

2. Кінг Ларрі Як розмовляти будь з ким, будь-коли і будь-де. Київ, 2019. 204 с.
3. Симоніна Н. Класифікація сучасного телевізійного інтерв'ю. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2012. Випуск № 27. С. 180–184.
4. Соколова ставить питання «Зе! Команді» як раптом... URL: <https://www.youtube.com/watch?v=uu39ZLsJD1o> (дата звернення: 20.10.2020).
5. Фихтелиус Э. Пятая заповедь журналистики – подготовься и слушай. URL: https://www.youtube.com/watch?v=pAS2wPu3h_I (дата звернення: 20.10.2020).
6. PRIME СКРИПН: Анна-Марія. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Ln4cXdzxt9Q> (дата звернення: 19.10.2020).

Татарчук Д.О.

студентка,

Інститут журналістики

Київського університету імені Бориса Грінченка

ПОТРЕБА ВИВЧЕННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ПЕРЕВІРКИ ФЕЙКОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ В СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА

Мета дослідження: визначити потребу студентів Інституту журналістики в опануванні дієвими інструментами фактчекінгу при виявленні фейкової інформації в соціальних медіа.

Актуальність дослідження зумовлена потужним розвитком соціальних медіа з їхньою високою здатністю маніпулювати свідомістю споживачів інформації, необхідність формуванні у майбутніх журналістів свідомого ставлення до інформації, фахових навичок роботи з перевіркою інформації. Констатуючи актуальність таких досліджень Ю.П. Кияшко зазначає: «Проблема заангажованості ЗМІ спонукає до пошуку істини для медіаюзерів. Аудиторія потребує роз'яснень та допомоги через відсутність медіакомпетентності. Зважаючи на швидкі темпи розповсюдження фейкових повідомлень та оптимальне середовище для культивування цілих джерел, покликаних щоденно творити потоки інформаційної війни, професійні українські журналісти вдаються до розслідувань. Новини політичної та економічної тематики потребують знань та аналітичних навичок експертів. Не завжди медійники володіють достатнім рівнем компетенції задля об'єктивного висвітлення новин як в галузі національної фінансової системи, так і

окремих ланок фінансових відносин, а також фінансових органів і інститутів» [1, с. 641].

Методи дослідження: збір інформації шляхом опитування студентів-журналістів, пошук та відбір важливих кейсів, для формування й відбору стратегій перевірки інформації.

В.Шевчук зазначає: «Перевірка достовірності інформації базується на орієнтації в проблемі, досвіді виявлення неправдивої інформації та засобів, якими можна перевірити ці факти. Журналіст, який займається пошуком та перевіркою сумнівної інформації, має бути, перш за все, медійно грамотним, розбиратися в ознаках потенційно неправдивої інформації, знати ресурси (медіа), що спеціалізуються на фейках, постійно моніторити офіційні джерела, які наводять точні дані» [2, с. 147]. Це твердження цілком відповідає тим уявленням про компетентність студентів – майбутніх журналістів, які сформовані шляхом моніторингу очікувань роботодавців щодо майбутніх працівників галузі.

При проведенні оцінки готовності студентів-журналістів до сприймання фейкової інформації, встановлення рівня відмінності правдивої й неправдивої інформації було проведено опитування через гул-форму з відкритим доступом. Ми провели опитування, використовуючи Гугл-форму, аби з'ясувати спершу теоретичні питання: чи вважають респонденти, що вміють розпізнати фейк; якими засобами користуються респонденти, аби розпізнати правдиву/неправдиву інформацію. Усього в опитуванні взяли участь 68 студентів-журналістів 1 курсу навчання освітнього рівня.

55,9 % опитаних визначили, що можуть розпізнавати неправдиву (фейкову) інформацію, 44,1 % були не впевнені в такій здатності. Ці дані доводять необхідність особливої уваги до цих питань при формуванні навичок роботи з інформацією в студентів-журналістів.

