

**Катерина Гуменна,**  
здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,  
спеціальність 061 «Журналістика»,  
Тернопільський національний педагогічний університет  
імені Володимира Гнатюка

**Карина Почигаїло,**  
здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,  
спеціальність 061 «Журналістика»,  
Тернопільський національний педагогічний університет  
імені Володимира Гнатюка

**Науковий керівник** – кандидат наук із соціальних комунікацій,  
доцент **Тетяна Решетуха**

### **ФЕЙКИ У СУЧАСНИХ МЕДІА: ТИПОЛОГІЯ ТА ІДЕНТИФІКАЦІЯ**

В умовах зростання інтенсивності поширення і споживання інформації гостро постала необхідність її критичного сприйняття задля уникнення маніпуляційних впливів та пропаганди. Відтак навички медіаграмотності мають стати базовими компетентностями кожної людини, бо вона є провідним інструментом підтримки демократії, протидії радикалізації та екстремізму, більше того, у XXI столітті «медіа та інформаційна грамотність надає всім громадянам критичну компетенцію вижити в XXI столітті» [5].

Безперечним сьогодні є вплив медіа на розвиток молоді особистості. Як традиційні ЗМІ, так і онлайн-простір відіграють активну роль у формуванні індивідуальних думок, розробці концепцій колективної діяльності, національних політичних стратегій локального та глобального масштабів. Дослідження показують, що люди вважають найбільш важливими саме ті теми й проблеми, які активно висвітлюються й обговорюються в ЗМІ [3]. Тому таким необхідним є формування критичного імунітету в споживачів інформації, бо у світі, де мають місце інформаційні війни та фейкові новини, важливо вміти розпізнавати інформацію, аналізувати джерела і мотиви, приймати зважені рішення.

Під терміном «фейк» (від англ. fake – підробка) розуміють перекручену неправдиву інформацію. «Фейкові новини» – це відносно новий збірний термін, що не має чіткого означення і використовується для позначення цілої низки явищ. Буквально цим терміном означають новини неправдиві, несправжні, недійсні, що охоплюють не лише очевидно фальсифіковану інформацію, але також і неправильну або неточну інформацію, що її поширюють ненавмисно або випадково [4, с. 6–7].

У науково-практичному медійному дискурсі існує чимало типологій фейків за методами передачі, формами, змістом, маркерами. Так, за методом поширення фейки вирізняють: *масмедійні* (які створюють спеціально для ЗМІ і через них поширюються) і *мережеві чутки* (коли поширюють чийсь видумку через соціальні мережі); за формою: *фотофейк*, *відеофейк* і *фейковий журналістський матеріал*. [2, с. 186].

Однією з визначальних ознак для фейку є зміст та характер достовірності інформації, що закладено в основу повідомлення. За цим принципом вирізняють *фейки на основі достовірної інформації* із відповідними акцентами та корективами окремих деталей, які іноді змінюють вектор повідомлення до діаметрально протилежного; *фейк на основі напівправди* передбачає логічне поєднання реальних та вигаданих фактів та відомостей та *фейк на основі вигаданих фактів* спирається на абсолютно неправдиві дані, зазвичай вони містять установки та факти, що виходять за межі традиційних поглядів, переконань, традицій певних цільових груп [1].

Щоб розпізнати фейкові новини необхідно оперувати основними маркерами таких повідомлень. Їх можна розділити на чотири групи, які концентруються довкола таких концептів як «емоції» (емоційне накручування в матеріалі; думка чи оцінка подається як факт; заголовок не відповідає новині або є надміру емоційним; апеляція до забобонів, конспірологічних теорій; вживання в матеріалі слів, що викликають позитивні або негативні емоції; навішування ярликів, поширення стереотипів); «джерела» (відсутність джерел інформації чи анонімні джерела, інформація, взята із соцмереж, з акаунтів, які не верифіковані; лінк на підозрілі або маловідомі джерела; інформація від організацій, які були помічені в поширенні неправдивих даних; дані соціологічних компаній, які не були активними або були помічені у співпраці з політичними силами; недостовірні цитати); «експерти» (представники структур, яких не існує в реальності; експерти без вказування інституції, яку представляють; анонімні експерти; експерти, які фінансуються зацікавленою стороною і просувають її точку зору; політично заангажовані експерти); «факти» (соціологічні дані без вказання вибірки, замовника, географії, похибки, дати; однобоке подання фактів, оцінок і коментарів, узагальнення; викривлене подання новини: реальні факти змішуються з неправдою; недостовірні фото, відео, які використовуються як підтвердження інформації; недостовірний або спотворений переклад цитати, коментаря з іноземних джерел) [4].

Активне використання цих маркерів при оцінці інформації допомагає виробити навички критичного мислення. Оскільки фейки є потужною та високотехнологічною зброєю, протистояти якій людині, що не має відповідної підготовки доволі важко, а іноді взагалі неможливо, то сьогодні відчувається гостра необхідність розробки та систематизації певної добірки спеціалізованих (для державних і профільних громадських структур) й популярних (для широких верств населення) інструментів ідентифікації та нейтралізації фейків. Методики протидії впливу дезінформації, інструменти фактчекінгу, маркери ідентифікації фейків, сьогодні розробляють Академія Української Преси, Рада міжнародних наукових досліджень та обмінів (IREX), громадські організації та ініціативи «Детектор медіа», «По той бік новин», «StopFake», «НотаЄнота» та інші.

### Список використаної літератури

1. Курбан О. Фейки у сучасних медіа: ідентифікація та нейтралізація. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2018. № 3, С. 96–103.
2. Мудра І. Поняття «фейк» та його види у ЗМІ. *Теле- та радіожурналістика*. 2016. Випуск 15. С. 184–188.
3. Прокопенко М. Фейк як інструмент війни. *День*. URL:<http://m.day.kiev.ua/uk/?fbclid=IwAR08AvncjRgpuPVyKT>
4. Як можна протидіяти «фейковим новинам»? : Аналіз. Київ: Фонд Фрідріха Науманна за Свободу, Академія української преси, 2019. URL: [https://www.aup.com.ua/wp-content/uploads/2019/11/YAK\\_protydiaty\\_fake\\_news\\_2019.pdf](https://www.aup.com.ua/wp-content/uploads/2019/11/YAK_protydiaty_fake_news_2019.pdf)
5. Five Laws of Media and Information Literacy, UNESCO, 2016. URL: <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/media-literacy/five-laws-of-mil/>