

ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА

Історичний факультет

Кафедра соціології

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної (магістерської) роботи

освітнього ступеня магістра

на тему:

“Фактчекінг як соціальна технологія у нових медіа України ”

Виконав: студент 6 курсу,

групи ІССМ-21с

спеціальності 054 Соціологія

Гетманський В. В.

Керівник професор Пачковський Ю. Ф.

Рецензент професор Черниш Н. Й.

Львів 2022

ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

імені ІВАНА ФРАНКА

Факультет історичний

Кафедра соціології

Освітньо-кваліфікаційний рівень магістр

Напрямок підготовки 05 Соціальні та поведінкові науки

Спеціальність 054 Соціологія

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Завідувач кафедри соціології

проф. Пачковський Ю.Ф.

“ ____ ” _____ 20__ року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ (МАГІСТЕРСЬКУ) РОБОТУ СТУДЕНТУ

Гетманському Віталію Вікторовичу

1. Тема роботи: Фактчекінг як соціальна технологія у нових медіа України

Керівник роботи – проф. Пачковський Ю. Ф.

затверджені Вченою радою факультету від “25” жовтня 2021 року №3/2021-22.

2. Строк подання студентом роботи: “5” грудня 2022 року.

3. Вихідні дані до роботи:

1. Ласвел Г. *Politics Who Gets What When How*. Whittlessey House. Олбані, 1936

2. Габермас Ю. *The Theory of Communicative Action, Volume 1: Reason and the Rationalization of Society*. Beacon press. Бостон, 1985.

3. Александер Дж. *Сильна програма в культурсоціології*. Kluwer. Нью-Йорк, 2001.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки:

Розділ 1. Соціальні технології в новітніх медіа у соціогуманітарному дискурсі

Розділ 2. Теоретико-практичні засади вивчення фактчекінгу як превенції фейкам у новітніх медіа України.

Розділ 3. Емпіричні дослідження медіакультури і фактчекінгу в різних спільнотах

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень):

Кількість рисунків – 5, кількість таблиць – 3, кількість схем – 2.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання « 25 » жовтня 2021 року.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної (магістерської) роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Затвердження теми магістерської роботи та її обґрунтування	Жовтень 2021р.	
2	Написання вступу до магістерської роботи	Жовтень 2021р.	
3	Опрацювання первинних матеріалів та наукових джерел	Жовтень-грудень 2021р.	
4	Написання теоретичного розділу	Грудень 2021р – лютий 2022р.	
5	Написання теоретико-практичного розділу	Лютий – травень 2022р.	
6	Розробка програми та інструментарію кількісної частини дослідження	Лютий 2022р.	
7	Збір первинних даних	15.02.22-19.02.22р.	

8	Написання теоретико-практичного розділу	Травень-липень 2022р.	
9	Розробка програми та інструментарію якісної частини дослідження	Липень-вересень 2022р.	
10	Збір первинних даних	25.09.22-15.10.22р.	
11	Написання практичного розділу	Жовтень-листопад 2022р.	
12	Оформлення магістерської роботи, висновків, списку джерел та наукової літератури	Листопад 2022р.	

Студент

_____ (підпис)

Гетманський В. В

(прізвище та ініціали)

Керівник роботи

_____ (підпис)

Пачковський Ю. Ф

(прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

Вступ6

РОЗДІЛ 1. Соціальні технології в новітніх медіа у соціогуманітарному дискурсі.....14

1.1. Теоретичні підходи та методологічні основи трактування соціальних технологій.....14

1.2. Специфіка аналізу новітніх соціальних технологій в соціології.....21

1.3. Моделювання процесів вивчення інформаційних соціальних технологій в межах теорій Ю. Габермаса та Г. Ласвела.....28

Висновки до розділу 1

РОЗДІЛ 2. Теоретико-практичні засади вивчення фактчекінгу як превенції фейкам у новітніх медіа України.....43

2.1. Фактчекінг як соціальна технологія.....43

2.2. Особливості соціологічного аналізу фактчекінгу.....50

2.3. Концептуалізація фактчекінгу як різновиду соціальних технологій у формуванні медіакультури спільнот.....57

Висновки до розділу 2

РОЗДІЛ 3. Емпіричні дослідження медіакультури і фактчекінгу в різних спільнотах.....72

3.1. Порівняльний аналіз соціологічних досліджень на тему фактчекінгу та формування медіакультури у працях зарубіжних та вітчизняних вчених...72

3.2. Аналіз та інтерпретація результатів авторського соціологічного дослідження стосовно стану і рівня сформованості фактчекінгу в медіакультурі студентської спільноти.....83

Висновки до розділу 3

Висновки

Додаток А. Програма авторського соціологічного дослідження на тему: «Стан сформованості фактчекінгу в медіакультурі студентської спільноти»

Додаток Б. Зведені результати авторського соціологічного дослідження стану медіакультури студентів.

Додаток В. Питальник телефонного інтерв'ю якісної частини дослідження рівня фактчекінгу в медіакультурі студентської спільноти.

Вступ

Практична актуальність

Магістерська робота носить міждисциплінарний характер. Сучасне повсякденне життя людини насичене різною інформацією. Мас-медіа в різних формах інтерактивності стали невід'ємним соціальним, культурним, та економічним явищем. Вони репрезентують як соціальним групам, спільнотам, так і окремим людям події, новини, соціальні норми, культурні патерни з усього світу, залучаючи до дискурсу глобалізоване суспільство. В умовах інформаційної війни українському суспільству необхідні знання із фактчекінгу, вміння відрізнити інформацію, що намагається маніпулювати фактами, від достовірної інформації. Іншими словами, нашим громадянам вкрай потрібна сучасна медіакультура, яка має два основні складники: мисленневий (або медіасвідомість) і поведінковий (тобто медіапрактики). Українцю, зокрема, потрібно вміти визначати факти маніпуляції інформацією задля більш об'єктивного бачення соціокультурних подій і явищ. Це вміння також формується і функціонує на двох полюсах медіакультури: і в якості медіаграмотності, поінформованості та відповідних знань, і в якості оволодіння практичними навичками опрацювання масивів інформації та їх перевірки на валідність. Синтез цих двох складових знаходить своє відображення у фактчекінгу як прояві масової медіакультури українців, котра полягає у здатності перевірки інформації на наявність маніпуляцій та викривлень. Така здатність допоможе вберегти інформаційне та культурне середовище України від зовнішніх міжнародних загроз, вкидань, пропаганди, а також такого нового явища, як інфотерор.

Фактчекінг як нова соціальна технологія потребує дослідження та систематизації засобів досягнення результатів при обробці інформації та перевірці її на достовірність. Питання дослідження цієї навички українським суспільством є актуальним станом на сьогодні. Українська держава переживає зараз важливі моменти своєї історії, де їй потрібно брати верх над об'єктивними

геополітичними обставинами та розвивати власне національне інформаційне поле, яке б виховувало унікальні цінності інформаційної гігієни серед громадян, формувало їх сучасну медіакультуру.

Дослідження інформаційної гігієни в рамках проєкту Оксани Мороз «Не будь овочем» показало, що майже третина українців в Facebook поширюють сайти-сміттярки, тобто сторінки, на яких зображена викривлена, зманіпульована, або фейкова інформація. Інша громадська ініціатива «Детектор медіа» у 2021 році провела опитування для встановлення рівня медіаграмотності населення. Анкетування респондентів показало, що найбільша частка аудиторії (32%) визначають достовірність інформації інтуїтивно, і тільки 28 відсотків шукають джерело інформації[29]. Ці дані не тільки показують низький рівень медіакультури та практики фактчекінгу як соціальної технології в українському суспільстві, а й виступають аргументами на користь поглибленого вивчення обраної проблеми та її безперечної практичної актуальності для усього суспільства. Практичну злободенність проблеми посилює перебіг російсько-української війни, яка триває, оскільки ворог вдається до дедалі більш відвертої інформаційної війни з величезними вкиданнями фейкової інформації з метою дестабілізації ситуації в Україні.

Теоретична актуальність

У цій магістерській кваліфікаційній роботі застосоване нове поєднання теорій та підходів до розуміння обраної проблеми, які в своїй єдності утворюють триангуляцію несуперечливих теоретичних положень з різних соціогуманітарних наук. Відтак, в роботі представлено тези, які зазвичай приписують до соціальної філософії, політології, журналістики, теорії комунікації, а також культурсоціології як галузі сучасного соціологічного знання.

Мас-медіа стають важливим чинником на політичній арені, невід'ємним засобом легітимізації влади політиків, а також вагомим агентом впливу на масову свідомість та поведінку загалом. За допомогою впливу на ЗМІ деякі кандидати стають президентами, а деякі автократичні режими через тотальне

підкорення нових медіа утримують свою владу. Проте трапляються і випадки, коли самі ЗМІ стають важливим чинником впливу на глобальні події. Так, медіа-аналітики після війни в Перській затоці 1991 р. навіть запровадили вислів «ефект CNN», коли ЗМІ розпочали транслювати війну в реальному часі, тим самим мас-медіа виступили в ролі медіатора між урядами США та Іраку[7].

Новітні медіа-ресурси відіграють виховну роль, оскільки таким чином індивіди засвоюють моделі мислення та поведінки, спостерігаючи їх у медіа. Згадайте, як багато малечі дивляться дитячі передачі, і це відбувається в смартфоні через відеохостинг YouTube. Це, в свою чергу, зменшує власне когнітивне сприйняття інформації людиною і вона може змалку сприймати інформацію, що подається медіа, як належне та таке, що має місце бути. Це відкриває можливість до конструювання певних уявлень та поведінки у масовій культурі загалом та у сучасній медіакulturі зокрема за сприяння впливу засобів масової інформації. З безперервним розвитком інформаційних технологій, Інтернету і девайсів, перенасиченням інформації змінюється характер ЗМІ, до яких віднесемо цифрові технології, включаючи Інтернет, соціальні мережі, комп'ютерні мультимедіа, відеоігри, доповнену реальність та ін. Проте, сюди не входять аналогове телебачення, публікації на паперовій основі та інші традиційні засоби масової інформації, якщо тільки вони не створюють можливість для цифрової інтерактивності. Таким чином, багато нових медіа - це цифрова модернізація традиційних засобів масової інформації: наприклад, цифрове мовлення, цифрове телебачення, месенджери тощо. В той самий час поруч із модифікацією та осучасненням традиційних медіа виникають і суто новітні медіа, більшість з яких існує в Інтернет-просторі. Це інфлюенсери, блогери в Instagram та TikTok, текстові трансляції в Telegram, та інші медіа.

Нові медіа відіграють виховну роль через спостереження, таким чином індивіди засвоюють моделі поведінки, спостерігаючи їх у медіа. Це, в свою чергу, зменшує когнітивне сприйняття інформації людиною, і вона може сприймати інформацію, що подається медіа, як належне та таке, що має місце бути. Це відкриває можливість до конструювання певних уявлень у масовій культурі за

сприяння впливу засобів масової інформації. З безперервним розвитком інформаційних технологій, Інтернету і девайсів, перенасиченням інформації змінюється характер ЗМІ, до яких віднесемо цифрові технології, включаючи Інтернет, соціальні мережі, комп'ютерні мультимедіа, відеоігри, доповнену реальність та ін. Проте, сюди не входять аналогове телебачення, публікації на паперовій основі та інші традиційні засоби масової інформації, якщо тільки вони не створюють можливість для цифрової інтерактивності. Таким чином, багато нових медіа - це цифрова модернізація традиційних засобів масової інформації: наприклад, цифрове мовлення, цифрове телебачення, месенджери тощо.

Проблемами фактчекінгу, медіаграмотності та поширення фейків, інформаційними впливами із зарубіжних дослідників займались: Д. МакКвейл, Д. Браянт, Е. Вартелла, Г. Ласвелл, С. Болл-Рокеш, М. Дефлер, С. Макдональд, та ін.

Серед українських дослідників проблематикою комунікативних технологій, ЗМІ, медіаграмотності та, зокрема, фактчекінгу займалась Н. Зражевська. Г. Почепцов у праці «Війни нових технологій» наводить велику теоретичну основу того, як сучасні соціальні та інформаційні технології використовуються в масових комунікаціях. О. Мороз є яскравою представницею практичних досліджень рівня медіаграмотності населення. Але у більшості цих та інших праць дотепер ще не надано окремої уваги формуванню нової медіакультури населення, яка включає в себе фактчекінг як один з її маркерів та показників, через які стає можливим соціологічне вимірювання стану сформованості медіакультури сучасного українського соціуму. До того ж, при описі інформаційних явищ автори часто обмежуються описом прикладів, які щонайменше вдосконалились а то і зовсім перестали існувати в сучасному інформаційному суспільстві.

Практична актуальність. Фактчекінг є запорукою до очищення інформаційного споживання від фейків та маніпуляцій інформацією. Дана праця допоможе сформуванню уявлення про розрізнення фейків, природу цього вміння

як безумовної практики існування сучасної людини. В рамках авторського соціологічного дослідження ми намагатимемось визначити основні вміння та технології, які використовують українці для перевірки інформації з нових медіа. У новоденні інформаційне та культурне споживання людини є великим чинником впливу на формування особистості, її ставлення до певних речей, явищ у суспільстві, громадянську (та не тільки) позицію. Фактчекінг як сфера медіаграмотності стає засобом протидії маніпуляції та дестабілізації суспільства.

Мета: сконструювати соціологічну модель вивчення фактчекінгу в ролі соціальної технології з її теоретичною основою і методикою емпіричного дослідження.

Завдання:

1. Розглянути основні теоретичні підходи та методологічні основи до трактування соціальних технологій.
2. На основі розглянутих підходів до трактування соціальних технологій сформулювати моделювання процесів вивчення соціальних технологій в межах теорій Ю. Габермаса та Г. Ласвела
3. Розробити Концептуалізацію фактчекінгу як різновиду соціальних технологій у формуванні медіакультури спільнот.
4. Визначити закономірності вивчення фактчекінгу як соціальної технології у ЗМІ у контексті соціогуманітарних наук.

Об'єкт дослідження:

- *за носієм проблеми:* студентська спільнота сучасного українського населення;
- *за загальною проблемою:* медіакультура українського соціуму в умовах російської агресії в Україні

Предмет дослідження: стан медіакультури соціальних груп сучасного українського суспільства та фактчекінгу як одного з її головних показників.

Методологія і методи

Методологічними джерелами написання магістерської дипломної роботи стали несуперечливі теоретичні положення низки підходів та теорій з різних ділянок соціогуманітарного знання. Використано ідеї і принципи Г. Ласвела (такі як п'ятиступінчаста модель поширення інформації, а також теорія ментів) Ю. Габермаса (раціоналізація інформації, теорія комунікативної дії.); Дж. Александера (передусім загальнотеоретичні постулати культурсоціології та методологія емпіричного дослідження через застосування сильної програми культурсоціологічного аналізу). Останнє допомогло з'ясувати реальний стан медіакультури певних соціальних груп українського суспільства сьогодення через таку її складову, як фактчекінг.

Загальнонауковими методами стали аналіз і синтез (для вивчення та опрацювання наукової літератури, джерел, і отримання загальної картини стану медіакультури); компаративний аналіз (для порівняння рівня медіакультури та сформованості знань і вмінь здійснення фактчекінгу в різних суспільствах); системний підхід (для розуміння фактчекінгу як складної технологічної системи аналізу інформації); холістський підхід (який дозволив поєднати в єдине ціле теоретичні положення та емпіричні дослідження фактчекінгу) тощо.

Соціологічними методами, застосованими в роботі, є: кількісні методи опитування за Гугл-формою, контент аналіз, якісні методи телефонних інтерв'ю, а також культурсоціологічний аналіз.

Наукова новизна

З появою нових соціальних реалій, в яких медіатизація відіграє одну з ключових ролей формування інформаційного середовища та з актуалізацією інформаційного середовища в усіх сферах життя, ця наукова робота відповідає на виклики сучасності, а тому в ній вперше здійснена аплікація теоретичних положень теорії комунікативної дії Ю. Габермаса, теорії масової комунікації Г. Ласвела та культурсоціології Дж. Александера до проблематики магістерської роботи. Відповідно сформована на цій базі теоретична основа магістерської

дипломної роботи знайшла свою апробацію у проведенні авторського емпіричного дослідження, методика здійснення якого також володіє певним ступенем наукової новизни і може бути використана у подальших соціологічних дослідженнях цієї та спорідненої проблематики, пов'язаної з медіакультурою.

Практичне значення одержаних результатів

Одержані результати власного соціологічного дослідження можуть слугувати підґрунтям для подальшого вивчення проблематики, пов'язаної з формуванням такого різновиду масової культури, як новітня медіакультура з її осердям у вигляді фактчекінгу новин, отриманих з сучасних джерел інформації. Теоретико-методологічна та методична складова програми дослідження можуть бути повторно використані для наступних досліджень цієї теми або ж слугувати додатковим напрацюванням для розроблення інших споріднених проблем зі сфери сучасної культури. Більше того, отримані результати та здійснені висновки на їх основі є практичними рекомендаціями, які можуть використовувати державні органи та недержавні організації у здійсненні соціальних програм, присвячених розвитку медіаграмотності та впровадженні курсів фактчекінгу, інформаційній освіті для всіх вікових категорій населення. Отримані результати можуть бути використаними у викладанні таких дисциплін соціологічного профілю, як: Соціологія Інтернету; Соціологія молоді; Соціологія масових комунікацій тощо.

Структура роботи

Магістерська дипломна робота складається зі: вступу, трьох розділів, висновків до кожного розділу і загальних висновків, списку джерел та наукової літератури. Загальний обсяг роботи складає 99 сторінок, з яких основного тексту - 91 сторінка. Список джерел та наукової літератури налічує 42 позицій, які розміщені на трьох сторінках. Решту сторінок займають додатки, а саме програма авторського соціологічного дослідження, зведені таблиці отриманих результатів, а також питальник для кількісної частини дослідження.

РОЗДІЛ 1. Соціальні технології в новітніх медіа у соціогуманітарному дискурсі

1.1. Теоретичні підходи та методологічні основи трактування соціальних технологій

Світ лавиноподібно збільшив швидкість розвитку технологій та засобів масової комунікації, починаючи з 90-х років ХХ століття. Прогрес суспільства породжує нові структури та практики, що, в свою чергу, повинні пройти певні процеси та етапи, аби посісти місце рутинної діяльності в людському житті. Історія стилю життя людей зафіксувала чисельні практики та виробничі процеси, що відкривали нові можливості, спрощували людську діяльність, цим самим створюючи більш якісний результат. З плином часу ці ж закономірності, підвищивши різні показники діяльності та беручи до уваги аналогічний розвиток інших галузей людського життя (в тому числі соціальну сферу) ставали чимось застарілим, та таким, що уповільнювало всезагальний розвиток, створювали труднощі для супутніх та пов'язаних елементів виробництва.

У новоденні кожна частина людського життя, починаючи від народження і закінчуючи смертю, стала детальною та пропрацьованою на дрібні категорії, спеціалізації, розібрані на деталі. Якщо раніше процес навчання ніс прикладний характер в залежності від ситуації в яку потрапляє людина, то останні два тисячоліття освіту як-не-як намагаються вкласти в рамки, зафіксувавши поетапно методологію отримання індивідом знань від вчителів, а згодом і від комп'ютерів, програм, та ін. Технологізація дала можливість людським благам блискавично вирости в кількості та якості, попутно створивши явище масової продукції, заводів, робітничих відносин, профспілок. Це, в свою чергу, виструнчило капіталістичний дух, який під впливом технологізації змусив суспільство будувати прагматичні плани та детальне прогнозування в соціальних науках, і в цих планах ніхто не міг передбачити кінця і краю розвитку.

Тенденція до таких прогнозувань зберігалась багато років, і тільки в другій половині ХХ століття науковцями були зафіксовані негативні фактори, що якраз і були наслідками вищевказаних тенденцій. Прикметним явищем тут є збіг хронологічних рамок із більшістю соціологічних поглядів на етапи розвитку соціології. Відтак, у 1972 році на першій доповіді аналітичного центру «Римський клуб» Ауреліо Печчеї на весь світ (після тиражування її розкупили близько 10млн. примірників, що і по сьогодні залишається найуспішнішою

доповіддю аналітичного центру) заявив про фатальність тогочасної системи розвитку[14].

Міжнародна група дослідників Масачусетського технологічного інституту на чолі з молодим вченим Денісом Медоузом на замовлення Клубу здійснила дослідження довгострокових наслідків глобальної тенденції зростання населення, промислового і сільськогосподарського виробництва, споживання природних ресурсів та забруднення довкілля. Висновки були вкрай невтішними: якщо існуючі світові тенденції зростання населення, обсягів виробництва, виснаження ресурсів та забруднення довкілля залишаться незмінними, то протягом наступних років, приблизно в середині ХХІ сторіччя, буде досягнута фізична межа зростання на планеті Земля. Наслідком досягнення цієї межі було названо наступні лиха: голод, занепад екосистем, соціальних інститутів, масове вимирання внаслідок війн за ресурси, культурний занепад, та ін. Вже тоді усвідомлення зміни технологій та погляду на них підкралось у вигляді теорії сталого розвитку. Тим не менш, в сучасних умовах комп'ютеризації та використання штучного інтелекту, проблема технологізації носить вже соціальний характер – як людина, як біологічний вид, зможе зберегти якості що роблять її саме людиною, в процесі інформаційних перетворень суспільства, уніфікації систем управління, а також стрімкому розвитку точних наук. Відповідь ховається в визначенні соціальних технологій.

Соціальні технології це певним чином накладання математичних та соціологічних формул, систематизації процесів відтворення діяльності, що стосується взаємодії людей.

Проте визначень що таке соціальна технологія є чимало. І в кожному із цих визначень акцент відбувається на ті складові, які були важливими в конкретній ситуації застосовування соціальної технології, з якої брався опис. Тому перші погляди на об'єкт нашого аналізу буде спрямований на ті дефініції, які пропонує нам соціологічний словник термінів і понять за редакцією Є. Біленького та М. Козловця. Таке визначення буде першим із розглянутих, оскільки словник

відіграє важливу роль у систематизації знання. У ньому подається три варіанти трактування соціальної технології:

1) Спеціально-організована галузь знань про способи та процедури оптимізації життєдіяльності людини в умовах взаємозалежності, динаміки та оновлення суспільних процесів.

2) Спосіб діяльності, що засновується раціональному розподілі на процедури та операції з їх наступною координацією та синхронізацією і вибором оптимальних засобів та методів їх виконання

3) Метод управління соціальними процесами, який забезпечує систему їх відтворення в певних параметрах – якість, обсяги, цілісність діяльності тощо[9].

У цих дефініціях соціальна технологія виступає особливим регулятором організації людської діяльності. На основі термінологічних формулювань, можна виділити предмети, на які акцентується увага. Взяття до уваги об'єктивної взаємозалежності елементів з якими працює соціальна технологія виступає вирішальним фактором у першому визначенні. Проте ця взаємозалежність не є обумовленою сучасними процесами, а радше є формалізованою закономірністю, відірваною від новітнього соціального життя із його інформаційними викликами.

Друге визначення орієнтоване більше на соціальність технології, а не технологізацію соціальних відносин. Тут увага приділяється тому, як соціальна технологія, як алгоритм послідовних дій людей, об'єднує акторів навколо спільної діяльності. При цьому, взаємозалежність тут стосується індивідуального чинника, а не зовнішніх проявів систем, ресурсів, виробництва, та ін. Третє визначення, що подається в соціологічному словнику доповнює друге, соціальне. Тут автор намагається описати параметри, що забезпечують відтворення діяльності, на яку спрямована соціальна технологія як «бустерний» засіб. Судячи із початку переліку критеріїв, можна зробити висновок про орієнтацію на підприємницькі колективи, на процес виготовлення масової продукції на заводах, трудові колективи, та інші макросоціальні групи. Останні два визначення так чи інакше торкаються або великих соціальних груп, де

соціальна технологія спрямована на управлінську діяльність та організацію великої кількості людей для однієї справи (3), або ж раціоналізацію використання ресурсів (2). Якщо ж поставлені соціальною технологією цілі не вдається досконало виконати, то вони хоча б намагатимуться слідувати прописаному алгоритму дій для наближення до чіткої структури, де, знову ж таки, кожен елемент цієї структури є залежним від результату діяльності іншої.

Цим соціальні технології що спрямовані на управлінську діяльність дуже схожі до парадигми структурного функціоналізму. Варто підмітити, що термін «соціальна технологія», як і структурний функціоналізм, стали трендсеттерами в 60-х роках ХХ ст., і походження цього тренду варто шукати у характерних проявах модернового світу. Проте з плином часу та набуттям популярності постіндустріальних парадигм, в силу спостереження за діяльністю субгруп в різних умовах, з'явилися нові підходи до управління соціальними утвореннями, що поєднують в собі орієнтацію на індивідуальність і глобальність водночас.

Соціальні технології можна знайти у всіх частинах нашого життя. Вони допомагають оптимізувати людську діяльність у всіх сферах прояву соціального. Якщо описувати соціальні технології, з якими зустрічається індивід від народження, то тут варто буде почати ще із утробного періоду, коли майбутні батько та матір записуються на курси з батьківства, аби психологічно, соціально, духовно та планово підготуватись до народження нової людини, створивши їй заздалегідь комфортні умови. В пакет соціальних технологій тут включатиметься вміння навчити людей поводження із новонародженими, засновуючись на тисячах практик виховання до цього. Шляхом такої «поколінневої» апробації були визначені ключові атрибути, що допомагають тримати немовля в задовільних умовах. Після певного часу у дитини починається дуже швидкий період дослідження світу. Саме через превентивні соціальні технології батьків навчають вихованню, зображують методики навчання поведінкових моделей, які в свою чергу є предтечою до первинної соціалізації маленької людини. Попри це, у батьків нікуди не зникає потреба працювати, забезпечуючи матеріальний добробут, або ж підтримування своєї справи. На

вирішення цієї проблеми приходять дитсадок, що в собі, як у соціальній структурі, зосереджує соціальні технології виховання, що є відірваними від акторів, проте ставлять за мету цю відірваність максимально компенсувати. Як можна побачити із таких прикладів, будь-яке соціальне утворення, що має на меті оптимізувати процес виробництва якого-небудь продукту, в тому числі і нематеріального (духовного, соціального, культурного) можна розглядати як соціальну технологію, проте не всі поділяють таку візію щодо такого «відкритого» методологічного підходу до трактування.

