

Оксана Пригорницька,

мол. наук. співроб.,

Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського

ФЕЙКОВА ІНФОРМАЦІЯ В СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА: ВИЯВЛЕННЯ, ОЦІНКА, ПРОТИДІЯ

*Слово – зброя. Як усю зброю, його треба чистити й доглядати
(М. Рильський).*

У статті розглянуто поняття неправдивої і фейкової інформації; з'ясовано їхні відмінності. Запропоновано класифікацію фейків за різними ознаками, з'ясовано методи поширення фейкової інформації в мережі Інтернет. Наведено типові приклади фейкової інформації в соціальних медіа, з'ясовано вплив таких повідомлень на користувачів соціальних мереж і запропоновано методи боротьби з поширенням фейкової інформації в соціальних медіа.

Ключові слова: фейк, неправдива інформація, соціальні медіа, дезінформація, фактчекінг, соціальні мережі.

Актуальність обраної теми зумовлена важливістю в умовах інформаційного протистояння знайти методи виявлення фейкової інформації, її знешкодження й нейтралізації та запобігти поширенню неправдивої інформації.

Метою цієї праці є виявлення фейкової інформації в українських соціальних медіа, оцінити вплив таких повідомлень на користувачів соціальних мереж і запропонувати методи боротьби з поширенням недостовірної інформації в українському медіа-просторі.

Разом з розвитком інформаційного суспільства й сучасними досягненнями в галузі інформаційних технологій розвивається мережа Інтернет. Інтернет, крім виконання функцій обміну думками й отримання інформації його користувачами в період інформаційного протистояння, стає об'єктом і засобом інформаційного керування. Серед користувачів мережі з'являються групи людей або окремі особи, які навмисно поширюють помилкову або спотворену інформацію [1].

У мережі з'являється дедалі більше фейків або вкидів – неправдивих повідомлень, які підкріплюються підробленими фото, свідченнями псевдоочевидців і відео. Найзручнішим місцем їх поширення є соціальні мережі. Популярність соцмереж зробила можливим не тільки миттєве поширення будь-якої інформації чи дезінформації, а й прямий доступ до політичної, військової та іншої еліти країни супротивника й лідерів думок через їхні акаунти. Якщо додати до цього, що соцмережі дають можливість майже ідеально маскувати проведення операцій психологічного впливу, то стає беззаперечно очевидним: соцмережі є надзвичайно ефективним інструментом ведення інформаційної війни [2].

Сутність маніпулятивного впливу на свідомість людей через ЗМІ, Інтернет вивчали Г. Почепцов [3], Я. Зодерквіст [4], С. Кара-Мурза [5], Г. Шиллер [6], Є. Доценко [7], О. Рябоконь [8], О. Пригорницька [9]. Дослідженню маніпулювання шляхом інформаційних воєн присвячені праці таких російських науковців, як І. Панарін [10], С. Расторгуєв [11], А. Манойло [12].

В Україні технології ведення інформаційних воєн активно досліджує Г. Почепцов. У праці «Сучасні інформаційні війни» системно викладено історію виникнення й розвитку методології інформаційних воєн і детально досліджено зміни в інформаційному просторі в процесі інформаційного протистояння [13].

В Україні слово «фейк» звучить з екранів телевізорів, у ЗМІ. Термін «фейк» (англ. fake – підробка) має багато значень. Часто фейком називають недостовірну, неправдиву інформацію. Але таке визначення не відображає суті фейку. Адже фейк – це підробка, фальшивка, яка поширюється спеціально для того, щоб дезінформувати аудиторію.

Термін «фейкові новини» «Вікіпедія» трактує як повністю або частково вигадану інформацію про суспільні події, явища, певних осіб, яка подається в ЗМІ під виглядом справжніх журналістських матеріалів. Часто носять гумористичний або сатиричний характер і створюються з метою висміювання або привернення уваги до важливих суспільних проблем чи тенденцій [14]. Тобто таке визначення фейкової інформації має позитивний і розважальний характер. Проте в сучасних українських соціальних медіа фейкова інформація спрямована на дезінформацію, введення в оману аудиторії, що в результаті викликає не позитивні, а, навпаки, негативні емоції.

Фейками називають фотографії, зроблені у фотошопі, спеціально створені відеоролики, написані або вигадані неправдиві новини, які важко відрізнити від правдивих. Також фейками називають створені акаунти вигаданих людей у соціальних мережах, через які поширюється неправдива інформація. Головна мета фейкових повідомлень як інструмента інформаційної війни – це посіяти сумніви й переконати аудиторію в правдивості поданої інформації. Завдання полягає в тому, щоб дезінформувати аудиторію; пропагувати власне бачення, політику чи позицію; викликати агресію; похитнути позицію індивідуума та змусити його засумніватися; посіяти паніку; змінити уставлену думку в аудиторії; спонукати по певній дії; активувати увагу й зацікавити аудиторію; переконати аудиторію за допомогою вигаданих фактів; залякувати аудиторію тощо.

Тому пропонуємо таке визначення фейку. Фейк – це спеціально спотворена новина, подія чи журналістський матеріал, який містить неправдиву або перекручену інформацію, що дискримінує певну людину чи групу осіб в очах аудиторії.

Фейки є різними за формами, методами передачі, змістом, тому виникла потреба їх класифікувати.

За методом поширення фейки є: масмедійні фейки (які створюють спеціально для ЗМІ й через них поширюються); мережеві чутки (поширення чужої вигадки через соціальні мережі).

За формою розрізняють: фотофейк, відеофейк і фейковий журналістський матеріал [15].

