

МАНІПУЛЯЦІЯ ТА ПОШИРЕННЯ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Станкевич Р. О.

студентка II курсу магістратури

*Навчально-наукового інституту філософії та освітньої політики
Українського державного університету імені Михайла Драгоманова
м. Київ, Україна*

Поява соціальних мереж як потужного інформаційного інструменту значно трансформувала глобальну комунікацію, усунувши фізичні бар'єри та об'єднавши світ в єдиний інформаційний простір. Процеси створення, розповсюдження та отримання інформації стали значно менш складними порівняно з минулим. Це призвело до того, що соціальні мережі стали одними з найпопулярніших платформ для поширення інформації, викликаючи значну зацікавленість і увагу науковців у нещодавні роки.

«Дезінформація» позначає неточну інформацію, яка, на відміну від дезінформації, не завжди має на меті обман. «Фейкові новини» є неправдивою інформацією, представленою у вигляді новинного контенту, що не обов'язково є дезінформацією, але часто поєднується з нею[3].

Зростання популярності та використання соціальних мереж за останні кілька років перетворило їх на домінуючу форму комунікації у XXI столітті. Проте, разом із технологічним прогресом і зручностями, соціальні медіа також викликають недовіру та занепокоєння. Надмірна кількість інформації в цих мережах є однією з головних причин інформаційного хаосу. Значна частина інформації в соціальних мережах може бути сумнівною або створеною з метою дезінформації. Фейкові новини, дезінформація, підроблені відео та чутки стали звичним явищем. За даними опитування, проведеного Statista, близько 52% користувачів щодня стикаються з фейковими новинами [1].

Швидке поширення дезінформації підриває здатність людей до обгрунтованого прийняття рішень, ускладнюючи цей процес. Чутки як форма соціальної комунікації залишаються невід'ємною частиною суспільного життя, що впливає на сприйняття інформації в соціальних мережах.

Для того, щоб певна інформація з'явилася в мережі, достатньо, наприклад, опублікувати її в соціальних мережах або на особистому

блосі, використовуючи відповідні хештеги для охоплення цільової аудиторії. Такий процес доступний кожному, що сприяє поширенню величезної кількості інформації, часто недостовірної. Все частіше поширення неправдивої інформації має навмисний характер.

Термін «фейк» зазвичай визначається як різновид дезінформації, коли неправдива інформація свідомо подається як факти. Фейковий контент можна розглядати як спотворення фактів для створення бажаного емоційного ефекту. Однак, усе частіше фейк набуває ознак дезінформації, що вводить людей в оману з певною метою.

Для ефективної протидії дезінформації та фейкам науковці виділяють два ключові інструменти: фактчекінг та медіаосвіту. В Україні одним із провідних експертів у сфері перевірки фактів є науковець О. Гороховський, автор практичного посібника «Фактчек як тренд розслідувань: можливості та перспективи». У своїй праці він розглядає основні концепції фактчекінгу та аналізує досвід європейських країн у цій галузі. Гороховський також визначає характерні ознаки неправдивої інформації, досліджує ресурси для уточнення понять «фактчекінг» і «верифікація», та виділяє ключові індикатори, що вказують на необхідність перевірки отриманих даних [2].

Одним із прикладів дезінформації є поширена практика, коли користувачі соціальних мереж беруть кадри з популярних мультсеріалів, таких як «Сімпсони», і модифікують їх за допомогою фотошопу або інших графічних редакторів, створюючи неправдивий контент. Ці змінені зображення часто видаються за справжні передбачення або пророцтва подій особлива активність цих дій почалася під час повномасштабного вторгнення Росії в Україну, що нібито відбулися в реальному світі. Такий маніпулятивний контент швидко поширюється серед користувачів, підкріплюючи хибні уявлення та вводячи в оману широку аудиторію. Цей феномен ілюструє, як дезінформація може використовувати популярні культурні елементи для підсилення свого впливу, створюючи ілюзію достовірності та залучаючи велику кількість користувачів до поширення неправдивих фактів. Такий контент має значний потенціал для маніпуляції громадською думкою, особливо коли він подається в розважальній або гумористичній формі, що знижує критичне сприйняття інформації.

Дезінформація в інтернеті є проблемою, яка існувала задовго до повномасштабного вторгнення Росії в Україну і має давню історію. Розвиток нових комунікаційних технологій значно полегшив процес створення та поширення фейкової інформації в мережі. Неправдиві новини негативно впливають на суспільство та становлять серйозну загрозу в сучасному медіапросторі. Попри значну кількість досліджень, проведених як зарубіжними, так і вітчизняними науковцями щодо

протидії дезінформації та фейкам, на сьогодні все ще бракує повного розуміння цих явищ. Однак, узагальнюючи наявні визначення, можна стверджувати, що дезінформація розглядається переважно в контексті розвитку цифрових медіа та їх впливу на сучасне інформаційне суспільство.

Література

1. Ахуджа, Ніштха і Шайлендер Кумар. «S-HAN: ієрархічні мережі звернення уваги з накопиченим стробованим повторюваним блоком для виявлення фейкових новин». 2020 8-ма Міжнародна конференція з надійності, інфокомунікаційних технологій та оптимізації (Тенденції та майбутні напрямки) (ICRITO) (2020): 873–877.
2. Гороховський О. Фактчек як тренд розслідувань: можливості та перспективи. Дніпро : ЛІРА. 2017. 111 с.
3. Дубова Д. В. Фейки, пропаганда, дезінформація та виборчий процес: як нам захистити демократичні практики? Київ : ТОВ «Видавництво Сталь», 2019. 254 с.
4. Русаков С. С. Потенціал соціальних мереж в сучасному навчально-виховному процесі / упорядники : Є. В. Кучеренко, С. С. Русаков. Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова; ГО «Академія розвитку психологічної науки і практики». Київ : НПУ імені М. П. Драгоманова, 2014. № 2. С. 101–102.