У цьому плані цікаву гіпотезу висловив французький інженер Петер Лендсьєл [1]. На його думку, усі соціальні науки колективно постають як квазітехнології. Цим терміном він позначив не тільки базисні інструменти досліджень, аналізу, спостережень, вибірки, та інші повноцінні соціогуманітарні методи дослідження, а й управлінські розробки, такі як групова динаміка, так звані "гуртки якості" в промисловості, інструменти планування і політики, нові форми співробітництва між державним і приватним секторами, регіональна політика і практика переговорів і т. ін. Розрізнення між справжньою технологією і квазітехнологією, на думку Лендсьєла, проводиться за двома критеріями. По-перше, справжня соціальна технологія – це продукт ізольованих систем із закритим доступом до неї сторонніх соціальних об'єктів, і в цій системі технологія користується абсолютною перевагою. Така соціальна технологія передбачає невдачі при спробі без дотримання «рецепту» отримати такий ж якісний результат із аналогічною ефективністю. В цьому підході розуміння соціальних технологій зводиться до таємних засобів видозміни свідомості людей, переконання їх в ставленні до певних речей, а також індивідуальних вмінь одержання певних результатів від громадськості.

Таке бачення соціальної технології (далі – СТ) не передбачає її становлення в рамках соціальних інститутів, оскільки вони вже є завідома відкриті до інтеграції системи, а це, в свою чергу, робить практику квазітехнологією. З огляду на мультипарадигмальність соціології, такий підхід до трактування оптимізаційних

конструкцій в соціальних інститутах може існувати, проте в такому випадку для позначення виробничих технологій варто шукати нові етимологічні основи.

Більш широке та наповнене сучасними обставинами поняття пропонує нам словник Gartner [36]. Згідно із ним, СТ – це будь-яка технологія, яка полегшує соціальну взаємодію та забезпечується комунікаційними можливостями, такими як Інтернет або мобільний зв'язок. Прикладами тут є соціальне програмне забезпечення (наприклад, вікіпедія, блоги, соціальні мережі) та комунікаційні можливості (наприклад, веб-конференції), які націлені на соціальні взаємодії та забезпечують їх. Тут ключовою змінною виступає людська взаємодія, яка не обмежується жодними етичними, філософськими, психологічними рамками, проте реалізовується технологічними.

Прикметним є те, що таке визначення присутнє в словнику, розробленому для працівників у сфері ІТ. В цьому визначенні не передбачається детальний огляд алгоритмів взаємодії індивідів для досягнення цілей. Тут переважає відкрите спілкування, яке не перетворює учасника комунікації в об'єкт застосування СТ, часто без відома самого об'єкта. Тут технологічна сторона відокремлена від соціопсихологічних мотивів «підкорити» волю індивіда, оптимізувати його соціалізацію в колективі, та ін. На вершину ієрархії умов, що забезпечують соціальну технологію виходить прозорість та концепція відкритих даних, згідно з якою потреби підміняти поняття будуть відсутні, якщо вся інформація знаходитиметься у доступі кожного. Якщо умовно сформулювати генеральну сукупність із людей, які зайняті у сфері ІТ, то в такій групі цілком вживається ця ідея – в силу залученості представників групи до інформаційно-комунікативних технологій, рівню медіакультури, та поглядів на комунікацію. Ця група людей представлена переважно із осіб, соціально-демографічні характеристики яких не відображають генеральну сукупність українського суспільства. До прикладу, згідно із дослідженням DOU, проведеним у 2019 році, вікова медіана програмістів в Україні становить 27 років, що робить портрет представника ІТ-кластера дещо молодшим за середній вік користувача мережею [34].

Тим не менш, в вищевказаних технологічних підходах до визначення соціальної технології, все ще прослідковуються ознаки верифікації інформації в міжособистісній взаємодії. Вони усі є інвертованими по осі об'єктивність-суб'єктивність відносно фейків як показника абсолютної брехні та фактчекінгу як зворотного до фейкоробства процесу, тобто добування істини. Тому, оскільки кожне із запропонованих визначень соціальної технології не знаходиться в часовій та технологічній площині, буде задіяне авторське соціологічне визначення поняття. СТ – це система організації різного виду соціальної діяльності, яка застосовується для впливу на об'єкт для певного результату.

Оглянувши різні джерела, можна прийти до діапазону визначення поняття соціальних технологій. У ІТ-словнику, як і в багатьох розглянутих нами соцієорієнтованих теоріях, СТ це переважно засіб полегшення комунікації між суб'єктами. У технологізованих та структурних підходах наслідком практикування соціальної технології може бути певний продукт. У випадку з предметом дослідження цієї магістерської роботи продукт є інформаційним, і в певну міру схоластичним. Становище різноманітних інтуїтивних практик що в своїй сукупності становлять культуру фактчекінгу, що дає при кожному застосуванні унікальні дані, на які також впливає і індивідуальний чинник. Внаслідок цього можна визначити, що саме технологічний підхід до трактування фактчекінгу як соціальної технології є найвірнішим для нас, адже він бере до уваги можливість виготовлення інформаційного продукту у вигляді перевірених даних.

Як можна побачити, вісь розглянутих визначень поняття соціальної технології розгортається від важливості замкнених технологічних алгоритмів дій, які намагаються ігнорувати людський, тобто соціальний, фактор, і до визнання соціальності та прозорості комунікативної дії як першочергової запоруки оформлення послідовності людської діяльності в СТ. Наше завдання тут – з'ясувати на цій шкалі знаходження того визначення, яке підходить до проблематики магістерської роботи найбільше. Внаслідок вивчення теоретичного матеріалу та порівняльної характеристики визначень було обрано

технологічний підхід до фактчекінгу, адже при виконанні інформаційних практик особистості важливий результат задіяння соціальної технології.

1.2. Специфіка аналізу новітніх соціальних технологій в соціології

Основною ознакою розвитку суспільства в останнє десятиліття є популяризація та введення в споживання інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ). Такі вже застосовуються не тільки в мережі, а й в інтегрованих цифрових технологіях, що поєднують типові сфери суспільства, галузі виробництва, професії із інформаційними технологіями. Практики користування різними гаджетами й справді тісно переплелись із повсякденним стилем життя, і за останні кілька десятиліть навіть змінили певні форми праці, змістивши багато професій у мережу та цифрові технології. До групи змінених форм варто віднести різні бухгалтерські, менеджерські, та підзвітні професії, а також цілу сферу послуг. Всі новостворені професії під впливом популяризації та переходу до ІКТ об'єднує те, що вони є ознаками зародження інформаційного суспільства. До того ж, законодавство нашої країни передбачає, що визначальним завданням розвитку інформаційного суспільства в Україні, як зазначено у Законі України «Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 рр.», є впровадження інформаційних і комунікаційних технологій в усі сфери суспільного життя [12].

Якщо говорити про теперішній стан законодавства, то в ньому передбачене функціонування окремого міністерства цифрової трансформації України, яке покликане розвивати сферу цифровізації державних інституцій, в тому числі електронну демократію, унікальний правовий режим Дія. Сіті, та ін. Такі міжінституційні утворення допомагають формувати та реалізовувати державну політику, в тому числі через роботу із громадською обізнаністю в області цифрових навичок, а також цифрових прав громадян. Український досвід в питанні впровадження соціальних технологій на межі між державницькими

ініціативами та інформаційно-комунікативними технологіями є значною мірою унікальним надбанням, яке в перспективі допоможе рішучіше впроваджувати такі ініціативи і в інших країнах.

Прикладом тут слугує додаток «Дія», який особливу популярність здобув в період карантинних обмежень та пандемії COVID-19. Люди неохоче направлялись до медичних закладів, наражаючись на епідемологічну небезпеку, для отримання сертифікату про щеплення, коли існував альтернативний варіант здобуття сертифікату – завантажити додаток на мобільному пристрої, який в силу цифровізації є чи не у кожного громадянина. Звісно, процеси верифікації особи багато кого лякають, проте бажання сходити в кафе без зайвих візитів до лікаря за паперовими брошурами, зрештою перебороло більшість занепокоєнь. «Дію» можна впевнено розглядати з точки зору соціальних технологій, оскільки в неї є кілька характерних ознак:

1. По-перше, «Дія» виступає в двох формах існування соціальної технології: як програма, що містить цифрові процедури і операції, і як сама соціальна діяльність бюрократичного характеру, що передбачає отримання рівноправних можливостей в правовому полі.
2. По-друге, використання «Дії» оптимізовує людську діяльність, спрямовану на співпрацю із державними інституціями, і процеси що передбачені Дією є однаковими для всіх громадян. Це спрощує організацію праці, верифікацію ідентичності, а, відповідно, і доступ до благ та послуг які надає держава.

У зв'язку із актуалізацією інтегративних настроїв у сучасному світі, в українському суспільстві станом на сьогодні існує чимало інших інформаційних соціальних технологій, що так чи інакше торкаються повсякденного життя багатьох людей. Розгляд інших таких технологій, їхніх складових, а також процесу їхнього впровадження в культурне поле, компаративний аналіз наслідків використання цих технологій, допоможе нам в цій роботі зрозуміти природу

технологізації соціальних відносин та того, як саме вони впливають на суспільство.

Ю. Сурмін та Н. Туленков у своїй праці «Теорія соціальних технологій» виділяють два підходи до визначення сутності соціальних технологій по мірі об'єкту впливу. Відтак, перший підхід пов'язаний із розумінням соціальної технології як процесу, що впливає на соціальний об'єкт. Ціль цього процесу - змінити його, зважаючи на особливості об'єкта на який направлені різні технології. У зв'язку з цим багато вчених говорять про такі СТ, як регіональні, інтелектуальні, навчальні, психологічні, психофізіологічні, інформаційні, та ін. Такий підхід до соціальної технології дуже схожий із системою управління соціальним об'єктом, бо як перше так і друге ставить за мету вдосконалити функціонування об'єкту без втрати якості та масових змін у ньому. Другий підхід, який Ю. Сурмін та Н. Туленков називають соціокультурним, виходить із позиції регулювання соціальних відносин відповідно до узгоджених інтересів певних соціальних утворень що так чи інакше зачіпляються соціальним об'єктом на який спрямована соціальна технологія.

Тут СТ не конфліктує із системою управління соціальним об'єктом, а є його частиною, що допомагає оптимізувати діяльність складових елементів структури. При впливі соціальної технології важливо, аби ці елементи не "розповзлись" від нормативізації процесів що забезпечують взаємозв'язок між частинками соціального об'єкту. Вищеописані підходи не суперечать одне одному, а навпаки взаємоповнюються. Як бачимо, другий підхід в силу своєї стабілізаційної функції системи, може бути застосованим як до систем, так і до внутрішньогрупових відносин, а також соціокультурних практик окремо взятого індивіда[37].

За масштабністю виділяють глобальні СТ, що пов'язані з рішенням загальнолюдських проблем, із життєдіяльністю людей, їхньою соціальною захищеністю. Саме до цього виду соціальних технологій можна віднести соціальне прогнозування у всіх його проявах. Регіональні технології вивчають

реалізацію і закономірності територіального соціального життя. Колективні (групові) технології орієнтовані на регулювання соціального життя в групах, спільнотах, трудових колективах. Індивідуальні СТ орієнтовані на вирішення типових соціальних проблем окремих індивідів. якщо говорити про наш об'єкт аналізу, а саме процес перевірки інформації, тобто фактчекінг, то цей процес в подальшому теоретизуванні носитиме двоїстий характер. Справа в тому, що фактчекінг можна застосовувати як індивідуально для перевірки патернів із повсякденного потоку інформації, так і для масштабного дослідження певних інформаційних явищ в рамках діяльності аналітичних центрів, фактчек-студій і т.д.

Такий погляд на процес індивідуальної перевірки інформації як соціальної технології має свої особливості, зокрема тут ми можемо спостерігати за виявленням мікрорівневої соціальної технології. У науковій літературі немає одностайного визначення соціальної технології. Науковий інтерес до соціальних технологій виник, як і науковий інтерес до фактчекінгу, у ХХ столітті.

Тим не менш, знову ж таки, як і із фактчекінгом, соціальні технології доволі давно були сформовані у суспільствах. Іще в добу перших цивілізацій люди що жили в містах та займались управлінням важливих для існування міста аспектів намагались навіть у неписьменну добу передати своєму наступнику на посаді знання про управління людьми, їхню кількість для виконання життєвоважливих завдань, тощо. При цьому види людської взаємодії у цих технологіях були досить простими, оскільки освоєні інтуїтивно в процесі розвитку суспільства. І тільки у час створення великих підприємств, електрифікації заводів та орієнтації на людський капітал, інтерес до цих процесів став неабияким великим. Це пояснюється тим, що представники влади, почали усвідомлювати цінність організованого соціального ресурсу – діяльність групи людей, що спільно реагує певним чином на певний об'єкт, подію, чи проблему, є набагато кращою, якщо вона підпорядковується певним чітким правилам чи вибудованим послідовностям. Звідси і виходить, що наукове бачення оптимізації колективної діяльності людей на виробництві певного ресурсу і є визначенням соціальної

технології, притаманне науці ХХ століття. Тим не менш, за словами Карла Поппера, науковий метод – це невблаганна машина для розвінчання неправди. Проте нам за допомогою наукового методу потрібно об'єднати процес «розвінчання неправди» із базою усіх гіпотетичних знань що є доступна досліднику. Саме із такої дифузії у подальшій аналітичній роботі і виникне термінологія фактчекінгу, як соціальної технології.

Як зазначає З. Бурик, СТ формуються на наукових розробках процесу вирішення соціальних проблем, а вони, в свою чергу, базуються на умовних прототипах що існували в реальному житті. Теоретичну основу сучасної соціальної технології становлять:

1. Основні закони діалектики в їхньому сучасному розумінні (закон єдності й боротьби протилежностей, закон переходу кількісних змін у якісні, закону заперечення);
2. Закономірні тенденції розвитку сучасного суспільства;
3. Істотні особливості недержавних організацій як основного компонента громадянського суспільства;
4. Закони функціонування й розвитку соціальної системи.

Варто одразу зазначити, що в цій дефініції поняття соціальної технології є доволі узагальненим та згенерованим в умовах що орієнтуються на існування соціальних технологій тільки в матеріальній об'єктивній реальності з умовами, близькими до масового виробництва[10]. З. Бурик могла і не припускати, що через десяток років процеси об'єднання людей навколо спільних ініціатив та комунікація в цілому стане настільки швидкою та якісною. Відтак, соціальні проблеми та їхня поява є ще одним рушієм до формування соціальної технології. Оскільки дефініція соціальної проблеми тісно пов'язана із станом суспільства в певний час, беручи до уваги громадську думку та порядок денний, то прив'язку витоків формування соціальної можна приєднати до загальносуспільних потреб. Це говорить про комунікативний, плебісцитний початок не тільки соціальних технологій, а й технологій загалом. Це не означає, що кожна технологія може

завдячувати безпосередньо суспільному усвідомленню потреби вирішення певних проблем завдяки прикладним засобам, адже перед процесом усталення потреби вирішення проблем передує скрупульозна праця вченого, майстра, дослідника, та ін. Тут мова йде про те, що велика кількість технологій, перед тим як стати повсякденною річчю, має утворити навколо себе комплекс із соціальних технологій, що включає в себе оцінку готовності суспільства до цієї технології.

Яскравим прикладом такого взаємозв'язку є ринок електромобілів, що потребував утворення спеціальних галузевих соціальних технологій, які б передбачували привілегії від держави, міста, інфраструктури, а також інших учасників дорожнього руху, що сприяли б розширенню кількості «зелених» номерів. За даними Укравтопрому, станом на 2020 рік в Україні налічувалось понад 23,3 тис. електромобілів, при тому що у світі зареєстровано близько 1,3 млн [11]. Для того, аби популяризувати в економічній сфері серійне виробництво електрокарів, потрібна була низка умов, починаючи від екологічних недоліків бензинових двигунів, ризиком безробіття в великій кількості країн, де можуть закритись багато заводів, спрямованих на обслуговування «бензинової сфери», і закінчуючи потребою покращити електробатареї для оптимізації запасу ходу та уніфікацією показників електромереж в міжнародних договорах. При цьому, сама технологія електротяги була придумана та реалізована в одному екземплярі ще у далекому 1884 році винахідником Густавом Трове.

Як бачимо, для початку формування загальносуспільних практик на основі нової технології, знадобилось понад сотня років, для того щоб підтягнути інші складові соціальної системи, що підтримували б існування цієї технології та її габітуалізації. СТ, як згадувалось вище, тісно пов'язані із межею між матеріальним світом вироблених товарів та громадським усвідомленням оформлення та вирішення соціальних проблем. У зв'язку із цим можна сформулювати схему актуальних соціальних технологій (див. рис. 1.2.1.), що працюють у важливих сферах, які підтримують сучасний стан соціальних інститутів. Варто зазначити, що в майбутньому категоризація може змінюватись так само, як раніше прийнятним було не розділяти певні СТ на більш

спеціалізовані підвиди. Тому висвітлена нижче структура поділу соціальних технологій має своє продовження та інші варіації, що залежать від сфери інтересів соціолога.

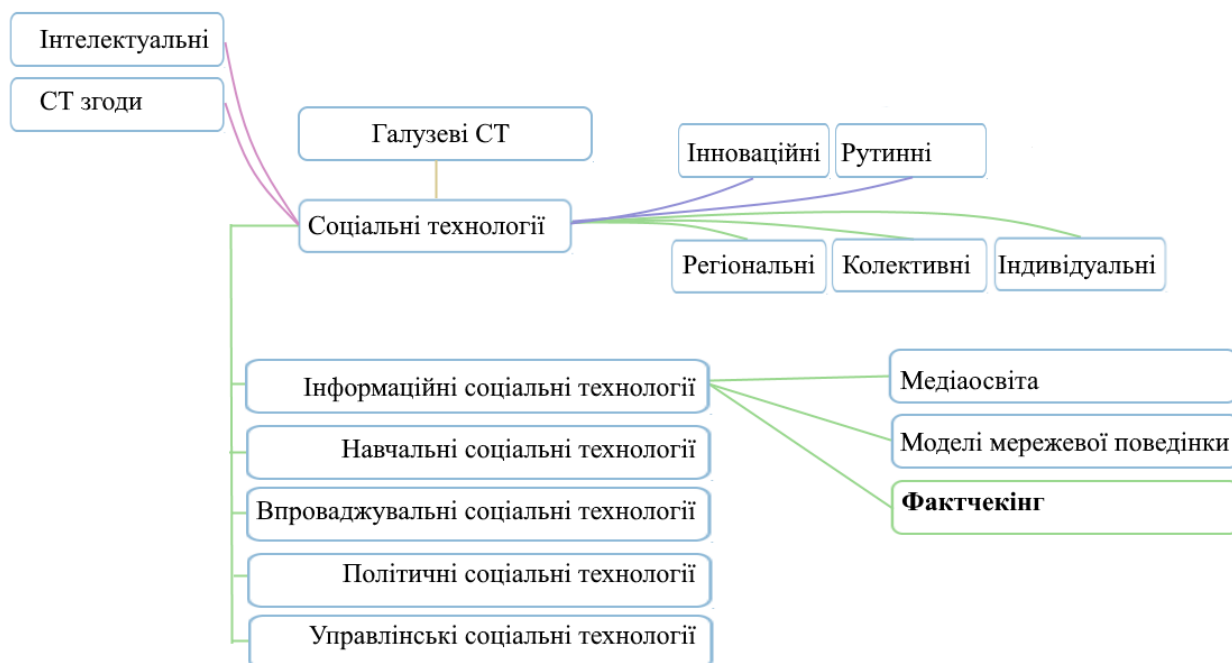


Рисунок 1.2.1. Схема категоризації сучасних соціальних технологій

Джерело: авторське напрацювання

Підсумовуючи огляд новітніх соціальних технологій, можна стверджувати про бурхливий розвиток варіантів застосування принципів технологізації до соціального життя. Такий розвиток спостерігається у зв'язку із масовим підключенням людей до глобальної мережі, оптимізації людського ресурсу, а також інформатизації суспільства. Як виявилось в процесі аналізу наукових матеріалів, найактуальнішим підходом для створення новітніх СТ є підхід вирішення соціальних проблем. Проте коли мова йде про таку специфічну галузь інформаційних соціальних технологій як фактчекінг, варто якомога ширше розглядати схему поширення інформації та місце в цій схемі, де фактчекінг застосовується. Для цього варто об'єднати міжособистісну комунікацію інформаційними патернами із подальшим поширенням цих патернів на масового споживача.

У різних підходах до трактування схеми масових комунікацій часто ігнорується міжособистісні аспекти, такі як стратегія поширення, функції комунікативної дії, а також різні медіапрактики, зокрема фактчекінг. Відтак формування соціальних технологій мікрорівневого характеру як синергічне утворення в доповнення до соціальних технологій у новітніх медіа масового характеру є ключем до утворення повноцінного інструментарію для формування узагальнених якісно нових рівнів медіакультури.

1.3. Моделювання процесів вивчення інформаційних соціальних технологій в межах теорій Ю. Габермаса та Г. Ласвела

Для якомога більш якісного опису об'єкта аналізу, саме крізь призму соціальних технологій варто досліджувати процес фактчекінгу, і в цьому ключову роль зіграють СТ, що були розглянуті в класиках побудови моделі поширення інформації – як на мікрорівні, так і на рівні масових комунікацій. Є чимало соціологічних та міждисциплінарних теорій, які так чи інакше проводять теоретизацію інформаційних процесів у суспільстві. Разом із закономірністю розвитку власне інформаційної складової суспільства, з'явилося хибне твердження про взаємозалежність сучасності підходу та його рівні наближеності до об'єктивної реальності. Втім, якщо розглядати тези що характеризують сучасне українське суспільство та його рівень медіакультурних практик, то можна з'ясувати, що основоположні процеси, закладені майже століття тому дослідниками тодішніх прототипів медіа, не змінились. «Кістяк» схеми циркуляції новин у ЗМІ модернізував, удосконалював свої складові, але не міняв їх місцями, чи усував з розвитком свої непотрібні, відсталі частини. Підтвердження цьому можна побачити як практично, так і теоретично: як за допомогою індивідуального спостереження в повсякденному житті, так і в попередніх частинах теоретичного розділу, де ми вияснили важливість

розглядати саме технологічний підхід до трактування соціальних технологій, якщо мова йде про інформаційні СТ на кшталт фактчекінгу.

Існує ціле відгалуження в соціології присвячене неправдивості інформації, її управління. Маніпуляція інформацією для потреби меншості пояснюється там крізь призму того, що інформація може мати ресурсну дефініцію, і бути валютою, за яку можна придбати будь-що соціальне. Тим не менш, спроби описати появу фейків як частину нормальних процесів у суспільстві були і в Г. Ласвела. Його модель «ментів» передбачає кількісний вимір інформації та наявність одиниць пропаганди серед медіаповідомлень. Тобто Г. Ласвел розробив індикатори[31], що дозволяють виділити із медіа викривлену інформацію, маніпуляції, пропаганду, тощо. Ця методологія є відкритою до удосконалення, оскільки менти не передбачають в собі кількісних змінних, тобто не дозволяють вказати на рівень чи тип викривлення інформації в повідомленні. Його доопрацьована модель поширення інформації у ЗМІ крізь призму соціальних технологій розглядається як спосіб оптимізації потоку інформації з усіма повноцінними учасниками цього процесу.

У ласвелівській схемі задля відсутності непередбачуваних результатів наслідки споживання, виробітку, та реакції є чітко розділеними на фрагменти взаємодії, що в сукупності і єдності формують емерджентні властивості – варіативність інформації в інфосередовищі, її комунікативна та проєктивна спрямованість. При огляді структурованих та чітких соціальних формацій саме про мікропроцеси згадується найменше, і це не дивно – навіть у слові ЗМІ центральною функцією є саме масовість передачі інформації. У теорії масової комунікації Г. Ласвел виділяв два окремих алгоритми у своїй технології передачі інформації, які можна протрактувати як мезо- та макрорівень. Перший передбачає цю передачу комунікаторами від малої кількості людей до великої (few-to-many), а прикладом буде процес, коли дипломат після зустрічі із закордонними колегами, обробивши дані для певної аудиторії, поширює її на більшу кількість людей промовою. Другий алгоритм Ласвел назвав many-to-few, і до цього прикладу влучним буде підібраний процес, коли ці ж дипломати,

знаходячись у різних куточках світу, збирають інформацію і відправляють її в певний локальний центр, тобто у міністерство закордонних справ своєї держави.

Як бачимо, комунікативна спрямованість посиляється на те, що будь-яка теоретизована СТ передбачає отримання фідбеку із поширення даних про технологію та її методи на міжособистісному рівні. Такий процес спіткає будь-якого науковця, який намагатиметься розглянути певне соціальне утворення крізь призму цілей цього утворення а також систематизації праці. Особливо важливим такий процес є в соціальних технологіях, спрямованих на організацію робочих колективів та, власне, поширення інформації. Саме тому поруч із ласвелівською схемою засобів масової комунікації для повноти картини варто прикладати схеми поширення та його мотивів на міжособистісному рівні.