Відповідаючи на питання, які засоби допомагають їм визначити правдивість чи неправдивість інформації, більшість респондентів відповіли, що це «перевірка в інших джерелах» – 20, аналіз інформації назвали 9 респондентів, пошук першоджерела – 8 осіб, аналіз фактів – 6 осіб, Google + конкретні ресурси від Google – 5 респондентів, також наявні відповіді – перевірка джерела, авторитетність джерела, якість картинки тощо. У цілому майбутні журналісти демонструють у певній мірі наявність початкових уявлень про необхідність перевірки джерел

інформації, першоджерела, а також про найпростіші інструменти перевірки інформації.

Для подальшої розробки рекомендацій щодо опанування оптимальними стратегіями перевірки правдивості інформації необхідно докладніше зупинитися на деяких відповідях респондентів. Зокрема, ми розділили категорії «пошук першоджерел» та «перевірку в інших джерелах», оскільки принципово розрізняємо «першоджерело» і просто «інше джерело». На наш погляд, обидва способи є дієвими лише частково, якщо їх використовувати сепаративно від інших, тому вони не є гарантією правильно проаналізованого повідомлення.

Цікавими є відповіді, де респонденти писали про власний розум/критичне чи логічне мислення тощо. Таким чином, частина опитуваних вважає, що саме розум є важливим інструментом для аналізу, натомість сучасні інформаційні стратегії спрямовані саме на введені в оману тієї категорії споживачів інформації, яка покладається на власне раціональне сприйняття.

Важливими є відповіді студентів, у яких було конкретно зазначено сервіси для перевірки й відповіді такого типу як «перевірка деталей», «ресурси, які допомагають перевіряти» тощо, оскільки, якщо в першому випадку можна скласти певну вибірку ресурсів та намалювати «мережевий» портрет користувача, на основі вказаних ресурсів, то другий тип відповідей є неповним, а тому не дає нам як дослідникам уяви про використовувані сервіси.

Нас також зацікавили такі відповіді як «перевірка джерела» і «явні фейки містять у собі або неякісний фотошоп, або недостовірні дані, які не складно відрізнити від правди». Перша відповідь демонструє цікавий підхід: перевірка не самої інформації чи факту, а власне цілого джерела. Це, на нашу думку, досить важливо більше для дослідника чи журналіста, ніж звичайного користувача, тому що це масштабна робота, протягом якої можливо знайти й інші фейки, котрі джерело публікувало раніше. Але такий підхід дає можливість підійти до аналізу критично, неупереджено та систематизовано. Тобто збільшує відсоток більш об'єктивно описати надійність джерела.

Друга відповідь – приклад безпечності, оскільки демонструє очікування від фейків явного недопрацювання та грубих помилок при творенні. Але сьогодні існують можливості творити таку інформацію, яка би не просто була схожою на реальність, а частково замінювала би її

(приклад: дів-фейки із повною підробкою голосу, зовнішності тощо), тому не можна переоцінити можливості творців фейків.

Таким чином, у ході дослідження побачили, що різні респонденти по-своєму розставили пріоритети інструментаріїв при аналізі повідомлень.

Запропоновані студентам практичні завдання на розпізнавання фейків продемонстрували, що їхні думки різняться, ту саму інформацію одні розпізнають як фейк, інші сприймають як правдиву, що дозволяє проілюструвати неоднозначність інформації для раціонального сприйняття без застосування певного інструментарію.

Подальший аналіз зі студентськими групами результатів їхнього опитування, робота з практичними кейсами та розробка стратегій фактчекінгу дозволяють визначити оптимальні форми роботи з перевірки інформації з різними аудиторіями.

У цілому такі дослідження мають велику перспективу, оскільки фахівцям у галузі інформації потрібно ґрунтовно працювати над поглибленням медіаграмотності населення з метою послаблення маніпулятивного тиску на широку масу споживачів інформації.

Список використаних джерел:

1. Кияшко Ю.П. Фактчекінг як інструмент протидії маніпулятивному впливу електронних змі: публікації на економічну тематику. *Управління публічними фінансами та проблеми забезпечення національної економічної безпеки. Збірник тез податкового конгресу*. Ірпінь, 2019. 641 с.

2. Шевченко В. Фактчекінг і верифікація у журналістській роботі. *Образ*. 2018. № 27(1). 147 с.