

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет міжнародних відносин
Кафедра журналістики

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач кафедри
Васильченко В'ячеслав Миколайович

«___» _____ 2023 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА
ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «МАГІСТР»
ФЕЙКИ ПРО РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКУ ВІЙНУ
В ЗАРУБІЖНІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ

Виконавець: Панчук Дар'я Олександрівна _____

Керівник: д-р філол. наук, проф. _____

Шульгіна Валентина Іванівна _____

Нормоконтролер: канд. пед. наук _____

Остапчук Світлана Сергіївна _____

Київ – 2023

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 ФЕЙК ЯК ІНСТРУМЕНТ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ ПРОТИ УКРАЇНИ.....	6
1.1 Інформаційна війна та місце фейку в ній.....	6
1.3. Роль соціальних мереж у поширенні фейків	22
Висновки до розділу 1.....	28
РОЗДІЛ 2.....	29
АЛГОРИТМИ ВИЯВЛЕННЯ ТА СПРОСТУВАННЯ ФЕЙКІВ ПРО РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКУ ВІЙНУ (НА ПРИКЛАДІ УКРАЇНСЬКИХ МЕДІАРЕСУРСІВ).....	29
2.1. Шляхи виявлення фейків про війну фахівців ресурсу «Детектор медіа»	29
2.2. Специфіка роботи ініціативи «По той бік новин» у контексті боротьби із дезінформацією та фейками	36
Висновки до розділу 2.....	45
РОЗДІЛ 3 НАРАТИВИ ТА КОНЦЕПЦІЇ ФЕЙКІВ ПРО РОСІЙСЬКО- УКРАЇНСЬКУ ВІЙНУ В ЗАРУБІЖНІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ	47
3.1. Шляхи просування фейків про російсько-українську війну за кордоном	47
3.2. Аналіз фейків про російсько-українську війну у німецьких медіа.....	53
3.3. Шляхи протидії поширенню фейків про російсько-українську війну в зарубіжній журналістиці.....	61
Висновки до розділу 3.....	68
ВИСНОВКИ	69

ВСТУП

Актуальність досліджуваної теми. Вивчення фейків про російсько-українську війну в зарубіжній журналістиці має низку важливих причин і актуальних аспектів. По-перше, у лютому 2022 року розпочалася повномасштабна російсько-українська війна, що підсилило інформаційну війну та поширення фейків, які мають негативний вплив на безпеку країни та геополітичні зв'язки.

По-друге, фейки та дезінформація в журналістських матеріалах можуть спотворювати сприйняття подій і впливати на рішення міжнародних діячів. Тому вивчення фейків допомагає визначити та попередити спроби дезінформації, забезпечуючи точну інформацію для світової громадськості. Тільки за дослідженнями фахівців «VoxCheck» з лютого по жовтень 2023 року у вибіркових ЗМІ шести європейських країн (Польща, Німеччина, Італія, Чехія, Словаччина та Угорщина) було виявлено понад 8 тисяч фейків про російсько-українську війну, що свідчить про масштаби розгортання російської інформаційної війни в Європі.

По-третє, вивчення фейків про російсько-українську війну і їх вплив на зарубіжну журналістику розвиває медійну грамотність в громадян, що допомагає розрізняти дійсну інформацію від дезінформації, що, в свою чергу, підвищує рівень інформаційної безпеки.

Вивчення фейків про російсько-українську війну в зарубіжній журналістиці є надзвичайно актуальним завданням, оскільки цей конфлікт має глобальний вплив і важливі наслідки для України та міжнародного співтовариства в цілому.

До вказаної проблеми зверталися, зокрема, такі дослідники, як В. Вовк [6], Л. Дементьєва [4], Р. Демчук [5], Л. Доскіч [6], І. Жаровська [8] тощо, однак

фейки про російсько-українську війну в зарубіжній журналістиці вивчені вкрай побіжно.

Мета дослідження – розкрити суть явища фейків про російсько-українську війну в зарубіжній журналістиці з метою розроблення методів інтерпретації та виявлення дезінформації для підвищення інформаційної безпеки України.

Визначена мета передбачає вирішення таких завдань:

1. Узагальнити поняття «фейк», його різновиди та мету створення.
2. Охарактеризувати роль фейків як складника інформаційної війни та роль соціальних мереж у їх поширенні.
3. Дослідити методи та шляхи виявлення фейків в Україні на прикладі ресурсів «Детектор медіа», «По той бік новин».
4. Вивчити шляхи просування фейків про російсько-українську війну на міжнародному рівні та подати шляхи їх протидії.

Об'єкт дослідження – особливості використання фейків про російсько-українську війну в зарубіжній журналістиці.

Предмет дослідження – поширення фейків про російсько-українську війну в іноземних медіа, а також методи виявлення, аналізу та спростування таких фейків.

Методи дослідження включають аналіз та синтез (вивчення змісту зарубіжних ЗМІ, вивчення тематичних та стильових особливостей фейків, ідентифікацію можливих джерел та мотивацій, взаємозв'язок фейків із загальними наративами російської дезінформаційної кампанії); метод узагальнення для написання висновків та метод індукції для вивчення вказаної проблеми.

Наукова новизна отриманих результатів полягає у тому, що ми розширили напрацювання дослідників щодо поняття «фейк», подавши приклади фейків про російсько-українську війну безпосередньо в Україні та у європейських ЗМІ. Крім цього, результати цього дослідження висвітлюють системні тенденції поширення дезінформації про російсько-українську війну у

німецьких та інших європейських ЗМІ. Важливе значення має конкретизація фейків та їх взаємозв'язок із загальними наративами російської дезінформаційної кампанії. Аналіз включає в себе виявлення основних тем, які використовуються для створення фейків, а також визначення патернів, за якими ці фейки розповсюджуються в німецькому інформаційному просторі.

Практичне значення одержаних результатів: робота може бути використана під час навчання за журналістськими спеціальностями, при написанні курсових та дипломних робіт, а також для подальшого дослідження фейку про російсько-українську війну у німецьких та європейських медіа.

Апробація результатів дослідження проводилася на Дев'ятій всеукраїнській студентській науковій конференції «Актуальні проблеми науки» (Київ, 2023). Також на Міжнародній науково-практичній конференції «Політ: сучасні проблеми науки» (Київ, 2023).

Публікації. Гіцман Д. О. Інформаційна війна як спосіб посягання на інформаційну безпеку України // Політ: сучасні проблеми науки: матеріали ХХІІІ Міжнародної науково-практичної конференції. Київ: Національний авіаційний університет, 2023. - С. 213-216. URL: <http://surl.li/kpzlv>

Гіцман Д. О. Фейки у ТІКТОК як новітня технологія інформаційної війни та особливості протидії їм // Актуальні проблеми науки: матеріали Дев'ятої всеукраїнської студентської наукової конференції. Київ: Національний авіаційний університет, 2023. С. 35-38. URL: <http://surl.li/kpzjw>

Панчук (Гіцман) Д. О. Роль та способи використання фейкових новин у інформаційній війні // Актуальні питання медіадосліджень: матеріали збірки наукових студентських робіт. Київ: Національний авіаційний університет, 2023. (Подано до друку).

Структура дипломної роботи зумовлена загальною концепцією й завданнями дослідження. Робота складається зі вступу, 3 розділів, 8 підрозділів, висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел (71 найменування) та 3 додатків. Загальний обсяг дослідження становить 84 сторінки, основний зміст викладено на 72 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ФЕЙК ЯК ІНСТРУМЕНТ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ ПРОТИ УКРАЇНИ

1.1 Інформаційна війна та місце фейку в ній

Комунікація в Україні останніми роками проходить з урахуванням інформаційної війни, яка стала дієвим інструментом російської влади проти нашої держави. Наслідки інформаційної війни значно більші, ніж можна уявити на перший погляд.

Варто наголосити, що анексія Криму та окупація Донбасу стали також частково результатами інформаційної війни, адже багато жителів повірили у так званий «руський мір». Крім цього, за останні роки відбувся спад промислового виробництва, знецінилася гривня тощо.

Узагальнимо підходи дослідників до визначення поняття «інформаційна війна». У роботі Д. Прокоф'єва «Інформаційна війна і інформаційна злочинність» наведено таке визначення: інформаційна війна – це дії, розпочаті для досягнення інформаційної переваги шляхом завдання шкоди інформації, процесам, що базуються на інформації та інформаційних системах супротивника при одночасному захисті власної інформації, процесів, що базуються на інформації та інформаційних системах [18]. Автор також наголошує, що важливо не тільки поширювати інформацію пропагандиста, а й блокувати канали, з яких маси можуть отримати доступ до правди.

Професорка І. Жаровська до елементів інформаційної війни зараховує: «добування розвідувальної інформації, дезінформування, психологічні операції, фізичне руйнування інформаційних ресурсів супротивника (у тому числі з використанням електромагнітного впливу), напади (фізичні, електронні) на його інформаційну структуру, зараження комп'ютерними вірусами його обчислювальних мереж і систем, проникнення в інформаційні мережі тощо, а

також відповідні заходи протидії для захисту власних інформаційних ресурсів» [19, с. 57].

«Інформаційна війна» залишається досить складним та неоднозначним поняттям, яке досліджують науковці як в європейських країнах, так і закордоном. Під інформаційною війною розуміється сукупність методів та способів цілеспрямованого впливу суб'єктів-агресорів в умовах інформаційної відкритості на соціальні відносини (відносини людей між собою, відносини в суспільстві та державі), інформаційні ресурси, інформаційно-аналітичні та інформаційно-технічні системи, системи формування масової свідомості та психіки окремої людини.

Треба наголосити, що поняття «інформаційна війна» як таке використовується тільки із кінця ХХ століття, проте її методи та засоби відомі навіть Стародавньому світі [15]. Так, «ще в Давньому Китаї, серед методів активного протистояння противнику підкреслювалася необхідність «розкладати все добре, що є в стані ворога», «розпалювати внутрішні чвари», «заважати всіма засобами» його цілеспрямованій діяльності» [26, с. 326].

Таким чином, боротьба на інформаційному фронті розпочалась задовго до того, як пролунали перші постріли. Початок війни зумовив перебудову усіх сфер життя суспільства. З цього часу вплив мас-медіа починає стрімко зростати. Передусім це стосується військової періодики. В усіх періодичних виданнях з'явилися нові рубрики з інформацією з фронтів, де ганьбився ворог та висвітлювались героїчні події воєнної історії. Можемо підсумувати, що Перша світова війна продемонструвала, наскільки важливою є не тільки сила зброї, а й сила слова, з допомогою якого також можна здійснювати вплив на маси. Маніпулюючи фактами, можна підривати дух не тільки цивільного населення, а й армії, що призведе до моралізації військових.

Важливу або навіть колосальну роль інформаційні війни та пропаганда відігравали у СРСР, де створено цілу систему державної політики на основі ідеології [18, с. 73]. Тобто в ідеологічному зрізі формувалось абсолютно рівноправне суспільство, навіть ідеальне, головними принципами, якого були

всезагальний гуманізм, свобода. Саме відповідно до цих принципів радянське суспільство мало б розвиватись в історично-цивілізаційній перспективі, проте такі ідеї не виходили за межі пропаганди як такої.

Інформаційна зброя, що постає основним засобом ведення інформаційної війни, не може існувати самотійно, обов'язково існують суб'єкти, що прагнуть використовувати в корисних та злочинних цілях позитивні властивості інформації та інформаційних технологій, які створювалися на користь людині, суспільству та державі.

Отже, інформаційна війна як така була відома ще у стародавньому світі. Значно активніше почали її використовувати під час збройних конфліктів. Зокрема, кожна зі сторін у світових війнах ХХ століття розробляла велику кількість тактик та методик інформаційної війни з метою маніпуляції думкою людей та реалізації власних цілей.

Важливо окреслити напрямки, в яких може розгортатися інформаційна війна. На думку дослідника Г. Почепцова [**Error! Reference source not found.**], інформаційна війна розгортається у двох напрямках: технічному та гуманітарному. Іншими словами, Г. Почепцов [35] наголошує, що об'єктом інформаційної війни може ставати або людина, або комп'ютерні системи. У першому випадку йдеться про вплив на психіку людини, нав'язування псевдоцінностей, перекручування інформації. У другому із випадків йдеться про кібератаки на системи установ та організацій із метою зміни окремих даних або блокування їх роботи загалом.

У контексті нашого дослідження найбільше привертає увагу перший різновид інформаційної війни – гуманітарний, а точніше психологічний вплив. Загалом в ході інформаційної війни у медіа останніми роками наявні поширення таких міфів: історичний міф, географічний (про Крим як одвічно «руську» землю), національний, політичний тощо.

Отже, інформаційній війні можемо дати таке визначення – це комплекс дій, спрямований на порушення цілісності інформаційного простору країни, кінцевою метою якого є психологічний вплив на індивідуальну і масову

свідомість населення. Як правило, інформаційна війна триває паралельно з іншими конфліктами: політичним, економічним, військовим і навіть культурним, що підтверджено діями російських політиків. Також як підсумок варто наголосити, що тема інформаційної війни не нова в українському науковому просторі, а як спосіб боротьби вона виступає уже протягом двох тисячоліть.

У інформаційній війні фейкові новини, або «фейки», відіграють ключову роль. Вони часто можуть бути створені з метою розповсюдження недостовірної інформації, дезінформації або маніпуляції масовою свідомістю. Оскільки інтернет та соціальні мережі роблять інформаційний обмін швидким та глобальним, фейки можуть швидко поширюватись та впливати на громадську думку.

Треба додати, що фейкові новини можуть викликати паніку, створювати неправдиві загрози, спричиняти розділення суспільства, знижувати довіру до інформаційних джерел та державних інституцій. Проаналізуємо ці проблеми детальніше.

Що стосується паніки серед населення, то фейки виступають інформаційною зброєю особливо у випадках, коли вони стосуються можливих надзвичайних ситуацій, які насправді не існують. Наприклад, неправдива інформація про небезпечний вибух, епідемію, вторгнення військ чи іншу катастрофу може призвести до нервового стану, паніки і навіть невиправданої евакуації.

Ще фейки можуть бути спрямовані на підкреслення конфліктів, аби розділити суспільство. Натомість розповсюдження неправдивої інформації про інші соціальні групи, національності або політичні установи може погіршити вже існуючі напруги та спричинити нові конфлікти, загрожуючи соціальній стабільності. В Україні це мовні питання, проблеми церкви та низка інших, що розділяють суспільство.

Далі – зниження довіри до інформаційних джерел і державних інституцій. Фейкові новини здатні створювати недовіру до традиційних джерел інформації,

таких як новинні агентства, ЗМІ, відомства і державні інституції. Це може призвести до того, що громадяни вже не будуть вірити навіть важливим офіційним повідомленням, що ускладнює ефективне управління кризовими ситуаціями та сприяє загостренню паніки.

Що стосується порушення інформаційної цілісності, то у цьому плані фейкові новини можуть спричиняти розповсюдження неперевіреної та неправдивої інформації, що ускладнює можливість людей отримати об'єктивний огляд подій. Фейки цього спрямування можуть вплинути на їх рішення, пов'язані з голосуванням, підтримкою політиків чи участю у громадських акціях.

Завдання боротьби з інформаційною війною полягає у розпізнаванні та спростуванні фейкових новин, розвитку медійної грамотності серед населення, забезпеченні доступу до достовірної інформації, а також вживанні заходів для зменшення вразливості до маніпуляцій і дезінформації.

В інформаційній війні дослідники виокремлюють три основних етапи: визначення цілей, визначення стратегій та проведення тактичних заходів [21, с. 8]. Фейки, на наш погляд, активно використовуються на кожному із етапів війни.

1. Визначення цілей: перший етап передбачає визначення того, що саме треба досягти інформаційною війною. Фейкові новини можуть бути використані для створення образу загрози, обману супротивника або введення суспільства у стан дезінформації. Наприклад, можна створити фейкову загрозу конкретного напрямку або впливу з метою відволікання уваги від іншої важливої події або напрямку.

2. Визначення стратегій, які будуть включати і використання фейків, які можуть бути використані для створення сприятливого образу для певної дії або дискредитації супротивника. Наприклад, шляхом розповсюдження фейків РФ намагалася створити враження, що дії окупантів в Україні мають широку громадську підтримку, незалежно від реальної ситуації.

3. Проведення тактичних заходів. На цьому етапі визначаються конкретні дії, які будуть виконуватися для реалізації обраної стратегії. Фейкові новини можуть бути використані для створення інформаційних хакерських атак,

дезінформації важливих джерел, а також для спрямування громадської думки в певному напрямку.

Незважаючи на можливість використання фейкових новин на кожному з етапів, журналісти повинні реагувати на фейки та розуміти етичні аспекти і потенційні наслідки цих дій. Використання дезінформації та маніпуляції може призвести до руйнування довіри, погіршення становища громадян, загострення конфліктів і порушення соціальної стабільності.

Основні способи використання фейкових новин у гуманітарному різновиді інформаційної війни, на наш погляд, включають:

1. Створення емоційно зарядженої інформації. Фейкові новини часто бути створені з метою викликати певні емоції, такі як обурення, страх, відчай або надію, що може впливати на психологічний стан громадян та спонукати їх до певних дій або вирішень.

2. Спотворення фактів та подій. Фейкові новини містять неправдиву інтерпретацію фактів або спотворені дані, що вплине на сприйняття ситуації громадськістю та спонукатиме їх до певних думок або дій.

3. Поширення стереотипів і міфів. Фейки можуть підкріплювати наявні стереотипи та міфи в суспільстві, такі як історичні, національні або політичні, що допоможе поглибити певні переконання та вплинути на уявлення громадян про певні події чи питання.

4. Створення фальшивих образів і авторитетів. Фейкові новини можуть створювати ілюзію авторитетності шляхом вигадування вигаданих джерел або експертів, а тому здатні вплинути на довіру громадян до інформаційних джерел та думок експертів.

Для того, аби різновиди фейків та маніпуляції були матеріалізовані серед мас, пропагандисти використовують чималий арсенал прийомів. Наприклад, науковець І. Фещенко [26] виокремлює такі методи поширення негативної інформації у ході проведення інформаційної війни:

– *наклеювання ярликів* – так, В. Зеленського тривалий час в російській пропаганді називали клоуном, українців – западенцями, бандерівцями тощо.

– *гра красивими словами або чорна магія слів* – використання художніх засобів (епітет, метафора, фразеологізмів) задля побудови потрібної реальності, задля окреслення вчинків влади тощо.

– *«перенесення осуду й негативного образу* – засудження цільовою аудиторією осіб, їхніх дій чи ідей через демонстрацію тих, хто їх підтримує, але не користується популярністю й має низьку довіру» [26];

– *суспільне несхвалення* – пропагандисти свідомо створюють ефект несхвалення суспільством тих чи інших рішень влади, сіють ворожнечу між різними частинами країни і таке інше.

– *імітаційна дезінформація* – внесення певних змін в агітацію конкурента, що надає їй іншого напрямку, знижує довіру до неї, створює негативний образ;

– *залякування темою та повідомленнями* – насамперед пропагандисти спекулюють темами життя, здоров'я людей тощо.

– *псевдологічні висновки* – аудиторії всіляко допомагають зробити неправдиві висновки щодо тієї чи іншої ситуації.

– *застосування контрасту* – наприклад, часто у російських ЗМІ говорилося, що за президентства В. Януковича долар був «по 8 грн», тобто була загальна економічна стабільність у порівнянні із сьогоденням.

Також варто наголосити, що маніпулятивний вплив пропагандистів різниться залежно від сфери впливу. Наприклад, у згаданій вище економічній галузі докладається зусиль, щоб послабити економіку в маніпульованій країні та окремі її складові.