У формуванні концептуальної моделі що буде застосована в авторському соціологічному дослідженні в рамках цієї кваліфікаційної магістерської роботи таким доповненням слугуватиме теорія комунікативної дії Юргена Габермаса. При конструюванні теоретичної моделі в подальшому будуть застосовані й інші методологічні джерела, що допоможуть визначити сутність прояву фактчекінгу як соціальної технології, що увійшла до культури споживання інформації у новітніх медіа. Відтак культурологічна теорія Джефрі Александера допоможе розкрити культурний аспект цієї практики. Саме культура як спосіб переживання явищ через схему «код-сенс-наратив» допоможе зрозуміти що люди зазвичай вкладають в термін «фактчекінг», що для них означає інформаційний тероризм, та які уподібнення до соціальних технологій застосовують люди в повсякденному житті, аби «вийти» на істину.

Таблиця 1.3.1. Аплікація основних тверджень методологічних основ роботи

№	Назва методологічного джерела	Тезиси та твердження, що запозичені для конструювання та аналізу фактчекінгу як соціальної технології
---	-------------------------------	---

1.	<p>Політологія. Теорія масової комунікації Г. Ласвела.</p>	<p>Фактчекінг виступає елементом, що впливає на класичну п'ятиступінчасту схему масової комунікації. Вплив полягає в коригуванні комунікатором повідомлень, що надсилаються аудиторії таким чином, що інформація стає більш об'єктивною, збільшуючи шанс отримати більш позитивну реакцію серед аудиторії, а, відповідно, комунікатор отримуватиме кращий зворотній зв'язок, не залежно від змісту повідомлення, проте дотримуючись власних закономірностей публікації контенту. Схема дозволяє відслідкувати водночас кілька моментів впливу фактчекінгу на процес масової комунікації: на рівні поширення інформації комунікатором, а також на рівні аудиторії, що перевіряє надійність джерела, правдивість поданої ним інформації, та ін.</p>
2.	<p>Соціальна філософія. Теорія комунікативної дії Ю. Габермаса.</p>	<p>У композиції із теорією масової комунікації Г. Ласвела, теорія комунікативної дії може виступати як схема міжособистісної комунікації інформаційними</p>

		<p>патернами, перейнятими зі ЗМІ та ЗМК. Якщо розглядати інформацію якою діляться люди між собою як навмисну брехню, то можна дізнатись мотиви, якими індивід керується щоб поширити цю інформацію без перевірки надалі іншим індивідам, тобто противаги які затупляють відчуття потреби перевірки фактів. Такими чинниками виступають драматургічне, нормативне, а також стратегічне поширення. До того ж, Ю. Габермас є представником інтегралізму, тобто його теорія тяжіє до розробки авторських концепцій, в яких, як і тут, поєднуються макро- і мікропроблематика.</p>
3.	<p>Журналістика. Valoneymeter. Рівень вимірювання «ковбаси» в новинах.</p>	<p>Даний журналістський аналітичний підхід до визначення та перевірки неправдивої інформації можна аплікувати на фактчекінг для одержання кількісної метрики у визначенні фейків. Це дозволяє розробити шкалу, за якою можна визначити ступінь неправдивості того чи іншого заголовку. Саме таким чином ці тези</p>

		застосовуватимуться в рамках авторського соціологічного дослідження.
4.	Соціологія. Культурсоціологічний аналіз Дж. Александера.	В силу можливостей триангуляції за Вікторією Середа, культурсоціологія Дж. Александера використовуватиметься як необхідна теорія для обґрунтування процесів фактчекінгу та інформаційних війн з точки зору мегапарадигми.

Джерело: авторське напрацювання

У вищевказаній таблиці зображені усі методологічні джерела, проте основну увагу варто приділити першим двом (теорія масової комунікації Ласвела, теорія комунікативної дії Габермаса), якщо мета цього розділу – визначити результат дифузії цих теорій, накладеної на сучасний інформаційний світ. В своїй картині поширення інформації вони замикають коло, в якому будь-які частинки хаотично підібраних (а інколи, і дедалі частіше, на основі штучного інтелекту) даних приречені циркулювати, утворюючи нові «менти».

Якщо розглядати підхід Ласвела, сформований ще в першій половині ХХст., то ми побачимо чітке і знайоме структурування акторів що виконують певні дії в мережі поширення масової інформації. Єдине, що не вписується в картинку сьогодення, це можливість окремих індивідів впливати на цю інформацію. Ми знаємо, що в епоху ІКТ кожна людина може стати знаменитістю, при цьому не виконуючи традиційних соціальних ролей, які утворювали предтечу до популярності. Інфлюенсерність мережевого середовища є проігнорованою в моделі Ласвела, проте чудово відображається в аналізі мотивів до поширення інформації в міжособистісній інтеракції теорії комунікативної дії Габермаса.

Саме через таке технологічне поєднання варто поглянути на фактчекінг, що повинен як соціальна технологія відточуватись, оскільки це обов'язкова практика в новітньому медіатизованому просторі, де кожен код має право на існування, проте не кожен сенс є вірною інтерпретацією даних. До того ж, шляхом спрощення схеми, у цих двох теоріях можна побачити уподібненість і в рольовій спрямованості функцій.

Комунікація за Габермасом – це в першу чергу міжособистісний зв'язок [19], а згідно з теорією Ласвела – масовість зв'язку і є тією самою комунікацією, проте в інструментальному спрямуванні. З огляду на технологізацію будь яких соціальних практик в людському житті, індивіда в сучасному медіатизованому просторі очікує велика кількість маніпуляцій у цих мікро- та макромережах, що через стратегічні поширення у медіа просочуються в міжособистісні комунікації і в комплексній дії загрожують дезінформації та обману, грі на почуттях, що практично неможливо відрізнити від реальної людської мотивації. Інформація різного характеру про один і той самий об'єкт, проте з різних підходів до нього, може змусити людину підкоритись наративу, стати його жертвою. Саме тому вважаємо за доцільним розглядати явище фактчекінг із такої точки зору, яка б показувала його так само систематично та структуровано, як і фейки, інформаційний тероризм, та маніпуляції, проти яких фактчекінг сформований природнім шляхом.

Шляхом порівняння основних тез макропідходу до поширення інформації була виявлена велика різноманітність походження в початкових періодах формування даних. Вочевидь, для того аби зрозуміти природу проходження фейків та знати місця перетину в циклі масової комунікації, до яких варто застосовувати фактчекінг, цей цикл варто доповнити саме міжособистісною теорією комунікації, яка керується подібними об'єктами дослідження. В результаті в ході праці над теоретичною моделлю вийшов синтез таких підходів, а саме поєднання теорії комунікативної дії Ю. Габермаса та схеми масової комунікації Г. Ласвела. Наслідком об'єднання таких підходів стали наступні тези:

1. Кампанії з розповсюдження неправдивої інформації завжди враховують загальну атмосферу серед громадськості, тренди і «хайп» при створенні фейків. Це потрібно для того, щоб залучити якнайбільше охоплення на фейк, незважаючи на те, якої форми фейк (фото, відео, стаття), з якою метою поширюється чи на кого спрямований тощо.
2. Під комунікативною дією розкривається обмін інформацією між індивідами, в ході якого новини та повідомлення поширюється із усвідомленням правдивості поширюваної інформації, довірою до її джерел та раціональною аргументацією висвітлених в повідомленнях подій. Відповідно, свідоме поширення фейків у соціальних мережах не є комунікативною дією.
3. Поширення інформації як інструментальна дія не має на меті конкретний результат, а є всього лише стихійним засобом, що реалізує те чи інше явище. Проте цей засіб заснований на емпіричному всезагальному досвіді, що здобуло суспільство, і людини-реципієнта індивідуально впродовж всього життя. Індивід таким чином не може передбачити наслідок цієї дії, хто і з якою метою її виконує, а, відповідно, інформаційне наповнення вже ґрунтуватиметься на раціональному співставленні фактів та визначенні об'єктивної реальності. У фейкових та пропагандистських матеріалах цей стихійний засіб є просто сировиною, яка повинна отримати конкретне забарвлення того чи іншого спрямування, в залежності від закладених в поширення ідей.
4. У фейків існують як конкретні автори (що найчастіше можна зустріти у штучно сфабрикованих в рамках певних інформаційних атак чи кампаній фейків), так і розмита генеральна сукупність, невідомий автор, чи може виявитись пліткою як різновидом неправдивої інформації. В таких випадках відслідкувати джерело походження фейку в Інтернет - середовищі буде вкрай важко, а то й зовсім неможливо.
5. Фейк є різновидом інформації, а отже і поширюється в Інтернет-середовищі як будь-яка інша інформація, має аналогічні правдивій новині структури і поведінку у ЗМІ. Фейк, як і будь-яке інше повідомлення в моделі масової

комунікації, має свого комунікатора, канал поширення, аудиторію і справляє певний ефект на отримувача.

6. Каталізатором поширення фейків є імітація суспільного попиту на певні думки, штучне формування інтерактивного середовища. В журналістських фейках це часто можуть бути думки «експертів», апеляція до фактів такими фразами, як «всі знають», «ні для кого не секрет», «як відомо громадськості», та ін. У соціальних мережах імітацією суспільної думки, прозорості дискусії в коментарях, а також зміною громадської позиції займаються організації синхронного розповсюдження інформації. В таких організаціях беруть участь сотні та тисячі фейкових акаунтів у соцмережах, виконуючи замовлення політиків, бізнесменів, тощо.

В рамках, що складаються із вищезазначених тез по відношенню до фактчекінгу як соціальної технології крізь призму поєднання поглядів Ю. Габермаса та Г. Ласвела, варто в подальшому розглядати процес поширення масової інформації. У зв'язку із фейками як первинним ресурсом, який обробляється фактчекінгом, доцільним було розглядати продукт перевірки інформації із врахуванням як інструментальних функцій викривлення потоку даних до реципієнта, так і раціональними закономірностями розвитку масових комунікацій.

Технологічний аспект відіграє чималу роль, оскільки суспільство не встигає в достатній мірі теоретизувати та застосовувати методи протидії дезінформації, а значить кожен акт інформаційного тероризму варто розглядати як виклик для інформаційної безпеки суспільства. Особливою характеристикою сьогодення можна назвати бурхливий розвиток нових соціальних та інформаційних технологій, засобів впливу на індивіда через соціальні мережі, мета яких викривити громадську думку через конвертацію фінансових ресурсів у репутаційні.

Ще цікавим є те, що інтерпретація концепту фейків як явища, та фактчекінгу як соціальної технології-противаги приведе нас до концепту фейків як аналогічної технології. Відтак, в основі фейка як технології зміни громадського ставлення до

певних суспільних явищ, можуть знаходитись ідеології, що не сумісні із ідеями гуманізму та верховності моралі, при цьому технологія спрямована на продукт що поширюватиметься у середовищі із невідповідними задекларованими нормами поведінки. Навіть у звіті Facebook для позначення акаунтів, що підпорядковуються мережам поширення фейків використовують термінологію «Скоординована неавтентична поведінка»[20]. І справді, технологічний підхід є актуальним не тільки під час інтерпретації його на процес фактчекінгу, а і на сам процес моделювання фейків. Тому усі ознаки, які властиві соціальним технологіям та успішно накладаються на фактчекінг як мікро- так і макросоціологічного підходу є виписаними у вигляді наступної таблиці:

Таблиця 1.3.2. Аплікація основних характеристик соціальної технології на практику фактчекінгу

№	Основні положення соціальної технології	Апліковані твердження щодо фактчекінгу як соціальної технології
1	Соціальна технологія виступає в двох формах: як програма, що містить процедури і операції, і як сама діяльність, побудована відповідно до цієї програми.	Фактчекінг може виступати як схемою, яка містить правила перевірки інформації певного спрямування чи типу, чи послідовністю опрацювання новини, так і самою діяльністю, що відбувається в рамках схеми процесу.
2	За масштабністю виділяють глобальні соціальні технології, що пов'язані з рішенням загальнолюдських проблем, із життєдіяльністю людей, їхньою соціальною захищеністю, а також	Фейки бувають як і масштабними глобальними містифікаціями, так і локальним проєктом, націленим на регіональні

	регіональні технології, що вивчають реалізацію і закономірності територіального соціального життя.	суб'єкти. Відповідно, з технологічної точки зору механізм перевірки фактів може працювати як на загальноінформаційному рівні, так і особистісному аналізі заяв та новин.
3	Науково обґрунтовані СТ допомагають відобразити зв'язок між частиною і цілим, одиничним і загальним, змістом і формою, причиною й наслідком, можливістю й дійсністю в соціальному розвитку об'єктів.	Фактчекінг, як технологія, спрямована на співставлення поданої інформації із об'єктивною реальністю. Відповідно, за допомогою перевірки представлених фактів можна з'ясувати зв'язок із максимально правдивими показниками.
4	Соціальна технологія як наукова дисципліна виявляє закономірності формування організаційної культури й структури організації, її функціональних компонентів, а також фінансового й матеріального стану з метою визначення й використання на практиці найбільш ефективних і економічно вигідних соціальних проєктів.	Лобіювання вигідної певним групам людей думки є джерелом конвертації інформації в ресурси: при зміні ставлення громадськості до певного явища, змінюються і пріоритети та людські уявлення щодо об'єкта на який була спрямована фейкова кампанія. Якщо страхова компанія потерпає від великої кількості інформаційних атак у ЗМІ, то рейтинг довіри серед

		<p>клієнтів компанії впаде, а капітал, який клієнт приносив за страхування, перетече іншій страховій компанії, тобто конкуренту. Відтак, створити фейкову кампанію проти конкурента – це економічно вигідний соціальний проєкт.</p>
--	--	---

Джерело: авторське напрацювання.

Однією із спільних, та найвизначніших рис соціальних технологій та фактчекінгу є їхній поділ за масштабом, значущістю, та видами діяльності. Соціальна взаємодія, у ході розвитку суспільства, створила великий та широкий спектр делегованих соціальних технологій, що дозволяють оптимізовано досягати людьми блага та потрібних цілей. Відтак, у світі існують СТ загальносуспільного масштабу (як наприклад ООН), що спрямовані на подолання глобальних соціальних проблем а також вирішення міжнаціональних питань в рамках безпеки та соціальної політики. Такого рівня СТ, в свою чергу, співпрацюють на засадах узгоджених механізмів із різного роду континентальними (НАТО, СНД, тощо), державними, та регіональними організаціями, що працюють на підтримку своїх технологій зі своїми особливостями та структуризацією. В свою чергу, структурування соціальних технологій може здійснюватися на багатьох засадах. Наприклад, в основу типологізації можуть бути покладені дослідницькі завдання й гіпотези що лежать в основі ідеології соціального інституту; якщо говорити про більш локальні технології, що формуються на виконання людських потреб «тут і зараз», то таким медіатором розподілів може виступати соціальне замовлення, попит громадськості, межі соціального процесу і т. ін. Так, глобальна модель виживання людства, розроблена американськими вченими на замовлення Римського клубу (неприбуткової організації, що була створена в 1969 році для дискусій на тему поглиблених перспектив виживання людства та

глобалізації), була обчислена за критерієм скінченності та виснаженості ресурсів на планеті [14].

У стані суспільного напруження, зокрема, коли цей стан підбурюють новими соціальними технологіями, важливо сформувавши у процесі хаотичних спроб систему рішень, налагодити об'єктивність та достовірність інформації. Саме із цих вищеперерахованих факторів фактчекінг як СТ у нових медіа впливає як логічний наслідок, засіб балансування фейків, інформаційного тероризму та засобів боротьби із ним як на міжособистісному так і на глобальному рівнях. Тим не менш, не всі соціологічні парадигми мають місце для такого складного механізму регулювання та сприйняття інформації у суспільстві. І в макросоціологічних підходах, і в мікрорівневих теоріях, фактчекінг залишатиметься методом збору емпіричних даних, оскільки в своєму початку тут закладений механізм компаративного аналізу об'єкта дослідження із соціальною реальністю. Відтак, в рамках цілісної перевірки інформації на достовірність, потрібно брати до уваги к

Висновки до розділу 1

У першому розділі були розглянуті різні соціологічні підходи до трактування новітніх соціальних технологій. У цьому розділі ми спробували провести розгляд фактчекінгу крізь призму соціальної технології, проаналізували її сутність, використавши напрацювання таких дослідників, як В. Тарасенка та О. Іваненка, Г. Почепцова, К. Ясперса, К. Поппера, та ін. Через гносеологічну особливість об'єкту дослідження, до опису його як соціальної технології та пошук вірної теорії була проведена триангуляція несуперечливих методологічних джерел із різних дисциплін. Була з'ясована взаємозалежність людського розвитку в сучасному постінформаційному середовищі із формуванням критерій та чітких структур соціальних технологій для їх опанування людиною. Також при виявленні цієї залежності була проведена спроба знайти місце в майбутньому фактчекінгу як такої ж оформленої індивідуальної соціальної технології.

Майбутнє саме по собі є для нас досі чимось невідомим так само, як багатьом людям невідоме минуле.

Науковці, зокрема футурологи, в рамках таких дослідницьких організацій та аналітичних центрів як Римський клуб, намагаються спрогнозувати подальший розвиток людства, виявити об'єкти та структури, що змінюватимуть гру (game changers). Американська рада з розвідки[5], наприклад, підготувала свій Альтернативний світ 2030 року довкола чотирьох мегатрендів (розширення можливостей індивідів, дифузія влади, демографічні моделі та зростаючий взаємозв'язок їжі, води та енергії) та шести варіантів гейм-ченджерів. Згідно із висновками, влада перерозподілятиметься серед країн і йти від країн до неформальних мережевих структур, де вагоме місце займає саме інформаційне середовище, як той самий гейм-ченджер.

У цьому розділі також була сформульована перша частина теоретичної основи дослідження соціальних технологій у вигляді наступних положень: по-перше, фактчекінг як СТ в новоденні виступає не тільки як певний набір правил та послідовностей обробки інформації, а й сам процес виконання цих послідовностей. Часто цей процес не є досконалим, і його структура виходить із формалізованих знань, уявлень (у зв'язку із популяризацією цього терміну в першій половині 2022 року) та навичок у сфері медіакультури індивіда. По-друге, розгляд фактчекінгу як соціальної технології має свої переваги, оскільки масштаб фейкових кампаній проти яких застосовується перевірка фактів не дозволяє досліднику вивчати це явище в рамках тільки мікро- чи тільки макросоціології. Відтак з цього положення виходить потреба долучення макросоціологічних моделей та їх синтезу із міжособистісними теоріями. Відтак були визначені основні тези теоретичної моделі, розробленої в цьому розділі:

1. Процес створення фейків бере до уваги атмосферу серед громадськості, використовує маркетингові підходи зі зворотнім результатом, а також опирається на дані про зворотній зв'язок.

2. Процес свідомого поширення фейків у соціальних мережах не має на меті раціональне співставлення фактів, а отже не може вважатись комунікативною дією. Комунікативне обговорення фейків не є вигідним для творця фейків, тільки якщо це не передбачено цілями.
3. Поширення інформації як інструментальна дія не має на меті конкретний результат, а є всього лише стихійним засобом, що реалізовує ті чи інші цілі автора.
4. Джерело фейків може бути місінформаційним, спричиненим внаслідок невдалого співставлення уявлень про предмет міжособистісної комунікації.
5. Каталізатором поширення фейків є імітація суспільного попиту на певні думки, штучне формування інтерактивного середовища.
6. Фейк є різновидом інформації, а отже і поширюється в Інтернет-середовищі як будь-яка інша інформація, маючи при цьому всі складові циклу масової комунікації(реципієнт, автор, та ін.)

РОЗДІЛ 2. Теоретико-практичні засади вивчення фактчекінгу як превенції фейкам у новітніх медіа України

2.1 Фактчекінг як соціальна технологія

Фактчекінг у соціологічних наукових колах розглядається як набуте вміння індивіда відрізнити неправдивий або сфабрикований контент в мережі. Тим не менш, практики перевірки інформації і до оформлення терміну фактчекінг проводились в рамках практик медіакультури. До таких практик відносять і медіаграмотність, як пасивний набір моделей поведінки, що по суті є частиною медіаосвіти, проте вона проявляється не тільки при скрупульозному вивченні правил та закономірностей, а й в повсякденному житті при контакті індивіда із контентом.

У «Словнику медіаграмотності» публіцист та дослідник медіа Арт Сільверблат разом із колегою Енрайт Елісейрі подають наступне визначення медіаграмотності: «це здатність людини за допомогою критичного мислення розшифрувати інформацію що отримується зі ЗМІ для того, щоб скласти власне незалежне судження по відношенню до змісту медіаповідомлення»[35, ст. 19]. Як бачимо, історія поширення та габітуалізації терміну фактчекінгу є відірваним від історії використання однойменної технології. Така ж картина постає і з медіакультурою. Яке визначення розкриватиме не тільки технологічну складову практик, а й саме походження, набуття, та поширення цих практик?

Історія засобів масової комунікації передбачає появу перших друкованих ЗМІ, а саме ЗМІ передбачає наявність аудиторії, що споживає цю інформацію. Процес споживання масової інформації потребував людського критичного мислення, а також намагання сконструювати власне ставлення людини до спожитої інформації. З плином часу фрагментація збільшувала кількість контенту, даних, а, відповідно, збільшувалась і середня кількість спожитої індивідом інформації за день. Багато науковців у зв'язку із цим схильні виділяти сучасність в так звану четверту індустріальну революцію. Відтак, соціальні технології обробки та перевірки інформації людиною не з'явилися як відповідь на перевищення певних лімітів, а модернізувались з плином часу, розвитком технологій та світоглядних трендів. Тобто можна стверджувати, що фактчекінг як технологія що використовується в повсякденних цілях зародилась разом із першими практиками споживання новин зі ЗМІ. Відтак, ми приходимо до твердження, що

перевірка інформації як СТ у суспільстві розвивалась пропорційно розвитку грамотності, символів, та писемності у цьому ж суспільстві.

Посилання до авторитетів є важливою складовою частиною фейкових новин. Доволі часто під звичайні інформаційні повідомлення маскуються маніпуляції, які в заголовках використовують цитати популярних політиків. При цьому може відбуватися два кейси із цитатою у заголовку: формулювання від оригінального тексту є або викривленим, або повністю придуманим автором статті. Такий підхід до маніпуляцій із посиланням на слова авторитетів є механізмом, старішим ніж сучасні методи масової комунікації. Багато несправжніх винахідників протягом останнього тисячоліття намагались цим чином присвоїти собі авторство винаходів, управлінці - намагались переписати історію, а конспірологи підробляли аргументи на спростування фундаментальних законів.

Соціолог та соціопсихолог Норман Андерсон подає медіаграмотності більш широке визначення в плані об'єкту на який застосовуються СТ, задіяні в медіаграмотності. За його словами, це не тільки перевірка інформації на достовірність, а й вміння її отримати, зібрати, інтерпретувати, та задіяти [4, ст. 22]. Спільною рисою вищезгаданих визначень медіаграмотності є набір певних маніпуляцій, що в сукупності і становлять це збірне поняття. Тим не менш, фактчекінг можна визначити як складову цього, яка може існувати автономно, але все ще бути складовою медіаграмотності.

Термін «фактчекінг» формується із двох англійських слів – «факт» і «чекінг». Слово «fact» означає певне явище чи подію що є загальновідомою встановленою істиною. Кожен факт є певним чином закріплений за об'єктом, до якого мали б звертатись чи посилатись індивіди, що певним чином піддають сумнівам інформацію про факт. Друга частина терміну, що розглядається, є «checking», що означає власне процес звертання людини із сумнівами до цих об'єктів перевірки. І це визначення лягає не на всі точки зору на СТ. Загальна тенденція така, що кожна спеціалізована соціологічна теорія (а їх нараховується більше 160) розробляє свій пакет соціальних технологій, які забезпечують реалізацію

соціальних резервів і оптимізацію соціальних процесів. Тим не менш, фактчекінг є атрибутом кожної із цих теорій, оскільки часто дослідження, на основі яких підтверджується валідність та достовірність цих соціологічних теорій, опираються на співставлення результатів із реальністю, чи кількісним вимірюванням відхилення від гіпотетичної реальності. Провівши аплікацію основних тез що властиві науково-обґрунтованим соціальним технологіям згідно із твердженнями, наведеними в курсі лекцій О.М. Віноградської та Л.О. Белової [13], можна виявити, що фактчекінг як персональна технологія, допомагає:

1. Встановити зв'язок частинки інформації і загальним інформаційним середовищем в якому воно сприймається.
2. Виявити взаємозалежність та її характер між одиничним, унікальним змістом і загальним контекстом.
3. Відобразити зв'язок між причиною і наслідком.
4. Встановити співвідношення можливості і дійсності в соціальному розвитку об'єктів інформації.

Підсумовуючи аналіз категорії соціальних технологій, можна стверджувати, що технологічний підхід є невід'ємною складовою сучасної соціальної діяльності. В силу деталізації людських психосоціальних відчуттів та детальної категоризації, межа абстрактних понять відсувається і стає все меншою і меншою. Значення технологізації полягає передусім в тому, що вона надає людській діяльності більш раціонального характеру, відповідає суб'єктивному прагненню людини визначити той природний алгоритм, який полегшить її діяльність і підвищить ефективність. Якщо говорити в цьому контексті про фактчекінг, то ми побачимо накладання ідентичних цілей.

Як і технологізація, так і фактчекінг в людському розумінні є ключами до збільшення імовірності отримати раціональний результат. Тож застосувавши технологічний погляд на питання фактчекінгу, можна сформулювати проблему низького рівня правдивої інформації і вийти на способи швидкого визначення статусу спожитої інформації.

