

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ ТА ФІЛОЛОГІЇ

**СУЧАСНИЙ
МАСОВОКОМУНІКАЦІЙНИЙ ПРОСТІР:
ІСТОРІЯ, РЕАЛІЇ, ПЕРСПЕКТИВИ**

МАТЕРІАЛИ

**науково-практичної конференції
студентів, аспірантів та молодих науковців**

Суми, 26–27 травня 2022 р.

УДК 007 : 304 : 070

Сучасний масовокомунікаційний простір: історія, реалії, перспективи: матеріали науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих науковців (Суми, 26–27 травня 2022 року) / уклад. : І. Р. Жиленко, В. О. Садівничий. – Суми : Сумський державний університет, 2022. – 118 с.

До збірки увійшли наукові матеріали молодих науковців, аспірантів кафедри журналістики та філології СумДУ та інших ЗВО України, а також студентів спеціальностей «Журналістика», «Реклама і зв'язки з громадськістю». Дослідження пов'язані з комплексною програмою науково-дослідних робіт СумДУ, безпосередньо з науковим напрямом досліджень кафедри журналістики та філології у межах теми «Сучасний масовокомунікаційний простір: історія, реалії, перспективи».

Матеріали друкуються в авторській редакції.

Modern mass communication space: history, realities, perspectives: the Materials of the scientific-practical conference of students, graduate students and young scientists (Sumy, 26–27 May 2022) / compiled by I. Zhylenko, V. Sadyvnychy. – Sumy : Sumy State University, 2022. – 118 p.

The collection includes scientific materials of young teachers, graduate students of the Department of Journalism and Philology of the Sumy State University and also students with the chief subject «Journalism», «Advertising and Public Relations». The research is related to the complex program of scientific works of the Sumy State University, directly to the scientific sphere of the research of the Department of Journalism and Philology within the theme «Modern mass communication space: history, realities, perspectives».

Materials are printed in the original edition.

ІЗ ВДЯЧНІСТЮ ГЕРОЯМ:

**солдатам та офіцерам Збройних Сил України,
територіальної оборони та добровольчих формувань
за можливість в умовах війни
проводити навчальний процес та займатися наукою!**

**ВІРИМО В УКРАЇНУ!
БУДУЄМО ОСВІЧЕНУ УКРАЇНУ!**

ТРАДИЦІЙНА ЖУРНАЛІСТИКА VERSUS ФЕЙК

Олена Азімова,

аспірантка кафедри журналістики та філології СумДУ

Стаття акцентує увагу на проблемі фейку в сучасних засобах масової інформації і комунікації, зокрема підкреслює диференціацію дезінформації та місінформації – нову темну реальність нашого все сильніше комунікативно зв'язаного та технологічно розвиненого світу, що робить довіру в суспільстві складнішою. Дезінформація, що навмисно вводить в оману, та місінформація, що ненавмисно вводить в оману, є формами справжніх «фейкових новин», кількість яких в умовах сучасного суспільства значно збільшилася.

Ключові слова: фейк, дезінформація, місінформація, журналістика, соціальні мережі, комунікативна екологія.

TRADITIONAL JOURNALISM VERSUS FAKE

Olena Azimova,

post-graduate student of Journalism and Philology Department

The article focuses on the problem of fake in modern media and communication means, in particular emphasizing the differentiation of disinformation and misinformation – a new dark reality of our increasingly communicative and technologically advanced world, which makes trust in a society increasingly difficult. Disinformation that is deliberately misleading and misinformation that is inadvertently misleading are forms of real "fake news", the number of which has increased significantly in contemporary society.

Keywords: fake, disinformation, misinformation, journalism, social networks, communicative ecology.

Важливою складовою сучасної медіа- та інформаційної грамотності є критичне осмислення й фільтрація інформації, швидкість потрапляння якої в різні кола соціуму практично блискавична. І коли будь-хто, хто має доступ до сучасних гаджетів, може поширювати інформацію, відповісти на питання, що є правдою, а що фейком, – усе складніше. Оскільки більше й більше людей звертаються до різноманітних мультимедійних мобільних додатків за новинами, перед кожним постає проблема навчитися розшифровувати інформацію, отриману в Інтернеті. За умов надзвичайних станів у суспільстві – пандемій, війн – проблема загострюється, тому що від рівня правдивості/неправдивості отриманих фактів залежить уже не інформаційна, а фізична безпека громадян. За умов гібридних інформаційно-психологічних операцій, які є заздалегідь спланованими маніпуляціями з використанням комунікативних методів, спрямованих на обрані цільові аудиторії для впливу на їхні настрої, поведінку, сприйняття та інтерпретацію дійсності, – проблема загострюється.

