3. Журналісти дали пораду, як «вирахувати» фейкові новина [Електронний ресурс] // Обозреватель. – Режим доступу: <https://goo.gl/oNZCoz> – Назва з екрана.
4. Кара-Мурза С. Г. Власть манипуляции / С. Г. Кара-Мурза. – Москва: Академ. проект, 2007. – 380 с.
5. Кіца М. О. Фейкова інформація в українських соціальних медіа: поняття, види, вплив на аудиторію / М. О. Кіца // Наукові записки. – 2016. – № 1(52). – С. 281–287.
6. Мэтчар Э. Технологии, которые будут господствовать в нашем будущем [Электронный ресурс] / Э. Мэтчар // inosmi.ru. – 2016. – Режим доступа: <https://goo.gl/Wu2XnС> – Название с экрана.
7. Мудра І. Поняття «фейк» та його види у ЗМІ / І. Мудра // Теле- та радіожурналістика. – 2016. – № 15. – С. 184–188.
8. Потятиник Б. Інтернет-журналістика / Б. Потятиник. – Львів: ПАІС, 2010. – С. 66.
9. Почепцов Г. Пропагандистские интервенции как малые воздействия на большие системы [Электронный ресурс] / Г. Почепцов // Media Sapiens. – 2017. – Режим доступа: <https://goo.gl/pqeMtx> – Название с экрана.
10. Почепцов Г. Сучасні інформаційні війни / Г. Почепцов. – Київ: Вид. дім: Києво-могилянська акад., 2015. – 468 с.
11. Про Доктрину інформаційної безпеки України: Указ Президента України № 514/2009 від 08.07.2009 р. (втрапив чинність) // Офіційний вісник України [Текст]. – 2009. – № 52. – 20 лип.

12. Сюмар В. Доктрина інформбезпеки: набір гарних фраз як керівництво до дій [Електронний ресурс] / В. Сюмар // Українська правда. – 2009. – Режим доступу: <https://goo.gl/GLVzZV> – Назва з екрана.
13. Цапок О. М. Формування у студентів-журналістів навичок редагування фактичного матеріалу / О. М. Цапок // Вісник Черкаського університету. – 2010. – № 1 181. – С. 133–139.

**Удовиченко Е.М.**

Киевский национальный университет культуры и искусств

## **МЕТОДЫ И СПОСОБЫ ПРОВЕРКИ ФАКТАЖА В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ**

### **Аннотация**

Страна находится в состоянии информационной войны, одним из инструментов ведения которой являются фейки (распространение ложной информации). В статье обосновано определение понятий «фейк», «фактаж», проанализированы методы и способы проверки фактажа. Рассмотрено влияние российских информационных агентов на информационную и общественно-политическую сферу. Определена роль и место редактора в проверке фактического материала с учетом условий информационной войны и технических средств их обнаружения.

**Ключевые слова:** фейк, фактаж, факт-чекинг, ложная информация, информационная война.

**Udovychenko K.M.**

Kyiv National University of Culture and Arts

## **METHODS AND MEANS OF THE VERIFICATION OF FACTAGE IN THE PROCESS OF INFORMATION WAR**

### **Summary**

The country is in the process of information war that uses fakes (propagation of false information). The article explains the meanings of such words as «fake», «factage» and analyzes methods and means of the verification of factage. It reveals the destabilizing and aggressive influence of Russian informational agents on the informational and socio-political sphere. It reveals the role of an editor in the verification of factual material regarding the conditions of the information war and technical ways of their detection.

**Keywords:** fake, factage, fact checking, untruthful information, information war.