Фактчекінг як перевірка інформації на достовірність спочатку використовувалась у вузьких профільних груп людей. Вона почала розглядатись як важлива складова процесу медіаосвіти у наукових працях. Медіаосвіта ж у свою чергу почала розглядатись у період розквіту класичних ЗМІ та уваги до них з боку соціальних наук. Вважається, що перші спроби окреслити потребу в навчанні людей поведінки, моделям споживання та аналізу інформації із ЗМІ зробив Маршал Маклюен у 1959 році. Це була спеціалізована навчальна програма з медіаосвіти і її активне застосування в навчально-виховному процесі розпочалося в 60-х роках ХХ ст. у Великій Британії, Канаді, Німеччині, США, Франції[8, ст. 17].

Тим не менш, з другої половини ХХст. Бачення інформації та її ролі в соціальній реальності ділилось на умовні дві частини. Раніше передбачення та прогнози щодо нових засобів масової інформації зводились до наступного: ЗМІ змінять все, або ж нічого. Тільки із появою в тривіальному житті людей Інтернету, було знайдено консенсус, і станом на сьогодні прийнято вважати, що новітні методи комунікації не витісняють традиційні засоби комунікації, а доповнюють їх[10]. **Журналісти** перевіряли правдивість висловлювань політиків для того аби перевірити чи відповідають дійсності їхні твердження. Проте в останнє десятиліття ця навичка пройшла вузькопрофільний етап своєї життєдіяльності і перетворилась на незамінну функцію усіх людей. Це відбулось внаслідок зміни інформаційного оточення людей, медійного перенасичення та діджиталізації людської взаємодії.

У США 2007-го року з'явився PolitiFact – ресурс із перевірки фактів, який перевіряє дотримання заяв політиків у США. З того часу технології почали використовуватись людьми для перевірки правдивості інформації мало не наживо. Там працюють редактори та журналісти Tampa Bay Times (Флорида) та PunditFact, що співпрацює з Times. PolitiFact аналізує висловлювання посадових осіб, кандидатів на посади, лідерів політичних партій та політичних активістів усіх рівнів влади, від уповноважених округу до сенаторів США, від членів міськради до президента, заяви експертів, оглядачів, блогерів, політичних

аналітиків, хостів і гостей ток-шоу та інших учасників ЗМІ. Кожному висловлюванню присвоюється рейтинг «Truth-O-Meter».

Фактчекінг в **історії** є фундаментальним і важливим фактором різних методів пізнання. Проте історія самих фальсифікацій є набагато древнішою. Навіть у найпопулярнішій книзі у світі – Біблії, існують неточності, що виникали як під час доповнення книги, так і під час переписування її частин. Біблія замовчує факт існування іудео-християнських сект у своєму писанні взагалі. При тому, що факт існування ранніх християнських вірувань у наукових колах вже не був таємницею чи загадкою, традиція закривати на них очі в Біблії все ж залишилась: ще у 2 столітті до н. е. на півночі Палестини існувала секта хрестителів, що вшановували померлого і воскреслого пророка Дуса. Близько 50 року до нашої ери виникла секта хрестителів-назореїв, і ця назва стала згодом позначенням християн. А щодо міста Назарет, яке виникло набагато пізніше загибелі Христа, секта не має жодного етимологічного стосунку.

Фактчекінг в історії хоч працює як метод пізнання, та все ж є доволі хитким засобом, і його валідність можна легко піддати сумніву. Зрештою, аби довести те, що фактчекінг є необхідним засобом в цій галузі, потрібно змодельовати ситуацію, за якої немає змоги перевірити достовірність історичного артефакту та даних, які він несе в собі. Такі обставини можуть скластись тільки коли штучно викривляють істину, або ж не дозволяють їй довільно формуватись. За словами Антона Дрекслера, засновника Німецької робітничої партії, яку згодом очолив Адольф Гітлер, «історію пишуть переможці...». Тим не менш, слова Дрекслера, попри те що він є автором «партії програшу» достатньо міцно закарбувались на історичному полотнищі. Історія, попри намагання переможців переписати її, зберегла в генеральному знанні людства моменти та переживання людей зі всіх сторін барикад, а завдяки дослідникам, що віддані науці, ми відкриваємо аспекти минулого що колись замовчувались. Це свідчить про те, що фактчекінгом як соціальною технологією користувались люди задовго до популяризації змі. Це була комплексна потреба у зберіганні родинної пам'яті та захисту репутації нащадків. Будь-яка, навіть неграмотна людина намагатиметься перевірити нову

інформацію, проте рівень та глибина фактчеінгу будуть відповідати рівню загальної медіаграмотності та «базі даних», яку людина тримає в собі.

Іншим таким масовим фальсифікатом, що можна привести в приклад до історії інформаційних маніпуляцій є Велесова Книга, яка, за останніми даними, була витвором не ранньослов'янської історії, а фейком історика-аматора Юрія Миролюбова та археолога Федіра Ізенбека. У книзі розповідається, що початок історії слов'ян бере своє походження в Індії. У 50-х роках інтерес до цієї книги збільшувався, а щоб не потрапитись на закономірних способах знаходження інформації для книги, Миролюбов відправляв своїм знайомим у еміграції фрагменти, які вони, начебто, повинні опублікувати від свого імені.

Цікавим є те, що через неформальний метод популяризації (інформація прийшла із заходу в радянський союз, а не поширювалась з його території під контролем партії) цю книгу почали підхоплювати всі, не маючи доступу до перевірки даних. У середині 1990-х ця книга навіть потрапила в українські шкільні підручники, але згодом звідти зникла. Соціологічна експертиза легко знаходить неточності у тексті, оскільки у “Книзі” є дещо, що віє реаліями XIX–XX століть. Наприклад, думка, що потрібно “слов'янським струмкам злитися в руському морі”. І тут варто звернутися до публікатора “Книги” Миролюбова. Він був адептом особливої ролі Росії в історії слов'янства. У його еміграційному середовищі ширилися ідеї “євразійства” – містичного й цивілізаційного зв'язку зі Сходом. Очевидно, що такі ідеї не могли зародитись в IX столітті, в якому, начебто, була записана ця книга. Тоді не існувало ні підстав виокремлювати «руське море» з-поміж інших «морів». Цілком імовірно, що його тоді узагалі не існувало і тому етимологічному плані, в якому це слово почали використовувати із початку XIX ст.

Фактчекінг, тобто перевірка інформації із певної генеральної сукупності, є основоположним методом **верифікації** в сучасних мобільних додатках. Для перевірки що в додаток входить безпосередньо власник акаунту, сам додаток вимагає від юзера перевірити його ще один обліковий запис: якщо користувач

вкаже вірний код, що додаток надіслав йому на, наприклад, пошту, то тоді імовірність того, що додаток розпізнає власника акаунта зростає до ста відсотків. Паролі, електронні пошти, параметри голосу, риси обличчя, форми долоні – все це годиться для процедури встановлення належності користувачеві інформації в певній системі, себто її відповідності та автентичності. У соціології верифікація визначається як дослідницький засіб перевірки гіпотез. Метод верифікації найбільш ефективний при дослідженнях соціальних процесів в реальному часі, оскільки так дослідник може їх спостерігати безпосередньо, зібраний при цьому, пов'язані із гіпотезою дані. Якщо говорити про події минулого – тут дослідник вимушений звертатися до доступних артефактів, історичних документів і матеріалів: писемних, графічних, тощо. Вже в них і відбувається оцінка соціологом достовірності заданих гіпотез в міру валідності артефактів. У цьому вимірі робота соціологів, журналістів, та інших представників соціогуманітарних дисциплін збігається і є тотожною – кожен дослідник при перевірці гіпотез чи певних тверджень звертається до різного виду джерел, які своїми параметрами засвідчують достовірність, або ж навпаки – спростовують інформацію.

Верифікація журналістського матеріалу є загальноприйнятою в світі практикою — використання в матеріалі коментарів незалежних експертів із зазначенням їхніх позицій та бачень в їхніх сферах компетенції. В Україні найчастіше практика верифікації є спотвореною, та такою, що імітує справжню експертну думку. Саме тому на українському телебаченні, газетах, радіо, інтернет-змі, коментують події політики або самі журналісти. Один з найочевидніших для аудиторії показник порушення цього стандарту — використання висловів: «на думку експертів», «як зазначили науковці», «говорять», «усім відомо», «ви, можливо, чули про» тощо, за якими слідує основне повідомлення.

2.2. Особливості соціологічного аналізу фактчекінгу

Перед тим, як розпочати огляд вивчення фактчекінгу, частиною якого є неправдива інформація та фейки, варто зрозуміти місце інформації у різні

періоди розвитку соціології. Беручи до уваги цю установку, можна зрозуміти, що навіть «батько» соціології О. Конт розглядав науково-підтверджені факти важливим стовбуром, на якому триматиметься його теоретичне «позитивне суспільство». Саме вони в силу причинно-наслідкових закономірностей, що, в свою чергу, якраз і передбачають перевірку на достовірність, зумовлюють рух суспільства в цілому і окремих індивідів до більш вільного та гуманістичного устрою суспільства.

Як бачимо, ідеї важливості перевірки інформації, тобто фактчекінгу, були зрозумілими для науковців ще понад дві сотні років тому. Тим не менш, теоретизування таких основ не стояло на порядку денному, оскільки не існували предтечі до важливості цієї практики, тим більше як соціальної технології. Наприклад, до таких умов можна віднести інтенсивне інформаційне насичення, яке, як бачимо із сучасного життя, практично неможливе без інформаційно-комунікативних технологій. Фактчекінг як соціальна технологія може бути використаним не тільки, як здається на перший погляд, на наукові факти, якісні та кількісні знання. Зважаючи на різні норми в різних соціальних, релігійних, культурних групах, перевіряти можна і локалізовані правила, якщо знати межу їхнього застосування.

Перевірка фактів у повсякденному житті є проявом інтроспекції та важливості суб'єктивного аналізу в свідомості людини. Не спроста ми покладаємось не тільки на суб'єктивні дані у всьому: кожен факт який ми дізнаємось є наслідком десятка інших фактів, що ми не можемо дізнатись тут і зараз. Проте якщо розглядати цю навичку крізь призму історичної ретроспективи, то можна дізнатись, що ніхто не відділяв її від людської свідомості протягом тисяч років еволюції. По своїй суті – це раціональне порівняння фактів та звірення того, чи всіма аспектами ці дані вписуються в пазл навколишнього світу. Вочевидь, не останнє місце тут займає перевірка на практиці тієї чи іншої інформації.

Спроба дійти до оформлення фактчекінгу відбулась тоді, коли представники німецької школи філософії залучивши в діалектику, тобто інтеракцію людей

заради істини, питання практики. Наприклад, Гегель стверджував що діалектика як логіка та теорія пізнання належить не тільки теоретичній, а й практичній ідеї, є засобом розвитку пізнання, а також знаряддям «добра», «волі» й «життя». Саме під «добрим» та «Життям» мається на увазі абстрактне поняття всього того, що оточує людину, є реальним, та таким, що можна перевірити та впевнитись в її достовірності. «Добро», «воля», та «життя» - є фундаментом, на якому людина вибудовує наступні знання, і через практику мільйонів перевірок на різних рівнях втрамбує нові ідеї, вміння, і конструкти в фундамент, піднімаючи свій загальний рівень розвитку [28].

Важким для пересічної людини дається відрізнити одну термінологію від іншої, особливо коли це стосується повсякденного життя. Фактчекінг як набір послідовностей для конкретного результату, і є такою річчю, що без уточнюючих питань навряд чи уявлятиметься однаково серед людей. Про ще більшу плутанину ітиме мова, якщо ми говоритимемо про різновиди викривленої інформації і підходи до їх трактування, тобто те проти чого зазвичай застосовують фактчекінг. Навіть західні науковці при спробі аналізувати маніпуляції інформацією потрапляють у пастку масштабності дефініцій. Американські дослідники масових комунікацій у ХХІ ст., такі як С. Макдональд, зазвичай розглядають процеси маніпуляцій та дезінформацій як технологій в контексті глобалізації, локалізації, як інструмент міжнародної політики, тощо [26].

Соціологічний ж погляд на фейки та маніпуляції інформацією в мас-медіа є однією із сфер аналізу інформації та засобів масової комунікації у різних наукових теоріях. Проте до початку ХХ століття, під впливом розвитку традиційних інформаційних підприємств вплив інформації на суспільство та індивіда зокрема вивчався в рамках феномену, а не як постійного соціального явища. Наукова і публіцистична думка кінця ХІХ століття у сфері психології та соціології також приділяли увагу феномену засобів масової інформації та стали провісниками більш численних та глибоких досліджень у цій галузі у наступні

десятиліття. Однак як самостійний напрям дослідження медіа та його впливу виділилися тільки в ХХ столітті.

У першій половині ХХ століття, в силу стрімкого розвитку та диверсифікації технологій, найактивнішу наукову увагу до масової комунікації дослідники проявляли у сфері її історії розвитку. Однією із найбільших таких робіт є збірник «Дослідження американської комунікації», що завершена у 1996 році Е. Деннісом та Е. Вартелла[17]. Першим змістовним вивченням впливу масових комунікацій та спроби охарактеризувати явище неправдивої інформації були проведені Гарольдом Ласвелом. І хоч багато цитованої літератури представляє Ласвела як політолога, варто зазначити, що методи дослідження науковця були радше кількісними, соціально-психологічними, а самого Ласвела часто зазначають як засновника теорії масової комунікації. Його теоретична модель не тільки не втратила своєї актуальності за більш ніж півстоліття, а й навпаки – загартувалась, тільки підтверджуючи себе у світлі глобальних подій.

Праця Ласвела «Техніка пропаганди в Першій світовій війні» поклала початок новій гілці дослідження інформації у ЗМІ. Звідси бере свій початок ласвелівська школа кількісного контент-аналізу, яка базується на ідеї Ласвела про знаки-стимули і реакції на них. Суть цього методу дослідження базується на підрахунку знаків та символів, що репрезентуються в контенті [25]. Для того, щоб виділити ці знаки-стимули, потрібно розбивати та категоризувати масиви інформації відповідно до тих категорій, в яких вони подаються читачу. Тобто дослідник повинен сам виокремити ці категорії з-поміж інших і таким чином отримати сухий матеріал пропаганди, навіювання тощо.

Завершення епохи, що згодом в наукових колах називатиметься «теорією кулі» через концептуалізацію твердження всемогутності медіа, належить фонду Пейна. У 1920-х і 1930-х роках соціологи скоординували зусилля для вивчення поведінкового та соціального впливу, викликаного переглядом такої дивовижної на той час технології, як кіно. Дослідження, ініційовані фондом Пейна, були серією тестів дітей та дорослих, які відвідували кінотеатри. У ході досліджень

виявилось, що жорстокі та сексуально відверті сцени не відповідали традиційним соціальним нормам, проте дані, отримані при проведенні дослідження, не дають достатніх підстав, що підтверджують поширену думку про негативний вплив "дорослого" кіно на соціальні стандарти глядачів. З плином часу погляд на засоби масової комунікації та повідомлення в них як найпотужніший інструмент управління громадською думкою змінились. Доробити.

Науково-технічна революція спонукала людей до спростування концепції «нейтральності» будь-якої нової технології, тобто її не можна ізолювати від використання. На ці умови, що склались у суспільстві в 70х роках ХХ ст., і припало формування нової парадигми – постмодернізму. Погляди постмодерністів спрямовані проти будь-яких спроб абсолютизації та наділення будь-якого знання привілейованим статусом. Постмодернізм, на думку окремих науковців, виступаючи проти будь-яких тенденцій монополізування у культурі, може виступати певною запорукою недопущення тоталітаризму будь-якого виду, а особливо інформаційного [31]. Станом на сьогодні такий плюралізм мислення щодо нераціональних бачень та тверджень може описувати фейки у нових медіа як нейтральне явище. Якщо говорити про бачення формування неправдивої інформації у ЗМІ крізь призми інших парадигм, то в них існує розмежування в залежності від рівня впливу та місці ЗМІ в структурі соціологічного знання.

Герберт Шіллер пояснює масову практику маніпуляції інформацією експансією медіа та медіатизацією політики. Видатний соціолог та медіакритик написав чимало статей та книг, де згадував про тенденцію до присвоєння США звання культурної імперії, адже, за його словами, зараз відбувається корпоративне панування Америки над іншими країнами (зокрема такими, що розвиваються) за допомогою компаній та технологій. Цей процес він пояснює на прикладі бібліотеки як інституту. Публічна бібліотека була однією з найбільш демократичних інституцій в історії Америки. Так, у них є певні недоліки, проте ніхто не каже, що це ідеальний заклад. Але, за словами Г. Шіллера, для порівняння, це був набагато більш демократичний інститут, ніж інші. І один з

кардинальних принципів системи публічних бібліотек полягає в тому, що інформація має бути доступною для всіх, і цей доступ для всіх є безкоштовним. Зараз же, як і багато інших речей у постіндустріальному суспільстві, інформація перетворюється на товар для продажу. Товар, який надається на основі оплати. Звичайно, інформація завжди була частиною товарів. Книги та газети завжди продавалися. Але відбулися дійсно масштабні зміни завдяки технологіям, які можуть передавати та реорганізовувати фрагменти даних та інформацію, і тепер область, яка ніколи не мала уваги приватного сектору, розглядається як джерело масового прибутку. Принцип необмеженого та вільного публічного доступу став наріжним каменем цієї демократичної інституції [8].

Події та історії із минулого які засвідчують вразливість людських мас на прикладі мас медіа з'явилися в його розквіті після Другої світової війни. Річард Дімблбі (Richard Dimbleby) був одним із найпопулярніших телеведучих того часу. Він був головним освітлювачем висадки в Нормандії військ у 1944 році. 1 квітня 1957 року в телефір ВВС вийшов випуск передачі «Панорама» - важливої новинної складової тогочасного британського телебачення. показала сюжет про шведське місто, в якому спагетяні дерева цьогогоріч дали чималий врожай. А сталося це завдяки теплій весні та зникненню шкідника — спагетяного довгоносика! «Що може бути смачнішим за справжні домашні спагеті!» — заявив ведучий Річард Дімблбі. І що ви думаєте? Уже за кілька хвилин телефони редакторів ледь не димилися через сотні дзвінків [23].

«Майстром маніпуляцій» можна вважати Гофмана. Він, як представник течії структурного інтеракціонізму, підійшов до питання поширення фейків зі сторони набуття індивідом соціальних образів, які згодом відтворюються перед реципієнтами. Відтак, керуючись досвідом соціальних контактів, людина коригуватиме повідомлення що адресується аудиторії, аби отримати від цього певну вигоду собі. При цьому, такі процеси діють в обох напрямках: індивід може підправити твердження так, щоб дезінформувати інших людей, а може

прийняти твердження людей, аби не отримати в певному соціальному колі санкцій.

Перший в Україні освітній омбудсмен Сергій Горбачов в рамках курсу лекцій «Критичне мислення для освітян» стверджує, що в індивіда існують підсвідомі прагнення до незалежної, власної думки. Людина в процесі розвитку мимоволі намагається уникнути інформаційних маніпуляцій, особливо направлених безпосередньо на неї. Їй потрібно не тільки сліпо сприймати інформацію, довіряючи будь-яким повідомленням, а аналізувати їх, перевіряти достовірність, порівнювати повідомлення з різних джерел, тощо. У новоденні людина, відкриваючи будь-який інформаційний ресурс, натрапляє на велику кількість медіафайлів, які несуть певний зміст, сенс, інформують про щось, закликають до чогось, тощо. Тому існує дзеркальна сторона фактчекінгу, що відтворюється у тих, хто інформацію поширює. С. Горбачов пропонує кожному перед тим як публікувати в соціальних мережах чи ресурсах публікацію, що імпонує комунікатору, задати запитання «а чи не фейк це?», «чи не несе ця інформація загрозу?», «Чи не накличе цей пост хейт та булінг?»[15].

Теорема Томаса (Dorothy Swaine Thomas і William Isaac Thomas) стверджує: Якщо люди визначають деяку ситуацію як реальну, то вона реальна і за своїми наслідками. Іншими словами, суб'єктивні враження індивіда можуть бути спроектовані на його життя і тим самим стати реальними для самого індивіда. Так, наприклад, нафтова криза 1973 року призвела до «паніки туалетного паперу» у США. Чутки про можливий дефіцит туалетного паперу через зниження імпорту нафти змусив людей накопичувати запаси, що в результаті і doprowadило до дефіциту засобу гігієни [32].

Український інформаційний простір на практиці знає, що теорема Томаса й справді працює. Розвиваючи своє поле понад 8 років при періодичних вкиданнях фейків, знищення репутації на міжнародній арені, українське суспільство має досвід, коли місінформація знаходилась на порядку денному, і ніхто не підозрював брехню. Відтак, під час повномасштабного вторгнення в кінці

лютого 2022 року, а точніше 24 числа, у перші години атаки російських військ, засоби масової інформації, що згодом були визначені Центром протидії дезінформації як «ворожі канали», поширювали інформацію про здачу прикордонних військових. Шляхом відслідковування цитувань, ЦПД вдалось зібрати список таких джерел, що займались поширенням фейків про нібито втрату міста Харків, створення коридорів безпеки для виходу із зони проведення операцій, тощо. Така підривна інформаційна діяльність мала на меті знищити бойовий дух українців, адже швидке просування ворога, згідно із отриманою інформацією, означає збільшення гіпотетичних ризиків громадськості.

Також поширення фейкової інформації, зокрема емоційна складова цього процесу, була спрямована на деморалізацію, шляхом конструювання у ЗМІ реальності, за якої українська влада програє, а шляху назад немає. У пропагандистських каналах поширювались новини із текстом «військовослужбовці РФ без опору входять в Херсон», де словосполучення «без опору» діє на реципієнта новини як натяк на слабкість української армії. В умовах, коли у суспільстві панує паніка, цінність нової інформації збільшується, а відповідно і попит на неї. При повномасштабних воєнних діях, великій кількості фронтів та «гарячих точок», дуже важко отримати достатній рівень оперативності надходження інформації. Відтак, як показує жахлива практика війни, в тому числі інформаційної, за таких обставин оперативність впливає на зменшення спрямування інформації до об'єктивності: не пройшло достатньо часу та актив верифікації соціальними агентами цієї інформації, аби реципієнт відчував впевненість та достовірність в отриманій новині. Цим, в умовах українсько-російської війни 2022 року користується ворог, організовуючи ботоферми, що сіють паніку. При цьому, інформаційні меседжі що лунають від ботоферм є не тільки ворожими в прямому сенсуальному вигляді, а й мають а меті байдужість, примирення із майбутнім. Часто за допомогою СІВ(а у випадку із українськими реаліями вони діють і як типові ботоферми) поширюються наративи в яких живому користувачу продається інформаційний «фьючерс», тобто інтеграція викладених у повідомленні тверджень із майбутнім, наслідками

війни, фейковими зведеннями із місць зіткнення. Мовляв, ворожа артилерія вже захоплює Київ у котел, «що робити ми не знаємо...».

Підсумовуючи огляд національних практик та сучасних досліджень в розробці питання фактчекінгу як соціальної технології, можна стверджувати про бурхливий розвиток в напрямку дослідження медіаграмотності населення. Наукова думка стосовно впливу засобів масової інформації змінювалась не тільки через загальнонаукові тренди, а й через зміни у ставленні громадськості до ЗМІ, видозмінам ресурсів і вигляду комунікації загалом. Особливим поштовхом до мобілізації ресурсів в Україні зокрема та появи попиту можна завдячувати згуртованості третього сектору та підтримці різноманітних урядових ініціатив під час повномасштабного вторгнення Росії в Україну.

2.3. Концептуалізація фактчекінгу як різновиду соціальних технологій у формуванні медіакультури спільнот

Процес вивчення фактчекінгу є багатогранною роботою. Кожна гуманітарна дисципліна вдається до деталізації саме тих аспектів перевірки інформації, які знаходяться в полі її інтересів. Натомість, у цій праці відображені намагання досягнути фактчекінг зі сторони його застосування людиною у повсякденності на різних рівнях. Відтак, автором були використані різні гілки соціогуманітарних джерел, саме тому вони не вписуються у велику кількість класичних соціологічних схем. Положення висвітлених теорій у роботі узяті не тільки із соціології, а й із соціальної філософії, представників політології, а також журналістики. Проте ціль, яку переслідує автор, поєднуючи ці моделі полягає у створенні несуперечливої єдності наукового знання. З соціології – культурсоціологія Дж. Александера є методом, що застосовується як засіб виявлення додаткових агентів впливу фактчекінгу, вплив культурних конфліктів в різних кодуваннях, що собою породжує фейк як об'єкт фактчекінгу.

З культурологічної точки зору кожна людська практика, що так чи інакше відображається в соціальній реальності має під собою глибинну основу, що не може існувати без видимої практики. В силу глобалізаційних процесів з-поміж всіх проявів масових комунікацій та видозміні інтеракції в мережі з'явилась нова категорія культури, що увібрала в себе модернізовані частинки вже відомих в різних класифікаціях видів культури. Мова йде про медіакультуру, яка попри специфічні носії (існування медіакультури стало можливим завдяки гаджетам та глобальному підключенню людей до мережі Інтернет) зберегла те, що вирізняє її від інших культурних утворень, а саме двовимірність характеристик. Соціальна поведінка індивіда в мережі керується усталеними нормами та поняттями, набором ціннісних передумов. Вони утворюють передумови до реалізації певних практик людиною, які в свою чергу залишають артефакти.

Дивовижним є рівень співпадінь у вищеописаній теорії раціоналізації даних Ю. Габермаса із основами, які заклав Дж. Александер у визначення культури—культура медіа, так само як і будь-яка культура, проявляє не тільки реальні практики, а й певні закономірності мислення. Ці закономірності в своїй послідовності співставляються із моделюванням, що замикає коло поширення інформації в мережі. Відтак, нам потрібно приділити увагу тому, як медійне мислення спонукає людину діяти згідно із певним алгоритмом, тобто задіювати фактчекінг у процесі сприйняття інформації. Згідно з культурсоціологією, першим кроком до цього є пізнати інформацію з її візуальним та емоційним контекстом. Індивід не може зазирнути першочергово в сенси, які закладені за рамкою первинного сприйняття у вигляді спостереження.