Фейкові новини мають такі базові ознаки:

1) Примітивізм – масовий продукт завжди достатньо спрощено створюють, позаяк без цього він не зможе отримати значного поширення [7, с. 81];

2) Низький статус читачів – призначені для аудиторії, яка за різних причин не перевірятиме достовірність наданої інформації [3, с. 82];

3) Надемоційне подання – розраховане на негативний психологічний стан потенційних читачів, які не піддаватимуть критичному аналізу надану інформацію [7, с. 82];

4) Практично не мають продовження, позаяк розраховані виключно на оперативну та миттєву маніпуляцію суспільною думкою;

5. Інколи містять еротичний або сексуальний підтекст, що породжує додаткову увагу реципієнта [5, с. 82];

6) Використання гумору та сатири. «Гумористичні фейкові новини торкаються різних тем: політики, спорту, здоров'я та ін. Пародійний характер цих текстів дозволяє говорити про те, що їхня мета – поставити під сумнів існуючі в суспільстві норми та цінності» [12, с. 93].

Ці ознаки вказують на те, як фейкові новини спроектовані для досягнення певних цілей, таких як привернення уваги, маніпуляція аудиторією та вплив на її емоційний стан.

Отже, у контексті інформаційної війни важливо розуміти, що використання фейкових новин та дезінформації може мати серйозні наслідки для суспільства. Вони можуть викликати недовіру до медіа, загострювати конфлікти, спотворювати реальну картину подій та створювати негативний вплив на психологічний стан і сприйняття інформації громадянами. Для того, щоб бути критичними споживачами інформації, важливо розвивати навички перевірки джерел, аналізу контексту та розрізнення фейкової інформації від достовірної.

1.2. Фейк, його різновиди та мета створення

В інформаційній війні активно використовуються фейки. Сьогодні ця лексема часто використовується в інформаційному просторі та відома майже кожному українцю.

Fake з англійської мови перекладається як «підробка», «обман». Однак поняття фейк некоректно тлумачать як синонім до «неправдивої інформації». Доцентка кафедри журналістики НУ «Львівська політехніка» М. Кіца [11] наголошує, що «фейк передбачає навмисне перекручення, вигадкування,

дезінформування, а неправдива інформація може бути подана у ЗМІ випадково – через халатність журналістів, неухважність, недостатню перевірку інформації». У випадку із фейком, він має значно більший комунікативний вплив, ніж просто помилки, допущені при роботі журналістів.

Важлива особливість, яку використовують автори фейків, – розмивання чітких меж між реальним і віртуальним простором. У цьому контексті слушно зазначає Г. Почепцов: «Фейки прийшли всерйоз і надовго. Їх уже важко буде позбутися, оскільки технічні платформи максимально полегшили породження контенту кожному, а самі вони уникають відповідальності за достовірність повідомлень, яка була у традиційних медіа» [45].

А. Миколаєнко розглядає фейк як елемент сучасної шоу-цивілізації, який «спрямований на розмивання меж між реальним і віртуальним простором, з його вірусним ефектом поширення, нині не відходить на другий план, а набуває нових форм та форматів» [28, с.7]. Тому дослідник наголошує, що фейкова журналістика стала реальністю медійного простору України, водночас антитрендом, на боротьбу з яким виступили сучасні факчек-ресурси.

Л. Доскіч слушно додає, що «фейкову інформацію можуть втримувати різні медійні формати: текстове повідомлення, реклама, фото-, відео- або аудіопідробки, використання ботів, тролів, які беруть активну участь в обговореннях під постами в різних соціальних мережах чи на форумах» [6, с. 74].

Отже, фейкові новини або фейки – це недостовірна, неперевірена інформація, яка створюється з метою обману та маніпуляції. Вони можуть набувати різних медійних форматів, включаючи тексти, фотографії, відео, аудіо та інші, та розповсюджуватися через соціальні мережі, новинні платформи та інші канали зв'язку.

Фейки мають великий потенціал впливу на суспільство, оскільки можуть викликати паніку, спотворювати дійсність, формувати негативні емоції, подривати довіру до медіа та інформаційних джерел, а також використовувати для політичної, економічної чи соціокультурної маніпуляції.

Л. Доскіч вказує на різновиди фейків: відкрите дезінформування, маніпуляцію, пропаганду, плітки, меми, «вірусний» контент, пранкінг, новинну сатиру, генератори новин, синтезований медіаконтент тощо [6, с. 74]. Розглянемо їх детальніше:

– відкрите дезінформування – це випадки, коли неправдива інформація поширюється з відомим наміром обману.

– маніпуляція – спосіб представлення фактів чи інформації з метою змінити сприйняття або переконання оточуючих.

– пропаганда – систематичне поширення інформації для впливу на думки, почуття і поведінку аудиторії в підтримку конкретних переконань або ідеології.

– плітки, тобто розповіді про події, які не мають достатньої підтвердженої інформації та можуть бути вигаданими або перекрученими.

– меми також є популярним та дієвим різновидом фейку – це зображення або тексти, які можуть бути вжиті із жартівливою або сатиричною метою, але іноді їх можна сприймати як правдиві.

– «вірусний» контент, тобто контент, який швидко розповсюджується через соціальні мережі та месенджери, зазвичай має сильний емоційний складник та породжує велику кількість коментарів.

– пранкінг – це розповсюдження вигаданих подій чи історій, що викликають здивування чи обурення.

– новинна сатира, тобто представлення фейків через гумор та сатиру, що, на перший погляд, має розважальний характер.

– генератори новин – йдеться про автоматичні або напіваавтоматичні алгоритми, що створюють неперевірену новину з виглядом достовірності.

– синтезований медіаконтент, тобто створення фейкових зображень, відео або аудіофайлів з використанням технологій, таких як глибоке навчання.

Отже, кожен з цих різновидів має свої особливості та може впливати на аудиторію різними способами. Тому важливо бути обережним та критичним до інформації, що надходить через різні медійні канали.

Для порівняння, зарубіжні дослідники виокремили різні типи онлайн-контенту, який доцільно ідентифікувати, як «фейкові новини». Так, класифікація дослідників M. Molina, S. Sundar та T. Le [61] допомагає визначити різні способи поширення недостовірної інформації та розібратися у різних аспектах цього явища. У науці виділяються такі типи фейкових новин:

- неправдиві новини, тобто можемо їх розуміти, як історії, які виглядають як новини, але мають неправдиву або перекручену інформацію.

- поляризований зміст, тобто контент, спрямований на підсилення поділів у суспільстві та підкріплення поглядів певних груп.

- сатира, що складається із гумористичного контенту, який може бути сприйнятий цільовою аудиторією як правдивий.

- спотворення інформації, а саме перекручення фактів або подій для створення неправдивого образу подій.

- коментарі – власні думки користувачів/читачів, інтерпретації та враження, подані як новини.

- контент, який має вигляд офіційної інформації, але може бути неправдивим чи вигаданим.

- громадянська журналістика, а саме: повідомлення від осіб, які не є професійними журналістами, але діляться інформацією, яка може бути неправдивою або не перевіреною.

Подана класифікація допомагає покращити розуміння того, які типи контенту можуть викликати недостовірність та маніпуляцію в інформаційному просторі.

Тобто фейкові новини не є однорідним явищем, вони включають в себе різноманітні типи контенту з різними цілями, метою поширення та характеристиками. Фейки можуть бути різної форми, від явно неправдивих історій до спотворення інформації, сатири, коментарів та інших видів контенту, які можуть бути використані для маніпулювання, обману та впливу на аудиторію. Така різноманітність дозволяє створювати різні ситуації та використовувати актуальні стратегії для досягнення певних цілей.

Крім цього, фейки можуть мати різні функціональні завдання, тобто цілі та мету, яку вони мають досягнути. Ці завдання можуть визначити і спосіб, яким будуть створені та поширені фейкові новини, а також як вони будуть впливати на суспільство та індивідуальні думки.

Українські дослідники виокремлюють різні функціональні завдання фейків залежно від їхньої мети та наслідків. Назвемо класифікацію М. Кіци та подамо більш докладний огляд кожного з цих різновидів фейків [11, с. 284]:

- сіють паніку, мається на увазі, що фейкові новини можуть бути спеціально створені для того, аби провокувати паніки серед громадян, створення враження загрози та невпевненості.

- розпалюють ворожнечу. Фейки переважно містять неправдиву інформацію, яка спрямована на підірвання відносин між різними групами людей або національностями.

- поширюють хибні думки, щоб заплутати, відволікти від правди. У цьому випадку фейки можуть бути використані для перекручування правдивої інформації, що може ускладнити розуміння справжніх подій.

- маніпулюють свідомістю. Фейки можуть маніпулювати емоціями, думками та переконаннями людей з метою впливу на їхню поведінку.

- рекламують когось або щось. Фейкові новини можуть бути створені для позитивного впливу на думки про певну особу, продукт, послугу або подію.

- приносять прибуток ЗМІ, що його поширює, тобто деякі ЗМІ можуть намагатися здобути прибуток через поширення сенсаційних фейкових новин, навіть якщо вони недостовірні.

- заплямовують репутацію, особливо що стосується людей, на котрих покладена велика відповідальність, наприклад на президента. У цілому фейки можуть бути створені з метою погіршити репутацію особи, компанії або організації.

- окремі фейкові новини можуть бути створені з метою розваги та гумору, але при цьому можуть бути неправдивими.

Отже, фейкові новини – це недостовірна інформація, яка може набувати різних форм та типів контенту. Вони можуть мати різні функціональні завдання, такі як політична маніпуляція, економічна маніпуляція, соціальна дестабілізація, поширення дезінформації, реклама, провокування реакцій та залучення трафіку. Крім цього, фейки можуть бути спрямовані на поширення паніки, створення ворожнечі, заплутування, маніпулювання свідомістю, розповсюдження сатири, погіршення репутації та навіть розвагу.

Саме тому можемо стверджувати, що фейки увійшли і в обіг наукових досліджень. Прикладом у вказаній сфері є, наприклад, дослідження журналістів О. Братушак та О. Романюк, які у жовтні 2020 року опублікували результати аналізу новини 23 загальнонаціональних онлайн-медіа протягом усього 3 днів. За цей час у масиві новин дослідники виявили 150 фейків і 461 маніпуляцію.

Серед фейків та маніпуляцій основними темами, до яких вдавалися редакції медіа, були:

- побутові (39% – забобони, магія, прогнози ноунейм-астрологів щодо всіх аспектів життя або «політична астрологія»),
- проросійські (34%);
- фейки, пов'язані з місцевими виборами (12%) [**Error! Reference source not found.9**].

Проаналізувавши подані вище результати дослідження, можемо узагальнити, що часто фейки створюють у тих сферах, де не вистачає офіційної, наукової тощо інформації або її складно перевірити. Крім цього, читачі інколи самостійно підживлюють інтерес редакції до тем ворожіння, проклять, передбачень тощо, що теж неможливо ні перевірити, ні спростовувати. Окремо варто говорити про передвиборчі періоди, коли кількість пропаганди, джинси, агітації у медіа зростає в рази, причому редакції рідко маркують відповідним чином такі повідомлення, а вже тим більше перевіряють «досягнення» депутатів, які оприлюднюються за фінансову винагороду.

Загалом одним із лідерів з випуску фейкових новин серед країн світу можемо вважати російську федерацію. Задля успішного ефекту від

інформаційної війни російські ЗМІ не нехтують методами: беруть коментарі у дітей, подають напрочуд емоційні коментарі (розпитують пенсіонерів, які в сльозах розказують про свою дійсність). Журналісти своєю чергою вдало придумують передісторії, куди «вплітають» коментарі із зони проведення бойових дій.

Працівники російських ЗМІ застосовують також техніки «зворотного зв'язку», а саме «псевдосоціологічні опитування», що, як правило, є лише способом формування громадської думки, а не його реальним відображенням, тобто різновидом звичайної пропагандистської маніпуляції.

Загалом діяльність більшості російських медіа протягом десятків років спрямована на приниження української нації та розколу нашої держави. В ефірах телеканалів та на шпальтах періодики розповідають про «величчє русского Духа», «славу русского оружия», про те, що «русские спасли мир от коричневой чумы» та ін. Натомість українців переважно зображені як мало освічені люди, вдала – це київський режим, фашисти, бандерівці і таке інше.

Низка фейків російських та проросійських медіа уже стали легендами. Пригадаємо відому історію з розп'ятим хлопчиком у Слов'янську. В ефірі Першого каналу російського телебачення показали сюжет, в якому нібито біженка зі Слов'янська розповідає про звірства української армії в центрі міста в день його визволення [31]. Як з'ясувалось, у звільненому Слов'янську не виявилось жодної людини, яка б хоча б чула про показове розп'яття 3-річного хлопчика на очах у матері українськими військовими. Натомість місцеві мешканці та адміністрація спростували ці події.

Не менш відомою була історія з візиткою Яроша. «20 квітня внаслідок перестрілки у Слов'янську загинули три місцеві жителі і два нападники. Міністерство закордонних справ росії і деякі російські ЗМІ звинуватили в цьому «Правий сектор». «Правий сектор» звинувачення спростував, а Служба безпеки України заявила, що до провокацій у Слов'янську причетні спецслужби Росії» [4]. Натомість, за повідомленнями російського телеканалу LifeNews, після збройної сутички на місці подій було знайдено візитну картку тогочасного лідера

«Правого сектора» Дмитра Яроша, у нападників нібито виявили німецьку зброю часів Другої світової війни. Увагу користувачів Інтернету привернуло те, що автомобілі нападників повністю згоріли, але речі, зокрема візитна картка Дмитра Яроша, залишилися цілими. Саме це стало підставою, що викликала сумніви у достовірності поданої інформації.

Прийнято вважати, що найбільше фейків можна спостерігати у соціальних мережах, однак їх сфера акумуляції значно ширша. Зокрема, ЗМІ можуть навіть отримувати фейкові документи від відомих українських чи закордонних організацій з проханням поширити ту чи іншу інформацію. Такий випадок трапився у липні 2022 року, коли медіа отримали так зване «Термінове повідомлення щодо ймовірних ракетних ударів незабаром по території України» від імені відомої компанії із розслідувань «Molfar» [48]. Фахівці цієї ж компанії згодом заявили про підроблення документу, на що вказувало, насамперед, кілька фактів. У першу чергу – це стиль, занадто канцелярський із використанням низки штампів, на кшталт «товариш майор», які приватні структури у наш час не використовують узагалі.

По-друге, журналісти повинні були проаналізувати, чи може бюро розслідувань володіти інформацією, про яку йшлося в документі в принципі. У компанії «Molfar» це прокоментували таким чином: *«Ми не володіємо інсайдерською інформацією про ракетні обстріли. Ніхто нею не володіє, якщо точніше. Та й взагалі спрогнозувати маршрути польоту ракет – це фантастика, а не OSINT»*. І насамкінець, російські пропагандисти, створили документ, використали логотип однойменної пивоварні.

Подекуди створюються навіть фейкові сайти, зокрема, у вересні 2022 року стало відомо, що російські спецслужби створили фейковий сайт для дискредитації Зеленського у Західній Європі. Як приклад, сайт <https://zestiftung.com>, німецькою мовою, який було швидко виявлено та ліквідовано українськими спецслужбами.

Лідером серед фейків є, звісно, російські та проросійські медіа. У їх останніми роками майже кожне повідомлення про Україну не відповідає дійсності та написане без дотримання журналістських стандартів.

Гостро російська пропаганда реагує на будь-які успіхи української армії. У вересні 2022 року ЗСУ досягнули успіхів, зокрема, у звільненні населених пунктів на Харківщині. Однак російські медіа не визнали поразки своїх військ, а говорили, зокрема, про нерівний бій між росією і НАТО. Варто звернути увагу, що на сайті «Комсомольська правда» біля прізвища автора публікації відразу вміщено кнопку «підписатися», що дозволяє стежити за матеріалами пропагандиста надалі.

Для порівняння, публікація із гучним заголовком від пропагандистського ресурсу «Україна. Ру»: *«Нет хлеба, зато полно военных зрелищ: США загнали Украину в ловушку»* [41], у ліді цю відсутність хліба відразу ідентифікували, як голодомор на довгі роки. Про хліб у матеріалі не згадується узагалі, а про США пишуть звичні для рф міфи із використанням мови ворожнечі. Тобто це один із матеріалів, який спонукає читачів вірити у бажану для Росії версію допомоги США Україні, за якою остання з них буде довгими роками голодувати, аби розрахуватися із боргами. Треба також додати, що ресурс «Україна.ру» регулярно транслює різноманітні міфи та фейки, що очевидно навіть із самої назви медіа.

Однак трапляються випадки, коли російські спецслужби ставлять собі за мету поширювати фейки не на проросійських медіа, а просто в ефірах українського телебачення або радіомовлення. Скажімо, у липні 2022 року російські хакери проникли в ефір українських радіостанцій приватного холдингу «ТАВР» та поширили фейк про Зеленського, який начебто «перебуває в реанімації у важкому стані», а обов'язки президента нібито виконує голова Верховної Ради Руслан Стефанчук. Звісно, що така інформація не відповідала дійсності. Аналогічні фейки можна було помітити і в перші дні повномасштабної війни, коли говорилося про те, що Зеленський утік за кордон. Таку інформацію

поширюють з метою підірвати авторитет президента, налякати українців, аби ті почали вірити в найгірше.

Отже, фейкові новини і недостовірна інформація загрожують інформаційному суспільству. Вони можуть спричиняти паніку, маніпулювати свідомістю, розділяти суспільство, спричиняти недовіру до інформаційних джерел та державних інституцій, а також порушувати демократичний процес, впливаючи на виборчі рішення.

1.3. Роль соціальних мереж у поширенні фейків

О. Васьківська, доцентка кафедри журналістики НАУ, слушно наголошує, що у початку російсько-української війни потреба в оперативній інформації серед населення України зростає. Тому «поряд зі стандартними засобами масової інформації, що задовольняють потреби громадян в офіційній та підтвердженій інформації, почали активно з'являтися нові та розвиватися вже давно створені інформаційні канали у соціальних мережах та месенджерах» [1, с. 72]. Однак у месенджерах та у соціальних мережах дуже легко поширювати неправдиву інформацію, оскільки не завжди є чіткі редакційні стандарти та перевірка фактів, а також користувачі можуть писати «новини» самотужки.

Крім цього, у соцмережах фейки можуть поширюватися дуже швидко та легко, тому що багато людей вважають соціальні мережі надійним джерелом інформації. Фейки в соціальних мережах можуть мати різні форми та тематики – це можуть бути політичні, соціальні, економічні, медичні та інші фейки.

Треба додати, що характеристики та масштаб соціальних мереж дозволяють швидко та ефективно розповсюджувати неперевірену та недостовірну інформацію, що може мати серйозний вплив на суспільство. Розглянемо думки О. Троянського та О. Дементьєвої щодо ролі соціальних мереж у цьому процесі:

О. Троянський вказує на те, що соціальні мережі трансформували взаємодію між користувачами, роблячи її більш емоційно зорієнтованою. Це означає, що емоційно заряджений контент, включаючи фейкові новини, може

здобувати більше уваги та поширення, що робить підґрунтя для створення і поширення недостовірної інформації, яка має потужний емоційний вплив на аудиторію: «...нові соціальні медіа принесли новий тип читача й автора. Нова епоха задала нових персонажів для любові й ненависті. Емоції стали більш штучними й прогнозованими» [25, с. 184].

Як самостійне медіасередовище для поширення фейків соціальні мережі розглядає О. Дементьєва. Дослідниця наголошує на тому, що соціальні мережі надали можливість будь-якому виступати як автор та розповсюджувати інформацію, зокрема і фейкові новини, завдяки легкому доступу до інтернету та можливості швидко відкривати облікові записи в соціальних мережах [4, с. 12]. Такий процес зробив можливим швидке поширення фейків, оскільки перевірка і підтвердження джерел інформації часто відсутні.

