

## МЕРЕЖЕВІ ФЕЙКИ ЯК ПСИХОЛОГІЧНА ПРОБЛЕМА

На побутовому рівні явище фейків часто ототожнюють з неправдивою інформацією та дезінформацією, що не відповідає дійсності. Термін «фейк» (англ. fake – підробка), у найбільш загальному розумінні – це доволі груба імітація правди, що не проходить навіть елементарних перевірок на істинність, але при цьому суттєво впливає на масову свідомість [2].

Існує кілька типологій фейків, проте найбільш ґрунтовною, на нашу думку, є класифікація в основі якої знаходиться мета їх створення [1; 2]: 1) панічні фейки; 2) фейки спрямовані на відволікання уваги від конкретних подій; 3) маніпулятивні фейки, метою яких є формування певної суспільної думки; 4) рекламні фейки, що формують викривлене уявлення про переваги певного товару; 5) фейки «жовтої преси», що дозволяють отримувати прибуток від розповсюдження недостовірних повідомлень, зазвичай, сенсаційного, характеру; 6) фейки спрямовані на запламування репутації людини чи організації; 7) розважальні фейки, що з'являються у якості жарту, але надалі можуть сприйматися як достовірна інформація.

Проблема фейків набула особливої актуальності з появою Інтернету, що володіє специфічними рисами, які необхідно розглянути для розуміння особливостей поширення інформації у мережевому середовищі.

Зважаючи на вищезазначене, проаналізуємо конкретні психологічні аспекти мережевої активності, що впливають на поширення фейків:

1. *Схильність до ненормативної поведінки користувачів мережі*, що обумовлюється, зокрема, анонімністю інтернет-активності. Тобто уникнення безпосереднього фізичного контакту, нівелювання низки комунікативних бар'єрів, можливість приховування своїх особистих даних може стимулювати до аморальних і, навіть, незаконних дій.

2. *Недостатній розвиток критичного мислення* користувачів мережі спричиняє емоційне сприймання й засвоєння інформації без попереднього аналізу й осмислення. Некритичне ставлення може проявлятися у безапеляційній впевненості щодо власних інтелектуальних можливостей та спрямованості на конспірологічне пояснення сутності суспільних явищ. Зокрема, у ментальності українського народу присутня стійка недовіра до повідомлень владних структур – це може обумовлювати позитивне сприйняття інформації, що суперечить офіційній позиції держави.

3. *Соціально-психологічні процеси мережевого середовища*. У цьому контексті, актуальним є феномен психологічного зараження, що трактується як поширення інформації з оперттям на емоційну сферу. Доцільно зазначити, що мережеві фейки, зазвичай, представлені посиланнями на заголовки сильного експресивного забарвлення, що у комплексі з некритичним сприйняттям інформації сприяє їх поширенню. Крім того, поширення фейкових повідомлень може відбуватися з урахуванням базових механізмів поширення чуток: акцентування (зосередження на значущих сегментах неправдивої інформації), згладжування (нівелювання інформації, що суперечить основному емоційному вектору чуток), адаптація (трансформація фейку відповідно соціокультурних

особливостей середовища його поширення).

Окремо слід наголосити, що продукуванню та поширенню фейків сприяє інформаційна й технологічна компетентність сучасної людини, зокрема, користування графічними редакторами типу Adobe Photoshop. Інформація, що підкріплена такими підкорегованими фото- та відеоматеріалами сприймається більш позитивно.

Для ідентифікації фейкових повідомлень у мережевому просторі доцільно надати такі рекомендації [2]:

1. Не концентруватися лише на заголовку, а читати інформаційне повідомлення в цілому, оскільки назва фейку може частково або у цілому суперечити змісту новини.

2. Оцінювати надійність інформаційного джерела – особливо критично слід ставитися до сайтів, що містять багато реклами.

3. Завжди звертати увагу на час і дату публікації повідомлення, оскільки типовим прийомом фейкової новини є позиціонування застарілої інформації як «свіжої».

4. Вивчити інші публікації автора повідомлення, що дасть змогу зрозуміти загальний характер його діяльності.

5. Проаналізувати джерела на які посилається новина, оскільки відсутність таких посилань є однією з типових ознак фейкової публікації.

6. Критично ставитися до цитат або фотографій шокуючого, сенсаційного змісту. Пам'ятати, що навіть відеоматеріали можуть бути змонтованими або представленими фрагментарному вигляді, коли може втрачатися первинний зміст повідомлення.

7. Не поширювати інформацію лише тому, що поділяєте точку зору її авторів. Тому слід завжди перевіряти правдивість повідомлення не зважаючи на його емоційну привабливість.

**Висновки.** Отже, основні психологічні особливості мережевої активності, що впливають на продукування й поширення фейків у Інтернеті: схильність до ненормативної поведінки користувачів мережі, недостатній розвиток критичного мислення, соціально-психологічна процеси віртуального середовища (зараження, чутки).

Для ідентифікації й протидії поширенню фейкових повідомлень у мережевому просторі доцільно уважно аналізувати інформацію, перевіряти її наявність на інших ресурсах, не поширювати неперевірену, «сенсаційну» інформацію навіть за умови підтримки позиції автора.

### Література

1. Кіца М. О. Фейкова інформація в українських соціальних медіа: поняття, види, вплив на аудиторію // Наукові записки [Української академії друкарства]. 2016. № 1. С. 281 – 287.

2. Пригорницька О. Фейкова інформація в соціальних медіа: виявлення, оцінка, протидія // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського : зб. наук. пр. Київ, 2017. Вип. 48. С. 311–321.