Вже в цей момент на інтуїтивному рівні дані можуть отримувати суб'єктивну оцінку від реципієнта новини. В своїй сукупності оцінки та сприйняття становлять перші два аспекти культури медійного мислення. Коли індивід отримує ці первинні дані про новину, його мислення переходить до спроб об'єднати всі значення, беручи до уваги індивідуальний досвід. Згідно із культурсоціологією такий аспект носить назву конативного, проте саме в ньому і захований момент перевірки на валідність, якщо накладати медіакультуру на

теоретичні засади. Адже медіакультура в стандартну категоризацією культур за формою закладається не однозначно. Якщо взяти до прикладу релігійну культуру, то в неї присутніми будуть артефакти як матеріальної форми (ряси, Біблія, свічки, хрести, тощо) так і нематеріальної (молитва, норми поведінки що відповідають канонам, уявлення про абстракції). Прояви ж медіакультури є нічим іншим як наслідком дифузії технологічних (інтернет, комп'ютер, клавіатура) соціогрупових, а також ціннісних культур. Неможливо поділити на матеріальні і нематеріальні артефакти ті практики, що зародились в новому для дослідницького ока середовищі. З такою проблемою зустрічались науковці і раніше, вбачаючи в цьому радше технологічний характер культури масового виробництва, або ж збільшуючи нахил до практик навчання, обмежуючи визначення медіакультури до знань і навичок володіння комп'ютером. Проте грамотність як показник певного рівня культури є характеристикою, притаманною індустріальному суспільству, де оцінка можливостей проводилась вміннями людини, а не самим людським капіталом. Сучасність вказує на інтернет вже не як на альтернативну реальність, яка не має зв'язку із матеріальним світом, а як на доповнену реальність.

Тренди адаптації матеріальної культури до мережі не віддзеркалюють артефакти, а роблять її продовження в нових сенсах та можливостях. Цей закономірний процес, в результаті якого технологічні та соціальні форми злились в одне, є нормальним процесом одержання нових сенсів, дискурсів, та навіть цілих підходів. Ніщо не існує без зв'язку із попередніми версіями, так само як «сильній програмі» передують «слабкі» програми. Відтак і передумовам утворення форм медіакультури не варто шукати в її древніх прототипах, адже намагаючись їх знайти в традиційних методах масової комунікації, або ж процесах габітуалізації глобальних мереж, дослідник зупиниться на складеному по мірі його теоретичних напрацювань уявленні.

Як бачимо, практичний, тобто матеріальний артефакт фактчекінгу синтезується всередині індивіда як мисленнєвий результат. Хід мислення, в свою чергу, вибудовується на основі доступу до інструментів валідації інформації

(можливості перевірити інформацію в інших джерелах за допомогою пошукових систем, фактчек-студій, тощо). Таким чином, в системі культур, розподіленій за формою, медіакультура, на нашу думку, займатиме окрему категорію, яку за кількістю запозичень із інших культур та особливістю об'єкту дослідження що розглядається, можна віднести як до традиційних (матеріальна і нематеріальна культура) типів, так і виокремлювати в новий простір культурних формацій – кібернетичний, або віртуальний (див. рис. 2.3.1.).

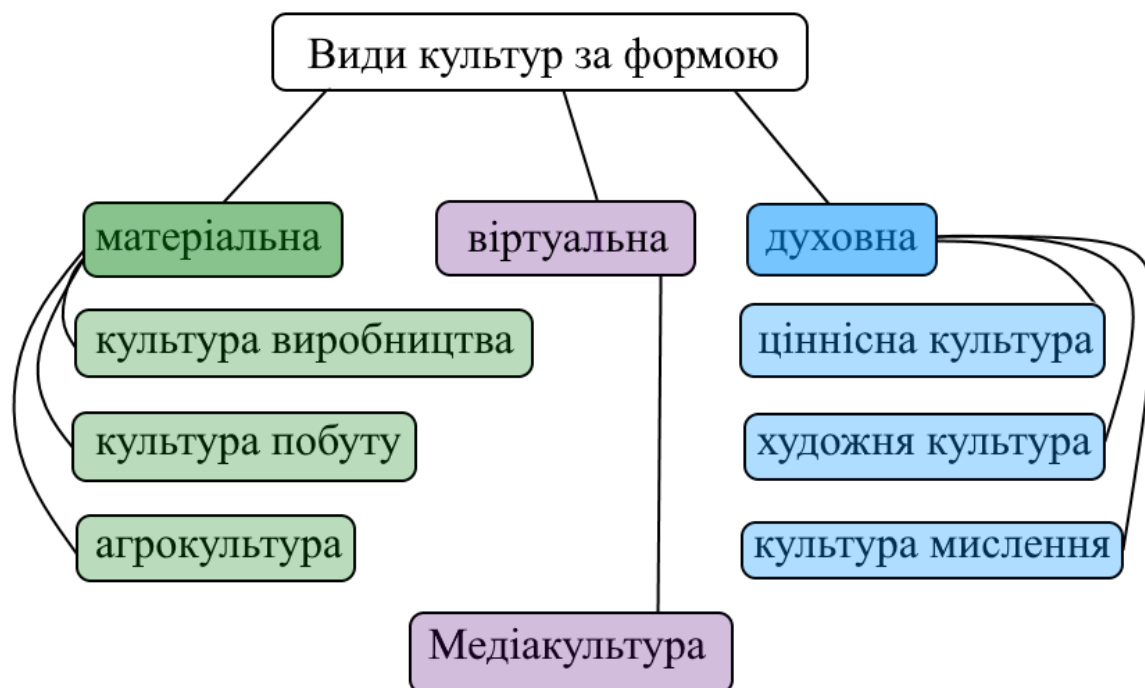


Рисунок 2.3.1. Схематичне зображення видів культур за формою.

Джерело: авторське напрацювання

Оскільки для авторського соціологічного дослідження використовується конкретний кейс інформаційного тероризму в Україні зі сторони російських пропагандистських структур, то і для детального та якісного культурсоціологічного аналізу потрібно розглядати сенси, що торкаються безпосередньо цієї теми.

Медіакультура виступає сукупністю практик засвоєння та обробки інформації в мережі. В залежності від готовності діяти на виклики (фейки, вкидання, інформаційний тероризм) та середовища застосування соціальних технологій

рівень медіакультури може бути як низьким так і високим. Таким ж чином можна провести паралель з існуючим розподілом «високої» та «низької» культури. Проте в нашому випадку високий рівень медіакультури є якісною характеристикою, яку можна в певній мірі оцінити. У цьому плані шкалювання кодів буде зосереджуватись в наступних рамках: сприйняття – сумніви, прийняття – відчуження, та лояльність – конфлікт. Кожен індивід в залежності від величезної кількості аспектів закладає свою оцінку в рамки цих кодувань.

Описувана соціальна подія осмислюється тут в наступних наративах:

- **масмедійного наративу**, в якому вплив засобів поширення новин та інформації здатна змінювати об'єктивну реальність через викривлення порядку денного.
- **Реакційний наратив**, що опирається більше на реакцію аудиторії що споживає фейк. Він може бути умовно поділений на сприйняття, сумніви, та інші емоційно-психологічні рефлексії стосовно фейку.
- **Наратив боротьби добра і зла**. Російські фейки абсолютизують Українське суспільство як таке, що несе в собі всі негативні риси суспільства. Відтак, українці навпаки схильні визнавати інформаційне поле Росії як чисте рафіноване зло, що увібрало в себе особливості всіх історично-відомих тоталітарних режимів.
- **Ліберальний наратив**. Зіткнення автократичного режиму, якому підпорядковуються інституції із демократичним, де ці інституції є автономними та незалежними.

Тим не менш, на нашу думку, найкращим прикладом для подальшого аналізу буде масмедійний наратив в кодуванні «сприйняття-сумніви», оскільки він є найпростішим у вираженні ознак медіакультури, та таким, що ставить в рівні умови представників як сприйняття викривленої інформації, так і сумнівів.

В рамках цієї сукупності текстів жодна із сторін не претендують на те, щоб їхнє кодування висвітлювало об'єктивні дані, а тому головним чинником визначення

сторони є обумовленим суб'єктивною свідомістю. Це означає, що одна і та ж складова соціальної події може розцінюватись по-різному: хтось визначить згаданий аспект події для себе як привід засумніватись в інформації, в той час як хтось навпаки - за допомогою тих самих даних ще більше впевниться в достовірності. В рамках цих наративів по відношенню до обраної соціальної події, а саме поширення російської пропаганди в українському інформаційному полі як частину політики інформаційного тероризму, розкривається наступний **історичний фон**, що обумовлює причини та приводи. По-перше, це свідчить про логічне продовження імперіалістичної політики, яка модернізувала методи нав'язування комплексу меншовартості та знаходження на периферії геополітичних інтересів. На цьому моменті історії таким чином російська пропаганда намагається вказати на неможливість влаштувати національну державу без участі у цьому Росії. По-друге, це розкриває спрямування ресурсів, яке налаштовувалось верхівкою влади, що паралізувала роботу державних інституцій, централізувала доходи та видатки, утворюючи тіньовий бюджет.

Саме інформаційною підтримкою, лобіюванням окремих міжнародних політиків, та малюванням вигідної путінському режиму картинки були зайняті мобілізовані ресурси протягом останніх двох десятиліть. На фоні цих двох історичних процесів відбувався ще один – це формування культури боротьби «заходу та «сходу». Варто зазначити, що як такої боротьби різних геополітичних утворень, конфронтації із росією ніколи не відбувалось, окрім як в ідеологічних нарисах російських пропагандистів. Саме тому навіть той індивід, котрий виступав проти російської пропаганди та агресії мимоволі підтверджував цю боротьбу для стороннього спостерігача.

У реальному житті, що сповна насичене інформацією стосовно будь-яких речей, «фактчекінг» та «фейк» є взаємодоповнюючими явищами, а тому в магістерській роботі будуть застосовані різні підходи до вивчення цих явищ. Відтак, фактчекінг розглядатиметься з точки зору мікротеорій, що проявляються на всіх рівнях соціологічного знання, а фейки – як результат теорій середнього рівня, оскільки перше явище є всеосяжним на всіх рівнях засобом, а друге є продуктом,

частіше за все змодельованим та спрямованим на соціальні групи. Якщо говорити про макросоціологічні підходи, то вони ведуть мову про сутності та якості, сформовані детальним та послідовним природнім відбором функцій, які так чи інакше панують над соціальним. Фактчекінг є нічим іншим як методом верифікації людиною світу, що її оточує – тут так чи інакше людина як соціальна істота підкорюватиметься результату перевірки фактів (в міру доступності інструментарію для перевірки), бо він і є істиною, об'єктивною реальністю. Фейк, в свою чергу, є не тільки соціальним, а й культурним продуктом, що тільки намагається наблизитись до істини, та зрештою стає тільки її мімікруванням, симуляцією реальності.

Загальноприйнятою є аксіома, де істина ніколи не зможе бути підмінена штучною неправдою, адже усі супутні дані варто так чи інакше підлаштувати під зміни, певним чином викривити посилання на першоджерела, та ін. Вочевидь у світі, де все взаємопов'язано на пізнанні світу, порівнянні та перевірці, це зробити неможливо. Так, людству відомі величезні за масштабом містифікації та дезінформації, проте заздалегідь вже відомі людству як такі, що були спробою підмінити собою реальність. Саме тому в цій роботі я намагаюсь розглянути «фактчекінг» як соціальну технологію, що панує як на глобальному рівні (наближення до об'єктивної реальності), на мезорівні (медіа, міжнародні ЗМІ, політика окремих держав), так і на мікрорівні (особистісна практика перевірки фактів із повсякденних джерел індивіда); а фейки, в свою чергу, будемо розглядати як результат людської діяльності на мезорівні, хоча спрямованому як на міжособистісний вплив, так і на глобальну зміну наративів.

Споживання інформації у сучасному медіатизованому просторі є надзвичайно насиченим та становить важливу частину культурного життя людей. За допомогою ЗМІ та різних неформальних джерел інформації у постіндустріальному суспільстві формуються унікальні патерни сприймання світу, стилю життя, тощо. Ба більше, сучасні соціологи стають все більше зацікавленими в порівняльному аналізі різних культурних явищ крізь призму того, що культура поширюється за допомогою передачі інформації.

Як вже вище згадувалось, саме теорія Г. Ласвела чудово накладається на методи перевірки інформації канадських журналістів Valoney meter. За допомогою Гасвелівських ментів можна відслідкувати рівень «ковбаси» та схематично зазначити його, виділивши, за наявності, пропагандистський або неправдивий мент. Варто зазначити, що між цими теоріями та методами, що чудово поєднуються, майже століття років інших досліджень у сфері соціології масових комунікацій та дослідження впливу ЗМІ. Це означає, що об'єктивна сутність поширення інформації є зрозумілою науковцям та вірною, змінюється тільки підхід до споживання та ставлення: якщо сотню років тому ЗМІ вважались всемогутнім інструментом впливу на громадськість, та відсоток людей що піддавались цьому впливу був все ще малим (через слабкість поширення інформаційних технологій), то сьогодні ставлення до ЗМІ та контролю над ними є поміркованим, проте самі технології стали невід'ємною частиною життя всіх людей на планеті.

Серед вітчизняних вчених найближчим до такої візії був Г. Почепцов. В його праці «Війни нових технологій» він чудово описує зв'язок входження в повсякденне життя нових інформаційно-комунікативних технологій, які приносять суспільству нові виклики. Він підкреслює, що останнє десятиліття при дискусії щодо фейків та неправдивої інформації суспільство знаходиться в стані, близькому до обговорення воєнних проблем. Проте на війні боротьба ведеться із застосуванням зброї, яка відсутня в мирний час. Натомість інформація оточує людей усюди, хоча і виступає тим самим збудником вищезгаданого стану. Ми отримали, за словами Г. Почепцова, світ «постправди», де дідфейки зайняли місце зброї. В подальшому описі навколишньої ситуації він наголошує на ідеї, яка в подальшому теоретизуванні виокремилася б у потребу фактчекінгу як нової соціальної технології. З «Автономії» 2016 року Г. Почепцов виносить наступну ідею: «Буде важливіше постійно навчати та тренувати людей-користувачів, ніж розвивати програмне та апаратне забезпечення для автономних систем. Поширення таких систем вже представлено в приватному секторі, де є не так

багато розумних противників, які бажають змінити дані або перемогти противника»[33].

У сучасному світі соціальні технології на основі фактчекінгу досягають величезного успіху. Часто ця успішність в рамках деяких подій стає настільки безпрецедентною, що може бути обгрунтована людьми тільки в рамках конспірологічних теорій. З моменту повномасштабного вторгнення російських солдат в Україну, на нашому боці задіюються сучасні технології, такі як супутникові знімки, кібератаки на ворожі мережеві структури, тощо. Після масових вбивств у Бучі, Бородянці та Гостомелі світ сколихнули жахливі знімки жорстоких воєнних злочинів. Це спонукало сформувати журналістські групи, які не тільки прибули на місця злочинів після деокупації населених пунктів для розслідування, але і задіяти новітні методи перевірки даних для визначення інформації про злочинців. Саме тому така СТ, а також методологія, як OSINT (Open source intelligence) узята за основу незалежної розвідки. Визначення аббревіатури посилається на те, що дані, які використовують для аналізу причинно-наслідкових зв'язків, беруться із відкритих джерел, тобто надаються самими ж людьми у вільний доступ.

Багато людей донедавна гадали, що розвідка це переважно подвійні агенти в інших країнах, «Джеймси Бонди» та супутникові знімки, проте вже понад півстоліття основним сировинним матеріалом є інформація із засобів масової інформації та комунікації. Якщо ще в 2012 році Міністерство оборони США інвестувало в безпілотні наземні системи велику кількість грошей, то вже в 2021 році центр стратегічних та міжнародних досліджень у Вашингтоні вивів до категорії «основної розвідки» саме OSINT[3]. Це, згідно із визначенням, поданим на сайті Міноборони США - метод добування, використання, та перевірки військової, політичної, та економічної інформації з відкритих джерел, тобто без порушення законів. 90 відсотків розвідданих приходить саме з відкритих джерел, і лише 10 – від агентів. Проте для пересічного громадянина та користувача мережі виникає питання: як це можливо? Якщо раніше розвідка в рамках OSINT була побудована на публічних документах, газетах, телебаченні, інтерв'ю, та ін.,

то зараз основним джерелом є Інтернет. В першу чергу – це так званий «Поверхневий інтернет», тобто усі сайти, що індексуються пошуковими системами. Далі по ієрархії доступу до даних ідуть популярні соцмережі, такі, як Фейсбук та Інстаграм, Ютуб, Телеграм, а також особливу увагу потрібно звернути на ТікТок. Після цього залучають так званий «глибокий інтернет», тобто ті сторінки соцмереж та медіа, що з їх чи інших причин не індексуються. Далі – «Дарк Веб», тобто «темний інтернет».

Проте потрібно зрозуміти що ця новітня розвідка не має нічого спільного із розвідкою військовою. В першу чергу - це фактчекінг окремих публічних осіб чи структур з подальшою атакою на них. Найголовніше тут те що ця розвідка не залишає за собою жодних слідів, та не сповіщує потенційну жертву. Тим не менш, справа не тільки у кібербезпеці. За допомогою технології OSINT аналітики можуть дізнатись про особу майже усе – від версії операційної системи до прізвиська домашнього улюбленця. Найтривожніше те, що якщо при мережевій комунікації хтось когось привітав із днем народження публічно – аналітики OSINT зможуть це побачити, а потім використати в певних цілях. Окрім прямої інформації є таємна яку багато людей ніколи, можливо, не помічали. Це – метадані фото та відео, за допомогою яких можна з точністю до десятка метрів сказати де було зроблене фото, на який девайс, та ін. Тож коли люди вважають що корпорації Microsoft чи Google є так званим “Великим братом”, варто пам’ятати, що всю цю інформацію надають самі люди. Проте не варто лякатись, якщо правда на вашій стороні.

За допомогою OSINT люди з усього світу зараз в режимі реального часу підтверджують військові злочини росії та спростовують їхні фейки. Саме за допомогою цієї соціальної технології було доведено, що відеозвернення путіна було записане за декілька днів до публікації, а також фіксується переміщення тих чи інших військових частин росії. І знову ж таки, ця тенденція не є заданою зараз. Саме OSINT-аналітики із Bellingcat в свій час повністю довели причетність Росії до жахливого збиття рейсу MH-17.

Військова ситуаційна обізнаність, тобто можливість спостерігати та передбачати дії в зоні інтересів дозволяє швидко та ефективно приймати рішення: не усюди можна запуснути безпілотні літаки, не все можуть побачити дрони. І тут на допомогу приходять люди які прагнуть опублікувати в, до прикладу, тікток все, що відбувається навколо. Відтак, ми добре пам'ятаємо історію, коли у Києві затримали людину, що опублікувала відео в ТікТок із локацією українських військових машин в ТЦ «Ретровіль» і через це відео ворог зумів скоригувати свій вогонь, в результаті чого був знищений торговий центр та, що найгірше, померли люди. За свідченнями затриманої людини, вона просто знімала відео для свого акаунту в ТікТоці.

Такі відео наражають на небезпеку багатьох людей, адже за допомогою спеціального софту, який навіть не генерує акаунти в соцмережах, військові структури успішно добувають чітку інформацію про все, що потрібно для підвищення успішності планів. Усе робиться автоматичного, і після першого пострілу ворог буквально отримує повну картину того що відбувається в зоні цілей. З усіх сторін, та на різній відстані, краще будь-якого дрона чи безпілотника.

Технологізація є невід'ємним чинником впливу на українське суспільство. Це одна із найпримітніших ознак розвитку соціологічної науки – формування теорій соціальних технологій, і цей тренд багатьма дослідниками датується 1980-ми роками, хоча про технологічно-зорієнтовану соціологію, наприклад, Карл Поппер, писав ще у 1950-і роки в працях «Злиденність історизму», а про соціотехнологію (інженерію) – ще раніше, у 1940-ві роки («Відкрите суспільство та його вороги», 1945 рік). Підхід до соціальних процесів як технології – це новітня пізнавальна парадигма, покликана розв'язувати проблеми на стику теорії та практики, коли постає необхідність перетворення соціальних об'єктів. У випадку із фактчекінгом ми маємо перетворення твердження на реальний стан речей в об'єктивній реальності, апробацію даних та співставлення результатів.

В. Подшивалкіна стверджує, що технологічне пізнання зв'язане із обробкою даних про повсякденні ситуації з метою визначення сил, їх організації, а також засобів досягнення соціального результату. Якщо база є достатньою, то при потребі індивід в змозі визначити затребувані дані. Розгляд фактчекінгу як виду специфічного технологічного пізнання має свої недоліки, і серед них – існування детально пропрацьованих фейків, які важко вияснити навіть за допомогою детальних перевірок представлених як докази тез. Це пояснюється тим, що технологічний підхід у будь-якій галузі людської діяльності вимагає для себе особливого поєднання теорії та практики.

Як спосіб пізнання він завжди, за словами В. Тарасенка та О. Іваненка, стане у пригоді там, де теорія набуває безпосередньо прикладної функції [38]. Річ у тому, що соціальна практика потребує не лише рафіновано «чистої», а й доведеної до технологічного алгоритму теорії. Мікропідхід до розуміння фактчекінгу як соціальної технології тут показує свою нелогічність – людське мислення не є розв'язаним алгоритмом, який ми можемо чітко розділити та категоризувати. Зовсім інше діло, якщо застосувати перенесення цього алгоритму до реальних дій людини для досягнення результатів при перевірці сприйнятої інформації. Проте дослідження такого плану не застосовувались принаймні для українських реалій. По-перше, такі дослідження передбачають визначення соціокультурних прив'язок людської діяльності в мережі до певних наборів значень, які ідентифікуються людиною при сприйнятті інформації. По-друге, ці значення, знову ж таки, базуються на певних культурних та соціальних особливостях, традиціях, стереотипах, та соціальних практиках, а вони, в свою чергу, відрізняються в залежності від багатьох критеріїв: починаючи від рівня медіаграмотності індивіда, і закінчуючи його регіональними та національними ідентичностями. По-третє, потрібні технологічні засоби для перевірки та апробації отриманих зв'язків, а це вже тяжітиме більше до нейропсихології, аніж до соціології поведінки. Відтак, для появи передумов для таких досліджень потрібна величезна база інформації про людину в цих умовах, що зараз і, нажаль, в перспективі не вбачається в Україні.

В теоретичному плані перевірка фейків та інших фрагментів інформаційного тероризму на мікрорівні, за умови виключення медіаграмотності з сфер впливу на індивіда, зводиться до філософії вибору. Тут людина, яка поставила собі за мету проаналізувати медіатекст і визначитись із тим, чи можна йому довіряти, зупиняється на моменті визначення який саме варіант тлумачення даних є тим що відповідає за свободу. Пошук людиною істини в фрагменті – це вибір свободи, яка є неодмінною умовою здійснення людиною свого власного призначення.

На думку К. Ясперса, коли людина змушує себе обирати, вона має цілковито зважитись на вибір. Однак вибирає вона елементи із пари «свобода-несвобода», до того ж цей вибір не є простим питанням техніки вибору, а тим більше коли це стосується тих текстів, де апелюють до важливих індивідові речей. Саме ці речі і використовує різного роду пропаганда для того, аби якомога більше звузити цей вибір, адже можливості комунікатора в системі масових комунікацій, тобто актора який формує первинний текст викривленої інформації, теоретично безмежні. І тут сценаристи фейків не обмежуються тільки грою людським вибором – в хід вступають такі прийоми, з якими український користувач часто зустрічався – хибні дилеми, розмежування та конфлікт, місінформація, поєднання істини та чуток, ілюзія більшості, посилення на авторитетів, тощо.

Тому, як бачимо, при розгляді перевірки інформації як соціальної технології, впливає велика кількість пробілів, причому не стільки в самій точці зору на фактчекінг, а в підходах до бачення соціальної технології. Людство крізь бурхливу машинізацію та роботизацію в XXI столітті поставило нове завдання – адаптувати людяне в цифровий світ і успішно його зберегти. Оформлення соціальних технологій в певні практики з чітким алгоритмом навчання людей є одним із тих питань, що стосуються збереження критичного мислення, моралі, та інших якостей, що не піддаються кількісній обробці та є суто людською властивістю. Якщо суспільство не опанує фактчекінг в керовані рамки на рівень соціальної технології із поглибленим дослідженням методології цієї практики,

складеться дуже відкрита до монополії система: люди програмуватимуть машини, а людей програмуватимуть новини.

На жаль, джерелом інформаційних атак в українському суспільстві останні десятиліття є РФ, та її пропагандистська машина зокрема. Тому вважаю доцільним у цій праці провести окремий культурсоціологічний аналіз саме російської пропаганди, фейків та вкидань, що є складовою політики інформаційного тероризму.