Згідно з обома точками зору, соціальні мережі стали середовищем, де фейкові новини можуть поширюватись з великою швидкістю та здійснювати значний вплив на користувачів. Такий поширений доступ до інформації та можливість взаємодії між користувачами зробили соціальні мережі ідеальною платформою для поширення дезінформації, зокрема фейкових новин.

Ще одна дослідниця І. Вільчинська також констатує, що з розвитком інтернет-технологій соціальні мережі стали доволі сприятливим підґрунтям для поширення неправдивої інформації як найбільш активне місце її ретрансляції, продукування та «прописки». Таку тенденцію дослідниця пояснює наступним чином: «Цьому сприяє як їх доступність, популярність та значна аудиторія користувачів, так і можливість фактичного анонімного користування, коли можна створити акаунт неіснуючої людини і так само транслювати неіснуючу інформацію» [2, с. 107].

К. Кудрявцева своєю чергою намагається узагальнити, що в інформаційний простір потрапляє значна кількість фейків. «Проблема в тому, що автори фейк-ньюз не аналізують події, що відбуваються, а вигадують новини або в контексті реальних, але нудних подій, або використовують нестандартні прийоми» [13, с. 33], – наголошує дослідниця.

Щоб привернути увагу аудиторії, автори фейкових новин можуть обирати шокуючі або емоційно впливові заголовки та матеріали. Це сприяє збільшенню кількості переглядів, вподобань і шерінгу, що, в свою чергу, збільшує їхній вплив.

Вигадування новин або додавання драматичних елементів до реальних подій може бути легшим і швидшим способом створення контенту, ніж проведення детального аналізу подій, у той час, як аналіз подій вимагає часу, ресурсів і експертного знання. Тож створення неправдивих новин або зміна контексту реальних подій може бути менш затратним з точки зору часу та зусиль.

Крім цього, автори фейк-ньюз можуть мати власні мотиви або цілі, такі як збільшення прибутку, вплив на політичні думки, збільшення популярності, що може спонукати їх до вигадування або спотворення інформації. Треба додати, що фейкові новини зазвичай містять сенсаційні елементи або драматичні події, які негайно викликають інтерес і цікавість аудиторії.

У цілому можемо відзначити, що на фейк можна натрапити в усіх соціальних мережах. Соціальні мережі надають можливість швидко поширювати інформацію серед великої аудиторії, і це робить їх привабливими для тих, хто бажає поширити фейкові новини з різними функціональними завданнями.

Тому серед соціальних мереж, де фейки можуть ширитися, включають:

– Facebook – це один з найпоширеніших каналів для поширення фейкових новин. Розповсюдження через пости, коментарі, а також платну рекламу.

– Twitter дозволяє швидку публікаціб та ретвіти, які допомагають фейкам поширюватися швидше, особливо під час гарячих подій.

– Instagram. Фото та відеоконтент можуть використовуватися для створення вигаданих сюжетів або спотворених фактів.

– YouTube та TikTok. У цьому випадку відео здатні поширювати неправдиві інформацію, іноді навіть виглядаючи як надійний джерело.

– WhatsApp і Telegram. Так, приватні чати та групи можуть стати місцем ширення дезінформації серед обмеженої аудиторії.

Важливо пам'ятати, що кожна з цих соціальних платформ має свої особливості і механізми для боротьби з дезінформацією, але наявність фейків не можна повністю усунути.

Особливість фейкових новин у тому, що їхнє поширення у соціальних мережах має специфічні характеристики. Українські дослідники Т. Дяк, Ю. Грицюк, П. Горват [7] серед цих характеристик називають:

- швидкість їхнього розповсюдження майже в шестеро вища, ніж реальних новин;
- ймовірність їхнього репосту на 70 % вища від репосту реальних новин;
- умовна «глибина» поширення практично у десятеро більша за реальні новини й сягала довжини ланцюжка у 19 перепостів, водночас як для реальних новин це значення не перевищує 10 репостів.

Оскільки останнім часом Телеграм почав набирати популярності, то чимало пропагандистів, що насамперед є ретрансляторами фейків, зосередили свою увагу саме на цьому каналі. Скажімо, у квітні 2022 року у пропагандистів постала потреба виправдати звірства російської армії у Бучі та низці інших містечках. Тому у російського журналіста В. Соловйова у Телеграм-каналі, на який підписано 1 млн користувачів, можна було побачити цілі списки причин, чому ці звірства не можуть бути зроблені росіянами. Зокрема, він намагався переконати свою аудиторію, що це інсценізація, а російські військові не стріляють по цивільних з білими пов'язками. Однак спростовувати такі версії згодом почала не тільки Україна, а й весь світ, який надавав знімки із супутників із фіксацією трупів людей на вулицях, допомагав збирати свідчення очевидців та тих, що вдалося вижити.

Привертають увагу дописи і від колишнього нардепа «Опозиційної платформи — За життя» Іллі Киви, який також вважає, що до вбивств у Бучі російська армія немає ніякого стосунку. Більше, того звірства справа рук самої українських збройних сил, а також при безпосередній участі західних партнерів, серед яких США. Зокрема, в одному із таких постів можна прочитати: *«история «Бучи» заранее была подготовлена разведкой МИ-6 и спущена для реализации*

под контролем контрразведки Украины бойцам территориальной обороны Киева».

Тік-ток, який ще донедавна вважався розважальною та в основному молодіжною соціальною мережею, сьогодні стає платформою для поширення фейків, насамперед у вигляді відео, які, на думку багатьох українців, мають більший відсоток правди. Короткий формат відеороликів може зробити їх більш доступними для перегляду та сприйняття, але водночас може збільшити ймовірність поширення неправдивої інформації.

Як приклад, у вересні 2022 року поширювали відео від очевидця про влучання російської ракети по Харківській ТЕЦ-5. У відео бачимо нібито аматорську зйомку від очевидця, який тікає, однак це монтаж із використанням старіших відео.

Українці у соціальних мережах отримують низку повідомлень від нібито СБУ, де говориться про тотальний контроль телефонних розмов та переписок. У повідомленнях, які надходять у соціальних мережах буцімто від імені СБУ йдеться про те, що *«в Україні з'являються нові правила комунікації — всі дзвінки будуть записуватись, а також всі месенджери будуть моніторитись»* [40]. Звісно, СБУ подібних заяв не робило, тому вірити в таку інформацію досвідченому українцю із високим рівнем медіаграмотності немає необхідності.

Для порівняння, деякі канали на початку 2023 року поширила фейк, який було запозичено із каналу у твітер «puritan» (@puritan_777): *«Unbelievable footage 🇺🇦 ⚡ #NATO sent their jet fighters & Helicopters to help #Ukraine. As soon as they entered the border, they were attacked by #Russian missiles, and not a single one escaped»* (https://twitter.com/puritan_777/status/1630667487250358278?). В основі таких постів відео нібито збиття гелікоптера, який НАТО надало Україні.

Суть фейку полягала у тому, що поширити інформацію, нібито російські ракети відразу збивають гелікоптери НАТО, як тільки ті перетинають кордон України. Відео збиття гелікоптера це звичайні кадри з відеогри Arma 3. Виявили вказаний фейк фактчекери «Reuters» та відшукали оригінал відео.

У телеграм-каналах у лютому 2023 року активно поширювали відео, на якому нібито підлітки (хлопці 14–15 років) заряджають міномети, наводять та стріляють. Чимало каналів наголошували, що у ЗСУ служать діти, яких примусово мобілізують. На підтвердження цього поширювалося відео із «ТікТок» користувача «sssss__uk__», який виконував різноманітні дії із військовою технікою.

Фактчекери StopFake розкадрували відео за допомогою програмного забезпечення та встановили особу військового [47]. Тоді журналісти встановили зв'язок із солдатом і з'ясували, що він і справді служить у Національній гвардії України, однак йому майже 20 років. На підтвердження своїх слів хлопець надав паспорт зі своєю фотографією та датою народження – 27 травня 2003 року.

Зважаючи на сказане вище, варто додати, що у цілому О. Кучерова виділяє три типи ментальних моделей авторів фейкових новин, що відображають різні мотивації та цілі застосування дезінформації [14, с. 43]. Давайте детальніше розглянемо кожен з цих типів:

– хибна інформація (mis-information). Цей тип включає неправдиву інформацію, яка може бути результатом ненавмисних помилок, неправильних тлумачень чи інтерпретацій; автори таких фейків не обов'язково мають намір завдати шкоди. Прикладами можуть бути неправильні підписи до фотографій, вказані некоректні дати, неправильна статистика тощо.

У соціальних мережах цей тип включає поширення невірних фактів через мимовільний неправильний ретвіт, репост або дилінг. Однак такі помилки здатні розповсюджуватися швидко через велику аудиторію, особливо якщо вони підтверджують певні стереотипи або погляди.

– дезінформація (dis-information). У цьому випадку неправдива інформація створюється з метою навмисної дезінформації та завдання шкоди. Автори цього типу фейків можуть спеціально змінювати аудіо або візуальний контент, створювати конспіраційні теорії, поширювати чутки, що мають негативний вплив на особу, організацію або суспільство загалом.

– шкідлива інформація (mal-information) – цей тип включає інформацію, яка базується на фактах, але використовується з метою завдати шкоди. Автори

таких фейків можуть оприлюднювати персональну інформацію в особистих чи корпоративних інтересах, а не в суспільних.

У контексті соціальних мереж ці типи ментальних моделей стають ще більш важливими, оскільки інформація може поширюватися швидко та великими обсягами. Важливо розвивати навички критичного мислення та перевірки джерел у соціальних мережах, аби уникнути впливу фейкової інформації.

Висновки до розділу 1

У понятті «фейк» закладена ідея неправдивої інформації, яка може бути вигаданою, спотвореною або метою якої є маніпуляція оточуючими або досягнення певних цілей. Існує декілька різновидів фейків, включаючи відкрите дезінформування, маніпуляцію, пропаганду, плітки, меми, «вірусний» контент, пранкінг, новинну сатиру, генератори новин, синтезований медіаконтент та інші. Мета створення фейків може бути різноманітною, включаючи поширення паніки, створення неправдивих загроз, розділення суспільства, зниження довіри до джерел інформації, рекламу, підміну реальних подій, навіть отримання прибутку.

Ще фейки є однією з ключових складників інформаційної війни, яка використовується для впливу на масову свідомість населення та досягнення певних цілей. Вони можуть бути використані паралельно з політичними, економічними, військовими та культурними конфліктами для зміни сприйняття подій та формування сприятливого середовища для реалізації інтересів. Зокрема, у ході російсько-української війни фейки стали ефективним інструментом для дестабілізації, поширення дезінформації та психологічного тиску з боку росії.

Соціальні мережі відіграють значну роль у поширенні фейків через їхню всеосяжність та можливість швидкого поширення інформації.

РОЗДІЛ 2

АЛГОРИТМИ ВИЯВЛЕННЯ ТА СПРОСТУВАННЯ ФЕЙКІВ ПРО РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКУ ВІЙНУ (НА ПРИКЛАДІ УКРАЇНСЬКИХ МЕДІАРЕСУРСІВ)

2.1. Шляхи виявлення фейків про війну фахівців ресурсу «Детектор медіа»

Спростовання фейків сприяє формуванню критичного мислення та вмінню аналізувати інформацію, що є важливим у навчанні та повсякденному житті. Як слушно зауважує В. Шевченко, «у сучасному світі, перевантаженому інформацією, коли кожен учасник комунікативного процесу є творцем інформації, дуже важко відрізнити реальну фактичну подію від створеної навмисно чи перекрученої людьми або ботами» [27, с. 140]. Феномен фейкових новин спричиняє значні наслідки для медійного ландшафту. Погіршення довіри до інформаційних джерел може призвести до втрати важливого елементу для здорового функціонування демократії – інформованості громадян. Більше того, дослідження, проведене Н. Ньюманом у 2017 році, підкреслює, що фейкові новини мають потенціал підірвати довіру суспільства до медіа та загрожувати демократичному устрою [62].

Інтернет-видання «Детектор медіа» розпочало свою діяльність 8 лютого 2016 року. Головою ГО «Детектор медіа» та шеф-редактором порталу «Детектор медіа» є Наталія Лигачова, яка також є правонаступником видання «Телекритика», що існувало із 2001 до 2020 року [32]. Від початку заснування ресурсу слоган «Детектора медіа» був таким «Watch dog українських ЗМІ». «Все, що громадянам обов'язково треба знати про медіа, щоби ті працювали на суспільство, а не суспільство – на рейтинги ЗМІ та інтереси їхніх власників, – планує доносити до читачів команда проекту» [37].

Основна мета «Детектор медіа» полягає в інформуванні читачів про ключові події в українському та світовому інформаційному просторі, а також на медіаринку, з урахуванням політичних та соціальних процесів [35]. Однією з важливих складових «Детектора медіа» є аналіз та критика роботи вітчизняних ЗМІ з метою підвищення якості їхнього продукту та підтримки медіаграмотності громадян.

Серед членів ГО «Детектор медіа» – Наталя Лигачова, Світлана Остапа, Наталя Соколенко, Андрій Куликов, Юрій Луканов, Мар'яна Закусило, Галина Петренко, Євген Булавка, Отар Довженко, Ганна Шерман, Андрій Черніков.

Серед пріоритетних тем видання визначає проведення медіареформ, створення та підтримку незалежного суспільного мовлення, виявлення фактів корупції в медіасфері, моніторинг діяльності державних та регулятивних органів у галузі, підвищення медіаграмотності населення та протидія перетворенню ЗМІ у засоби пропаганди.

Також треба додати, що «Детектор медіа» не обмежується лише новинами про медіа, а також висвітлює питання, пов'язані з життям журналістів, політв'язнями, соцмережами, кіно, літературою та перевіряє публікації з метою виявлення фейків.

Крім цього, у січні 2022 року стало відомо, що доступ до сайту «Детектор медіа» заблоковано в росії [33]. Причиною блокування стала інформація про блокування в росії інтерв'ю hromadske з правозахисником і членом забороненої в РФ політичної партії «Хізб ут-Тахрір» Гасаном Гаджиєвим, яке вийшло у 2016 році. Рішення про блокування було прийнято в квітні 2015 року, але доступ на території рф було заблоковано тільки в грудні 2021 року.

Окремої рубрики на сайті, присвяченої фейкам, на вказаному ресурсі досі немає, однак є відсилання на рубрику «DisinfoChronicle», завданням якого і є боротися із фейками та маніпуляціями в інформаційному просторі.

Проект «DisinfoChronicle» ініційований і реалізований «Детектором медіа» представляє інноваційний підхід до збору та документування хронік дезінформації, що придумує або поширює росія, зокрема в контексті військового

наступу на Україну (візуальний план поданий у Додатку А.). У реальному часі цей проєкт фіксує та аналізує наративи, меседжі та тактики, які використовує росія, розпочинаючи з 17 лютого 2022 року, дати, коли розпочалося значне збільшення обстрілів території України з боку бойовиків, яких російська пропаганда звинувачує в ускладненні ситуації.

Станом на початок листопада 2023 року та редакція «Детектора медіа» зафіксувала вже понад 1,5 тис фейків, понад 0,5 тис. маніпуляцій та зробила 350 викриттів, що вказує на високий рівень інформаційного впливу та необхідність уважного моніторингу та аналізу пропагандистських зусиль кремля в цей період конфлікту.

Особливо привертають увагу матеріали, де журналісти медіа скасовують різноманітні заяви, звернення, чутки, відео- чи фото-матеріали. Як приклад, розглянемо публікацію «Викриття Українські військовослужбовці записали відеозвернення до Зеленського та Залужного зі скаргами про «безглузді штурми» в Авдіївці» («Детектор медіа», 13.11.2023). Ця публікація розкриває механізми поширення пропагандистських фейків та спростовує їх за допомогою фактчекінгу. В цьому випадку, журналісти детально розглядають ситуацію, яка стосується відеозвернення українських військовослужбовців до президента та головнокомандувача зі скаргами на штурми в Авдіївці.

На початку публікації було вказано, що проросійські ресурси активно поширюють відео, намагаючись створити враження, що це справжні українські військові, які висловлюють невдоволення та скарги на дії вищого командування: *«...нібито українські військові, які назвалися бійцями 3-го батальйону 110-ї окремої механізованої бригади ЗСУ, скаржаться Президенту України та Верховному Головнокомандувачу на погане командування й великі втрати в Авдіївці» Авдіївці»* («Детектор медіа», 13.11.2023). Однак журналісти фактчекінгового проєкту StopFake виявляють, що це відео є фейком.

Як метод перевірки інформації журналісти використали звернення до вказаної бригади і встановили, що 110-а окрема механізована бригада ЗСУ не підтверджує це відео, стверджуючи, що на ньому перевдягнуті окупанти, а не

їхні воїни. Фактчекери розкривають також відсутність конкретної інформації від «військового» на відео, який не називає свій підрозділ, посаду, прізвище чи позивний. Ці аспекти свідчать про сценарій та маніпулятивний характер звернення.

Заключною частиною публікації є висновок про цинічні та підступні спроби пропагандистів деморалізувати українське суспільство через поширення фейків. Автор вказує на те, як пропагандисти вдаються до різних хитрощів, щоб посіяти недовіру та розчарування серед громадян: *«Вони роблять це цинічно, підступно й вдаються до своєрідних способів. Раніше ми спростовували інформацію, що буцімто представники ХАМАСу записали відео, в якому подякували Зеленському за надану зброю»* («Детектор медіа», 13.11.2023). Попередній приклад, пов'язаний із заявленням про подяку ХАМАСу президенту Зеленському, слугує як додаткова ілюстрація маніпуляцій.

Для порівняння, «Фейк У Вінниці 9 листопада 2023 року буцімто спалахнула пожежа на «складах озброєння із Заходу» («Детектор медіа», 10.11.2023) журналіста Ореста Сливенка розкриває інформаційний фейк, що поширився в соціальних мережах, особливо в анонімних телеграм-каналах із прокремлівською риторикою. Зазначається, що 9 листопада 2023 року в Вінниці відбулася пожежа на «складах озброєння із Заходу», проте це виявилось неправдою інформацією.

Відзначено, що в анонімних повідомленнях у соцмережах стверджувалося, що ця пожежа сталася на складах «натівського озброєння». Також вказувалося, що президент Зеленський не ввімкнув тривогу на Вінниччині, і система протиповітряної оборони (ППО) не спрацювала. Автори фейку спростовуються та наводять фактичні дані.

Справжній контекст події виявився іншим: у Вінниці 9 листопада ввечері сталася пожежа у складських приміщеннях, де зберігався ламінат. Інформацію про це підтвердило Головне управління Державної служби з надзвичайних ситуацій (ДСНС) Вінницької області, а пожежу локалізували о 22:40. Тобто

спростувати фейк вдалося завдяки офіційній заяві ДСНС, котра локалізувала займання.

Отже, у цьому випадку фейк використовується для поширення тези про російську «непереборну техніку», яка, як стверджують пропагандисти, може всіх знищити. Наочним прикладом для цього є зазначення обстрілу об'єкта з боєприпасами, хоча насправді була лише пожежа на складі із будівельними матеріалами, яку фахівці успішно локалізували.

Низка повідомлень пропаганди стосується верховного керівництва України, тому, відповідно, журналісти повинні перевіряти і ці новини. Як приклад, ще одна публікація «Маніпуляція: Зеленський нібито закликав Ізраїль боротися з тероризмом «без законів та правил» («Детектор медіа», 10.11.2023) Ореста Сливенка розкриває маніпуляцію, що полягає в спотворенні заяв Президента України Володимира Зеленського щодо боротьби з тероризмом. Пропагандистські медіа розповсюдили тезу, яка виглядає так, нібито Зеленський закликав Ізраїль боротися з тероризмом «без законів та правил», що в контексті може трактуватися як заклик до скоєння воєнних злочинів.