В основі кожної такої операції знаходиться певна тема – наратив чи ідея. Що сприйнятливіше цільова аудиторія до конкретної ідеї, то більша ймовірність успіху спланованої інформаційно-психологічної операції (Почепцов, 2015 [1]; Slovník, 2022 [2]). За останнє десятиліття інформаційні операції набули форми скоординованих зусиль щодо навмисної зміни інформаційного середовища з використанням таргетованої інформації (Bradshaw&Howard, 2017 [3]; Lin&Kerr, 2019 [4]; Starbird et al., 2019 [5]). Як стверджується в деяких дослідженнях, ці операції перетворилися на ретельно продумані кампанії з дезінформації, у яких використовуються сфабриковані онлайн-профілі на платформах, армії соціальних ботів, що розповсюджують дезінформацію та хитромудро сконструйовані наративи (Сенченко, 2006 [6]; Arif et al., 2018 [7]; Ferrara, 2017 [8]), тому зазначена тема дослідження є напрочуд **актуальною**.

Мета – вивчити сучасні можливості традиційної журналістики протидіяти потоку фейкової інформації та проаналізувати функціональну різницю між дезінформацією (повною неправдою), що зазвичай використовується для створення навмисних (часто організованих) спроб збити людей з пантелику чи маніпулювати ними шляхом надання нечесної інформації, та місінформацією (частковою корекцією об'єктивності повідомлень), що зазвичай використовується для створення оманливої інформації, розповсюдженій без маніпуляцій або злих намірів. Такий підхід є **новим** в українському журналістикознавстві, хоча досліджень із проблеми дезінформації і фейкових новин чимало. **Теоретичною науковою базою** для проведення дослідження слугували, бачення, що їх застосовують М. Кіца [9], І. Мудра [10], Б. Потятиник [11], О. Пригорницька [12], І. Пуцята [13], О. Рябоконт [14], М. Сулима [15], Т. Ковальова та О. Сушкова [22], ін.

Враховуючи те, що як дезінформація, так і місінформація є проблемою для сучасних медіа й суспільства в цілому, слід наголосити, що дезінформація особливо небезпечна, оскільки переважно є організованою, забезпеченою хорошими ресурсами й підкріпленою автоматизованими технологіями. Постачальники дезінформації користуються вразливістю або прихильністю споживачів, яких вони сподіваються залучити як підсилювачів і помножувачів такої інформації. Отже, вони шукають шляхи, щоб спонукати реципієнтів стати провідниками повідомлень, використовуючи їхню схильність ділитися інформацією з різних причин. Особлива небезпека полягає в тому, що «фейкові новини» зазвичай безкоштовні, тобто люди, які не можуть дозволити собі платити за якісну журналістику або не мають доступу до професійних ЗМІ (а інколи відверто ігнорують їх), є особливо вразливими як до дезінформації, так і до місінформації. Дезінформація та місінформація стають можливими переважно через соціальні мережі та соціальні повідомлення. За своїм характером як посередницькі платформи, а не автори контенту, ці структури на сьогоднішній день фактично не підлягають регулюванню (за винятком сфери авторського права). Однак у контексті зростаючого тиску на них, а також ризиків для свободи вираження поглядів, пов'язаних із надмірним регулюванням, збільшується кількість кроків, хоча й неоднозначних, у рамках саморегулювання [16]. У 2018 р. спеціальний Доповідач ООН із питань свободи вираження думки зосередив щорічну доповідь на цьому питанні, закликаючи інтернет-компанії вчитися основам саморегулювання в ЗМІ та краще відповідати стандартам ООН щодо права розповсюджувати, шукати й отримувати інформацію [17]. У межах такого еволюційного процесу заходів, що вживаються як державами, так і окремими компаніями, значну роль відіграють журналісти й мас-медіа.