Висновки до розділу 2

У другому розділі було розглянуто поняття фактчекінгу у різних дисциплінах та науках, а також проведено огляд соціологічних підходів до проблематики впливу ЗМІ від середини XIX ст. до сьогодні. Було визначено, що вплив на формування підходів до трактування масових комунікацій є двостороннім, адже він формується не тільки завдяки загальнонауковим трендам, а й зміні впливу самих медіа на суспільство. Також була спроба визначити місце медіакультури за її формою та змістом, в результаті якої медіакультурі було надано окрему категорію між матеріальними і нематеріальними видами. Також було представлено другу частину теоретичної основи дослідження, що містить понятійно-категоріальний апарат фактчекінгу (комунікативна дія в ролі міжособистісних медіаторів, схема поширення новин у ЗМІ, а також основні положення соціальних технологій) та низку теоретичних положень стосовно можливостей його міждисциплінарного вивчення як соціальної технології в новітній медіакультурі. Для того, щоб визначити місце фактчекінгу як повсякденної практики людей станом на сьогодні, був застосований культурсоціологічний аналіз за Дж. Александером, в рамках якого провели щільний опис соціальної події. Центральним поняттям було зворотнє похідне фактчекінгу в українському суспільстві, а саме інформаційний тероризм російської пропаганди. Такий об'єкт культурсоціологічного аналізу дозволив

нам в подальшому виокремити основні наративи, в яких прослідковується соціальна подія.

Оглядаючи культурсоціологічний аспект фейків в сучасному українському суспільстві, ми прийшли до висновку, що метамодерновий ринковий устрій перетворює глобальне інформаційне поле на шматки які є нічим іншим як ресурсом, від якого залежить перерозподіл влади. Фактчекінг як приборкане під методологічні рамки вміння, що оформлене в соціальну технологію постає інструментом захисту вільного світу від авторитаризму, автократії, а також масових маніпуляцій громадською думкою. Таким чином, найкращим засобом боротьби є освітні програми, які повинні на всіх рівнях поширювати навчальні матеріали про інформаційну гігієну, і те як вміло фейки і дезінформація мімікрує правді у сучасному медіатизованому просторі.

РОЗДІЛ 3. Емпіричні дослідження медіакультури і фактчекінгу в різних спільнотах

3.1. Порівняльний аналіз соціологічних досліджень на тему фактчекінгу та формування медіакультури у працях зарубіжних та вітчизняних вчених

Попри новизну досліджуваного в рамках магістерської кваліфікаційної роботи об'єкта, сфера його застосування вже наповнена певними емпіричними даними. Після повномасштабного вторгнення Росії в Україну активізувалась робота центру протидії дезінформації, в результаті якої спільно із РНБО України та Офісом доброчесності НАЗК у рамках просвітницького проєкту «Доброчесність онлайн» була опублікована в мережу серія короткометражних мультфільмів, які розповідають про інформаційну гігієну та різні аспекти медіакультури. Сьома серія цього проєкту, що вийшла в світ 3 червня 2022 року носить назву «Фактчекінг». Це підтверджує факт актуалізації тематики перевірки інформації. У цьому мультику наочно зображено різні методи викривлення інформації, а також способи протидії ним. Відтак, ЦПД пропонує наступні сервіси, які допомагають перевірити автентичність фото- та відеовмісту:

1. Google Images.
2. TinEye.
3. FotoForensics.
4. EXIF data.

У липні 2021 року дослідницька агенція Фама провела дослідження під назвою "Особливості споживання дезінформації". Дослідження складалось із двох модулів - якісного(інтерв'ю) та кількісного (опитування). У цьому дослідженні акцентувалась увага на темах, на яких найчастіше спекулюють медіа для отримання своєї прихильності серед аудиторії. Однією із таких тем є тема газу в Україні, і результати свідчать про масову дезінформацію щодо цього питання. Такі масові спроби політиків та осіб що намагаються впливати на політику таким шляхом підняти тему газу пояснюється тим, що це чи не єдина спільна економічна практика всіх українців. Згідно із дослідженням, наявність безперебійного інтернету є у 83 відсотків опитаних. При цьому, із генеральної сукупності опитування 18% згодні з тим, що алкоголь та часник – найкраща профілактика від COVID-19. Поруч із цим, 14% згодні з тим, що в церквах та храмах вірус не поширюється, оскільки це святе місце. Варто зазначити, що

вищеперечислені твердження є очевидно ненауковими та не відповідають дійсності, проте кожен шостий із нею погоджується. Саме із таким показовим рівнем українське суспільство розвиває та застосовує у повсякденні нові мережеві технології. Опитування дозволяє дослідникам стверджувати, що 38% респондентів радше спонтанно дізнаються новини, проте уважно прочитають те, що їм підкине стрічка новин в соціальній мережі, або ж якщо вони випадково проходять повз джерело інформації, на кшталт ввімкненого телевізора із вечірнім випуском новин.

Ще одним дослідженням, проте орієнтованим на кількісні методи та показники рівня медіаграмотності українців є спецпроект ГО «Детектор Медіа». Обсяг вибірки тут склав понад 2000 респондентів, віком 18-65 років по всій Україні. Якщо говорити про тенденції даних про медіаспоживання українцями інформації суспільно-політичної тематики, то варто почати із найактуальнішого – інтернету. Згідно із висновками цього дослідження, 85% українців хоча б раз на тиждень користуються інтернетом, із них 71% робить це щодня. При цьому на новини більше третини (38%) українців витрачають протягом дня до години часу [29].

В рамках громадської ініціативи О. Мороз «Як не стати овочем», де аналізувались фейсбук-сторінки українців виявилось, що на медіакультуру та медіаграмотність впливає не тільки саме по собі поширення фейків, а й багато інших чинників, що руйнують інформаційну безпеку людей. Згідно із дослідженням, порушенням інформаційної гігієни вважається також і публікація так званих «сайтів-сміттярок». Це інтернет-ресурси, що імітують онлайн-медіа. У цих сайтах існує чимало контенту, який прикривається журналістським матеріалом, публікує неперевірену, перекручену, та, часто проплачену, пропагандистську інформацію. Такі сайти не є рідкістю, оскільки українське інформаційне середовище, в силу свого рівня медіаграмотності та вміння фактчекінгу як соціальної технології, сприяє попиту на неправдиву інформацію. Цим користуються арбітражники, які заробляють на переглядах реклами із сайтів, що через свій гучний, проте фейковий заголовок, природньо набирають перегляди.

Станом на сьогодні Оксана Мороз є чи не найпопулярнішим українським дослідником ЗМІ, фейків, та фактчекінгу, адже після повномасштабного вторгнення Росії в Україну вигляд спільних досліджень модернізувався у регулярні випуски відео на Youtube, де доступним та інтерактивним методом пояснюються основні тренди інформаційної війни та боротьби у інфополі. Найвідоміше опитування дослідниці показує, що понад 29% українців у Фейсбуці поширюють дописи із посиланням на такі «сайти-сміттярки». Ще однією визначеною проблемою медіакультури як частини фактчекінгу є різні тести, які крадуть дані користувачів під виглядом пізнавальних опитувань, проте такі явища стосуються не перевірки інформації, а соціальних технологій та їх використання в соцмережах. Тим не менш, вони завдають чимало шкоди людям, забираючи дані, які зазвичай не можна поширювати невідомим ресурсам. Найбільше людей від таких «фейкових тестів» потерпає у Житомирській (16,5%), Миколаївській (14,1%), та Харківській (12,8%) області. Натомість, у Західній Україні більше публікують посилання на сайти-сміттярки та фейки, а особливістю прояву низької медіаграмотності у цьому регіоні є релігійний контент. Молитви, ікони, та фотографії «чудес божих» вже давно взяли на озброєння шахраї та спеціалісти із просування пабліків-сміттярок, проте попит на це все ще присутній у західних областях України [27].

Кожен дослідник може використовувати свою методологію та ідентифікатори правдивості, впізнавані в межах медійного простору над яким працює дослідник. Важливим фактором в процесі дослідження є рівень абстрагування дослідника від конструктів, які можуть впливати на судження. В сучасному локалізованому світі поняття правдивості і само є певною мірою соціально-філософським конструктом, що відображає становище і панівні ідеї в суспільстві. Процес формування фейків та маніпуляцій в певній мірі дзеркально схожий на фактчекінг, оскільки в обох процесах фігурує компаратив інформації до об'єктивної реальності, тобто її конструкту. І ця реальність, на думку багатьох дослідників, може бути симуляцією самої себе, на який можна натягнути будь-

які системи цінностей, емоційне забарвлення, контекст, тощо[24]. Проте є загальні нормативи, закріплені на формальному рівні навіть деяких держав.

Наприклад, канадський проєкт «Baloney Meter», що перевіряє канадських політиків, вимірює рівень правдивості кількістю так званої "ковбаси" у висловлюванні («Baloney» англійською – болонська варена ковбаса). Переносне значення цього слова – «неправда», «брехня». У статті «Розквіт фактчекінгу у світі: огляд найцікавіших проєктів» наведено приклад використання цього вердикту: «Коли лідер канадських консерваторів сказав, що марихуана значно небезпечніша, ніж цигарки, фактчекери зазначили, що в цьому твердженні «багато ковбаси». Якщо ж висловлювання правдиве, пишуть, що в ньому «немає вареної ковбаси». Ще може бути «трішки вареної ковбаси», коли твердження загалом правдиве, однак потребує уточнення, або ж в ньому певні факти перебільшені заради досягнення потрібного ефекту. У цьому методі існує чітка структурована шкала, що стоїть у порядку зниження від правдивості до повної, часто відвертої, брехні.

1. Правда – твердження є точним і правдивим. (0 балів)
2. Загальна правда – твердження є точним і логічним, проте потребує додаткового роз'яснення. (1 бал)
3. Напівправда – твердження частково точне, адже не враховує важливі деталі, вириває речі з контексту, забуває вказати важливі патерни.(2 бали)
4. Радше брехня - твердження містить частину істини, але ігнорує критичні факти, і через це загально поданий матеріал справляє на реципієнта інше враження. (3 бали)
5. Брехня – твердження є абсолютно невірним, сприйнятий матеріал є фейком, маніпуляція реальними фактами не є переконливою. (4 бали)
6. Палаючі штани – твердження є настільки невірним, а методи викривити дійсність є настільки явними та курйозними, що викликають мало не сміх. (5 балів)

Методологія перевірки знання фактчекінгу у авторському соціологічному дослідженні полягає у тестуванні респондентів на вміння відрізнити фейки від правдивих новин. Особливість варіантів відповідей, що застосовуватиметься у тестуванні дозволяє відслідкувати вид чи категорію маніпуляції інформацією, яку респондент зміг побачити. Реципієнту буде запропоновано оцінити кожен новину за оригінальною шкалою Valoneymeter.

Становлення явища систематичного поширення фейків в українському інформаційному просторі як такого що потребує негайного вирішення, з'явилося саме в перші дні повномасштабного російського вторгнення в Україну. На жаль, діяльність центру протидії дезінформації при РНБО, створеному майже рік до трагічних подій, була формальною, не охоплювала сферу польових досліджень, маючи в інструментарію унікальну, хоча і не зовсім позитивну, нагоду бути ближче до інформаційних атак. І тільки 18 березня 2022 року відповідним органом за допомогою РНБО та міжнародних партнерів попередньо грунтовно підготувавши понятійно-категоріальний апарат, виступили з ініціативою затвердження явища «інформаційний тероризм» у міжнародній практиці й пропонує детально розглянути цей деструктивний феномен в цікавій інтерактивній формі. Відтак, це дає нам, дослідникам фактчекінгу, чіткіше зрозуміти своє спрямування та виділити його з-поміж інших інформаційних явищ.

Центр протидії дезінформації подає наступне визначення терміну «інформаційний тероризм» - це прямий, свідомий вплив на психіку та свідомість людей з метою формування необхідних думок і суджень, що певним чином задають напрям поведінки людей. Як бачимо, місце фактчекінгу тут вагоме, адже він дозволяє мінімізувати первинний вплив на свідомість та психіку людини. Зрештою, фактчекінг як СТ охоплює більшу сферу застосування, бо вона може бути спрямована також і на результати несвідомих впливів інформаційного поля, на кшталт перебільшення втрат наслідку паніки населення[42].

Як зазначають авторські персональні джерела в ЦПД, документ, в якому зібрані ці дані стосовно інформаційного тероризму та його дефініції, є певним закликком до міжнародної спільноти розглянути це явище а також задекларувати його існування в умовах нового інформаційного суспільства. Тим не менш, правові та габітуалізаційні перспективи цих визначень та напрацювань в нашій країні у вигляді прав, законів, чи редакцій, є не зовсім очевидними. В першу чергу поширення спрямоване на всіх напрямках, аби так би мовити «достукатись» до міжнародного права. Якщо таке поняття приймуть на глобальному рівні, то, за словами авторського джерела, його набагато легше буде затвердити і на державному рівні.

Головним недоліком цієї ініціативи є те, що вона спрямована першочергово на концепцію кіберзлочинності, яка є ще завузькою в рамках інформаційних війн. Це, на думку авторів визначень, є лише складова інформаційного тероризму, а він, в свою чергу, охоплює всі медіа (газети, журнали, телеканали, радіо, тощо). Користуватись прикметником «віртуальний» стало без перебільшення трендом останніх десятиліть, проте ініціатива ЦПД до міжнародної спільноти наполягає на тому, що в інформаційному просторі «віртуального» вже немає. Саме відсутність такої матеріальної накладки і є однією з причин, чому, на думку багатьох визначних аналітиків та спостерігачів, інформаційна автократія зазнала поразки у цій інформаційній війні. Перетягування віртуальних мотивів у реальність є практично неможливим. Так звані «диванні війська» мобілізувати в реальному житті навряд чи вдасться. З 24 лютого весь світ підтримує Україну і засуджує дії Росії. Сама війна розглядається як безумовна боротьба добра зі злом. Путінське вторгнення зробило Росію токсичною настільки, що навіть майже ідеально працююча машина пропаганди не змогла з цим впоратися. Це призвело до беспрецедентних санкцій та масового виходу іноземних компаній з російського ринку. Навіть надійні партнери Росії, як то Китай, тримаються станом на сьогодні осторонь. Старший науковий співробітник Atlantic Council Андерс Ослунд також схильний вважати, що російська машина пропаганди заочно прогнала саме завдяки своєму реальному становищу – для підтримки

штучних наративів на рівні самогенерованих суспільством, потрібна велика частка атомізованих елементів у ньому[30]. Путін теоретично може перемогти військовим шляхом, але тепер перевести це у політичний вимір є завданням практично нереальним. Інфовійна програма, а всі відносини з Москвою отруєні на десятиліття.

Протилежна сторона цієї війни застосовує систематичне дотримання своїх принципів у сфері інформаційної війни, серед яких регулярно спростовування атак та вкидань в рамках інформаційного тероризму зі сторони Росії. Постійна демонстрація фактів із реального життя, що підтверджуються схоластичними зв'язками із іншими процесами з об'єктивної реальності викриває фейки, особливо коли цей процес розглядається в технологічному аспекті. Ба більше, наявність одного зацікавленого виконавця в створенні фейків що так чи інакше дискримінують українців, Україну, чи її владу, дозволяє виявити закономірності атак на українське, і не тільки, інформаційне поле.

Центр протидії дезінформації в рамках міжнародної ініціативи у дослідженні інформаційного тероризму висвітлює не тільки ознайомлювальну роботу у сфері пояснення процесів викривлення інформації, а й надає компаративістику цього явища із іншими виявами неправдивої інформації. Нижче (див. табл. 3.1.1.) представлено напрацювання, що показує критеріальне порівняння фейків (не тільки штучних, а й будь якого прояву викривленої інформації) із інформаційним тероризмом.

Таблиця 3.1.1. Перелік критеріїв та основних відмінностей між фейками та інформаційним тероризмом

Критерії	Фейки/викривлена інформація	Інформаційний тероризм.
Представництво на найвищих рівнях.	немає	+
Зображення жорстокості, здійснення реальних актів	немає	+

насилства з метою створення контенту.		
Перевантаження інформаційного поля.	немає	+
Заклики до геноциду, підбурювання до агресивних дій та ворожнечі.	немає	+
Координація розповсюдження із органами державної влади, централізоване розповсюдження.	немає	+
Охоплення всіх платформ, залучення МКНП, СІВ, ботів.	немає	+
Залякування населення та продукування панічних настроїв	рідко	+

Джерело: Центр протидії дезінформації при РНБО України

В проявах інформаційного тероризму значну роль, за твердженнями в документі ЦПД, грає телебачення, Інстаграм, Youtube, тобто платформи, що частіше за все поширюють відеоконтент. Інформаційні патерни, що проявляються у візуальному ряді, що не вимагає словесного або письмового опису, є доступним для всіх – і дітей, і дорослих. Ця можливість впливу на широкі аудиторні категорії використовується винятково в політичних інтересах та постає як один із провідних інструментів маніпулювання їхньою свідомістю.

Яскравим прикладом прояви інтересу до питання фактчекінгу на державному рівні є проведення експрес-уроку «Фактчекінг в умовах війни» ініційованого Валерією Ковтун, очільницею національного проєкту з медіаграмотності «Фільтр» 26 квітня 2022 року. До проєкту було залучено Міністерство культури та інформаційної політики України та центр Демократії і верховенства права. На ньому на реальних прикладах були надані відповіді на запитання:

- Як виявляти фейки та які для цього можна використовувати інструменти.
- Чому не варто панікувати, перш ніж ви перевірите інформацію.

- Як розпізнати бота в соцмережах.
- Чому ТікТок став популярною платформою для поширення фейків.

Такі заходи сприяють габітуалізації практики фактчекінгу серед жителів України, що позитивно впливає на загальний стан національного інформаційного простору. Відтак, за допомогою зрозумілих прикладів та пояснень суспільство наближається до усвідомлення простоти цього процесу, а також того, як загалом поширюється неправдива та маніпулятивна інформація в мережі. Тим не менш, віднедавна в рамках «Фільтру» запрацювала інтерактивна форма перевірки індивідуального рівня медіаграмотності, що складається із семи питань. Такі ввідні методи оцінки медіаграмотності з хорошим дизайном та ілюстраціями є одним із тих кроків, які дають змогу людині об'єктивно оцінити свої здібності в перевірці інформації[41].

Український OSINT-аналітичний ресурс Osint FlowTools, який сформувався та став популярним після участі в розслідуваннях військових злочинців в березні-квітні 2022 року, опублікував також доволі детальний механізм фактчекінгу. У ньому застосовується поєднання соціальних та інформаційних технологій, яке при застосуванні до гіпотетично фейкової інформації розділяє її на 4 категорії даних: метадані повідомлення, текст, зображення, відео. Будь-яка інформація в мережі так чи інакше містить одну або декілька цих категорій даних в собі. Для перевірки метаданих застосовується контент-аналіз, що включає в собі наступні питання до новини:

Джерело новини. Чи є? Чи нове джерело? Чи є джерело авторитетним? Чи збігаються домени новини та джерела? Чи є новина імітацією новини, виданої авторитетним джерелом?

Автор новини. Чи є? Чи новий автор? Чи є автор авторитетним? Скільки публікацій автора є доступними в мережі/змі? Чи схожа тематика новини із попередніми публікаціями автора? Наскільки багато інформації відомо про автора? Наступним видом даних, який підлягає перевірці на достовірність, є текст, який в свою чергу ділиться на 3 частини - заголовок, основний текст, а

також метадані тексту. Тут важливим є емоційна сторона тексту (заклики, емоції з якими висвітлюються дотичні до новини об'єкти) а також граматична (чи актуальним є текст, чи застосовуються неологізми, великі букви, правопис, тощо). Тут Osint FlowTools, які опублікували схему фактчекінгу, надають посилання на практичні джерела, які допоможуть виявити в тексті плагіат.

Після аналізу тексту та метаданих, варто приділити увагу: візуальним складникам, таким як зображення та відео. Першим, на що варто звернути увагу, це наявність в мережі дублікатів цього зображення. За наявності дублікатів, варто перевірити на яких джерелах публікувались вони, а також, при можливості, віднайти першоджерело. Медіатекст джерела часто може вказати на рівень достовірності самого зображення. Якщо дублікати існують, то варто провести компаративний аналіз візуального наповнення - чи проводилась корекція зображення? чи змінювали тінь об'єктів, чи додавали світлові ефекти? Варто порівняти об'єкт на фото із його фоном та іншими речами, зокрема їх контраст, яскравість деталей. Також про корекцію зображення із метою викривити інформацію може свідчити неякісне редагування, що помічається через рвані межі монтажу об'єктів на фото. До характеристик, які допомагають фактчекеру визначити підробку зображення можна віднести і геолокацію, що часто закріплена в метаданих фото, а також порівняння його змін із зображеними об'єктами на ньому, його опис в тексті, тощо.

Робота із відео дуже подібна до аналізу фото - тут варто також перевірити геолокації, пошук дублікатів, а також визначити по можливості слід дідфейк-технологій. В цій схемі (див. рис. 3.1.2.) розібрано роботу із усіма видами контенту, де так чи інакше розробник фейку мав би викривити інформацію для своєї цілі [6].

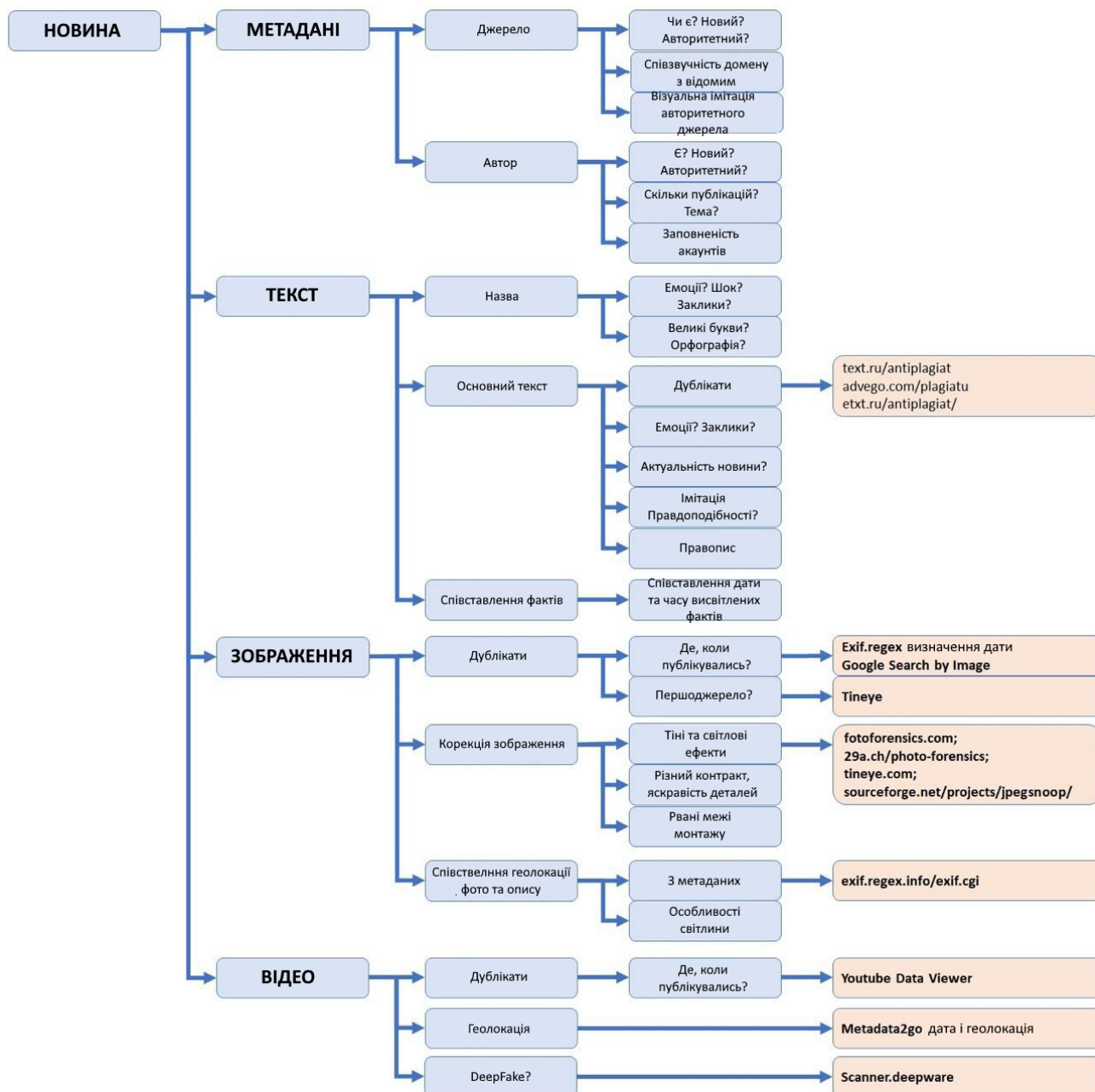


Схема 3.1.2. Послідовний фактчекінг контенту в мережі відповідно до типу метаданих

Джерело: *telegram-канал OSINT tools*

Ця схема є зручною при регулярному та ретельному дослідженні першоджерел новини. У ній можна побачити важливість не тільки контекстуального насичення інформації та наративу при проведенні фактчекінгу, а й приділення уваги формі інформації, яка піддається аналізу. Навряд чи у повсякденні доводиться проводити такі детальні дослідження, проте таке схематичне зображення

допоможе при власному інтерактивному дослідженні не забути важливі складові досліджуваного вкидання інформації.

Підсумовуючи огляд національних практик та сучасних досліджень в розробці питання фактчекінгу як соціальної технології, можна стверджувати про бурхливий розвиток в напрямку дослідження медіаграмотності населення. В цьому процесі вагомий внесок належить неурядовим організаціям, які допомагають на середньому рівні поширювати інформаційні повідомлення про медіаосвіту та фактчекінг зокрема. В умовах інформаційної війни і засилля різноманітних фейків, українське суспільство набуває унікальних характеристик своєї медіасвідомості та медіакультури в цілому. В свою чергу, особливим поштовхом до мобілізації ресурсів та появи попиту можна завдячувати згуртованості третього сектору та підтримці різноманітних урядових ініціатив під час повномасштабного вторгнення Росії в Україну.