Цей матеріал написаний на основі даних StopFake, що розкриває підставу маніпуляції, пояснюючи, що вона виникла на фоні інтерв'ю українського президента в американському телеканалі NBC News. Зазначається, що в ході цього інтерв'ю Зеленський відповідав на запитання щодо того, чи вважає він, що Ізраїль дотримується міжнародного права у війні з ХАМАСом. Відповідаючи, Зеленський вказав на те, що росія, Іран і Північна Корея спробують масштабувати війну в Ізраїлі. На підтвердження цього журналісти наводять пряму мову Зеленського: *«Це пожежа, яка палає між Ізраїлем та Палестиною, і деякі люди досі кидають у цей вогонь сірники, і я впевнений, що Росія не відстає у спонсорванні ХАМАСу. І Іран також. Ось хто винний. Коли ми говоримо про закони та правила, там, де є терористи, правил немає [терористам на правила байдуже ред.]»* («Детектор медіа», 10.11.2023).

Пропагандисти використали цю відповідь для створення маніпулятивної тези, перекрутивши інтерпретацію Зеленського та висновки аналітиків. Тобто

можемо говорити ще про один дієвий підхід, який призводить до дезінформації, та тягне за собою намагання демонізувати українського лідера та викликати негативні емоції у громадськості.

Що стосується головнокомандувача ЗСУ В. Залужного, то про нього також у інформаційному просторі можна відшукати чималу кількість фейків. Як приклад, матеріал О. Котенка «Фейк: у соцмережах поширюють фейк, що Головнокомандувач ЗСУ закликає до військового перевороту» («Детектор медіа», 8.10.2023) вказує на поширення фейку в соціальних мережах про те, що Головнокомандувач Збройних сил України Валерій Залужний закликає до військового перевороту. Автор розкриває, що відеозвернення, де Залужний закликає населення і військових до визволення від «злочинних наказів влади», є підробкою, створеною за допомогою технології дипфейк.

Для спростування цієї інформації журналіст використовує, зокрема, дані аналіз Центру протидії дезінформації Ради національної безпеки і оборони України підтверджує, де вказано, що відео є фальсифікацією, а першоджерелом інформації є телеграм-канал «Радио Труха»: *«Творці дипфейку сфабрикували звукоряд і потім за допомогою комп'ютерів переробили відеозвернення Валерія Залужного, щоб рухи губ відповідали цій звуковій доріжці»* («Детектор медіа», 8.10.2023).

Редакція наголошує, що сам Залужний не виступав із такими заявами, а інформація про заклик до військового перевороту є маніпуляцією та фейком, а також вказує, що подібна технологія уже використовувалася пропагандистами раніше.

У цьому контексті буде доречним наголосити, що «зміст дипфейків може бути небезпечним як для окремих людей, так і для спільнот, організацій, релігій, країн тощо» [5, с. 195]. Крім цього, дослідники вказують на необхідність висококваліфікованих фахівців для його створення: «оскільки для створення фальшивого контенту потрібна висока кваліфікація і поєднання декількох алгоритмів глибокого навчання, він здається майже справжнім і правдоподібним, його важко відрізнити» [59, с. 13].

Ситуація в Ізраїлі восени цього року стала приводом для низки фейкових новин про те, що Україна нібито підтримує терористів, адже російський агітпроп маніпулює темою війни Ізраїлю проти ХАМАСу. Так, А. Колдомасов підготував публікацію «Фейк: в Іспанії пройшов мітинг українських біженців із плакатами «F*ck Israel» («Детектор медіа», 24.10.2023), де аналізує розповсюдження фейку в соціальних мережах, який стверджує, що в Іспанії відбувся мітинг українських біженців із плакатами «F*ck Israel».

Журналіст цитує проєкт «StopFake», який провів аналіз фотографії, що шириться пропагандистами, та встановив, що це фото було зроблено на акції на підтримку України «Israeli Friends of Ukraine», яка відбулася літом 2022 року. Оригінальна версія фото показує учасницю акції із плакатом «росія — країна-терорист», і плакату із написом про Ізраїль там немає.

Отже, інформація про мітинг українських біженців із агресивними плакатами є фейком, спростованим за допомогою фактчекінгу. Завданням журналіста було наголосити, що автори проросійської риторики поширюють такі повідомлення для дезінформації та створення негативного враження про українських біженців: *«Поширюючи подібні фейки, пропагандисти хочуть дискредитувати українських біженців за кордоном та створити штучну конкуренцію за отримання військової допомоги від Заходу»* («Детектор медіа», 24.10.2023).

Підсумовуючи відзначимо, що журналісти зазначеного проєкту мають важливе завдання спростовувати та дезактивувати фейки, які поширюються в мережі. Їхня робота включає в себе аналіз та перевірку інформації, яка надходить від різних джерел, зокрема соціальних мереж та медіа. Вони використовують фактчекінг та онлайн-інструменти для перевірки автентичності фото та відеоматеріалів.

2.2. Специфіка роботи ініціативи «По той бік новин» у контексті боротьби із дезінформацією та фейками

«По той бік новин» – це незалежна інформаційна кампанія з медіаграмотності, фактчекінгу та розвитку критичного мислення, яку запровадив

«Інститут розвитку регіональної преси» з 1 серпня 2018 року [**Error! Reference source not found.**].

Головна мета проекту – збільшити медіаграмотність українців та зменшити вплив дезінформації на громадську думку. Кампанія розробляє та розповсюджує інформаційні матеріали, проводить навчальні заходи, тренінги та воркшопи для різних цільових груп, сприяє розвитку медійної грамотності українських журналістів та медіапрацівників.

Слоган кампанії – «Я не вірю на слово». Співавторка ідеї – Альона Романюк. Треба також додати, що редактор сайту – Сергій Одаренко [24, с. 10]. А своєрідним брендовим героєм є сова, яка «фактчекер на всі крильця» (див. Додаток Б.)

Цілі ініціативи «По той бік новин» спрямовані на боротьбу з дезінформацією та підвищення медіаграмотності громадян. Зокрема, головна мета полягає у наданні інформації користувачам медіа про те, як перевіряти факти та визначати достовірні джерела інформації, що є одним із важливих завдань фактчекінгу [23, с. 127; 22, с. 122; 10, с. 31].

Також, однією з цілей ініціативи є запобігання поширенню дезінформації, оперативна перевірка фактів та виявлення підозрілих або вірусних повідомлень в соціальних мережах та медіа. Інша мета полягає у наданні матеріалів з «По той бік новин» для подальшого поширення засобами масової інформації.

Крім того, ініціатива має за мету вказувати на непрофесійну поведінку засобів масової інформації та мотивувати журналістів і медіа перевіряти інформацію, що допомагає підвищити рівень журналістської етики та професіоналізму. Наприклад, у серпні 2018 року в Україні в рамках інформаційної кампанії «По той бік новин» провели експеримент, розіславши фейковий прес-реліз на редакційні електронні адреси кількох областей з приводу появи кульових блискавок в цих регіонах. За 5 годин цю інформацію поширили понад 70 ЗМІ, а за 7 годин вона вийшла із регіонального рівня на всеукраїнський, набравши широкого розголосу. Загалом цю інформацію поширили понад 200 ЗМІ по всій Україні, отримав широке обговорення у соціальних мережах, а відео

телеканалів тільки в інтернеті подивилися більше 450 тисяч користувачів. Лише деякі журналісти зрозуміли, що це фейк або звернулися за коментарями, і опублікували спростування.

Через два тижні після закінчення хвилі поширення фейку, кампанія «По той бік новин» описала цей експеримент. Матеріал поширили більше 10 ЗМІ та більше 4000 користувачів у фейсбуці, а він також ввійшов в трійку найбільш читабельних на профільному ресурсі «Детектор медіа». За проведення цього експерименту кампанія «По той бік новин» отримала найпрестижнішу піар-нагороду в громадському секторі «Піранья року».

Цей експеримент дозволив виявити наскільки легко фейкова новина може поширюватися через ЗМІ та соціальні мережі. Крім того, він показав, що навіть те, що здається очевидним фейком, може бути широко поширеним і прийнятим за правду, якщо воно може зацікавити аудиторію медіа. Також фактчекери дають можливість зрозуміти, що фейкові новини можуть використовуватися для маніпулювання думками та поведінкою людей, а також що їх поширення може мати серйозні наслідки для громадської безпеки та стабільності.

Також, робота «По той бік новин» спрямована на розвиток критичного мислення в українській громаді та створення активної спільноти користувачів соціальних мереж в Україні. За допомогою різноманітних інструментів, які використовує ініціатива, вона допомагає громадянам розвивати медіаграмотність та критичне мислення.

Варто додати, що у липні 2022 року керівник «По той бік новин» Сергій Одаренко повідомив про запуск нового сайту. Так, на новому сайті «будуть розміщені серед іншого й тексти, які наразі доступні на сайті «По той бік пандемії» та на сторінці проекту у фейсбуці. Сайт нам потрібен, щоб розбити тексти за категоріями (правда/фейк/маніпуляція тощо). А особливо виокремити наші численні спецпроекти» [10], – наголосив Одаренко.

У цілому ініціатива працює у кількох напрямках, щоб запобігти поширенню дезінформації та допомогти користувачам вибирати достовірні джерела інформації. Зокрема, фактчекери перевіряють інформацію на запит

користувачів та спростовують фейки, пояснюючи процес перевірки для широкого кола. Ініціатива також розповідає про маніпуляції в інформаційному просторі та викривлення фактів, та показує інший погляд на актуальні питання. Крім того, вони популяризують інструменти та алгоритми для перевірки інформації та залучають широку аудиторію для виявлення фейків, маніпуляцій та дезінформації.

Зокрема, на у 2023 року фахівці ініціативи піднімали такі актуальні теми маніпулятивного характеру на основі аналізу інформаційного простору України: «Фейк: американських безхатченків заманюють на війну» («По той бік новин», 6.04.2023), «Маніпуляції довкола закону про компенсацію за пошкоджене та знищене росіянами майно» («По той бік новин», 23.03.2023), «Як ЗМІ паразитують на темі підриву Каховської ГЕС» («По той бік новин», 9.06.2023), «Хресну ходу видають за евакуацію на Херсонщині» («По той бік новин», 7.06.2023), «Порятунок собак на Херсонщині українські ЗМІ ілюструють фотографіями повені в Таїланді» («По той бік новин», 6.06.2023) тощо.

Наприклад, в у матеріалі «Маніпуляції довкола закону про компенсацію за пошкоджене та знищене росіянами майно» («По той бік новин», 23.03.2023) проаналізовано, зокрема, відео, де говориться, що грошової компенсації українці нібито не отримають. Інформація, що українці не отримають грошової компенсації за пошкоджене та знищене житло, яка поширилась після відео, є провокативною та викликає шквал емоцій. Закон про компенсацію за пошкоджене та знищене росіянами майно передбачає компенсацію, але це не означає, що українці отримають саме гроші у звичному вигляді, які можна буде витратити на будь-що. Тут важлива умова, що кошти мають скеровуватися саме на придбання житла.

Аналізуючи публікацію «Як ЗМІ паразитують на темі підриву Каховської ГЕС» («По той бік новин», 9.06.2023) та фейкову інформацію про можливий спалах холери у Києві через холерну паличку у воді, треба відзначити, що такі новини викликають паніку та негативний настрій серед населення. Поширення такої фейкової інформації переходить межі свободи слова, адже вона не

підтверджена, натомість спрямована на дестабілізацію ситуації та нагнітання паніки серед населення, що може мати негативний вплив на довіру до влади, органів місцевого самоврядування та інших відповідальних структур.

Для порівняння, згадані вище фейкові новини про наявність трансплантологів у Збройних силах України, які продають людські органи, є небезпечною формою дезінформації, адже може порушити довіру до Збройних сил та вплинути на їхню ефективність у захисті країни, а також може посилити негативні стереотипи та ворожнечу щодо військових та конкретних груп населення.

Що стосується публікацій про порятунок собак на Херсонщині, які українські ЗМІ ілюструють фотографіями повені в Таїланді, то маніпулювання зображеннями, що вводять людей в оману та спотворюють дійсність, може порушити довіру до медіа та вимогу щодо об'єктивності інформації. Фотографії, що супроводжують новини, мають відповідати дійсності з метою забезпечення об'єктивності, достовірності та правдивості інформації, яку представляють ЗМІ. Використання світлин, що не мають відношення до згаданої події або місця, може бути ознакою маніпуляції, недостовірності або недобросовісного підходу до журналістської практики.

Для вивчення правдивості публікацій фахівці використовують різноманітні джерела інформації, включаючи офіційні заяви влади, дослідження експертів, статистичні дані, інформацію з міжнародних організацій та інше. Крім того, фахівці використовують методи фактчекінгу, які включають перевірку каналів отримання інформації, аналіз доказів.

Сьогодні в інформаційному просторі можна зауважити і чимало фейкових новин про ситуацію у ЗСУ, накази вищого керівництва тощо. Наприклад, «Фейковий обліковий запис головнокомандувача ЗСУ» («По той бік новин», 12.04.2023), «Фейкова методичка, що вказує журналістам, як «правильно» висвітлювати «становище ЗСУ в Бахмуті» («По той бік новин», 3.04.2023) тощо. Такі дослідження є важливими, оскільки допомагають зменшити кількість

неправдивої інформації в мережі та підвищують рівень обізнаності громадськості.

Скажімо, журналісти виявили фейковий обліковий запис головнокомандувача ЗСУ, в описі анонсують «пряме включення з поля бою. Сторінку створили наприкінці минулого року, проте 43 дописи з 49-ти були опубліковані за останні два дні, ще два — за останній тиждень. Можемо стверджувати, що фейковий обліковий запис головнокомандувача ЗСУ, створений з метою збільшення кількості підписників і розповсюдження фейкової інформації. Не зважаючи на те, що 43 з 49 дописів були опубліковані за останні два дні, сторінка вже змогла зібрати сотні тисяч підписників завдяки привабливому опису та зображенню головнокомандувача ЗСУ. Однак, важливо розуміти, що це не є офіційний обліковий запис, і будь-яка інформація, що опублікована на ньому, є недостовірною.

Фактчекери використовували різні методи, щоб виявити, що обліковий запис головнокомандувача ЗСУ є фейком. Загалом у цьому випадку доцільними є такі методи:

1. Перевірка історії створення сторінки. Фактчекери можуть дослідити історію створення сторінки та дату публікації постів на ній, щоб визначити, чи відповідає це історії реальної сторінки головнокомандувача ЗСУ. Саме цей метод насамперед і було використано.

2. Перевірка інформації. Фахівці мають перевірити інформацію, яка міститься на сторінці, з іншими незалежними джерелами, щоб визначити її достовірність.

3. Аналіз відео та фото, які публікуються на сторінці, щоб визначити, чи є вони справжніми або були змонтовані.

4. Перевірка стилю та мови, щоб визначити, чи вони відповідають стилю та мові, що використовує головнокомандувач ЗСУ.

5. Перевірка факту публікації. Фактчекери можуть зв'язатися з головнокомандувачем ЗСУ або з офіційними джерелами військових, щоб підтвердити факт публікації цих повідомлень на їхньому офіційному акаунті.

Усього можемо відзначити такі рубрики ресурсу «По той бік новин», як «Фейки», «Маніпуляції», «Правда», «Спецпроекти», «Клуб фактчекерів». У контексті нашого дослідження найбільше увагу привертає саме рубрика «Фейки». Умовно усі публікації вказаної рубрики фахівці ресурсу поділили на 4 групи, а саме: «Здоров'я», «Політика», «Побутові» та «Інше». Для зручності до кожної публікації вказують підрубрику. Скажімо, на тему політики восени 2023 року було оприлюднено матеріал «У мережі діляться віршем, нібито написаним Шевченком» («По той бік новин», 3.11.2023) – розглянемо цю публікацію детальніше.

У сучасному інформаційному просторі, де надто часто спостерігаються спроби невірно приписати твори відомим літераторам, виникає новий випадок – розповсюдження в мережі вірша, якого намагаються зарахувати до творчості Тараса Шевченка.

Зазначено, що наразі автор цього вірша невідомий, але увага прикута до спільноти «Соломія Українець», яка раніше вже поширювала фейки та проросійські наративи. Виокремлюється їхню роль як першого і найактивнішого поширювача даного вірша.

У публікації зазначається, що вірш використовується для критики української влади, обвинувачуючи її у знеціненні життя «простих українців», яких, як стверджується, кидають на передову війни, і вказуючи на те, що «конституція тільки для бідних». Крім цього, автори слушно наголошують, що своєрідним інформаційним приводом до цього стало гучне весілля у Львові.

Користувачі у цьому плані схожі на ботів та стверджують, що «Кобзар цими словами наче дививсь у майбутнє й передбачив сьогоднішню ситуацію в Україні». Однак, слід відзначити, що, Шевченко не має жодного стосунку до цього вірша. Аби спростувати цю інформацію, був проведений науковий пошук на веб-порталі «Тарас Шевченко» та звичайний пошук у Google, що не виявили жодної вказівки на те, що вірш може бути пов'язаний з Тарасом Шевченком. Автори констатують, що результати були відсутні, за винятком конспірологічних дописів, схожих на той, який розглядається в публікації.

Як висновок, публікація закликає до обережності та критичного мислення при взаємодії з подібними інформаційними матеріалами: *«Це вказує на замовний характер «поетичного вкиду» на користь росії з метою розколу українського суспільства»* («По той бік новин», 3.11.2023). Наголошується на важливості перевірки фактів та джерел для уникнення поширення дезінформації та незрозумілих інформаційних кампаній.

Для порівняння, на побутову тему було написано матеріал «Фейки у мережі: Нафтогаз розпочинає повернення коштів за транспортування та розподіл газу» («По той бік новин», 26.10.2023).

У мережі поширюється дезінформація, розповсюджена на сторінці «Центр Новин» у Facebook, що викликає серйозні сумніви та вимагає уваги користувачів. Зазначається, що вже до кінця листопада, згідно із цим фейком, люди повинні подати заявку на повернення коштів за транспортування та розподіл газу.

Відзначається, що дана інформація є маніпуляцією та спростована компанією «Нафтогаз». Подано висновок, що це не щоденний фейк, а частина більшої кампанії, яка має на меті розкрутку телеграм-каналів та збір персональних даних. Тож, нині документи на повернення переplat приймаються лише в Центрах обслуговування клієнтів. Компанія розробляє механізм онлайн-подачі документів, але це поки що лише у планах.

Фахівці дізналися, що сторінки «Центр Новин», яка, хоч і є новоствореною, має специфічну мету – збір особистих даних та просування телеграм-каналів. Зазначено, що після натискання на посилання сторінки, що пропонує подати заявку, користувач потрапляє на телеграмбот, який запитує підтвердження віку. Замість заявки на повернення коштів, користувачеві пропонується приєднатися до телеграм-каналу «Україна Online: Політика, новини». Журналісти узагальнюють мету кампанії: *«Уся ця шахрайська кампанія найперше спрямована на недобросовісну розкрутку телеграмканалів та видурення ваших персональних даних»* («По той бік новин», 3.11.2023).

Крім цього, з просвітницькою метою у тексті наголошується на важливості репостів та лайків для привертання уваги до проблеми дезінформації.

Відзначається, що фейк стилізований під випуск новин Єдиного телемарафону, що робить його більш оманливим.

У рубриці «Маніпуляції», як приклад, вміщено матеріал «Укрінформ розмістив мапу України без Криму» («По той бік новин», 5.10.2023). Публікація вказує на помилкове зображення мапи України без анексованого Криму на сайті Укрінформу та висловлює обурення щодо відсутності виправлення та вибачення за цю помилку.

Редакція висувають вимогу до професіоналізму, вказуючи, що не лише визнання помилок, а й їх виправлення є важливою частиною етики журналістики. Крім цього, наводиться порівняння, як із помилкам працюють в інших медіа. Журналісти доходять висновку, що у порівнянні з прикладом Української правди, яка не лише виправила помилку, а й пояснила причину та вибачилася за неї, Укрінформ міг би покращити свою реакцію на подібні ситуації, демонструючи більший рівень професіоналізму та відповідальності перед своїми читачами.