Традиційна (якісна) журналістика, яка відповідає професійним стандартам та етиці, протистоїть різним формам дезінформації й місінформації, що також відрізняються від випадків «слабкої журналістики», для якої характерні, наприклад, постійні (і не виправлені) помилки, які виникають через неякісне дослідження або неакуратну перевірку інформації заради сенсації. Неякісна журналістика іноді дозволяє дезінформації та місінформації просочуватися в реальну систему новин. Тим не менш, «слабка журналістика» все ще не те саме, що дезінформація чи місінформація. І причини й засоби захисту від «слабкої журналістики» відрізняються від випадків боротьби з дезінформацією та місінформацією. Водночас очевидно, що сильна етична журналістика необхідна як альтернатива та протитрута від забруднення інформаційного середовища й побічного ефекту запламування новин. Сьогодні журналісти – це не просто сторонні спостерігачі, які слідкують за процесом дезінформації та місінформації, що наразі має додаткові політичні й соціальні умови для розвитку, вони опиняються на його шляху [18]. Журналістика ризикує бути заглушеною какофонією: журналісти можуть потрапити під вплив діячів-маніпуляторів, які виходять за межі етики зв'язків із громадськістю, намагаючись ввести в оману або корумпувати журналістів, щоб вони поширювали дезінформацію [19]; журналісти, як комунікатори, які служать правді, включаючи «незручну правду», можуть стати мішенню брехні, чуток і містифікацій, покликаних залякати та дискредитувати їхню діяльність, особливо коли робота загрожує викрити тих, хто замовляє або ретранслює дезінформацію.

Журналісти визнають, що основною ареною дезінформації сьогодні є соціальні медіа, потужні представники яких часто використовують проблемні «фейкові новини», щоб придушити справжню правдиву інформацію. Більше того, наразі на проблеми, пов'язані з COVID-пандемією, воєнним станом в Україні, економічною кризою, міграцією тощо можуть сильно вплинути невизначеність, невпевненість, що виникають унаслідок дезінформації та місінформації. Своєю чергою це може призвести до хибних дій, бо швидше за все, в психологічно нестійких умовах суспільства люди сприйматимуть як достовірний будь-який контент, схвалений їхніми соціальними мережами та який відповідає їхнім емоціям, але не зачіпає думку. Через такі небезпеки для журналістики (та журналістської освіти) є обов'язковим протистояти поширенню «фейкових новин». У той же час стає актуальним подвоєння демонстрації цінностей традиційних ЗМІ, зокрема особливості подання інформації, що підлягає перевірці, та важливості аналітичних коментарів у суспільних інтересах.

У цьому контексті настав час, щоб ЗМІ чесніше дотримувались професійних стандартів та етики, уникали публікації неперевіреної інформації та віддалялися від інформації, яка може зацікавити частину громадськості, але не має загальносуспільного інтересу. Гонитва за сенсацією та нестача часу для перевірки фактів певною мірою призвели до того, що цю функцію зараз у багатьох випадках взяла на себе «колона» блогерів та інших зовнішніх актантів, які зазначають помилки, допущені журналістами, – хоча після того, як вони вже є поширені. ЗМІ можуть вітати це явище, яке зміцнює інтерес суспільства до інформації, що підлягає перевірці. Але вони повинні знати: якщо зовнішні суб'єкти, наприклад, фіксують системну невдачу в даному новинному виданні, це ставить під знак питання принаймні бренд цієї установи як професійне джерело новин. ЗМІ мають бути обережними, щоб зовнішні виправлення після публікації не стали заміною внутрішнім процесам контролю якості. Загалом, гра в наздоганяючі виправлення з боку зовнішніх фактчекерів – це не та гра, в якій журналістика може перемогти. Журналісти не мають довіряти це організаціям, які перевіряють факти журналістської роботи та сумнівні твердження, представлені джерелами (незалежно від того, чи є такі заяви зафіксовані ЗМІ, чи вони обходять журналістику і з'являються безпосередньо в соціальних мережах). Актуальною має бути на часі здатність репортерів новин виходити за рамки журналістики типу «він сказав, вона сказала» та досліджувати правдивість заяв тих, хто висвітлює новини. Журналістика також має активно виявляти та розкривати нові випадки і форми дезінформації. Це критично важливе для ЗМІ, і це є альтернативою старим підходам до «фейкових новин» [13].

Негайна відповідь на гостру проблему може бути знайдена через зміцнення, наприклад, таких стратегій, як медіа та інформаційна грамотність, що дає змогу аудиторії розрізняти новини, дезінформацію та місінформацію, або «краудсорсинг», допомагає розкривати та повідомляти про дезінформацію, що поширюється в соціальних мережах або електронній пошті.