3.2. Аналіз та інтерпретація результатів авторського соціологічного дослідження стосовно стану і рівня сформованості фактчекінгу в медіакультурі студентської спільноти

Проведення дослідницької роботи в рамках написання магістерської роботи було ускладнене чималою кількістю зовнішніх факторів, що перешкождали отримання якісних первинних даних. Відтак, аналіз результатів авторського соціологічного дослідження можна поділити на кількісну та якісну частину відповідно.

Кількісна частина. Новину про поставку державі від харківського підприємства понад 70 БТР. Була оцінена респондентами наступним чином:

1. Найчастіше студенти давали оцінку, яка відповідає змісту заголовку, тобто потребували роз'яснення, яке саме підприємство поставляє БТР(26,8%). Майже такий ж відсоток респондентів(25,8%) заявили, що бачать тут

напівправдивий заголовок, зміст якого вирваний з контексту. Зрештою, відсутність чіткого вказування найменування підприємств при спробі перевірити інформацію зображується у відсотковому співвідношенні оцінок: відповідей що слугують позначці «цілком правдиве твердження» зібрано 10,5%, проте відповідей про те що «твердження є абсолютно невірним» теж 10,5%, а «настільки невірним, що смішним чи абсурдним» - ще 4,8%.

Харківське підприємство має поставити державі понад 70 БТР-4 у 2021 році.

209 відповідей

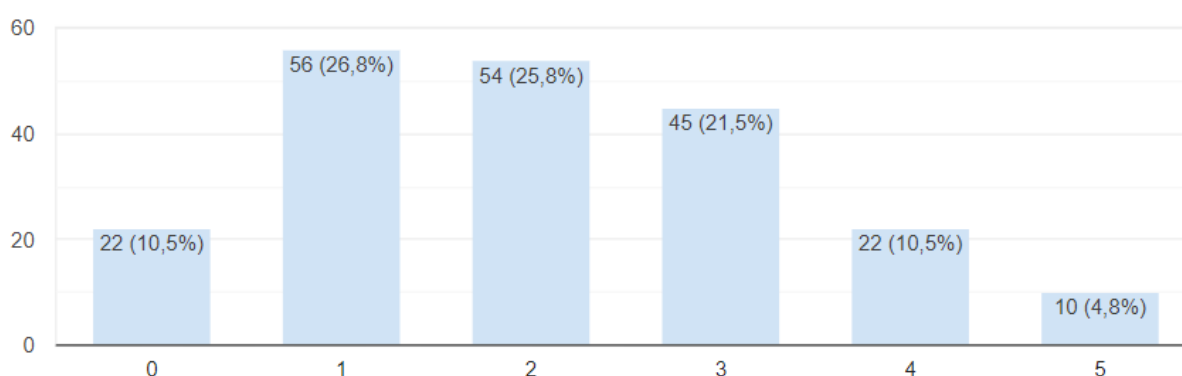


рисунок 3.1.1.

Отриманий бал відслідковування неправдивої інформації становить 616

2. Фейк, про нібито повернення під контроль України населеного пункту, що знаходиться в сірій зоні АТО все ж спантеличив респондентів: тут найбільшу кількість голосів отримав варіант про логічність та точність, яку потрібно детальніше роз'яснити (29,2%). Наступні відповіді в шкалі від правди до неправди набирали пропорційну кількість відповідей: побачили напівправду майже четверть опитаних людей (22,5%), а людей, що заявляють про ігнорування в заголовку вагомих фактів тут цілих 15,3%. Загалом на відповіді які констатують будь-якого масштабу неточність інформації припадає 87,5 відсотка. Такі показники свідчать про відчуття того, що в запропонованому реченні, яке грамотно побудоване та не має в собі різких епітетів чи висловлювань, респонденти всеодно інтуїтивно відчувають обман, проте якого саме роду і розміру – важко дізнатись.

ЗСУ повернули під контроль України село Старомар'ївка.

209 відповідей

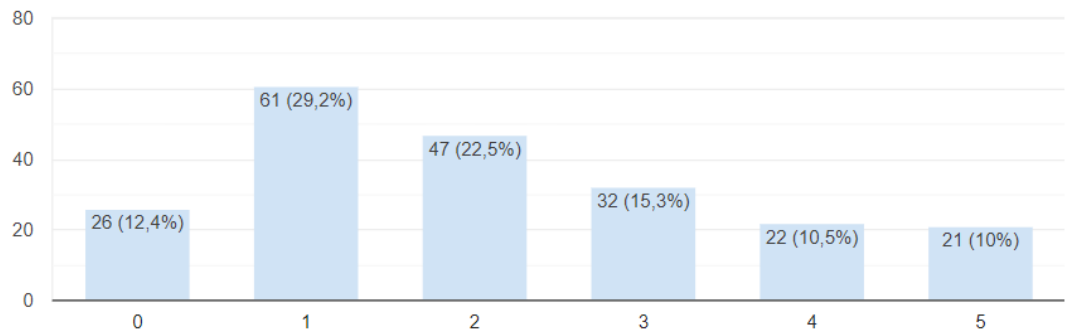
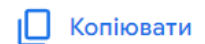


рисунок 3.1.2.

Отриманий бал відслідковування неправдивої інформації становить 433

3. Наступний заголовок, що пропонувався до оцінки, був про відсутність коментарів у представника держдепартаменту щодо певних планів. Вочевидь, тут найбільше голосів здобув варіант про викривлення інформації для отримання інших вражень від аудиторії (25,4%). Респондентів обурило форма, в якій неточно описується процес надання Україні оборонної зброї. Нечітке формулювання є загалом властивістю проросійської пропаганди, і в цьому питанні більшість респондентів відповіли вірно.

Представник Держдепартаменту не прокоментував повідомлення про плани розміщення протиракетних комплексів THAAD під Харковом.



213 відповідей

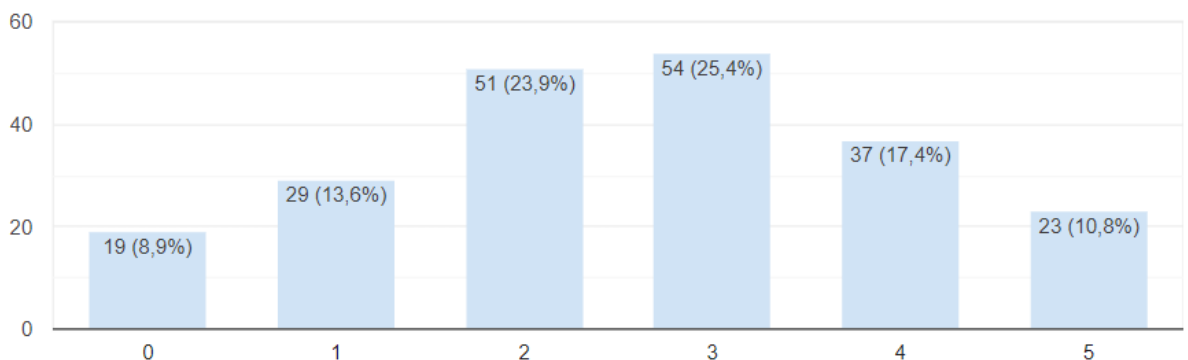


рисунок 3.1.3.

Отриманий бал відслідковування неправдивої інформації становить 433

4. «У Грузії стався сильний землетрус: у країні відключалася електрика.»



рисунок 3.1.4.

Отриманий бал відслідковування неправдивої інформації становить 275

5. Зеленський ввів у дію санкції проти телеканалу «НАШ».

213 відповідей

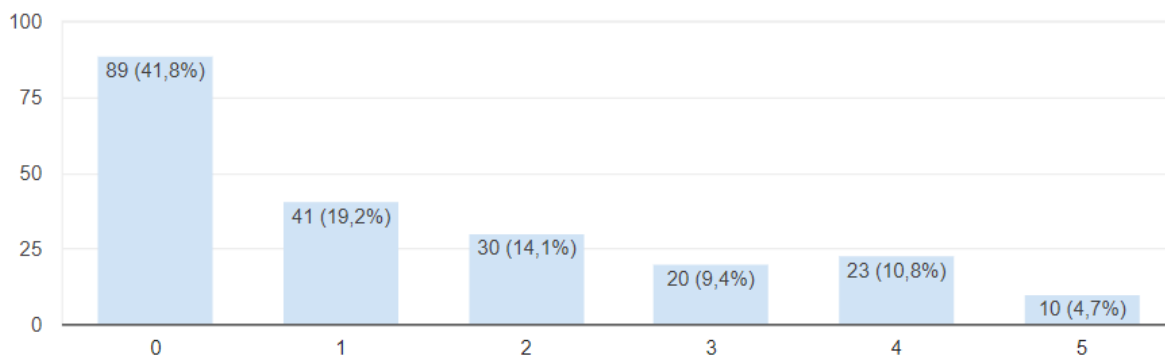


рисунок 3.1.5.

Отриманий бал відслідковування неправдивої інформації становить 303

6. У США хочуть заборонити військову допомогу Україні, поки не добудують стіну на кордоні з Мексикою.

213 відповідей

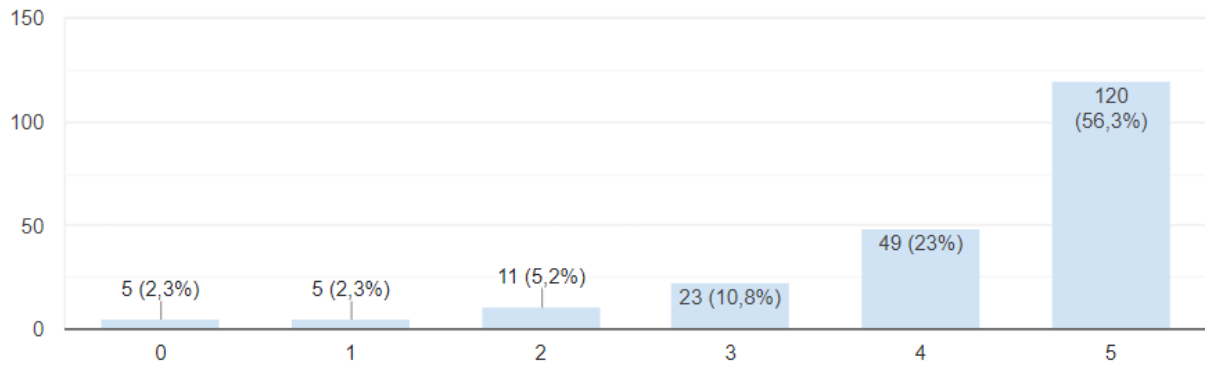


рисунок 3.1.6.

Отриманий бал відслідковування неправдивої інформації становить 173

7. МОЗ неефективне проти впливу міжнародних структур, що наживаються на страху українців

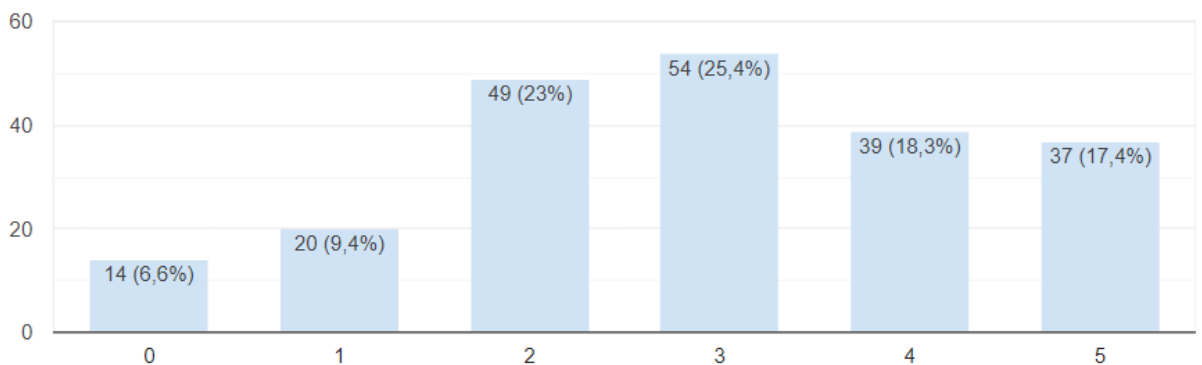


рисунок 3.1.7.

Отриманий бал відслідковування неправдивої інформації становить 305.

8. Петров у своєму телеграм-каналі жорстко висловився стосовно смерті Людмили Янукович.

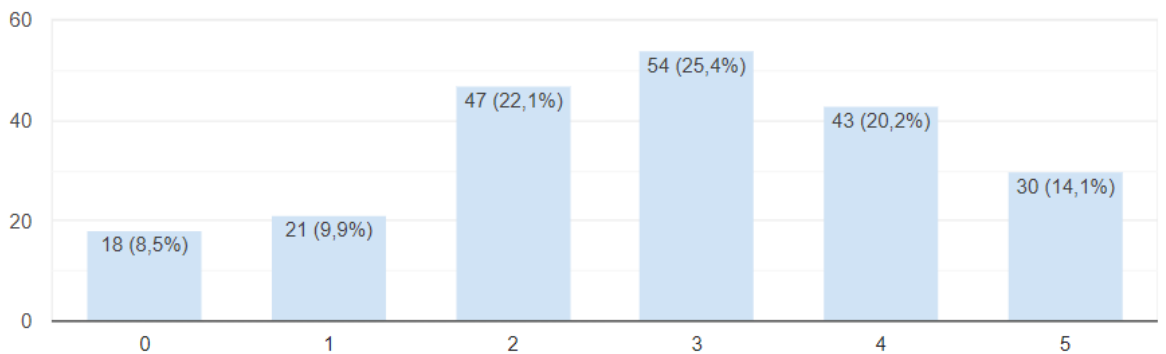


рисунок 3.1.8.

Середній отриманий бал відслідковування неправдивої інформації становить 348. *Таким чином, аналіз кількісної частини соціологічного дослідження підтверджує гіпотезу 1.1*, а саме: припустимо, респонденти віком 18-24 років відслідковують більше половини неправдивих заголовків (середній показник рівня відслідковування інформації менше або дорівнює 400).

Оцінка зібраних відповідей та проаналізованих тенденцій респондентів свідчить про високий рівень вміння відрізнити правдивий заголовок новин від перекрученого, сфабрикованого чи повністю фейкового. В більшості фейкових новин, де респондентам пропонувалось оцінити правдивість заголовку, відсоток варіантів що свідчать про неправдивість становила 80-90%. Варто зауважити, що форма проведення анкетування була дистанційною та була реалізована через сервіс Google форм. В ній не зазначались ніякі інтерактивні умови проходження опитування, а відтак респонденти могли користуватись пошуковими системами для перевірки того чи іншого заголовку.

Нажаль, відсоток людей що скористались такою можливістю відслідкувати важко, проте судячи із неточності відповідей та їхнім розподілом по шкалі, цим мало хто користувався. Проте майже кожен неправдивий заголовок є спростованим у мережі, що робить опитування доволі якісним: люди, які проходили опитування частіше за все користувались своєю логікою, інтуїцією, накопиченими знаннями, ставлячи до заголовків питання-фільтри. Таким чином, завершуючи оцінку зібраних відповідей, можна констатувати високий рівень опору українців до неправдивої інформації. Дещо інше діло стосується вміння фактчекінгу – ця СТ не користується особливим попитом, і все ще є недостатньо відокремленим вмінням, або ж корисною звичкою серед українських користувачів інтернету.

Якісна частина. Складається із десяти невеличких інтерв'ю, де центральними питаннями респондентів є «Чи перевіряєте ви інформацію на достовірність перед тим як поширити її у своїх соціальних мережах?» а також «Чи перевіряєте

ви інформацію на достовірність перед тим як поширити її своїм друзям колегам чи інші приватні чати». Послідовний підхід до цих питань допомагає виокремити кодування, пов'язані із вмінням відрізнити такі поняття, як «фейки», «фактчекінг», а також оцінити обізнаність респондента. Достатній рівень володіння, який демонструється наявністю в кодуванні опису респондентом власних практик перевірки інформації 2 або більше терміни чи категорії, якими оперує респондент в інтерв'ю. Таким чином, 8 із 10-ти респондентів здобули такі результати. Після цих ключових питань респондент надає інформацію про власні уявлення що таке фактчекінг. 3 із 10-ти респондентів не змогли дати чіткої відповіді на це питання, тому інтерв'ювер допоміг, переклавши термін з англійської. Після цього усі респонденти змогли надати певний опис того, як на їхню думку це виглядає, відбувається, тощо. *Таким чином, аналіз якісної частини соціологічного дослідження підтверджує гіпотезу 3.1*, а саме: припустимо, більше половини респондентів у інтерв'ю перевіряють інформацію перед тим, як поширити її в соціальних мережах/сторінках/публічних блогах.

Провівши аналіз отриманих результатів, а також беручи до уваги соціологічні напрацювання і вітчизняні дослідження фактчекінгу, можемо запропонувати наступні рекомендації, що допоможуть визначити фейк не залежно від умов, в яких поширюється інформація. Їхня зручність полягає в доступності інструментів та відсутності складних послідовностей, дотримання яких вимагає інколи зусиль, недоступних в повсякденних умовах:

По-перше, **задавайте питання**. В сучасному інформаційному світі зводити до абсолюту, тобто визнавати за «правду» будь-яку інформацію є безглуздим рішенням. В залежності від життєвого шляху а також світогляду, кожна людина визначатиме «свою правду». Тим не менш, якщо до повідомлень в інтернеті ставити питання по можливості їх побудови, то це дозволяють застосувати критику в сторону виокремлення реальних фактів від неправдивих. Звісно ж, системне задавання питань до меседжів та патернів в інтернеті не є запорукою достовірного і остаточного визначення правдивості інформації, а є радше орієнтаційною рекомендацією: якщо питання зводить подану інформацію в

неонтологічну відповідь, себто твердження «забивається в кут» з точки зору логіки, то імовірність того що це є неправдивою інформацією, місінформацією, чи фейком, збільшується.

По-друге, **перевіряйте джерело.** Інколи достатньо надати запит в пошуковій системі і звірити його з інформацією в офіційних джерелах, щоб пересвідчитись в правдивості інформації. Дуже часто повідомлення можуть дублюватись іншими засобами масової інформації, а людина, в силу своїх колективних інстинктів, здатна повірити в твердження, якщо воно цитоване більше, ніж двома джерелами. Звісно ж, це не є запорука того, що інформація достовірна, оскільки інші джерела, так само, як і окремо взятий гіпотетичний індивід, можуть бути введені в оману. Якщо новина стосується певних явищ що відбуваються «тут і зараз», то найкращим методом верифікації інформації є перевірити її наявність в офіційних ресурсах. В умовах війни такі моменти відбуваються набагато частіше. Ба більше, в умовах інформаційної складової війни це стає ще одним елементом інформаційно-психологічних операцій, спрямованих на деморалізацію ворога. Державна ініціатива з медіаграмотності «Фільтр» рекомендує переглядати таку інформацію в соцмережах тільки на тих сторінках, де є відповідне маркування (галочка), що свідчить про офіційне джерело. Такими сторінками, до прикладу, в Фейсбуці, є Офіс Президента України, Генеральний штаб ЗСУ, Міністерство оборони України, та ін. Особисто ми рекомендуємо в рамках вашого процесу фактчекінгу опиратись на наступні ЗМІ:

Українська правда <https://www.pravda.com.ua/>

Укрінформ <https://www.ukrinform.ua/>

Детектор медіа <https://detector.media/>

Радіо Свобода <https://www.radiosvoboda.org/>

Ліга <https://www.liga.net/ua>

Дзеркало тижня <https://zn.ua/ukr/>

Суспільне. Новини <https://suspilne.media/>

Українське радіо <http://www.nrcu.gov.ua>

25 вересня 2022 року Інститут масової інформації України представив Білий список українських онлайн-медіа 2022 року. До нього увійшли: Суспільне, Громадське, Ліга, Українська правда, Укрінформ, Радіо Свобода, Дзеркало тижня, НВ, Бабель. Рівень дотримання професійних стандартів на цих ресурсах в середньому становить близько 96%. Як можна побачити, багато медіа запропонованих нами і справді співпали із тими, які були визначені державною інституцією як авторитетні та професійні медіа. [16].

По-третє, **давайте Оцінку емоційності повідомлення.** Багато маніпулятивної інформації виходить із переоцінки стану речей. Для запобігання цього, варто детальніше проаналізувати текст, дати відповідь на запитання: кому це адресовано? Хто є головні суб'єкти події в новині? Як вони описуються? Чи вірний цей опис, і чи у вірному світлі подається інформація про суб'єкт

По-четверте, **перерахуйте кількість запропонованих до перегляду фактів.** Існують різні види повідомлень в мережі. Дуже часто ознакою фейку чи прихованої реклами в повідомленні є його порівняння із іншими повідомленнями в джерелі. Відтак, буде доволі дивно спостерігати повідомлення з емодзі-смайлами, великою кількістю посилань та лінків на інші ресурси, в той час як попередні повідомлення, хоч і посилались на заяви, наприклад, президента, та все ж не містили жодних посилань на ці заяви. І навпаки – нестача фактів та аргументованості в повідомленні, зважаючи на інші ґрунтовні меседжі в джерелі, є причиною засумніватись в достовірності інформації та меті її публікації. Чи справді саме цю інформацію комунікатор доносить нам з метою проінформувати свою аудиторію, чи мета цього – зібрати якомога більше кліків, що згодом певним шляхом будуть монетизовані. Застосовуючи такий легкий компаративний контент-аналіз, індивід може вберегти себе від дезінформації, а також виразніше бачити закономірності та стилі різних платформ в мережі.

Висновки до розділу 3

У цьому розділі було проведено огляд вітчизняних досліджень, що стосуються сфери медіаграмотності та моніторингу рівня інформаційної гігієни. Усі такі дослідження приходять до одного висновку, в якому декларується недостатній рівень медіаграмотності, високий відсоток поширення місінформаційних явищ, а також низький опір фейкам та інформаційному тероризмі. Опис інформації та формування висновків після проведення авторського соціологічного дослідження не сильно відрізняється від інших раніше оглянутих в цій праці спроб визначити рівень вміння фактчекінгу через дотичні явища. В результаті проведених досліджень в основі яких лежить несуперечливе поєднання методологічних підходів із різних галузей науки, можна прийти до наступних висновків:

1. Більшість респондентів вірно відслідковували неправдиву інформацію в запропонованому кількісному дослідженні(анкетуванні). Також були знайдені характерні особливості практик фактчекінгу що прослідковувались в проходженні інтерактивної частини опитування, а саме: (перелічити з тез результатів)
2. Більшість студентів, в яких було взяте інтерв'ю свідчать про переважну відсутність різниці процесів перевірки інформації при поширенні як в соцмережах на публічних ресурсах, так і в приватних чатах. В обох випадках респонденти переважно інтуїтивно довіряють джерелу, яке визначають для себе авторитетним. Авторитет як показник ЗМІ відіграє велику роль у довірі аудиторії до медіа. Найчастішим зазначеним методом перевірки інформації виявилось порівняння інформації з іншими джерелами
3. Хаотичність моделювання алгоритму дій при перевірці інформації. Як наслідок розмитого уявлення про фактчекінг, люди зазвичай схильні інтуїтивно обирати межі тих практик, які вони застосовують для перевірки інформації на достовірність.

4. Основу фактчекінгу в медіа серед молоді є порівняння із їм відомою картиною світу, співставленням із своєю реальністю запропонованих у новині тез.
5. Через недовіру до ЗМІ деякі представники студентської спільноти при проходженні кількісної частини дослідження обирали переважно варіанти «3» або «4». Ці варіанти відповідають значенням «радше брехня» та «брехня» відповідно. Така поведінка може свідчити про соціопсихологічний механізм захисту від неправдивої інформації, яку сприймає респондент.

Висновки

Як раніше згадувалось, усі дослідження стану медіаграмотності українців та рівня інформаційної гігієни показували недостатній рівень вміння відрізнити фейк від брехні в мережі. Причини цьому настільки ж комплексні і пов'язані між собою, як і сама інформація, яку в повсякденні споживають люди. У цій роботі було визначено закономірності опановування фактчекінгу як соціальної технології українською студентською спільнотою. Відтак однією із таких причин вразливого рівня медіакультури була незацікавленість влади фінансувати освітні матеріали, натомість роками віддаючи перевагу експресивним методам впровадження інформаційних технологій у життя громадян. Тільки в останні кілька років, як згадувалось на прикладах у вступі, державна політика по відношенню до інформаційно-комунікативних технологій стала значно більш ліберальною, і в деяких аспектах навіть доречнішою, ніж у багатьох країн. Важливості теми фактчекінгу як індивідуального інформаційного захисту кожного додав і факт розв'язання у центрі Європи повномасштабної війни. Це продемонструвало багатьом гнучкість сучасних інформаційно-психологічних операцій, а також те, як світ жив десятиліття із викривленим уявленням про величезну країну, і як це уявлення підтримувалось впродовж всього часу.

Фактчекінг несе в собі більше, аніж просто соціальна технологія чи практика. Перевірка інформації це явище спроби дослідника відкопати в хаотичних шарах сенсів та кодів істинне першоджерело. В цьому проявляється його схожість із культурним поворотом, що теж намагається знайти потрібний сенс, що був закладений в культурне явище з самого початку. Подальший аналіз явища фактчекінгу, як було виявлено в другому розділі роботи, вимагає безпосереднього втручання культурного виміру. Без хорошого розуміння культурних предтеч, історичного фону тої чи іншої інформації, неможлива грамотна і повна процедура перевірки інформації. Студентська спільнота, яка була головною категорією за носієм проблеми, у дослідженні найбільше

віддавала перевагу саме співставленню сприйнятої інформації із уявленнями у своїй голові щодо тих чи інших явищ. Це свідчить про слабку базу джерел де індивід може перевірити дані і бути впевненим у них.