Ще одна важлива рубрика проєкту «Правда», де публікують також перевірену інформацію. Прикладами питань, яких стосується робота фахівців ініціативи, можуть бути такі: «Що не можна казати про зниклих військових?» («По той бік новин», 21.04.2023), «Що відбувається з викраденими росією українськими дітьми?» («По той бік новин», 13.04.2023), «На росії заборонили слова іншомовного походження: як тепер говоритимуть росіяни?» («По той бік новин», 28.02.2023).

Ці публікації є прикладами того, як редакція проєкту вивчає питання, які мають важливе значення для громадян України. Щоб відповісти на ці запитання, фахівці використовують різноманітні джерела інформації, включаючи офіційні заяви влади, дослідження експертів, статистичні дані, інформацію з міжнародних організацій та інше. Крім того, фахівці використовують методи фактчекінгу, які включають перевірку каналів отримання інформації, аналіз доказів. Їхня робота полягає в тому, щоб перевірити достовірність інформації та підтвердити, що публікується перевірена та достовірна інформація.

Підсумовуючи сказане вище, фахівці ресурсу працюють над виявленням та розкриттям фейків, тобто неправдивої інформації. Їх завдання – нагадати людям, що необхідно бути дуже обачними та критично оцінювати інформацію, яку вони чують або бачать в соціальних мережах та ЗМІ. Рубрика «Маніпуляція» націлена на виявлення та розкриття методів маніпулювання громадською думкою та психологічного впливу на людей. Її завдання – допомогти людям зрозуміти, які методи використовуються, щоб змінювати їхню думку та переконання. Насамкінець рубрика «Правда» публікує перевірену та достовірну інформацію про події та явища, вказує на те, що перевірка інформації довела її правдивість.

Ресурс також реалізовує низку спеціальних проєктів. Наприклад, проєкт «По той бік новин Kids» спрямований на навчання дітей правил безпечного користування інформацією в Інтернеті, формування медіаграмотності та розуміння того, що не все, що опубліковано в мережі, є правдою. Це допомагає дітям стати свідомими споживачами інформації, а також уникнути потенційних небезпек, пов'язаних з використанням Інтернету, соціальними мережами, різноманітними додатками тощо. Можна додати, що такі навички також будуть напрочуд корисним надалі у повсякденному житті та у їхній професійній діяльності.

Проєкт «По той бік гендеру» допомагає боротися з упередженнями і стереотипами про жінок у війську, а також убезпечує вимушених переселенців від шахрайських схем в Україні та за кордоном. Це робиться шляхом популяризації правильної інформації та просування ідеї рівноправності. У такий спосіб журналісти допомагають підвищити рівень освіти та свідомості в цих питаннях.

А спецпроєкт «По той бік війни» допомагає виявляти та спростовувати фейки про війну, а також розбирати брехливі вкиди та маніпуляції, що стосуються життя під час воєнного стану. Це допомагає збільшити кількість людей, які розуміють ситуацію в країні, уникнути паніки та забезпечити безпеку громадян.

Отже, редакція «По той бік новин» присвячує увагу не лише виявленню фейків, але й популяризації медіаграмотності та розвитку критичного мислення серед громадян. Це важливий аспект у боротьбі з дезінформацією, оскільки здатність аналізувати та критично ставитися до отриманої інформації допомагає громадянам розрізнати правду від фейкових новин.

Висновки до розділу 2

Спростування фейків є важливим аспектом роботи ЗМІ щодо забезпечення достовірності інформації в сучасному інформаційному просторі. Фейкові пости чи публікації можуть викликати неправильні переконання та впливати на прийняття невірних рішень.

Важливою метою журналістів «Детектор медіа» є виявлення та розкриття дезінформації, яка може призвести до негативних наслідків для суспільства. Вони акцентують увагу на тому, що фейки та маніпуляції інформацією можуть бути використані для впливу на громадську думку, формування спотворених уявлень та навіть для створення напружених ситуацій. Важливою частиною їхньої роботи є не лише виявлення фейків, а й пояснення громадськості, чому ці інформаційні матеріали є недостовірними. Журналісти забезпечують публіку достовірною інформацією, що базується на перевірених фактах та аргументації, допомагаючи формувати об'єктивне бачення подій.

Редакція ресурсу «По той бік новин» відзначається активним підходом до виявлення фейків та маніпуляцій в інформаційному середовищі. Ініціатива зосереджена на критичному аналізі медіа-матеріалів та виявленні фейків та маніпуляцій у засобах масової інформації, соціальних мережах.

У рамках проєкту публікують низку матеріалів з метою навчання критичного мислення та аналізу інформації читачів. Спеціальні рубрики, такі як «Фейки» і «Маніпуляції», слугують ефективним інструментом у боротьбі з дезінформацією. А розділ «Правда» відображає спроби протистояти поширенню викривленої інформації, представляючи читачам факти та докази. Особливу увагу заслуговують спецпроєкти та Клуб фактчекерів, які свідчать про глибокий

аналіз та розбір складних питань. Однак треба відзначити, що ресурс має потенціал для підвищення рівня довіри шляхом ідентифікації журналістів, які працювали над публікаціями.

РОЗДІЛ 3

НАРАТИВИ ТА КОНЦЕПЦІЇ ФЕЙКІВ ПРО РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКУ ВІЙНУ В ЗАРУБІЖНІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ

3.1. Шляхи просування фейків про російсько-українську війну за кордоном

Основний чином за просування фейків про російсько-українську війну за кордоном відповідає росія, адже окрема грань її пропаганди розрахована саме на іноземну аудиторію.

Привертає увагу те, що з лютого по жовтень 2023 року команда VoxCheck активно проводила аналіз російської пропаганди в медіа шести європейських країн та зафіксувала 8296 кейсів дезінформації. Результати цього дослідження були представлені старшою аналітичкою VoxCheck, Мирославою Марковою, під час обговорення в Медіацентрі Україна [30],.

Найвища кількість випадків російської пропаганди була зафіксована в Польщі – 1858, за нею слідує Словаччина – 1563, Чехія – 1348, Угорщина – 1373, Німеччина – 1237 та Італія – 916. Під час аналізу було виявлено кілька трендів в російській пропаганді в європейських країнах.

Розпочнімо із Польщі. Так, основний фокус російської пропаганди спрямований на створення враження, що Польщі не вистачає ресурсів для соціальної допомоги своїм громадянам через припущення, що всі ресурси витрачаються на українських біженців. Додатково, українських біженців зображують як некультурну силу, що не поважає місцеве населення.

Також російські медіа намагаються поширювати ідею про те, що Україна зазнає поразки, всі витрати на неї є марними, американська підтримка припинена через Ізраїль. Зазначено також спроби вплинути на громадську думку щодо санкцій, які, як стверджують, завдають шкоди не росії, а всій Європі, зокрема Польщі. Як приклад, «Scott Ritter: Los Ukrainy jest już przesądzony» [66], де у

цілому засуджується політика України, визначається її однозначна поразка у війні: *«Поки західні ЗМІ починають боротися з масштабом і розмахом остаточної військової поразки України – а разом з нею й реальністю вирішальної військової перемоги Росії – їхні політичні наглядачі в США, НАТО та Європейському Союзі намагаються визначити, як виглядатиме фінал»* [66].

Також у цій публікації вказується й низка інших типових російських міфів: *«Президент Володимир Путін неодноразово вказував на ганебну спадщину Степана Бандери, сумнозвісного масового вбивці [...] Те, що сучасна Україна вважає за потрібне поставити на п'єдестал таку людину, як Бандера, багато говорить про гнилі підвалини київського питання та брак моральної сили сучасної української нації»* .

Озброєння для України також викликає низку фейкових новин. Польські ЗМІ поширюють фейки, які стверджують, що західні танки, надані Україні, непридатні для бойових дій на теренах України – як приклад цитати із публікації *«Zachodnie czołgi nie nadają się do walki na stepach Ukrainy»*: *«Однак це не означає, що танки «Леопард» в різних модифікаціях настільки погані. Це означає, що, як і більшість інших західних танків, вони призначені не для атак, а для оборонних боїв проти рівного противника»* [71].

Пропагандисти також розповсюджують інформацію про незадоволення українських військових функціоналом танків Abrams, які однак, навіть ще не надійшли в Україну. Окрім цього, фейкороби твердять, що західні партнери надсилають застарілу зброю, від якої вони хочуть позбавитись, при цьому говорячи, що допомагають. Наприклад, у матеріалі *«Amerykański kapitalizm i dlaczego nadmiar „cudownej broni» dla Ukrainy niczego nie zmieni»* [51] наголошується, що західні партнери не можуть нічого змінити у перебігові війни, попри низку пересланої зброї: *«I все ж уся ця дивовижна щедрість не змінить результату можливої російської перемоги. Звичайно, загинуть ще десятки тисяч українських солдатів, і ширша ядерна війна з росією є ганебним ризиком. Чому це божевілля триває? Чому західні політики та ЗМІ не шукають дипломатичних альтернатив нескінченним вбивствам?»* .

В цілому, можна зробити висновок, що процес озброєння України, заданими фейків, нічого не змінить, але разом із тим передача українській армії винищувачів F-16 вважається загрозою як для України, так і для всього світу.

Пропагандисти порушували питання про потрібність витратити ресурси на біженців, а не на власні проблеми місцевого населення. Зокрема, виникають сумніви щодо відповідності українських біженців Женевським конвенціям, що намагається викликати питання про їхню легітимність та необхідність виділення ресурсів на їх підтримку. Скажімо, у матеріалі «Hanna Kramer: Cztery jeźdźcy Apokalipsy. Czyli co będzie w Polsce po przyjęciu Ukrainy» [56]: *«Приймаючи українців у свою країну, ви повинні усвідомлювати, що українці – нація, яка легко продалася в рабство США. Це означає, що польсько-українська «дружба» закінчується там, де Київ починає дбати про власні інтереси».*

На фоні цього розкривається і тема зерна, де спроби дискредитувати Україну як ненадійного партнера через неправдиві твердження про постачання зерна в країни Європи.

Крім цього, в серпні поширювався новий фейк: стверджується, що біженці з України спричинили спалах легіонельозу в польському місті Жешув – як приклад публікація «Epidemia w Polsce. Władze ukrywają sprawców i skalę tragedii» [55]. Фейкороби також додають, що в таборі для біженців у Жешуві таємно працює американська хіміко-біотехнологічна лабораторія, яку вивезли з України після повномасштабного вторгнення. Однак така інформація, звісно, не відповідає дійсності насамперед через те, що «за останні п'ять років легіонельоз на території України реєструвався лише один раз – у 2019 році» [50].

Упродовж періоду від лютого до жовтня 2023 року, команда VoxCheck зафіксувала понад 1800 випадків розповсюдження фейків в Словаччині [30]. Серед них значна кількість інформаційно-психологічних операцій (ІПСО) та різноманітних прогнозів, які стверджують, що росія, за висловами західних псевдоекспертів, планує наступ і захоплення всього лівобережжя – ці фейки пророкують втрати Одеси чи Харкова для України. Фейкороби також намагаються створити враження, що росія не мала наміру захоплювати місто

раніше, адже це могло б «ескалювати конфлікт». Таким чином, створюється атмосфера надії, що росія все активніше наступає, а Україна зазнає невдач.

Наприклад, у матеріалі «Scott Ritter: Krym je navždy stratený, na rade sú Charkov a Odesa» [65] наголошується, що так зване «звільнення» Одеси та Харкова – лише питання часу, а разом із тим київській владі пора зрозуміти, що Захід може лише допомогти відстрочити неминучу розв’язку, тобто поразку у російсько-українській війні. Крім цього, у цій публікації ще й нахабно наголошується, що президент рф на переговорах не погодиться на будь-які умови, у нього є свої вимоги українцям: *«володимир путін перерахував свої цілі: денацифікація, демілітаризація та відмова від членства в НАТО Україна. Зараз росія працює над досягненням заявлених цілей і завдань, і Захід і Україна мало що можуть зробити, щоб зупинити це»* [65].

Словацькі пропагандисти, говорячи про неможливість перемоги України, використовують фейки, що вже були зафіксовані в інших країнах, такі як невдачі контрнаступів, значні втрати української армії в особовому складі та технічному оснащенні. Наприклад, у публікації «Zomru státišice řudí. Zelenskému povedali pravdu o manévři Ozbroyených síl Ukrajinu» [60] I. Mihale цитує нібито західних експертів: *«Українці не досягли суттєвих успіхів у контрнаступі. Вони навіть не змогли подолати першу лінію оборони росії. На думку експерта, історикам у майбутньому буде важко знайти слова, щоб описати божевілля, яке відбувається в Україні, яке призведе до загибелі сотень тисяч українців»* [60].

Протягом періоду з лютого до жовтня 2023 року команда VoxCheck виявила 1348 випадків розповсюдження фейків в Чехії [30], пов’язаних із російсько-українською війною. Спостерігалася інтенсивна кампанія дезінформації, спрямована на дискредитацію української влади та, зокрема, президента Зеленського.

Так, чеські дезінформатори активно використовували фейки для намагань дискредитувати чи висміювати представників української влади, зокрема президента Зеленського. Вони поширювали інформацію про те, що Зеленський є

лише маріонеткою в руках Заходу, що встановлена для приховання нацизму в Україні та спрощення керування країною західними партнерами.

Наприклад, у матеріалі «The Spectator: Zelenskij má veľké problémy. Je ďalší v poradí na odpis. Politico: Ukrajina stráca podporu európskych politikov» [68] описано наратив, що США більше не треба Зеленський: *«Перетворення на токсичний актив – так можна охарактеризувати результати поїздки Зеленського до США. 10 місяців тому його зустріли у Вашингтоні мало не як національного героя. Зараз ставлення до нього протилежне – йому навіть не дали виступити в Конгресі»* [68]. У цій ж публікації яскраво представлена і думка про те, що Україна програє російсько-українську війну, однак серед причин пропагандисти хочуть назвати добре озброєння російської армії: *«Винен у цьому Київ – він зловживав поставленою зброєю, не змусив своїх солдатів навчатися за навчальними посібниками НАТО та ввів Захід в оману щодо реального стану російської армії»* [68]. Автор наголошує, що Зеленський і сам розуміє, що більше не потрібний Заходу, адже більше не зможе керувати Україною.

Щодо наративу про контроль та використання України Заходом, чеські фейкороби наполягають на тому, що дата закінчення війни залежить не від України, а від Сполучених Штатів. Вони намагаються натякнути, що США повинні перестати постачати зброю, і «вже наступного ранку буде мир», не уточнюючи можливих наслідків для України. Фейкороби стверджують, що Сполучені Штати примушують Україну продовжувати воювати, бо це проксі-війна між Америкою та росією, яку українців готували до задовго до повномасштабного вторгнення.

Італійські медіа проявляють тенденцію до виправдання дій росії та розглядають агресію як виправдану, часто підтримуючи наративи про те, що Україна сама спровокувала конфлікт. У своїх матеріалах вони часто повторюють російські тези, зокрема щодо того, що росія була вимушена вступити в війну через потенційне членство України у НАТО, що, як стверджують, загрожує безпеці росії.

Наприклад, у публікації Patrizio Ricci «Odessa nel periodo zarista: russi, moldavi e altre minoranze, tra cui gli ucraini» журналісти намагаються довести, що росія має право на ті території, що намагається завоювати, та навіть на більше, зокрема на Одесу: *«У 1897 році в російській імперії був проведений перепис населення, який дав певні відомості про національний склад населення. [...] Більшість населення становили росіяни, за ними йшли українці, євреї, молдавани»* [63].

Для порівняння, у матеріалі «Ucraina. E' ora di parlare di Pace. Il Contributo dell'organizzazione Inter-Religiosa Peace in Ukraine Coalition» [Ucraina] італійського медіа «Farodi Roma», що опублікований у середині вересня поточного року, говориться про те, що мирні переговори про завершення війни уже повинні бути незабаром. Як фактичний матеріал тут вказано заяви держсекретаря США Ентоні Блінкена, однак навіть не процитовано їх. Натомість пропагандисти відразу узялися аналізувати, що вони означають: *«Ці заяви суперечать заявам самого Блінкена в червні минулого року, коли він застерігав від будь-якої мирної ініціативи, яка включала б територіальні поступки або припинення вогню, що дозволило б росії зміцнити свою оборону в Україні»* [69].

Італійські пропагандисти, використовуючи російські наративи, намагаються створити образ Путіна як лідера, який хоче мирного співжиття з Заходом та українцями, проте йому заважає «русофобія» та прагнення західних країн підірвати його режим. Натомість США уже шкодують про те, що ув'язалися у війну із путіним та хочуть покинути конфлікт. Скажімо, у публікації «Il Colonnello mcgregor ha riportato il caos alla casa bianca a causa dei fallimenti dell'afu. Contro Informazione» [57] висвітлено заяви колишнього радника Пентагону, Дугласа МакГрегора, які містять можливі елементи дезінформації та спрямовані на створення певного образу ситуації в Україні та вплив на громадську думку. Зокрема, вказується на те, що Білий дім розглядає можливість виходу з конфлікту через побоювання загострення ситуації, а також ствердження, що контрнаступ українських сил провалюється, а стратегія Байдена щодо України неефективна. Треба додати, що протягом останнього часу

американський полковник з проросійською позицією у відставці Дуглас Макгрегор активно розповсюджує дезінформацію, що Україна давно програла війну, а росія лише чекає на переговори й крах європейської економіки.

У публікації також цитують «The Hill»: *«Контрнаступ українських збройних сил провалюється, як і стратегія Байдена в Україні, пише The Hill. Американський президент викидає гроші на вітер, тому що Київ точно не виграє. На думку автора статті, Вашингтону настав час серйозно задуматися про мирне вирішення конфлікту»* [57]. Крім цього, пропагандисти також звинувачують президента США Джо Байдена у тому, що російсько-українська війна триває до цього часу, а могла б давно завершитися.

Отже, фейки у європейських ЗМІ акцентували увагу на можливому впливі Заходу (зокрема країн Європейського союзу та НАТО) на ситуацію в Україні – виділялись аспекти політичного та військового втручання, а також вплив на внутрішні політичні рішення української влади. Крім цього, медіа обговорювали ідею, що перемога України в війні з росією є недосяжною, наводили аргументи, що контрнаступ українських військ і стратегія Байдена не ведуть до позитивних результатів, а в італійських медіа навіть піддали сумніву територіальну цілісність України.

3.2. Аналіз фейків про російсько-українську війну у німецьких медіа

У Німеччині спостерігається низка фейків, які поширює російська пропаганда та можуть впливати на сприйняття ситуації щодо російсько-української війни. Розглянемо детальніше найбільш часті наративи, що траплялися у медіа протягом травня–жовтня 2023 року (останні пів року).

Проросійські медійні джерела ведуть активну кампанію з дискредитації України, спрямовану на створення образу країни як націоналістично налаштованої та відданої ідеям, що вказують на можливий націоналістичний підтекст. Серед ключових елементів цієї дезінформації виступає спроба встановити паралель між гаслом «Україна понад усе» та нацистським «Німеччина понад усе». Ця теза покликана породжувати аналогії та створювати

сприятливе ґрунт для формування негативного ставлення до української держави.

Як приклад, публікація D. Berger «Slava Ukraini: Gruß der Nazi-Kollaborateure und Judenmörder» [52], що оприлюднена у ЗМІ «Philosophia Perennis» за червень ґрунтується на поглядах Президента Хорватії Зорана Мілановича, що відомий проросійськими заявами. Автор обговорює заяву президента Хорватії Зорана Мілановича щодо привітання «Слава Україні». Стаття вказує, що це привітання вважається новим «Хайлом» у деяких сумнівних колах та намагається пов'язати його з історичними обставинами та звинуваченнями у співпраці західноукраїнців з нацистами під час Другої світової війни. Однак насправді зазначене привітання «Слава Україні», не є антисемітським або фашистським – це вираження солідарності та підтримки України у її боротьбі за незалежність. Вираз «Слава Україні» має історію в контексті боротьби за свободу та протистояння диктатурам.