Велика кількість дезінформації та місінформації поширюється через соціальні мережі, де активно використовуються, зокрема, технології поєднання з паралельними та перехресними комунікаційними стратегіями й набором інших тактик, як-от хакерство або компрометація людей тощо. Тож, як помітити ці фейкові історії, коли вони з'являються у стрічці Facebook, хронології Twitter чи списку відтворення YouTube? Деякі веб-сайти взяли на себе місію перевірки фактів, особливо тих, що часто з'являються в соціальних мережах: [Misinformation and Disinformation: A Guide for Protecting Yourself](#), [Lead Stories](#), [How to Fact-Check Images with Google](#), [FlackCheck.org](#), [PolitiFact](#), [Rumor vs. Reality Cards](#), [Reality Team](#), etc. [20].

Зокрема некомерційна організація First Draft News [21] допомагає журналістам-професіоналам та всім охочим непрофесіоналам орієнтуватися в усе більш складній цифровій сфері, вона має кілька рекомендацій, що допоможуть оволодіти найкращими методами перевірки і стати фактчекером. Треба пам'ятати, що творці дезінформації навмисне розробляють контент, покликаний створювати емоційну реакцію, тому, якщо виникли такі реакції, треба зробити паузу та подумати:

- Це оригінальний акаунт, стаття чи частина вмісту?
- Хто поділився цим чи створив це?
- Коли це було створено?

- Який акаунт ділиться цим? Коли створено акаунт? Чи вони постійно діляться інформацією з усього світу вдень і вночі? Чи може це бути бот?

- Чому це було поширено?

Якщо скористатися цими запитаннями та зробити кілька простих пошуків перед тим, як поділитися інформацією, можна запобігти поширенню дезінформації в соціальних мережах. Рекомендації компанії First Draft News варті уваги як журналістів, так і пересічних одержувачів інформації:

- Шукайте інформацію або претензію в Інтернеті: іноді ви зможете знайти в Інтернеті юзерів, які вже працювали над розвінчанням тих чи інших повідомлень. Якщо преса не повідомила про цей факт, є велика ймовірність, що це тому, що журналісти не змогли це підтвердити.

- Подивіться, хто опублікував цей контент. Перевірте профіль автора, як довго його акаунт був активним, і історію публікацій, щоб побачити, чи демонструють вони поведінку, схожу на бота. Наприклад, якщо акаунт публікує повідомлення в будь-який час доби з різних куточків світу і містить дуже суперечливий контент і контент, що є ретвітований з інших акаунтів, ці дописи, ймовірно, були зроблені машиною.

- Перевірте зображення профілю акаунта. Виконайте зворотний пошук зображення. Якщо це стокове зображення або зображення знаменитості, то це менш надійне джерело, оскільки воно анонімне.

- Знайдіть інші акаунти в соціальних мережах для цієї особи. Подивіться, що ви можете дізнатися про цю людину, чи має вона політичні чи релігійні приналежності, які можуть дати їй підставу для поширення певної точки зору.

- Перевірте контент, опублікований акаунтом, якщо він виглядає занадто добре, щоб бути правдою. Спробуйте зворотний пошук зображень. Використовуючи такий інструмент як RevEye, можна шукати попередні екземпляри будь-якого зображення, що з'являється в Інтернеті. Багато дезінформації використовує старі зображення поза контекстом, щоб проштовхнути повідомлення. Якщо ви знаєте місцезнаходження зображення або відео, скористайтеся картографічними службами «Перегляд вулиць» (Google, Bing та інші надають цю послугу). Також можна здійснити зворотний пошук зображення профілю, щоб побачити, чи використовується воно або подібні фотографії в інших акаунтах, це звичайна практика, яка використовується для створення так званих облікових записів "sockpuppet", підроблених персон, створених в Інтернеті, які дозволяють людям діяти як тролі, захищаючи їх ідентичність [21].

Є багато більш складних інструментів перевірки фактів. Однак переважну більшість дезінформації можна відкинути без використання будь-якої з цих технологій. У багатьох випадках просто задавши питання: «Чи це реально?» і витративши пару хвилин на розслідування, можна перевірити чи розвінчати історію. Проблема в тому, що в епоху соціальних мереж багато з нас інстинктивно натискають кнопку «Поділитися», перш ніж поставити це запитання. Багато платформ соціальних медіа вживають заходів, щоб зупинити потік дезінформації, але єдиний надійний спосіб – припинити її поширювати.