Тим не менш сучасні обставини кидають все нові і нові виклики українцям в інформаційному середовищі. Переживаючи гніт інформаційної війни ми отримуємо дорогоцінний досвід у цьому новому виді боротьби. Зважаючи на інформаційний загалом характер людства в останні десятиліття, цей досвід буде чи не найбільш бажаним для усіх суспільств. На даний момент можна сказати, що найважливішим етапом в інформаційній війні українців є зберегти цей досвід та створити умови для поширення цього досвіду як серед громадян нашої країни, так і для інших країн, як для індивідуального розвитку, так і для всезагальних соціальних змін.

Список джерел та наукової літератури.

1. Lengyel P. Alumni Stories. URL:<https://www.tuck.dartmouth.edu/mba/alumni-stories/peter-lengyel>
2. Napoli P. Media Policy. URL:
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/9781405186407.wbiecm047>
3. NATO Open Source Intelligence Reader. February 2002. URL:
<https://cyberwar.nl/d/NATO%20OSINT%20Reader%20FINAL%20Oct2002.pdf>
4. Norman H. Anderson. Contributions To Information Integration Theory. 1st edition. URL:
<https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9781315807331/contributions-information-integration-theory-norman-anderson-norman-anderson-norman-anderson>
5. Office of the Director of National Intelligence. Global Trends 2030: Alternative Worlds. URL: <https://scribd.com/doc/115962650/Global-Trends-2030-Alternative-Worlds>
6. OsintFlow Tools. Telegram. Публікація 18:40 5 липня 2022 року. URL:
<https://t.me/c/1525846151/518>
7. Robinson P. The CNN effect: Can the news media drive foreign policy? URL:
https://www.researchgate.net/publication/248689758_The_CNN_effect_Can_the_news_media_drive_foreign_policy
8. Shiller H. The information superhighway: Paving over the public. Interview. URL: <https://www.vcn.bc.ca/bcla-ip/governments/schiller.html>
9. Біленький Є., Козловець М., Саух І., Федоренко В., Котвицький А., Цибульський А., Жиловага А., Дебой В. Соціологія: словник термінів і понять. 244 ст. URL:
https://library.nlu.edu.ua/POLN_TEXT/KNIGI/KONDOR/SOCIOLOGIA_SL_2006.pdf
10. Бурик З. Стратегічне планування розвитку територій, як інструмент управління. Публічне урядування. URL:
<http://journals.maup.com.ua/index.php/public-management/article/view/151/135>
11. В Україні налічується близько 23,3 тисячі електромобілів – Укравтопром. Радіо Свобода. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/news-ukraina-elektromobili/30905165.html>
12. Верховна рада України. Закон України про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки. URL:
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/537-16#Text>
13. Віноградська О., Белова Л. Тексти лекцій з курсу «Соціальні технології». URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/11323916.pdf>

14. Горбатенко В. Римський клуб і організація трансдисциплінарних проектів з довгострокового прогнозування глобальних проблем. URL:
https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/08/gorbatenko_rymskyi.pdf
15. Горбачов С. Prometheus. Критичне мислення для освітян. Розділ «Медіаграмотність». URL:
https://courses.prometheus.org.ua/assets/courseware/23b3c2511591b71c5bd90405399da416/asset-v1:CZ+CTFT101+2017_T3+type@asset+block/%D0%9B%D0%B5%D0%BA%D1%86%D1%96%D1%8F_25_%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%81%D0%BF%D0%B5%D0%BA%D1%82.pdf
16. Дев'ять онлайн-медіа, що стали найкращими: моніторинг ІМІ. URL:
<https://imi.org.ua/news/9-onlajn-media-shho-staly-najyakisnishymy-monitoryng-imi-i47972>
17. Денніс Е., Вартелла Е. «Дослідження американської комунікації». URL:
<https://www.routledge.com/American-Communication-Research-The-Remembered-History/Dennis-Wartella/p/book/9780805817447>
18. ДіМаджо П. Соціальні наслідки Інтернету. 17ст. URL:
<https://www.annualreviews.org/doi/pdf/10.1146/annurev.soc.27.1.307#article-denial>
19. Дмитренко К. Юрген Габермас: від рефлексії до комунікації. С. 39-41. URL:
http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/16085/Dmytrenko_J%C3%BCrgen_Habermas_from_refl_ection_to_communication.pdf?sequence=1&isAllowed=y
20. Звіт Meta про скоординовану неавтентичну поведінку. URL:
<https://about.fb.com/wp-content/uploads/2021/12/November-2021-CIB-Report.pdf>
21. Зражевська Н. Масова комунікація і культура. 115ст. URL:
http://eprints.cdu.edu.ua/242/1/%D0%97%D1%80%D0%B0%D0%B6%D0%B5%D0%B2%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0_%D0%9D_%D0%86_%D0%9C%D0%B0%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B0_%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D1%83%D0%BD%D1%96%D0%BA%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F_%D1%96_%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0.pdf
22. Іванов О. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник. URL:
<https://www.aup.com.ua/uploads/momg.pdf>
23. Історія одного фейку. Як люди повірили, що макарони ростуть на деревах. URL: <https://kulturologia.ru/blogs/160319/42538/>
24. Казаков А. Медіаграмотність в контексті політичної культури: до питання про визначення поняття. URL:
<https://cyberleninka.ru/article/n/mediagramotnost-v-kontekste-politicheskoy-kultury-k-voprosu-ob-opredelenii-ponyatiya/viewer>

25. Ласвелл Г. Politics. Who Gets What, When, How. UCLA Communication studies archive. Meridian. 1970. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=zFyJuEmMgCA>
26. Макдональд С. Propaganda and Information Warfare in the Twenty-First Century. URL: https://books.google.com.ua/books?id=8C51a3tv91QC&pg=PA35&redir_esc=y&hl=ru
27. Мороз О. Як не стати овочем. Дослідження рівня інформаційної гігієни українських користувачів Facebook. URL: <https://www.oksanamoroz.com/project>
28. НАВС. Мультимедійний навчальний посібник Кафедри філософії права та юридичної логіки. Лекційні матеріали. URL: <https://arm.naiu.kiev.ua/books/filosofia-30012017/lecture/lec4.html>
29. Наумова М. Аналітичний звіт за результатами комплексного дослідження «Індекс медіаграмотності українців» на замовлення «Детектор Медіа». URL: <https://detector.media/community/article/186435/2021-03-29-indeks-mediagramotnosti-ukraintsiv-doslidzhennya/>
30. Ослунд А. З майстра в лузери: чому Путін програв інформаційну війну. URL: <https://www.liga.net/ua/politics/opinion/borba-dobra-so-zlom-pochemu-putin-proigral-informatsionnyu-voynu-ukraine>
31. Павлов Д. Теорія політичної пропаганди Г. Ласвелла. С. 42. URL: <https://politologia-rdgu.rv.ua/images/pan13/40.pdf>
32. Пан бібліотекар. Теорема Томаса. URL: https://www.xn--80abaqzevto0rc.xn--j1amh/2012/10/blog-post_28.html
33. Почепцов Г. Війни нових технологій. URL: https://royallib.com/read/pocheptsov_georgiy/voyni_novih_tehnologiy.html#0
34. Редакція DOU. Зарплати українських розробників – червень 2019. URL: <https://dou.ua/lenta/articles/salary-report-devs-june-2019/>
35. Сільверблат А., Елісейрі Е., Еллен М. Словник медіа грамотності. URL: <https://books.google.am/books?id=SxuLleZCuVUC&pg=PA19&lpg=PA19&dq=professor+emeritus+Bagdikian#v=onepage&q=professor%20emeritus%20Bagdikian&f=false>
36. Словник Gartner. Словник інформаційних технологій. Соціальні технології. URL: <https://www.gartner.com/en/information-technology/glossary/social-technologies>
37. Сурмін Ю., Туленков Н. Теорія соціальних технологій. Навчальний посібник. Київ, 2004. URL: <https://subject.com.ua/pdf/319.pdf>
38. Тарасенко В., О. Іваненко. Проблема соціальної ідентифікації українського суспільства (соціотехнологічна парадигма). URL: https://i-soc.com.ua/assets/files/library/tarassenko_v_i_ivanenko_o_o_the_problems_of_social_identification_of_ukrainian_society_k_2004.pdf

39. Указ президента України. №43/2021. Офіційне інтернет-представництво.
URL: <https://www.president.gov.ua/documents/432021-36441>
40. Указ президента України. №52/2022. Офіційне інтернет-представництво.
URL: <https://www.president.gov.ua/documents/522022-41353>
41. Фільтр. Національний проєкт з медіаграмотності. Експрес-урок «фактчекінг в умовах війни». Facebook. URL:
<https://www.facebook.com/filterproject2021/posts/164050032655404>
42. Центр протидії дезінформації. Інформаційний тероризм. URL:
<https://cpd.gov.ua/announcement/%D1%96%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B8%D0%B9-%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BE%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC/>

Додаток А. Програма авторського соціологічного дослідження на тему «Дослідження рівня фактчекінгу в медіакультурі студентської спільноти»

I. Методологічна частина

I.I. Опис проблемної ситуації.

На жаль, XXI століття зі своїми можливостями, зокрема в технологічному аспекті, привнесло в наше життя і багато небезпек, в тому числі інформаційного характеру, а саме фейки, неправдива інформація, місінформація, а також так званий «інформаційний тероризм». Плутизна в термінології для позначення інформаційних явищ це одна із причин засмічення інформаційного оточення індивіда, соціальних груп, а також всього суспільства. Через небажання розбиратись де ховається істина постала проблема низького рівня медіаграмотності, а відтак і відсутність досліджень у сфері медіакультури в Україні. Наслідком вищевказаних характеристик українського суспільства – нехтування студентами та молоддю загалом базовими вміннями для якісного поглинання новин звідусіль. В свою чергу, це дозволило російській пропаганді зайняти значну частку інформаційного наповнення, і за допомогою неї в сучасному медіатизованому світі просувати через новітні медіа ворожі та деструктивні наративи українському суспільству. Відтак постає проблема відсутності міждисциплінарних даних про рівень медіаосвіченості молоді, ставлення до новинних заголовків сумнівного характеру, а також детального опису рівня індивідуальних навичок, що в сукупності носять назву медіакультури.

I.II. Тема дослідження: «Дослідження рівня фактчекінгу в медіакультурі студентської спільноти»

I.III. Мета на основі даних отриманих за допомогою опитування визначити фактори що впливають на вміння людини відрізнити правдиву інформацію від фейку серед українських студентів, та порівняти дані із іншими дослідженнями на тему медіаграмотності українців.

I.IV. Завдання:

1. Визначити індикатори що впливають на рівень фактчекінгу серед молоді
2. Сформуванати тестування для визначення рівня фактчекінгу, опираючись на українські особливості інформаційного поля
3. Вирахувати кількість людей серед молоді, яка має достатній рівень володіння фактчекінгом та медіаграмотністю
4. Виявити слабкі сторони української молоді в процесі перевірки контенту на достовірність.

I.V. Об'єкт: **За критерієм носія проблеми:** українські інтернет користувачі віком 18-24 роки (згідно зі статистичними даними дослідження та теоретичним обґрунтуванням експерименту)

За критерієм загальної проблеми: Інтернет-медіа, інформаційні ресурси, ЗМК

I.VI. Предмет: інформаційна гігієна та вміння фактчекінгу українців у їхньому повсякденному житті

I.VII. Теоретична інтерпретація базових понять:

Фейк – штучно створений інформаційний продукт, який намагається мімікрувати під правдиву новину у ЗМІ.

Соціальна технологія – це система організації різного виду соціальної діяльності, яка застосовується для впливу на об'єкт для певного результату.

I.VIII. Робочі гіпотези дослідження.

1. **Гіпотеза-підстава:** Припустимо, респонденти віком 18-24 років відслідкують неправдиву інформацію у фейкових заголовках.
 - 1.1. **Гіпотеза-наслідок:** Припустимо, респонденти віком 18-24 років відслідкують більше половини неправдивих заголовків (середній показник рівня відслідковування інформації менше або дорівнює 400)
 - 1.2. **Гіпотеза-наслідок:** Припустимо, респонденти віком 18-24 років відслідкують менше половини неправдивих заголовків (середній показник рівня відслідковування інформації 400 і більше)

2. **Гіпотеза-підстава:** студенти перевіряють інформацію перед тим, як поширити її серед друзів/знайомих/у приватних або групових діалогах
- 2.1. **Гіпотеза-наслідок:** припустимо, більше половини респондентів у інтерв'ю перевіряють новини шляхом застосування фактчекінгу перед тим як поширити її серед друзів/знайомих/у приватних або групових діалогах.
- 2.2. **Гіпотеза-наслідок:** припустимо, менше половини респондентів у інтерв'ю перевіряють новини шляхом застосування фактчекінгу перед тим як поширити її серед друзів/знайомих/у приватних або групових діалогах.
- 2.3. **Гіпотеза-наслідок:** припустимо, студенти застосовували практики пов'язані із фактчекінгом тільки випадках, якщо джерело неавторитетне для респондентів.
3. **Гіпотеза-підстава:** студенти в перевіряють інформацію перед тим, як поширити її в соціальних мережах/сторінках/публічних блогах.
- 3.1. **Гіпотеза-наслідок:** припустимо, більше половини респондентів у інтерв'ю перевіряють інформацію перед тим, як поширити її в соціальних мережах/сторінках/публічних блогах
- 3.2. **Гіпотеза-наслідок:** припустимо, менше половини респондентів у інтерв'ю перевіряють інформацію перед тим, як поширити її в соціальних мережах/сторінках/публічних блогах.

Правові аспекти – протидія дезінформації може бути закріплена законами певних держав. Особливо актуально це для тієї держави, проти якої діють систематичні інформаційні атаки.

Матеріально-технічні аспекти – фейки формуються відповідно до категорій, що мають більший інтерес в аудиторії, на яку націлений фейк. Вони можуть використовувати теми та сюжети, що оперують цінностями які притаманні тій чи іншій етнічній, національній, регіональній, релігійній групі, тощо.

Організаційні аспекти – ефективна боротьба з фейками потребує функціонування інститутів, які б реалізовували протидію інформаційним атакам, перевіряли на достовірність тексти виступів політиків, визначали які змі маніпулюють фактами, в чию користь, і т.д.

Культурно інформаційні аспекти – для деяких груп пропаганда що засновується на підміні фактів, гіперболізації та перекручуванням подій, може слугувати основою світосприйняття, вказувати вірні моделі поведінки для суспільства. При систематичному споживанні такого потоку фейків, поріг критичного сприйняття новин із ЗМІ зменшується, а, відповідно, соціальні страти починають більше орієнтовуватись на адаптивну мобільність у тому інформаційному полі, в якому вони існують. Це впливає на соціальні групи таким чином, що вони покійно сприймають будь яку інформацію з джерел за правду.

II. Методична частина

II.1. Обґрунтування обрання методів дослідження

Обрано три соціологічні методи емпіричного дослідження: ***анкетування, телефонне інтерв'ю, і кількісний контент-аналіз.***

У цьому авторському соціологічному дослідженні джерелом отримання первинної соціологічної інформації слугуватимуть відповіді респондентів у анкетуванні, що поділене на дві частини. Перша, соціально-демографічна частина складається із узагальнених питань про особисті характеристики респондента: вік, стать, сфера діяльності, місто, тощо. У другій, тестовій частині для проходження буде запропоновано оцінити заголовки новин із Інтернету. Заголовки діляться на умовні два види – правдиві та неправдиві. Респондент повинен оцінити 10 заголовків за допомогою шкали, що відповідає позначкам шкали перевірки інформації. Розподіл інтенсивності насичення викривленою або неправдивою інформацією в шкалі, який обиратиметься респондентом виходячи із суб'єктивних висновків щодо того чи іншого заголовку узятий із шкали канадських журналістів Baloneymeter.



У тестовій частині знаходяться чотири повністю правдиві та точні заголовки, узяті із популярних ліцензованих інтернет-ЗМІ, а також шість заголовків, що містять певною мірою викривлені патерни, маніпуляції чи відверту брехню. Варто зауважити, що у анкетуванні були використані заголовки новин, що головним чином публікувались та поширювались ресурсами, що є забороненими на території України згідно указу президента України від 2 лютого 2021 року[36] та 11 лютого 2022 року[37].

Нижче (див. табл. 1.1.) представлена таблиця із частково неправдивими або повністю неправдивими заголовками, поясненням недоліків та факторів що вказують на фейк, а також орієнтовану мітку згідно обраної в рамках соціологічного дослідження шкали. Після завершення анкетування відповіді респондентів будуть конвертовані у бальну систему, де за вказування вірної відповіді надаватиметься 0 балів, а за кожне відхилення від вірного показника на шкалі буде доданий 1 бал. Чим більша кількість балів набрана респондентами, тим нижчим буде середньостатистичний показник відслідковування неправдивої інформації у заголовках. У відповідних межах прийнятним значенням рівня відслідковування інформації, за яким середньостатистичний респондент відслідкує більше половини неправдивих заголовків становить 300 балів і менше.

Таблиця 1.1

№	Назва заголовка	Аналіз тверджень	Мітка, інтерпретована у шкалу Baloneymeter (ступінь неправдивості новини)
1.	«ЗСУ повернули під контроль України село Старомар'ївка.»	"Що зробили росіяни, щоб прикрити ці наступальні дії (у районі Гранітного – ред.) Як зазвичай, вони стали поширювати дезінформацію про нібито захоплення Збройними силами населеного пункту Старомар'ївка поблизу Гранітного. З огляду на те, що позиції ЗСУ залишилися незмінними, то це є черговою спробою російських збройних формувань звинуватити Україну в порушенні лінії зіткнення та Мінських домовленостей загалом", - заявив Цимбалюк.	5
2.	«Представник Держдепартаменту не прокоментував повідомлення про плани розміщення протиракетних комплексів ТНААД під Харковом.»	Звісно, існує багато чинників, які змусили представника Держдепартаменту (цікаво, якої саме країни?) не прокоментувати розміщення зброї. Наприклад, йому не поставили запитання, або ж воно було просто абсурдним. Тим не менш, російській пропаганді вдається навіть ігнорування перекрутити в свою користь так, ніби керівництву США є що приховувати від громадськості. Проте інформація про надання військової допомоги Україні є загальнодоступною.	4
3.	«У Грузії стався сильний землетрус: у країні відключалася електрика.»	Твердження є точним, але потребує роз'яснення: електрика вимикалась тільки у Дманіському муніципалітеті, який був епіцентром землетрусу,	2

		як повідомляє джерело «Ехо Кавказу»	
4.	«У США хочуть заборонити військову допомогу Україні, поки не добудують стіну на кордоні з Мексикою.»	Таке твердження є узагальненим, адже користується можливістю висловити думку меншості, при цьому видаючи бажане за реальне. На ділі ж таку пропозицію висловив всього лиш один регіональний депутат - республіканець штату Монтана Метт Розендейл	3
5.	«МОЗ неефективне проти впливу міжнародних структур, що наживаються на страху українців – Ірина Шостак.»	Тут можна прослідкувати просування проросійських наративів про «зовнішнє управління», «міжнародні структури», «сорос» і т.д. Це дестабілізуючий та дезінформаційний наратив, що входить в першу групу тих, які РФ поширює на весь світ. Ніхто насправді окрім кімнат жахів, не має наміру заробляти гроші на людських загрозах, а тим більше міжнародні організації. Такий зворот використовують для того, аби демонізувати процеси глобалізації, а також для доведення конспірологічних теорій про діяльність міжнародних організацій.	4
6.	«Петров у своєму телеграм-каналі жорстко висловився стосовно смерті Людмили Янукович.»	Насправді Людмила Янукович жива, а фейк, який поширили такі ЗМІ як "РБК-Україна", "ТСН", "Факти", "УНІАН", "Апостроф", створив сам Іван Петров, ведучий каналу Ісландія. Тим не менш, телеграм-канали із чутками є недостовірним, вторинним джерелом інформації. Промови та цитати там можуть лунати від будь-кого, тому поруч із авторитетними думками можна зустріти підробку. "Я запустив свою інформаційну хвилю. Просто з нуля, не використовуючи жодних грошей, жодних інструментів, які не	5

		пов'язані зі мною. Я використав лише свій особистий телеграм-канал. Що я зробив? Я продумав, як це буде виглядати. Я вигадав новину, яка мала вибиватися з контексту загальної інформаційної картини; яка повинна була розвиватися, як я вважав за потрібне. Я написав, що померла дружина Віктора Януковича", - розповів він. Дане твердження є невірним, проте методи викривити дійсність настільки справили враження на аудиторію, що фейк виконав свою мету, тобто дезінформував людей, а сам фейк довелось спростовувати.	
--	--	--	--

Окрім кількісної частини дослідження присутня і якісна, що доповнює загальні результати перевірки робочих гіпотез у програмі. Вона представлена у вигляді телефонних інтерв'ю із респондентами аналогічної вікової категорії. Секвенції, виділені в результаті аналізу транскрибувань інтерв'ю, будуть інтерпретовані в кодування, які дадуть змогу досліднику перевірити раніше запропоновані гіпотези-підстави.

Загальна кількість проведених інтерв'ю – 10.

Загальнонаукові методи дослідження - аналіз, співставлення і синтез, застосований під час опрацювання наукових джерел, визначення цілей, предмета, завдань.

Анкетування, що застосовуватиметься у дослідженні матиме форму опитування у сервісі Google Форми. URL:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScaVvdRgpl73MoBheAdhAgUGXkqFNuffcMnI1slk98Qf9Mtaw/viewform?usp=sf_link

2.2. Обґрунтування вибірки.

Цільова група вибірки – громадяни України, віком від 18 до 24 років.

Обсяг вибірки – 210 осіб.

Тип вибірки – конвенційна.

Джерела отримання респондентів – двоступеневе опитування, сформоване за допомогою сервісу Google форми.

У силу зазначених джерел, що доступні досліднику, типом вибірки, що застосовуватиметься до цього дослідження, буде конвенційна. Особливістю конвенційної вибірки, що застосовуватиметься в авторському соціологічному дослідженні, буде врахування великої частки респондентів, що перейшли до опитування через одне джерело, а саме месенджер Telegram. Відтак, у зв'язку із кореляцією цього фактору із питанням 1.5. розділу соціально-демографічних показників «Із яких джерел інформації Ви найчастіше дізнаєтесь про новини?», у дослідженні буде враховано те, що респонденти можуть більшою мірою обирати варіант відповіді «telegram-ЗМІ та інформаційні пабліки».

Також буде застосовано відсіювання із вибірки анкет, які не підлягають віковому критерію, проте пройшли опитування.

Додаток Б. Зведені результати авторського соціологічного дослідження стану медіакультури студентів.

Із детальними результатами кількісної частини дослідження, а також зведеними таблицями, можна ознайомитись в розділі 3.2. (ст. 80-84)

Додаток В. Питальник телефонного інтерв'ю якісної частини дослідження рівня фактчекінгу в медіакультурі студентської спільноти

Комунікаційний(соціо-демографічний) блок.

Вітаю! Мене звати Віталій, і зараз ми проведемо інтерв'ю в рамках дослідження на тему «Стан сформованості фактчекінгу в медіакультурі студентської спільноти». Воно не забере у вас довго часу, проте буде цікавим

Соціально демографічний блок питань

0.1.Розкажіть будь ласка про себе

- Звідки ви? Скільки вам років? Яка у вас освіта? Чи ви працюєте? (Якщо так, то де? Чи за професією?)

Тематичний блок питань

- 0.2. З яких джерел ви зазвичай дізнаєтесь новини та інформацію? (*телевізор, радіо, ютуб, газети, телеграм канали, фейсбук сторінки, інстаграм сторінки, тощо*) (фіксувати ієрархію послідовності)
- 0.3. Чи поширюєте ви інформацію в соціальних мережах? (Якщо так, *то в яких? В якій формі поширення?*)
- 0.4. Чи ділитесь ви новинами із своїми друзями в мережі? (Якщо так, то яка це інформація? *Новини, розважальна, наукові публіцистичні матеріали, блоги*)
- 0.5. Чи маєте ви авторитетні джерела інформації, яким ви довіряєте більше, ніж іншим? *Тобто таким, що не змушують вас задуматись про те що це може бути фейк, або маніпуляція, дезінформація тощо.*
- 0.6. Чи довіряєте ви всім новинам, якщо вважаєте джерело авторитетним?
- 0.7. Чи перевіряєте ви інформацію на достовірність перед тим як поширити її своїм друзям, знайомим, чи в якісь інші діалоги?** (Якщо так, то як саме відбувається ця перевірка?)
- 0.8. Чи поширювали ви сьогодні інформацію з інших джерел своїм друзям/знайомим/колегам/ в мережі? (якщо так, то якого характеру була ця інформація?) (*Новини, розважальна, наукові публіцистичні матеріали, блоги*)
- 0.9. Чи перевіряєте ви інформацію на достовірність перед тим як поширити її у своїх соціальних мережах?**
- 0.10. (Якщо так, то як саме відбувається ця перевірка? Чи відрізняється вона від перевірки яку застосовуєте коли перевіряєте інформацію перед надсиланням друзям/знайомим/ чи в якісь інші приватні діалоги?)**
- 0.11.** Чи чули ви коли-небудь термін «фактчекінг»?
- 0.12.** Чи можете уявити як це відбувається?
- 0.13.** Чи застосовували ви коли-небудь це в своєму повсякденному житті? (*Якщо так, як це виглядає? Які ресурси ви використовували для фактчекінгу? (пошук Гугл, перевірка копій фото, порівняння заголовків інших новин, та ін.)*) (Якщо так, чому ви вирішили застосовувати це? Чи можете пригадати випадок який спонукав вас зробити це?)
- 0.14.** Чи допоміг вам фактчекінг дізнатись нове про інформацію?
- 0.15.** Які б ви дали поради як можна відрізнити фейк чи маніпуляцію від правдивої новини?