D. Berger також згадує про Організацію Українських Націоналістів (ОУН) і її роль під час німецької окупації України, при цьому намагаючись надати негативний відтінок до дій цієї організації. Заява про співпрацю західноукраїнців з нацистами є перекрученням історії. Хоча деякі групи виступали проти радянської влади, не можна узагальнювати це як співпрацю з нацистами.

Подальша увага приділяється також підняттю руки у фашистському вітанні, яке нібито було відновлене в Україні за часів президента Зеленського: *«Заклик, який часто виголошувався в агресивній манері націонал-соціалістів, супроводжувався підняттям правої руки у фашистському вітанні. Підняття руки у вітанні також відродили в Україні за Зеленського...»* [52]. У цілому твердження про підняття руки у фашистському вітанні в Україні за Зеленського є черговою спробою викривлення образу президента та усієї нації.

Отже, важливим компонентом дезінформації та фейків у Німеччині є намагання дискредитувати представників української влади та поширення образу України як нації, що вітає націоналістичні символи. Це стара, але

ефективна стратегія, спрямована на формування стереотипів про антиросійські настрої в Україні та підсилення образу країни як загрозового сусіда.

Використовуючи штучну реконструкцію подій та додаючи вигадані обставини, пропагандисти, що діють на замовлення кремля, підтримують наратив про націоналізм та нацизм в Україні. Зазначається, що в українській армії, особливо в підрозділі «Азов», служать люди, які, за їх твердженнями, прихильники нацистської і фашистської ідеологій. Також стверджується, що уряд України характеризується неонацистською ідеологією.

Цей наратив поширюється на західних партнерів України, яких прокремлівські пропагандисти також намагаються описати як націоналістів, що бажають знищити все російське. Пропагандисти додають, що саме неонацисти викликали повномасштабну війну, скинувши Віктора Януковича з посади президента України.

ЗМІ, що підтримують вказану ідеологію, аналізують та цитують висловлювання ряду постійних фігур, таких як володимир путін, Марія Захарова, Скотт Ріттер, а також Роберт Фіцо, експрем'єр-міністра Словаччини, який очолює проросійську партію в парламенті.

Щодо згаданого Роберта Фіцо, то привертає увагу, зокрема, публікація «Der ehemalige slowakische Premierminister Fitzo hat den westlichen Medien vorgeworfen, ukrainische Nazis zu verherrlichen» [53] видання «News front». Уже у заголовку, як бачимо, наголошується, що колишній прем'єр-міністр Словаччини Фіцо звинуватив західні ЗМІ у прославленні українських нацистів. А уже у ліді наголошено, що про український нацизм знають західні медіа, однак приховуються це: *«Західні ЗМІ знають про фашистів і нацистів у лавах ЗСУ і відкрито говорять про них, але не засуджують існування праворадикальних угруповань. Про це заявив колишній прем'єр-міністр Словаччини Роберт Фіцо»* [53].

У цій публікації колишній прем'єр-міністр Словаччини Роберт Фіцо висловлює своє занепокоєння тим, що західні ЗМІ, за його словами, відкрито прославляють українських нацистів. Він конкретно вказує на полк «Азов» та

його учасників, яких визначає як фашистів: *«Візьмемо полк «Азов», учасники якого явно фашисти. Знаєте, як кажуть у Словаччині? Бандерівці та інші, хто там б'ється – просто вуличні хулігани на маргінеї суспільства»* [53].

Фіцо також висловлює невдоволення тим, що західні країни, на його думку, у великій мірі допомагають подібним угрупованням. Екс-прем'єр висловлює думку, що влада в західних країнах, ймовірно, боїться забороняти нацистську символіку через можливе покарання від Брюсселя та Вашингтона.

Треба додати, що якщо такі заяви стають елементом широкомасштабної пропагандистської кампанії, вони можуть вплинути на думку громадян та сформувати певний образ України в уявленні суспільства. Зрештою, звинувачення у «фашизмі» може викликати націоналістичні настрої серед громадян Німеччини, що може призвести до психологічного напруження в суспільстві.

У німецькому медіапросторі зафіксовано поширення фейкових інформаційних наративів, які необґрунтовано стверджують, що перемога України у війні з росією неможлива. Звісно, навіть такі непідтверджені відомості можуть впливати на сприйняття громадськістю ситуації в Україні та внутрішню мотивацію громадян.

Деякі медійні джерела, не надаючи адекватних аргументів для обґрунтування своїх тез, просто декларують неминучість перемоги росії та навіть поширюють твердження про завершення війни, при цьому призводять посилання на проросійського журналіста Сеймура Герша. Вказується, що Велика Британія із США здійснили таємну операцію з дезінформації, щоб переконати громадськість у необхідності продовження фінансування війни. Як приклад, у заголовку матеріалу *«Seymour Hersh: Die «Kriegsanstrengungen» der USA in der Ukraine sind «eine Lüge»: «Der Krieg ist vorbei – Russland hat gewonnen»*. *uncutnews»* (Seymour) [67] уже вказана головна теза про те, що США не допомагають Україні, війна завершилася, а Росія перемогла.

У цілому заява Сеймура Герша, висловлена в замітці, вказує на відмову прийняття міжнародною громадськістю картини подій в Україні, а тому може

викликати певне обурення у читачів або сумніви щодо ефективності американської та британської військової підтримки. Крім цього, треба додати, що німецька військова підтримка Україні також значна (у 2023 році саме Німеччина за обсягами постачання зброї Україні посіла друге місце після США).

Журналіст начебто намагається аналізувати стратегію війни, подаючи тезові постулати ситуації в ЗС: *«Українського наступу більше немає, але Білий дім і американські ЗМІ повинні увічнити цю брехню»* або *«Правда в тому, що українська армія збунтувалася б, якби їй дали наказ продовжувати наступ»* [67].

Наратив, щодо контролю та використання України західними країнами, є поширеним інструментом російської пропаганди, спрямованим на формування сприятливого глядацького сприйняття та розуміння подій у регіоні. Такі публікації, як *«Robert Kennedy Jr.: «Wir haben Biolabore in der Ukraine, weil wir Biowaffen entwickeln»* [64], часто описують Україну як піддану, яку використовують західні країни для досягнення своїх стратегічних цілей, в тому числі для боротьби проти росії, випробування біозброї та розповсюдження біолабораторій тощо: *«У нас є біологічні лабораторії в Україні, тому що ми розробляємо біологічну зброю»*, — сказав *RFK-молодший теперішньому незалежному журналісту Такеру Карлсону в розлогіму інтерв'ю, опублікованому на X (раніше Twitter) у понеділок увечері»* [64].

У контексті можливостей фейків, то ця дезінформація спрямована на формування негативного ставлення до дій Заходу у підтримці України, що може впливати на громадську думку та політичні рішення. Більше того, заяви про безкінечну боротьбу з Росією через Україну можуть підкріплювати образ України як маріонетки у руках західних країн.

Цей наратив мають також здатність на міжнародні відносини, порушуючи довіру до західних країн та посилюючи стереотипи про роль України у геополітичних конфліктах. Така дезінформація виробляє у громадськості враження про те, що дії Заходу в Україні є несправедливими та стратегічно невиправданими.

Науковий аналіз прокремлівського нарративу в німецьких ЗМІ, який стверджує, що росія веде війну з Заходом на території України, відкриває новий шар дезінформації та спрямованої маніпуляції громадською думкою. Цей нарратив має за мету навести образ росії як країни, яка захищає свої інтереси від агресії Заходу, а також покласти вину за конфлікт на нерозуміння дій путіна стосовно намірів НАТО.

Деталізуючи вказаний нарратив, пропагандисти використовують термін «проксі-конфлікт», підкреслюючи, що росія була змушена взяти участь в боротьбі на території України через впертість країн-членів НАТО у вирішенні питань безпеки в регіоні. Скажімо, у «Unter der Führung der USA ertränkt die NATO die Ukraine in einem Blutbad» [70], що опубліковано у серпні, навіть заголовок наголошує, що під керівництвом США НАТО топить Україну в кривавій бані.

У вказаному матеріалі автори намагаються оперувати цифрами про втрати українців у війні, однак не вказують про походження цих даних: *«Згідно з новими даними, українські військові загинули щонайменше 400 000 осіб після 500 днів конфлікту. Фактична кількість може навіть перевищувати 500 000. Це набагато вище попередніх оцінок, які вже лякали. Тим не менш, Вашингтон безладно штовхає невдалий контрнаступ до «останнього українця» [70].* Крім цього наголошується, що реальна кількість втрат військових в Україні, який пропагандисти іменують, як «київський режим», є суворо таємницею. Автор поширює міф, що спонсори НАТО мовчать про жахливі втрати, тому що це було б визнанням жахливого провалу їх» проксі-війни проти росії, і це викликало б величезну політичну реакцію з боку західної громадськості» [70].

Публікація в цілому описує деякі важливі тези прокремлівського нарративу, спрямованого на виправдання агресії росії та звинувачення Заходу, зокрема США та європейських союзників у війні в Україні: *«Що робить справу ще більш злочинною та огидною, так це те, що конфлікту та смерті можна було уникнути. Вашингтон і його європейські союзники по НАТО вирішили проігнорувати всі заклики Росії домовитися про політичне вирішення давніх*

проблем стратегічної безпеки росії щодо розширення НАТО на схід і озброєння київського режиму» [70]. Бачимо, автор стверджує, що Захід, представлений Вашингтоном та його європейськими союзниками, ігнорував заклики росії стосовно політичного вирішення проблем стратегічної безпеки та розширення НАТО на схід. Це використовується для створення образу Заходу як агресивного та конфліктного партнера. Більше того, підкреслюється, що конфлікт та смерті в Україні можна було б уникнути, якби Захід слухав Росію.

Окремо варто розглянути й те, що фейкороби наголошують на факті про потенційні дипломатичні зусилля росії в грудні 2021 року, перед ескалацією конфлікту. Це може слугувати спробою показати, що росія намагалася знайти мирне рішення, але була змушена вживати бойових заходів через конфліктність Заходу: *«З моменту спалаху конфлікту в Україні в лютому минулого року, коли Росія втрутилася, щоб захистити свої життєво важливі інтереси, блок НАТО навмисне посилив насильство безперервними поставками зброї» [70].*

Отже, вказаний фейк намагається сформуванню позитивне ставлення до дій росії та подати аргументи про безвихідь рф, в яку її поставив так званий київський режим та НАТО.

У контексті німецьких ЗМІ також поширюється дезінформація, яка стверджує, що куратори київського режиму, що підтримуються заходом, усвідомлюють неминучу втрату контролю над Україною. Згідно з цим фейком, вони висунули намір перетворити Україну на випалену землю, перед тим як вона зможе набутися суб'єктності. Скажімо, у публікації «Der Westen erkennt den Verlust der Ukraine und versucht, sie in eine verbrannte Erde zu verwandeln — Myśl Polska» [Der] наголошується: *«Схоже, що Захід, розраховуючи втратити контроль над Україною, намагатиметься не залишити навіть випаленої землі на її території», – написав Конрад Ренкас» [54]. Крім цього, проросійський голова організації «Реституція Кресів» Конрад Ренкас, якого цитують у публікації, вважає, що під виглядом загрози з боку росії та голоду країни Заходу хочуть максимізувати прибутки від експлуатації українських ресурсів, що прирече*

країну на запустіння. Як порівняння він навів експлуатацію природних багатств УРСР німецькими окупантами під час Другої світової війни.

Ця публікація є прикладом дезінформації, спрямованої на створення образу західних країн та їхніх кураторів як стратегічних партнерів так званого «київського режиму», які, за вказівкою, впроваджують агресивні заходи відносно України.

Також можна відшукати і низку шейків, створених шляхом спотворення або перекручування заяв високопосадовців. Влітку 2023 року активно поширювався фейк про міністерку закордонних справ Німеччини Анну Бербок, яка заявила, що її не турбує, що думають німецькі виборці, вона ставить Україну на перше місце. Зазначена думка містить елементи маніпуляції та використання вибіркового цитування для спотворення висловлювань політичного діяча. Автори виділили лише одне речення з виступу Анни Бербок та використали його для створення контексту, в якому західні політики, зокрема німецька міністрка, виглядають як ті, що ставлять Україну на перше місце, навіть на шкоду власним громадянам та відносно їхнього благополуччя. Насправді цитата мала такий вигляд: *«Ми будемо поруч, поки ми вам потрібні», тоді я хочу це зробити, незалежно від того, що думають мої німецькі виборці, але я хочу це зробити для народу України. І тому для мене важливо бути завжди дуже відвертою і чесною»* [38].

Узагальнюючи, така маніпуляція може призвести до спотворення уявлень читачів щодо ставлення західних політиків до української ситуації, замість об'єктивного усвідомлення потреб українців.

Отже, у німецьких ЗМІ спостерігається декілька ключових наративів щодо російсько-української війни, зокрема про контроль та використання України західними країнами, про перемогу росії або неможливість перемоги України; а також спостерігаємо використання теми нацизму для дискредитації та засудження України тощо.

3.3. Шляхи протидії поширенню фейків про російсько-українську війну в зарубіжній журналістиці

Важливими у контексті протидії поширенню фейків про російсько-українську війну в зарубіжній журналістиці є роботи українських фактчекінгових медіа. Так, в Україні на поточний момент концепція фактчек представлена зокрема, ресурсами: «Stopfake», «Слово і діло», «БезБрехні», «По той бік новин», «Детектор медіа», «НотаЄнота», «Брехунець», «VoxCheck» тощо. Однак що стосується моніторингу фейків у європейського інформаційному просторі, то насамперед треба говорити про зусилля команди «VoxCheck». VoxCheck, заснований у 2018 році, є українським фактчекінговим проєктом та активним учасником Кодексу етики, прийнятого міжнародною мережею фактчекерів Інституту Poynter (IFCN). У партнерстві з МЕТА в Україні, команда VoxCheck має можливість здійснювати моніторинг та спростування дезінформації, що поширюється у ЗМІ та соціальних мережах, що сприяє ефективному виявленню та відхиленню неправдивої інформації.

У дослідженні, представленому командою українського фактчекінгового проєкту VoxCheck 6 листопада, розкрито поширення російської дезінформації в медіа шести європейських країн: Німеччини, Італії, Чехії, Словаччини, Угорщини та Польщі [46].

Команда VoxCheck, спостерігаючи за проросійськими ЗМІ в період повномасштабного вторгнення, ідентифікувала ключові наративи російської дезінформаційної кампанії. Основні тематичні напрями фейків та маніпуляцій синхронізувалися з головними наративами російської дезінформації.

Треба додати, що кількість фейків про російсько-українську війну останнім часом тільки зростає. Так, протягом січня-жовтня 2023 року було виявлено 8296 російських фейків у згаданих країнах, що подвоїло показники порівняно з попереднім роком. Фахівці відзначають, що найбільше дезінформації стосовно України було зафіксовано у медіа Польщі (3242 кейси), Угорщини (2242) та Словаччини (2155). Три найпоширеніші наративи виявилися: «Захід контролює Україну та використовує її у своїх цілях» (1584),

«Дії України та Заходу змусили росію розпочати війну» (1347) та «Нацизм в Україні» (1322) [46].

Вважаємо, що для того, аби зменшити кількість фейків та їх потенційний вплив, необхідно поширювати результати досліджень «VoxCheck» за кордоном, зокрема, що стосується ключових наративів, про які створюють фейки. У сучасних європейських ЗМІ спостерігається кілька ключових трендів в поширенні фейків та дезінформації, спрямованої на формування сприйняття подій в Україні та її конфлікті з росією, а саме:

– перший тренд характеризується стійкістю проросійських наративів, збереженням і повторенням фейків, які виникли ще у 2014 році. Скажімо, прем'єр-міністр Словаччини Роберт Фіцо використовує дезінформаційні сценарії, що вже давно спростовані, зокрема, стверджуючи, що війна в Україні розпочалася через дії українських «нацистів» і «фашистів». Проросійські ЗМІ продовжують розглядати Революцію Гідності як державний переворот, а російську агресію – як громадянську війну.

– другий тренд полягає в посиленні розповсюдження дезінформації в умовах проросійського та євроскептичного політичного середовища. Особливо це стосується країн, де частина політиків відкрито або приховано висловлює російські погляди. Така ситуація є найнебезпечнішою в Польщі, Словаччині та Угорщині, де проросійські тези активно просуваються під час парламентських виборів та вищих політичних обговорень.

– третій тренд полягає в тому, що пропагандистські медіа акцентують увагу на вразливих темах, пов'язаних з Україною та російським вторгненням. Проросійські ЗМІ намагаються використовувати проблеми, які є найбільш чутливими для європейської та української аудиторій, такі як корупція в Україні чи ризики втрати підтримки на Заході. Дезінформаційні ресурси вибірково підсилюють та перекручують історії, перевертаючи їх у теорії змови чи інформаційно-психологічні операції, і спрямовують їх проти різних аудиторій. Найчастіше останнім часом можна зауважити наративи, де стверджується, що Україна програє або навіть уже прогнала війну, що російсько-українська війна –

це насправді війна між НАТО і росією. Треба згадати про низку комічних фейків про біолабораторії, випробування західної зброї в Україні тощо.

На основі поданого у підрозділах 2.1. та 2.2. аналізу, ми доходимо висновку, що важливим складником фейків та пропагандистських кампаній за кордоном є вислови проросійських політиків, які стають об'єктом цитування в засобах масової інформації. Це не лише формує певний наратив, але також впливає на сприйняття суспільством подій, що відбуваються в регіоні.

Загалом проросійські політики із різних країн, що мають певний авторитет, часто висловлюють позиції, спрямовані на вирішення конкретних політичних завдань чи розповсюдження російського впливу. Їх цитати у ЗМІ, надають певної легітимності та вагомості висунутим твердженням, що є важливим кроком у створенні масштабних дезінформаційних кампаній.

Тому можемо стверджувати, що цитування висловів проросійських політиків у міжнародних ЗМІ має потужний ефект на формування думки громадськості, викликаючи певні реакції та дискусії. Коли високопосадовці в інших країнах висловлюють проросійські погляди, це може викликати роздратованість та недовіру щодо українського суспільства та подій, що відбуваються у нашій країні.

Фейки про біологічні марну допомогу Україні у війні, про ворожий Захід, про безсумнівну поразку у війні шкодить репутації українських партнерів та самій Україні. При цьому важливо розуміти, що ці вислови не завжди відображають загальні погляди чи стратегії країн, в яких вони висловлюються, але вони часто використовуються для підкріплення російських наративів, спрямованих на досягнення політичних цілей за допомогою медійних засобів та впливових особистостей.

Також треба брати до уваги і специфіку ЗМІ, адже фейки здебільшого поширюють одні і ті ж медіа сумнівної репутації, у той час, як якісні видання перевіряють достовірність інформації. Однак, подекуди фейки потрапляють у широке середовище медійних засобів. Скажімо, 29 жовтня ізраїльський суспільний телеканал «Кан-11» у своєму ефірі продемонстрував наочний

приклад дезінформації, представивши непідтверджене відео щодо надання Україною західної зброї бойовикам ХАМАС.

Серед аргументів на користь фейковості вказаного відео є відсутність достовірних даних про час, місце, обставини та джерело його створення та поширення. Також звукова доріжка з арабськими репліками може бути накладеною на відеоряд. Ще й зброя, представлена в ролику, виявляється використаною, причому узагалі відсутні повідомлення про її використання бойовиками проти Ізраїлю [42].

Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки висловив звернення до генерального директора ізраїльської корпорації телерадіомовлення з закликом до публічного спростування неправдивої інформації, поширеної телеканалом, однак відповіді отримати так і не вдалося.

Отже, поширення російських фейків на ізраїльському телебаченні є неприємним інцидентом, який може вражати на добросесність України в очах ізраїльтян і завдати шкоди відносинам між країнами.

Журналісти повинні аналізувати отриману інформацію, навіть якщо надано відео на підтвердження як у випадку із ізраїльським телеканалом, або якщо в листі вона підписана авторитетною організацією. Ми уже розглядали фейк про ракетні обстріли Києва, який надсилали від імені «Мольфара», що відомий в Україні розслідуваннями військових злочинів. У вказаному випадку, повідомлення вдалося спростувати через аналіз стилю листа – він був написаний із надмірною кількістю канцеляризмів, які використовують подекуди державні установи, однак не новітні приватні. Крім цього, в листі використано логотип не агентства, а однойменного пабу.

Журналістка «Української правди» (вказане медіа користується авторитетністю із часів його заснування Г. Гонгадзе до сьогодні) Вікторія Андрєєва дає прості поради про те, як розпізнати недостовірну інформацію у соціальних мережах чи ЗМІ. Насамперед Андрєєва рекомендує «ввімкнути критичне мислення. Перевірте чи це офіційне джерело або медіа, яке заслуговує

на довіру. Якщо – ні. Отже, це фейк». Однак навіть якщо у матеріалі є згадка про певне відомство, це не дає підстави його довіряти.

Важливо звертати увагу і на те, «чи є маніпуляційні фрази: «достовірна інформація», «мені сказали військові», «ви мене знаєте, я брехати не буду» тощо. Якщо є – також ігноруйте (або блокуйте) фейк та його джерело» [28], – вказує Андрєєва.

Крім цього, треба звертати увагу, на скільки подана інформація відповідає статусу людини, що її вказує і, звісно, на тон написаного або сказаного: «Є технологічна інформація, але її розповідає не фахівець? Є нагнітання, залякування тощо?».

Тобто кожен українець у наш час повинен формувати власну медіаграмотність, яка спрямована на здобуття особою вмінь та навичок користуватися засобами масової інформації, критично оцінювати отриману інформацію. Тобто українці повинні навчитися перевіряти достовірність даних, фактів, що вони читають у ЗМІ або в соціальних мережах. Також необхідно сформувати розуміння, за якими критеріями варто обирати публікації для прочитання або програми для перегляду.

Починаючи із шкільних років необхідно формувати у дітей розуміння, що собою являє система ЗМІ, яким чином вона функціонує тощо.

На сьогодні чимало фахівців працює над виробленням алгоритму перевірки не тільки текстової інформації, а й її візуальних форм. Пропонуємо розглянути науково обґрунтований алгоритм перевірки фотографій, розроблений редакційною командою та журналістами проекту «Стоп Фейк»:

1. Встановлення автора чи першоджерела фотографії. Початковим етапом є визначення автора або первинного джерела зображення. Для цього рекомендується зв'язатися з особою, яка опублікувала або надіслала фото, та перевірити, чи є вони його авторами. Обернений пошук зображень також використовується для виявлення інших версій фотографії.

2. Перевірка особистості розповсюджувача інформації. Варто більше зібрати інформації про особистість, яка розповсюджує фото. Використовуйте

різні ресурси, такі як Pipl.com, для виявлення «інтернет-слідів» користувача та збільшення обсягу даних, що підтримує його ідентифікацію.

3. Аналіз деталей та контексту. Треба звертати увагу на різноманітні деталі, таких як номери автомобілів, погодні умови, ландшафт, стиль одягу, рекламні оголошення, будинки та магазини на фотографії. Ці аспекти можуть служити доказами або спростованням подій, відображених на зображенні. Зокрема, для додаткового аналізу погоди та інших контекстуальних аспектів можна використовувати програми, як Wolfram Alpha [25].

Ураховуючи, що технологічні інструменти та критичне мислення є важливими елементами, ефективна перевірка достовірності візуальної інформації вимагає інтегрованого підходу для успішного виявлення можливих фейків та дезінформації в різноманітних джерелах. Фотозображення можна перевірити, використавши чимало доступних пересічному журналісту та й читачу методів.

Необхідно здійснювати і перевірку достовірності відеоматеріалів, адже відео, які можна побачити у новинах, користується високим рівнем довіри в суспільстві. Вкажемо покроковий алгоритм.

На першому етапі важливо ретельно аналізувати джерело, дату та місце події, щоб забезпечити повноту та точність інформації. Зокрема, перевірка мініатюри відео та пошук інших версій можуть виявити додаткові контекстуальні дані.

Другий етап спрямований на визначення першоджерела, оскільки це може суттєво вплинути на достовірність інформації. Якщо відео не є першоджерелом, рекомендується провести додаткові дослідження.

Аналіз акаунту, на якому розміщено відео, є третім етапом. Інформація про інші ролики та їх тематична відповідність, а також наявність посилань на інші соціальні мережі, можуть служити ключовими факторами верифікації.

Четвертий етап полягає в використанні перехресної перевірки розташування за допомогою карт Google та режиму перегляду вулиць. Це дозволяє перевірити місце, де було знято відео, порівнявши його з іншими

джерелами та новинами. Крім цього, варто користуватися актуальними додатками та сервісами для перевірки відео.

Завершальний етап включає аналіз унікальності відео та порівняння його з іншими матеріалами щодо однієї події. Адже якщо йдеться про заяви якихось політиків чи виступи відомих осіб, то таких відео має бути вдосталь і на інших ресурсах. Якщо відео одне, то це може бути підробка.

Отже, у сучасному інформаційному середовищі, де масове поширення фотографій та відео стало невід'ємною частиною комунікації, проблема достовірності цих матеріалів стає важливим аспектом для журналістів та інших фахівців. Тому з метою ефективного виявлення можливих маніпуляцій та перевірки достовірності медіа-контенту розроблено ряд інструментів та програм. Одним із таких інструментів є InVID, розширення для веб-браузерів, яке не лише допомагає визначати автентичність відео та фотографій, але і забезпечує можливість пошуку їхніх джерел та аналізу контексту.

Для відеоконтенту Amnesty International пропонує інструмент YouTube DataViewer, який дозволяє перевіряти відео на YouTube та зберігає важливі метадані для подальшого аналізу. Окрім того, FotoForensics та Forensically використовують аналіз метаданих та цифрового сліду для виявлення можливих змін у фотографіях [47].

Отже, насамперед важливо перевірити джерело надходження інформації, проаналізувати контент акаунту, з якого поширене відео. Геолокаційні дані та аналіз відеодоріжки дозволяють перевірити місце та автентичність події. Запитання, чи існують інші, незалежні джерела, що підтверджують інформацію, є важливим етапом перевірки і так далі.

Висновки до розділу 3

Поширення фейків у європейських ЗМІ щодо російсько-української війни є серйозною проблемою, яка може завдати шкоди репутації України та викликати негативні наслідки для сприйняття ситуації в міжнародному масштабі. Було наведено низку фейків зі ЗМІ Польщі, Чехії, Словаччини, Італії та окремо проаналізовано фейк-ньюз Німеччини.

У німецьких ЗМІ та пропагандистських наративах стосовно російсько-українського конфлікту можна виділити кілька ключових тем. По-перше, існує наратив про те, що Україну використовують західні партнери, що веде до дезінформації та негативного ставлення до дій України. По-друге, на публічність намагаються впливати через наративи, що Росія виграє війну або що перемога України неможлива – це також може негативно впливати на міжнародну підтримку щодо українського суспільства. По-третє, використання теми нацизму та бандерівців, зокрема інсинуації про присутність нацистів у військових підрозділах ЗСУ, спрямоване на дискредитацію та засудження України на міжнародному рівні. Ці наративи створюють комплексний образ конфлікту, маючи потенційний вплив на світову думку та реакцію громадськості.

Поширення фейків у європейських ЗМІ стосовно російсько-української війни є серйозною проблемою, яка вимагає уваги та негайної реакції. Журналісти та медіа-платформи повинні вживати найвищих стандартів перевірки фактів та вірогідних джерел, а також активно залучати інструменти фактчекінгу. Важливо розвивати обізнаність серед глядачів і читачів щодо феномену дезінформації та вчасно надавати правдиву інформацію.

ВИСНОВКИ

У ході виконання першого завдання роботи, варто узагальнити, що фейки є ключовим елементом інформаційної війни, використовуваної для впливу на масову свідомість населення та досягнення конкретних цілей. Вони можуть використовуватися паралельно з політичними, економічними, військовими та культурними конфліктами для зміни сприйняття подій та створення сприятливого середовища для реалізації інтересів. Зокрема для України фейки стали ефективним інструментом дестабілізації, поширення дезінформації та психологічного тиску з боку росії.

У понятті «фейк» вбудована концепція неправдивої інформації, яка може бути вигаданою, спотвореною або створеною з метою маніпуляції оточуючими або досягнення конкретних цілей. Фейки представляють собою широкий спектр різновидів, включаючи відкрите дезінформування, маніпуляцію, пропаганду, плітки, меми, «вірусний» контент, пранкінг, новинну сатиру, генератори новин, синтезований медіаконтент та інші.

Метою створення фейків може бути розповсюдження паніки, створення неправдивих загроз, розділення суспільства, зниження довіри до джерел інформації, реклама, підміна реальних подій, навіть отримання прибутку. Крім цього, російські медіа тривалий час працювали над тим, аби сформувані в українцях ворогів для рф. Тому більшість громадян росії вірять, що в Україні розробляють біологічну зброю НАТО, що на їх збиралися напасти та інші міфи. Ще, українську владу зображали як жменю націоналістів, президента В. Зеленського роками ідентифікували, як клоуна (навішування ярликів) тощо. Значна частина пропаганди була адресована і українцям, які мали повірити у прекрасний «руський мір», у те, що рф виступає визволителем, що росіяни і українці братні народи або узагалі єдине ціле. Зрештою, інформація, яка поширюється в ЗМІ, може впливати на громадську думку і викликати

різноманітні наслідки, включаючи маніпуляції та порушення інформаційної безпеки. Тому, з одного боку, медіапрацівникам потрібно дотримуватися етичних стандартів та принципів, які гарантують об'єктивність та достовірність інформації, що поширюється в ЗМІ.

Нами було проаналізовано роботу журналістів видання «Детектор медіа» та «По той бік новин» у контексті боротьби із фейками. Журналісти «Детектор медіа» ставлять перед собою, зокрема, важливу мету виявлення та розкриття дезінформації, яка може призвести до негативних наслідків для суспільства. Основний акцент робиться на тому, що фейки та маніпуляції інформацією можуть використовуватися для впливу на громадську думку, формування спотворених уявлень та навіть для створення напружених ситуацій. Важливим аспектом їхньої діяльності є не лише виявлення фейків, але й пояснення громадськості причин того, чому ці інформаційні матеріали є недостовірними. Журналісти забезпечують публіку достовірною інформацією, що базується на перевірених фактах та аргументації, допомагаючи формувати об'єктивне бачення подій. Їхні зусилля спрямовані на висвітлення правдивої картини подій та уникнення впливу неперевіреної чи спотвореної інформації на громадську свідомість.

Натомість ресурс «По той бік новин» є медіа-платформою, яка зосереджена на виявленні та боротьбі з дезінформацією та фейками в українських ЗМІ. Зокрема, на сайті присутні рубрики «Фейки», «Маніпуляція» та «Правда». Рубрика «Фейки» включає матеріали, що стосуються найбільш відомих фейків, які були виявлені в українських ЗМІ, та їхнього спростування. Рубрика «Маніпуляція» містить матеріали, які стосуються маніпулятивних прийомів та технік, які використовуються в українських ЗМІ, їхнього розкриття та аналізу. Крім цього, ініціатива реалізує низку спецпроектів. Наприклад, в межах «По той бік новин Kids» навчає дітей правилам безпечного поводження з інформацією в інтернеті, побуті, соцмережах, популяризує серед них медіаграмотність та формує стійкість до дезінформації. Для порівняння, проєкт «По той бік гендеру» бореться з упередженнями та стереотипами про жінок у

війську, а також убезпечує вимушених переселенців від шахрайських схем в Україні та за кордоном.

У третьому розділі ми проаналізували фейки у ЗМІ європейських країнах, а саме у Німеччині, Італії, Чехії, Словаччині, Польщі та Угорщині, та вивчили часті дезінформаційні наративи про російсько-української війни. Здебільшого виявлені випадки фейків та маніпуляцій виявляють співзвучність із основними наративами російських дезінформаційних кампаній. Деякі джерела продовжують повторювати вигадані історії, зокрема, ті, що були створені ще в 2014 році. Наприклад, історії про події під час Революції Гідності в Україні та російську агресію. Але проросійські журналісти чи політики також використовують нові події чи конфлікти, такі як війна між Ізраїлем та ХАМАС, для актуалізації старих наративів та розповсюдження дезінформації про Україну та ЗСУ. Ми також зауважили, що дезінформація активно поширюється завдяки політикам (чи колишній військовим, журналістам), що просувають російські наративи та роблять постійні заяви щодо подій в Україні. Такі «політики» висловлюють заклики до зменшення підтримки України, створюють дискримінаційні заяви щодо українських біженців та навіть пишуть відверті нісенітниці про біолабораторії.

Аналізуючи ряд публікацій німецький ЗМІ за травень–жовтень 2023 року, можемо виділити кілька основних прокремлівських наративів, що систематично прогресують у зазначених ЗМІ. По-перше, одним із домінуючих наративів є спроба представлення росії у ролі потерпілої сторони, яка намагалася уникнути військового конфлікту та запропонувала дипломатичні шляхи розв'язання проблем. Зазначається, що Захід, зокрема Сполучені Штати та їхні союзники, ігнорували ці пропозиції, що призвело до насильницького ескалації конфлікту. Другим наративом є твердження про таємні операції, які, за твердженням авторів, проводяться американськими та британськими розвідувальними службами – це ті ж біолабараторії, випробування західної зброї тощо. Третій фейковий наратив, що визначений у деяких ЗМІ, стверджує, звучить так: «росія вже здобула перемогу в війні або безумовно її здобуде». Ця теза

супроводжується думкою, що військові операції Заходу є безуспішними, а росія, навпаки, є сильною стороною в конфлікті. Також часто зазначається, що американські та британські зусилля, включаючи військові дії та дезінформацію, є невдалими, і вони намагаються приховати факт завершення війни від громадськості. Такий наратив виглядає як спроба дестабілізувати довіру до заходу та підірвати його єдність у допомозі Україні. Четвертий виявлений фейковий наратив у німецькій ЗМІ стосується теми нацизму та бандерівців у контексті конфлікту. Деякі пропагандистські засоби інсинуують, що в українській армії, зокрема в підрозділі «Азов», служать нацисти та фашисти. Це призводить до негативного уявлення про дії України в конфлікті та ще раз підіймає історичні конфлікти.

Задля протидії фейкам про російсько-українську війну в іноземних ЗМІ треба більше розповідати про ініціативи на кшталт «VoxCheck» та результати їх моніторингів. Також медіа мають бути більш ретельніше під час оприлюднення резонансних відео та фото, отриманих від невідомих джерел чи узятих із соціальних мереж – це б дозволило ізраїльському каналу наприкінці жовтня 2023 року не оприлюднити фейк про допомогу України ХАМАСу. З допомогою методів фактчекінгу фахівці вдаються до перевірки повідомлень, які потрапляють в український інформаційний простір: беруть коментарі у вповноважених осіб, перевіряють цифри та твердження повідомлень із першоджерелами, аналізують різноманітні документи, перевіряють на достовірність фото та відео.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Васьківська О. Є. Особливості інформаційних каналів соціальних мереж під час російсько-української війни. *Актуальні проблеми науки, освіти та суспільства в сучасних умовах*: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції. Полтава: ЦФЕНД, 2022. Ч. 2. С. 72-73.
2. Вільчинська І. Ю. Неправдива інформація як засіб маніпулятивної взаємодії. Інформаційна освіта та професійно-комунікативні технології XXI століття : матер. XII Міжнар. наук.-практ. конф. Одеса, 2021. С. 105-108.
3. Вовк В. М. Фейки як загроза національній безпеці в умовах гібридної війни. *Філософські та методологічні проблеми права*. 2022. № 2. С. 80-85.
4. Дементьєва Л. Вплив фейкових новин та дезінформації в аудіовізуальних медіа. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія : Аудіовізуальне мистецтво і виробництво*. 2023. Т. 6, № 1. С. 8-19.
5. Демчук Р. Фейки сексуального наративу в інформаційній війні. *Наукові записки НаУКМА. Історія і теорія культури*. 2022. Т. 5. С. 81-86.
6. Доскіч Л. С. Фейкові новини як новітній засіб маніпуляції та дезінформації. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2022. № 4. С. 72-77.
7. Дяк Т., Грицюк Ю., Горват П. Проблема виявлення фейкових новин на веб-сайтах мережі Інтернет. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2022. Т. 32, № 6. С. 78-94.
8. Жаровська І. Інформаційна війна як сучасне глобалізаційне явище. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія : Юридичні науки. 2020. Т. 7, № 2. С. 56-61.

9. Іваницька Б. Вплив та значення фейків у світовій історії. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія : Журналістські науки. 2020. Вип. 4. С. 143-147.
10. Кияшко Ю. Фактчекінг як інструмент протидії маніпулятивному впливу електронних ЗМІ. *Вісник Львівського університету*. Серія : Журналістика. 2019. Вип. 45. С. 28-35.
11. Кіца М. О. Фейкова інформація в українських соціальних медіа: поняття, види, вплив на аудиторію. *Наукові записки Української академії друкарства*. 2016. № 1. С. 281–287.
12. Корольова Н. Репрезентація комічного у гумористичних фейкових новинах. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2022. Вип. 49(1). С. 93-97.
13. Кудрявцева К. О. Фейк як компонент комунікації у сучасному соціальному просторі. *Габітус*. 2022. Вип. 43. С. 27-33.
14. Кучерова О. О. Ментальні моделі автора в новинному інтернет-дискурсі: фейки про коронавірус. *Мовні і концептуальні картини світу*. 2021. Вип. 3. С. 43-58.
15. Малярєнко В. І. Кращі практики зарубіжного досвіду боротьби з фейками та дезінформацією. *Інформація і право*. 2021. № 3. С. 21-27.
16. Миколаєнко А. Ю. Фейкова журналістика в Україні як елемент сучасної шоу-цивілізації. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. Серія : Соціальні комунікації. 2018. Вип. 14. С. 4-8.
17. Подобний О. Діпфейк в контексті декларації про майбутнє інтернету. *Юридичний науковий електронний журнал*. 2022. №5. С. 194-197.
18. Прокоф'єв Д.М. Інформаційна війна та інформаційна злочинність. *Вісник Запорізького юридичного інституту*. 2000. №1, 288-307.
19. Ратушна Т. О. Фейки як маніпулятивна технологія формування громадської думки. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2021. Вип. 29. С. 71-76.

20. Рибачок С. М. Лексичні засоби впливу мовної одиниці «фейк». *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія : Філологія.* 2020. Вип. 9. С. 121-124.

21. Савченко С. В. Інформаційна війна Росії проти України: особливості інформаційного впливу на українську молодь та шляхи супротиву. *Education and pedagogical sciences.* 2018. № 2. С. 5-17.

22. Садоха О. Сучасні освітні реалії крізь призму просвітницького катастрофізму: за фактчекінгом. *Вісник Львівського університету. Серія філософсько-політологічні студії.* 2021. Вип. 35. С. 121-128.

23. Смірнов С. Медіастандарти та фактчекінг в контексті психологічних бар'єрів, глибинних переконань та традицій. *Вісник Львівського університету. Серія : Журналістика.* 2023. Вип. 52-53. С. 122-135.