Дезінформація – це пандемія сучасної інформаційної сфери, і широке висвітлення її зміцнить служіння журналістики суспільству. Тому ця стаття є закликом до активної громадянської взаємодії засобів масової інформації, журналістів, медіа-тренерів та їхньої аудиторії. Це також заохочення для журналістів брати участь у суспільному діалозі про те, як люди в цілому вирішують питання щодо довіри та чому деякі з них діляться неперевіреною інформацією, порушуючи норми комунікативної екології, а наразі навіть підштовхуючи певну частку пересічних споживачів інформації до безпечних дій.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Почепцов Г. Сучасні інформаційні війни. Київ: Києво-Могилянська Академія, 2015. 498 с.
2. Slovník: NATO s termíny a definicemi [NATO dictionary with terms and definitions]. Praha, 2022. 353 p. [in Czech]
3. Bradshaw S., Howard P. Troops, Trolls and Trou-blemakers: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation. Oxford Internet Institute, 2017. 36 p.

4. Lin H., Kerr J. On cyber-enabled information warfare and information operations. *Oxford Handbook of Cybersecurity*. 29 p.
5. Starbird K., Arif A., Wilson T. Disinformation as collaborative work: Surfacing the participatory nature of strategic information operations. *Human-Computer Interaction*, 3(CSCW): 127:1-127:26
6. Сенченко М. Четверта світова. Інформаційно-психологічна війна. К.: МАУП, 2006. 64 с.
7. Arif A., Stewart L., Starbird K. Acting the part: Examining information operations within Black-Lives Matter discourse. *Human-Computer Interaction*, 2(CSCW): 20:1-20:27.
8. Ferrara E. (2017). Disinformation and social bot operations in the run up to the 2017 French presidential election. *First Monday*. 22(8). [Electronic resource]. URL:<https://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/1707/1707.00086.pdf>
9. Кіца М. О. Фейкова інформація в українських соціальних медіа: поняття, види, вплив на аудиторію. [Електронний ресурс] URL: <http://nz.uad.lviv.ua/static/media/1-52/36.pdf>.
10. Мудра І. Поняття "фейк" та його види у ЗМІ. Теле- та радіожурналістика. 2016. Вип. 15. С. 184-188.
11. Потятиник Б. Інтернет-журналістика : навч. посіб. Львів : ПАІС, 2010. 244 с.
12. Пригорницька О. Регіональні ЗМІ як інструмент для маніпуляції громадською думкою. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. Київ, 2015. Вип. 41. С. 588–600. [Електронний ресурс] URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/npnbuimviv_2015_41_45.
13. Putsiata I. Fake as a Method of Manipulation in the Media: Ukrainian Experience . *SJS*. 2020. V. 4. pp. 170-175. [Electronic resource]. URL:<https://doi.org/10.23939/sjs2020.01.170>
14. Рябоконт О. Маніпуляції масовою свідомістю в політичному сегменті соціальних мереж. *Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського*. 2012. Вип. 33. С. 543-553. [Electronic resource]. URL: <http://irbis-nbuv.gov.ua/everlib/item/er-0000001498>
15. Sulyma M. New Russia as a fake, or Something about a historical fallacy for those who do not want to know the truth. *Day*. 2016. No. 4/5 (15–16).
16. Manjoo F. What Stays on Facebook and What Goes? The Social Network Cannot Answer. *New York Times*, 19 July, 2018. [Electronic resource]. URL:<https://www.nytimes.com/2018/07/19/technology/facebook-misinformation.html>.
17. Report of the Special Rapporteur on the promotion and protection of the right to freedom of opinion and expression. UN Human Rights Council 6 April 2018. A/HRC/38/35. [Electronic resource]. URL:<https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/G18/096/72/>.
18. Despite the threat, according to one study the newsrooms in one country lacked systems, budget and trained personnel dedicated to combating disinformation. *Media Perspectives on Fake News in Ghana*. Penplusbytes. 2018. [Electronic resource]. URL:<http://penplusbytes.org/publications/4535/>.
19. Butler, P. How journalists can avoid being manipulated by trolls seeking to spread disinformation. 2018. [Electronic resource]. URL:<http://ijnet.org/en/blog/how-journalists-can-avoid-being-manipulated-trolls-seeking-spread-disinformation>.
20. Fake News & Misinformation: How to Spot and Verify. [Electronic resource]. URL:<https://guides.stlcc.edu/fakenews/factchecking>
21. First Draft News. [Electronic resource]. URL: <https://firstdraftnews.org>.
22. The theory of studying spirituality, writing, features of languages of different peoples and generalization of acquired knowledge: collective monograph / Kovalova T., Sushkova O., – etc. – International Science Group. – Boston : Primedia eLaunch, 2022. 283 p. Available at : DOI – 10.46299/ISG.2022.MONO.PHILOL.1.