

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ПРОТИДІЇ ПОШИРЕННЮ ФЕЙКОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

Заходи розповсюдження інформації на кожному етапі розвитку суспільства є більш удосконаленими та інформаційний обмін стає більш насиченим [1, с. 49]. Разом з тим, можна констатувати факт, що одним із способів поширення інформації є чутки. Чутки – це явище масове, коли вже всі навколо говорять одне і те ж саме, людина поступово теж починає в це вірити.

Задовольнити своє бажання – дістати бодай якусь інформацію, і не важливо правдива вона чи ні. Ключова ціль чуток може полягати у тому, щоб люди були налякані або засмучені. Чим абсурдніший слух, тим він швидше розповсюджується. Тому що, коли навіть людина не вірить, але чує щось таке за межами здорового глузду, вона неминуче поділиться цим з кимось із знайомих.

Але кому і для кого потрібно поширювати чутки. Для прикладу, в Бангладеш прийшли вибори, опозиція втратила голоси виборців. Для того, щоб відновити довіру громадян до своєї структури, опозиціонери вирішили показати неспроможність влади. Тобто опозиція, яка на той час суттєво програвала владі, хотіла зірвати відкриття одного з найбільших будівельних проєктів і дестабілізувати політичну та соціальну ситуацію в країні. Спеціалісти, які вивчали чутки, були впевнені, що у Бангладеші було використано технологію чуток-залякування. Поміж населення запустили інформацію, що підтвердила найстрашніші побоювання людей і спричинила негативні емоції у суспільстві.

Завдання таких чуток – це створити хаос і плутанину, зруйнувати соціальний спокій. Адже чуток-залякування елементарно впливає на нашу базову потребу в захисті і, почувши про якусь небезпеку, людина може на неї реагувати та вдаватись до тієї поведінки, якої від неї очікують.

Політики і політтехнологи часто використовують у своїх виборчих кампаніях технологію чуток. Викид інформації може бути здійснений за наслідками соціального опитування. Технологів не цікавить, яку відповідь дасть суспільство, їх цікавить тільки те, що вони доносять потрібний посил проти кандидата.

Багато з політичних консультантів вдаються до чуток не тільки, щоб «очорнити» конкурентів, але й щоб попередити поширення чуток щодо свого підопічного і для цього використовуються навіть брудні факти з його біографії. Скажімо людина у свій час (в минулому) перебувала під слідством, було відкрите кримінальне провадження, але потім закрите чи винесений виправдувальний вирок. Зрозуміло, що це будуть використовувати. Це так зване «щеплення», коли негативний факт із біографії подається у вигляді чуток у смішній або незначній формі. Поступово люди байдужіють до такої інформації, а коли розкривається глобальна правда, для виборців вона не стає новиною і ніяк не впливає на їх вибір.

Якщо є висока вірогідність того, що проти вас будуть запускатись якісь чутки, поширюйте ці чутки самі, але у відредагованому варіанті. Або зведені до абсурду, наприклад, що ви «страшний терорист», або відредаговані так, як нібито це невеличкий грішок з минулого (молодих років), і про це й так всі пліткували, і воно вже всім набридло. Ці два варіанти – вони працюють, тобто стратегія «прививки» проти чуток є найефективнішою.

США за допомогою чуток змінили політичний устрій латиноамериканської країни. 4 вересня 1970 року в Чилі до влади прийшов комуністичний уряд. Америці це було абсолютно не прийнятно, а тому центральному розвідувальному управлінню було поставлено завдання про необхідність зміни влади без людських жертв та воєнного перевороту. Спеціальні агенти ЦРУ вдалися до технології чуток. Була проведена дуже грамотна кампанія через їх запуснення. І як результат, отримання серйозної перемоги над соціалістичним урядом.

Варто зазначити, що Федеративна Республіка Німеччина однією з перших на законодавчому рівні зробила кроки у напрямі протидії поширенню фейкової інформації. У 2015 році з ініціативи Гайко Йозефа Мааса (на той момент міністра юстиції та захисту прав споживачів Німеччини у третьому уряді Ангели Меркель) було створено робочу групу з розробки законопроекту щодо протидії поширенню антиправової інформації в соціальних мережах [2, с. 124].

У 2017 р. Китай видав жорсткий закон, що регулює антифейкову діяльність у країні. Цим законом онлайн-платформи зобов'язані публікувати у соціальних мережах тільки ту інформацію, яка міститься в статтях офіційних засобів масової інформації [3, с. 150].

Отже, дане дослідження підтверджує, що за допомогою чуток формується і транслюється громадська думка, настрої, соціальні упередження населення, інформаційна ситуація у певній місцевості, групі людей тощо. Чутки є дієвим інструментом інформаційно-психологічного впливу, зокрема зміни ставлення до певних осіб, подій чи явищ, задоволення потреб окремих людей і соціальних груп.

Підсумовуючи вищевикладене, можна дійти висновків про те, що зважаючи на процеси поширення чуток, необхідно надалі розробляти і впроваджувати ефективні правові механізми протидії поширенню фейкової інформації.

Список використаних джерел

1. Антошина І. В. Можливості впливу права на інтернет-інформацію. *Lex Portus*. 2017. № 6 (8). С. 48-56.
2. Черниш Р. Правовий досвід країн Європейського Союзу у сфері протидії поширенню фейкової інформації. *Підприємництво, господарство і право*. 2019. № 10. С. 123-128.
3. Гринь Д. В. Закордонний досвід державного регулювання поширення недостовірної інформації у медіапросторі. *Актуальні проблеми державного управління*. 2022. № 2 (61). С. 145-156.