24. Трансформація сфери медіаграмотності в умовах повномасштабної війни в Україні: аналітичний звіт. / ГО «Український інститут медіа та комунікації». Лютий-червень 2022. 23 с.

25. Троянський О. А. Інформаційна безпека в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку. *Науковий вісник Львівської академії. Серія : Економіка, менеджмент та право.* 2021. Вип. 5. С. 185-194.

26. Феценко І. В. Інформаційна війна як органічна складова сучасного збройно-політичного конфлікту. *Філософія та політологія в контексті сучасної культури.* 2021. Т. 13, № 1. С. 96-103.

27. Шевченко В. Фактчекінг і верифікація у журналістській роботі/ *Образ.* 2018. Вип. 1. С. 140-153.

Електронні ресурси

28. Андреева В. Як зрозуміти, що вам надіслали фейкове повідомлення. Українська правда. 22.03.2022. URL: <https://life.pravda.com.ua/society/2022/03/2/247635/> (дата звернення: 15.10.2023).

29. Братущак О.М., Романюк О.О. Ядерний удар і магія. Фейки та маніпуляції процвітають в українських медіа. Інститут масової інформації. 01 жовтня 2020 р. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/yadernyj-udar-ta-magiya-fejky->

ta-manipulyatsiyiprotsvitayut-v-ukrayinskyh-media-i35399 (дата звернення: 06.08.2023).

30. Виправдання дій росії, неефективність санкцій та дискредитація української влади: які пропагандистські наративи та фейки поширює рф у європейських країнах. Медіацентр. 6.11.2023. URL: <https://mediacenter.org.ua/uk/vipravdannya-dij-rosiyi-neeftivnist-sanktsij-ta-diskreditatsiya-ukrayinskoyi-vladi-yaki-propagandistski-narativi-ta-fejki-poshiryuyef-u-yevropejskih-krayinah/> (дата звернення: 15.10.2023).

31. Голішевська А. Перевірка фактів як буденний журналістський ритуал. Медіакритика. 2016. 18 жовтня. URL: <http://www.mediakrytyka.info/ohlydy-analyyka/perevirka-faktiv-yak-budennyu-zhurnalistskyu-rytual.html> (дата звернення 10.10.2023).

32. Громадська організація «Детектор медіа» — це впливовий аналітичний центр та медійна платформа. MediaSapiens. 4.06.2018. URL: http://ms.detektor.media/go_detector_media/ (дата звернення 12.10.2023).

33. Детектор медіа заблокували в росії. Детектор медіа. 3.01.2022. URL: <https://detector.media/infospace/article/195296/2022-01-03-detektor-media-zablokuvaly-v-rosii/> (дата звернення 20.09.2023).

34. Закон України «Про Службу безпеки України». 1992. URL <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2229-12#Text> (дата звернення 25.04.2023).

35. Команда ГО «Телекритика» запускає інтернет-видання «Детектор медіа». Sostav.ua. 2.12.2015. <https://sostav.ua/publication/komanda-go-telekritika-zapuskae-internet-vidannya-detektor-media-69375.html> (дата звернення: 15.10.2023).

36. Коц А. Бои на харьковском направлении: На Изюм наступала не Украина, а сборная НАТО. КП. 2022. 12.09.22. URL: <https://www.kp.ru/daily/27443/4646657/> (дата звернення: 15.10.2022).

37. Лигачова зі своєю командою запустила інтернет-видання «Детектор медіа». ІМІ. 2016. URL: <http://imi.org.ua/news/ligachova-zi-svoeju-komandoyu-zapustila-internet-vidannya-detektor-media/> (дата звернення: 15.10.2023).

38. Маніпуляція: Анна Бербок заявила, що її не турбує, що думають німецькі виборці, вона ставить Україну на перше місце. Voxukraine. 30.06.2023. URL: <https://voxukraine.org/manipulyatsiya-anna-berbok-zayavyla-shho-yiyi-neturbuye-shho-dumayut-nimetski-vybortsi-vona-stavyt-ukrayinu-na-pershe-mistse> (дата звернення: 15.10.2023).

39. Методика роботи «По той бік новин». URL: <https://behindthenews.ua/data/Methodology%20of%20work%20%22On%20the%20other%20side%20of%20the%20news%22.pdf> (дата звернення: 11.09.2023).

40. Мороз О. Від «хорошого» до «корисного» один Крим. Як опозиційні росіяни підігрують пропаганді РФ. Дослідження. Детектор медіа. 10.11.2022. URL: <https://detector.media/infospace/article/204755/2022-11-10-vid-khoroshogo-do-korysnogo-odyn-krym-yak-opozytsiyni-rosiyany-pidigruyut-propagandi-rf-doslidzhennya/> (дата звернення 21.08.2023).

41. Нет хлеба, зато полно военных зрелищ: США загнали Украину в ловушку. Україна.Ру. 11.05.2022. URL: <https://ukraina.ru/20220511/1033943224.html> (дата звернення: 15.08.2023).

42. Павлишин І. Ізраїльський телеканал оприлюднив фейк про українську зброю в бойовиків ХАМАСу. Trueua. 30.10.2023. URL: <https://trueua.info/news/izrailskij-telekanal-oprilyudniv-fejk-pro-ukrainsku-zbroyu-v-bojovikiv-hamasu> (дата звернення: 11.09.2023).

43. По той бік новин : фактчекінговий ресурс. URL: <https://behindthenews.ua/> (дата звернення: 11.09.2023).

44. По той бік новин запустили новий сайт. Детектор медіа. 12.07.2022. URL: <https://detector.media/infospace/article/200911/2022-07-12-po-toy-bik-novyn-zapustyly-novu-sayt/> (дата звернення 25.08.2023).

45. Почепцов Г. Фейків багато, теорій фейків ще більше. URL : https://ms.detector.media/trends/1411978127/feikov_mnogo_teoriy_feikov_esche_bolshe/ (дата звернення: 26.08.2023).

46. Сталі наративи, мінливі фейки: дослідження VoxCheck про російську брехню в Європі. Суспільне. 4.11.2023. URL: <https://suspilne.media/616237-stali-brekhnyu-v-evropi>

narativi-minlivi-fejki-doslidzenna-voxccheck-pro-rosijsku-brehnu-v-evropi/ (дата звернення: 30.09.2023).

47. Фактчекінг. Азов.прес. 2016. 23 жовтня URL: <http://azov.press/ukr/faktcheking> (дата звернення: 14.09.2029).

48. Фейк та ІПСО про ракетні обстріли Києва. Мольфар. 2022. URL: https://www.molfar.global/blog/fake-ipso-molfar?fbclid=IwAR3ISHJ_ (дата звернення: 15.10.2023).

49. Фейк: Киев отправляет на войну детей — видео. Stopfake.org. 7.03.2023. URL: <https://www.stopfake.org/ru/fejk-kiev-otpravlyayet-na-voynu-detej-video/> (дата звернення: 8.09.2023).

50. Чеховська Є. Propaganda diary: огляд російської дезінформації в європейських медіа у вересні 2023 року. Voxukraine. 11.10.2023. URL: <https://voxukraine.org/propaganda-diary-oglyad-rosijskoyi-dezinformatsiyi-v-evropejskyh-media-u-veresni-2023-roku> (дата звернення: 11.09.2023).

51. Amerykański kapitalizm i dlaczego nadmiar „cudownej broni» dla Ukrainy niczego nie zmieni. memron.neon24. 19 sierpnia 2023. URL: <https://memron.neon24.org/post/173140,amerykanski-kapitalizm-i-dlaczego-nadmiar-cudownej-broni-dla-ukrainy-niczego-nie-zmieni>, (дата звернення: 11.09.2023).

52. Berger D. Slava Ukraini: Gruß der Nazi-Kollaborateure und Judenmörder. Philosophia Perennis. 3 juni 2023. URL: <https://philosophia-perennis.com/2023/06/03/slava-ukraini-gruss-der-nazi-kollaborateure-und-judenmoerder/> (дата звернення: 11.11.2023).

53. Der ehemalige slowakische Premierminister Fitzo hat den westlichen Medien vorgeworfen, ukrainische Nazis zu verherrlichen. News front. 3.09.2023. URL: <https://de.news-front.su/2023/09/03/der-ehemalige-slowakische-premierminister-fitzo-hat-den-westlichen-medien-vorgeworfen-ukrainische-nazis-zu-verherrlichen/> (дата звернення: 11.11.2023).

54. Der Westen erkennt den Verlust der Ukraine und versucht, sie in eine verbrannte Erde zu verwandeln — Myśl Polska. News front 5.10.2023. URL:

<https://de.news-front.su/2023/10/05/der-westen-erkennt-den-verlust-der-ukraine-und-versucht-sie-in-eine-verbrannte-erde-zu-verwandeln-mysl-polska/> (дата звернення: 11.11.2023).

55. Epidemia w Polsce. Władze ukrywają sprawców i skalę tragedii. Dziennik. 6.10.2023. URL: <https://dziennik-polityczny.com/2023/09/06/epidemia-w-polsce-wladze-ukrywaja-sprawcow-i-skale-tragedii/> (дата звернення: 11.11.2023).

56. Hanna Kramer: Czterej jeźdźcy Apokalipsy. Czyli co będzie w Polsce po przyjęciu Ukrainy. NDP NEON. 24. 16 sierpnia 2023. URL: <https://ndp.neon24.org/post/173111,hanna-kramer-czterej-jezdzy-apokalipsy-czyli-co-bedzie-w-polsce-po-przyjeciu-ukrainy> (дата звернення: 11.11.2023).

57. Il Colonnello mcgregor ha riportato il caos alla casa bianca a causa dei fallimenti dell'afu. Contro Informazione. 3.08.2023. URL: <https://www.controinformazione.info/il-colonnello-mcgregor-ha-riportato-il-caos-alla-casa-bianca-a-causa-dei-fallimenti-dellafu/> (дата звернення: 11.11.2023).

58. Ist der Westen Schachmatt? Ritter hält russischen Sieg für «unausweichlich». RTDE. 27.09.2023. URL: <https://rtde.xyz/kurzclips/video/181976-ist-westen-schachmatt-ritter-haelt/> (дата звернення: 11.11.2023).

59. Mahmud Bahar & Sharmin, Afsana. Deep Insights of Deepfake Technology: A Review. 2021. URL: https://www.academia.edu/76656464/Deep_Insights_of_Deepfake_Technology_A_Review (дата звернення: 11.11.2023).

60. Mihale Ivan Zomrú státisice ľudí. Zelenskému povedali pravdu o manévri Ozbroyených síl Ukrajiny. HLavnydennik .1.08.2023. URL: <https://www.hlavnydennik.sk/2023/08/01/zomru-statisice-ludi-zelenskemu-povedali-pravdu-o-manevri-ozbrojenych-sil-ukrajiny> (дата звернення: 11.11.2023).

61. Molina M. D., Sundar S. S., Le T., Lee D. «Fake News» Is Not Simply False Information: A Concept Explication and Taxonomy of Online Content. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0002764219878224> (дата звернення: 12.08.2023).

62. Newman N. Journalism, Media and Technology Trends and Predictions 2017. – URL : <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/publication/>

journalism+media+and+technology+trends+and+predictions+2017 (дата звернення: 11.11.2023).

63. Ricci Patrizio Odessa nel periodo zarista: russi, moldavi e altre minoranze, tra cui gli ucraini. VIETATO PARLARE. 5 Settembre 2023. <https://www.vietatoparlare.it/odessa-nel-periodo-zarista-russi-moldavi-e-altre-minoranze-tra-cui-gli-ucraini/> (дата звернення: 11.11.2023).

64. Robert Kennedy Jr.: «Wir haben Biolabore in der Ukraine, weil wir Biowaffen entwickeln». RTDE. 16.08.2023. URL: <https://rtde.xyz/international/178002-robert-kennedy-jr-wir-haben/> (дата звернення: 11.11.2023).

65. Scott Ritter: Krym je navždy stratený, na rade sú Charkov a Odesa. HLavnydennik.12.08.2023. URL: <https://www.hlavnydennik.sk/2023/08/01/zomru-statisice-ludi-zelenskemu-povedali-pravdu-o-manevri-ozbrojenych-sil-ukrajiny> (дата звернення: 11.11.2023).

66. Scott Ritter: Los Ukrainy jest już przesądzony. Bumerangmedia 7 września 2023. URL: <https://www.bumerangmedia.com/2023/09/scott-ritter-los-ukrainy-jest-juz.html> (дата звернення: 11.11.2023).

67. Seymour Hersh: Die «Kriegsanstrengungen» der USA in der Ukraine sind «eine Lüge»: „Der Krieg ist vorbei – Russland hat gewonnen». uncutnews. 28.09.2023. URL: <https://uncutnews.ch/seymour-hersh-die-kriegsanstrengungen-der-usa-in-der-ukraine-sind-eine-luege-der-krieg-ist-vorbei-russland-hat-gewonnen/> (дата звернення: 11.11.2023).

68. The Spectator: Zelenskij má veľké problémy. Je ďalší v poradí na odpis. Politico: Ukrajina stráca podporu európskych politikov. CZ24.news. 26. září 2023. URL: <https://cz24.news/the-spectator-zelenskij-ma-velke-problemy-je-dalsi-v-poradi-na-odpis-politico-ukrajina-straca-podporu-europskych-politikov/> (дата звернення: 11.11.2023).

69. Ucraina. E' ora di parlare di Pace. Il Contributo dell'organizzazione Inter-Religiosa Peace in Ukraine Coalition (Fulvio Beltrami). Farodi Roma. 13.09.2023. URL: <https://www.farodiroma.it/ucraina-e-ora-di-parlare-di-pace-il-contributo->

dell'organizzazione-inter-religiosa-peace-in-ukraine-coalition-fulvio-beltrami/ (дата звернення: 11.11.2023).

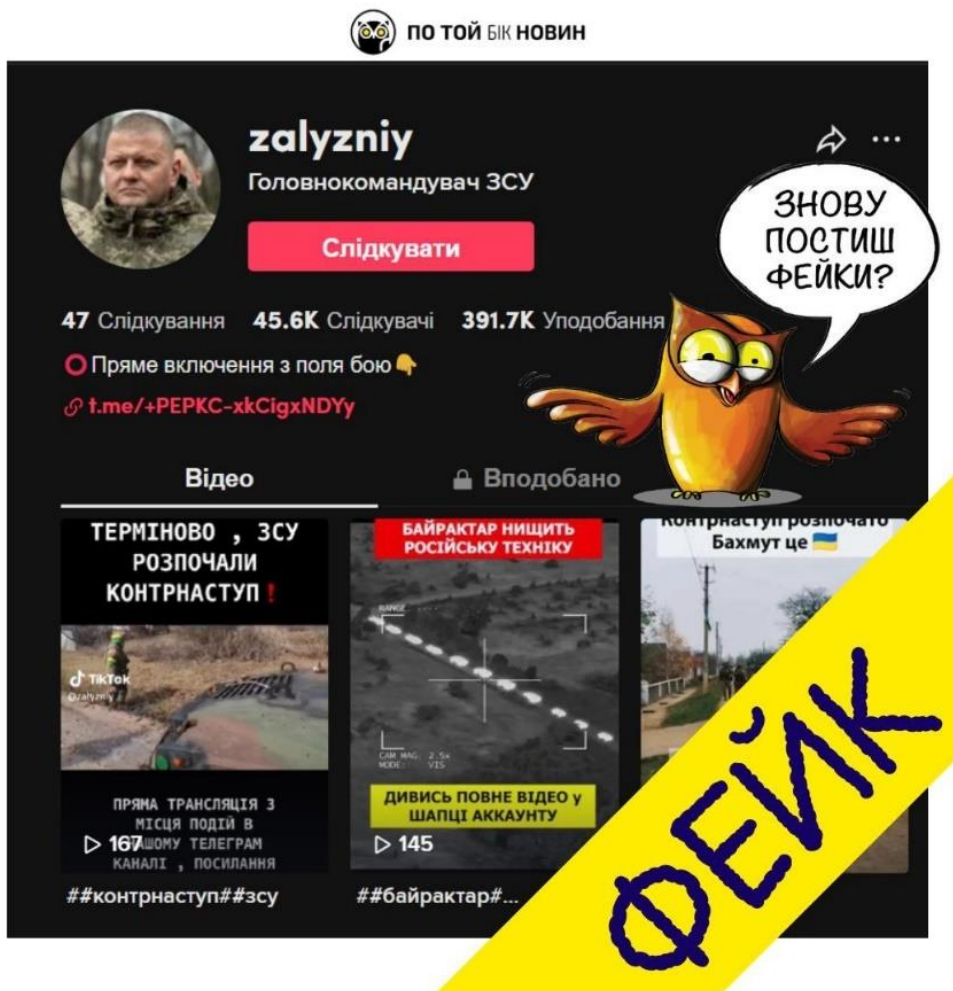
70. Unter der Führung der USA ertränkt die NATO die Ukraine in einem Blutbad. Strategic Culture Foundation на antikrieg.com. 3.08.2023. URL: https://www.antikrieg.com/aktuell/2023_08_05_unterderfuehrung.htm (дата звернення: 11.11.2023).

71. Zachodnie czołgi nie nadają się do walki na stepach Ukrainy. 7 sierpnia 2023. URL: <https://c-z06.neon24.org/post/173006,zachodnie-czolgi-nie-nadaja-sie-do-walki-na-stepach-ukrainy> (дата звернення: 11.11.2023).

ДОДАТКИ

Додаток А

Приклади інфографіки ресурсу «По той бік новин»



Додаток Б

Приклади аналізу фейків ресурсу «По той бік новин»

Про нас Цілі Методи роботи Благодійність Партнери Контакти Навчання

Фейки Маніпуляції Правда Спецпроекти Клуб фактчекерів

Головна / Фейки

Фейки

Здоров'я Політика Побутові Інше

ОСТАННЯ НОВИНА

Політика | **ФЕЙК**

У мережі діляться віршем, нібито написаним Шевченком

Сьогодні розкриваємо фейк про "вірш", який нібито належить Шевченку. Рядки супроводжуються критикою української влади, ...

3 листопада 2023

Побутові | **ФЕЙК**

Фейк про набір співробітників до Rozetka через телеграм

Попереджаємо про шахрайську схему в телеграмі, що використовує ім'я відомого онлайн-маркетплейсу Rozetka та розповідаємо, чому це брехня.

2 листопада 2023

Побутові | **ФЕЙК**

Фейки у мережі: Нафтогаз розпочинає повернення коштів за транспортування та розподіл газу

На фейсбук сторінці «Центр Новин» шириться дезінформація, що нібито вже до кінця листопада людям треба подати заяву, аб...

26 жовтня 2023

Політика | **ФЕЙК**

Фейк про тотальне вручення повісток

Розвінчуємо чергове російське ІПСО, покликане зловати мобілізацію

ТІГІ

фейк росія пропаганда війна фемінітиви

ДОСТОВІРНІ ДЖЕРСЛА

[Фактчекерський проект Reuters](#)

[Фактчекерський проект AFP](#)

[Ресурс для перевірки інформації в інтернеті Snopes](#)

[Перевірка політичних заяв Politico](#)

[Фактчекерський проект The Washington Post](#)

[Фактчекерський проект Reporterslab](#)

Будь в курсі свіжих новин

[Підписатися](#)

Додаток В
Приклади фейків німецький ЗМІ



Werden die USA Russland in der Ukraine bis zum letzten NATO-Soldaten bekämpfen?

@ uncut-news.ch | 📅 Oktober 3, 2023 |
👉 Krieg/Kriegsverbrechen/Militär/Armee/Rüstung

📧 Nichts verpassen
Newsletter kostenlos abonnieren

Robert Bridge

Ein ausgewachsener Krieg zwischen der NATO und Russland würde in einer nuklearen Wüste enden, und auch das ferne Amerika bliebe wie im letzten Weltkrieg nicht verschont.