Фейкову інформацію пишуть з певною метою. Відповідаючи на запитання «для чого поширювати брехню?», можна виділили декілька типів фейків у соціальних медіа залежно від їхнього завдання:

- фейки, які сіють паніку серед людей;
- фейки, які розпалюють міжнаціональну (расову, релігійну тощо) ворожнечу;
- фейки, які поширюють хибні думки для того, щоб заплутати нас, відволікти від правди;
- фейки, які маніпулюють свідомістю;
- фейки, які рекламують когось або щось;
- фейки, які приносять прибуток ЗМІ, що його поширює («жовта преса»);
- фейки, які плямують чийось репутацію (найчастіше це фото, добре опрацьовані у Photoshop);

– фейки, які мають розважальний характер [16].

Найбільше фейкових повідомлень продукується на сайтах сепаратистських видань, які фактично й були створені, аби поширювати дезінформацію. На інформаційних сайтах «ДНР»/«ЛНР» кожна 10 новина є фейковою. Про це свідчать результати моніторингу інтернет-видань окупованих районів Донецької й Луганської областей України, який провів ГО «Інститут масової інформації» (далі – ІМІ). Моніторингу підлягали вісім найпопулярніших інтернет-сайтів «ДНР» і «ЛНР». Дослідження проводилося експертами ІМІ протягом січня – лютого 2017 р. Загалом було оцінено 2 тис. 097 новин, що вийшли в період з 18 по 25 січня 2017 р.

Загалом близько 20% новин на місцевих сайтах присвячені самопроголошеній владі «республік», тоді як про українську владу матеріалів більше – 32% новин. У свою чергу, переважна кількість матеріалів про українську владу (87%) у ЗМІ, що підлягали аналізу, виявилися негативно забарвленими, 13% – були нейтральними, а позитивних матеріалів не було виявлено взагалі. Крім того, під час моніторингу в інтернет-виданнях бойовиків були виявлені новини з ознаками замовлення на користь Опозиційного блоку і В. Медведчука.

Згідно з повідомленням, які поширювалися в місцевих ЗМІ тимчасово окупованої території Донбасу в січні, популярними були такі теми: Д. Трамп, який прийде до влади, відмінить санкції щодо Росії й налагодить відносини з Росією, які «зіпсував» Б. Обама; несаможиттєвість України як країни і її залежність від західних партнерів; належність «ЛНР»/«ДНР» до «руського мира» [17].

Хибним стереотипом є думка, що фейкову інформацію поширюють лише проросійські ЗМІ. Часто трапляється, що недостовірну інформацію передрукуюють і українські сайти. Одним з найвідоміших прикладом фейкової інформації, яка отримала значний розголос у суспільстві, можна назвати новину, поширену 31 травня 2017 р., про те, що жодний українець, який брав участь у конфлікті на Донбасі на будь-якій із сторін, не перетне кордон з Польщею після 11 червня. При цьому як першоджерело подається картинка, яка імітує повідомлення у Twitter-профілі польського Міністерства закордонних справ від 29 травня 2017 р., і посилання на це «повідомлення в Twitter», якого взагалі не існує (<https://twitter.com/PolandMFA/status/869150835472773898>).

Головним поширювачем цього фейку, як виявилось, став користувач, який лише 31 травня 2017 р. зареєструвався для ведення блогів у ряді українських площадок під ніком Антон або Антін Залізняк, не забувши вказати, що він нібито «менеджер зі Львова, 16.02.1981 року народження». Ця новина миттєво поширилася на площадках для ведення блогів українських сайтів [Кореспондент.нет (<http://korrespondent.net/user/66407903publicatio>), «Буковинська правда» (http://bukpravda.cv.ua/blogy/entry/2017-05-31-10-08-45.html#.WTZ3_NLyhdh), Online.ua (<http://kiev.uol.ua/text/14559752/polshcha-zaboronit-veteranam-ato-peretinati-kordon>), «Хайвей» (<http://h.ua/story/438485>) і заборонених російських соціальних мереж «Однокласники» і «ВКонтакте»] [18].

Також привертає увагу фейкове повідомлення про створення «Буковинської автономії». У мережі одразу на кількох новинних ресурсах з'явилася інформація про те, що «Асамблея румунів Буковини» звернулася до Президента П. Порошенка із закликом надати території компактного проживання румунів у Чернівецькій області статус територіальної автономії [19]. Насправді такої організації не існує.

Такі матеріали цинічно використовуються пропагандистськими ЗМІ для створення негативного міжнародного іміджу України, розпалювання сепаратистських настроїв, спрямованих на порушення територіальної цілісності та недоторканності України, зміни меж її території, дестабілізації суспільно-політичної обстановки в державі.

Ще кілька років тому у світі не до кінця усвідомлювали масштабу загрози, яку несе дезінформація щодо їхньої території. Але тепер ця небезпека є очевидною практично для всіх і потребує застосування контрзаходів у боротьбі з неправдивою інформацією. Фейкові повідомлення заповнили весь простір джерел інформації в українському медіа-просторі і в результаті мають значний негативний вплив на користувачів соціальних мереж.

Прикрим є те, що люди не завжди можуть відрізнити фейк від дійсності, спотворене повідомлення від правдивого. Серед назв новин трапляються й матеріали, розміщені на сторінках фейковий видань, які своїми назвами вражають або оборюють користувача. Вони викликають підвищену увагу й інтерес у користувачів, які й поширюють далі фейкову інформацію, бажаючи залучити більшу аудиторію, поділитися нею зі своїми друзями із соціальних мереж, тим самим перетворюючись на інструмент

пропаганди. Разом з тим суспільство використовує будь-які можливості для боротьби з поширенням неправдивої інформації. У Європейському Союзі у квітні 2015 р. на підставі прийнятого на зустрічі 19–20 березня 2015 р. рішення про необхідність протистояти триваючим дезінформаційним кампаніям з боку Росії було створено експертну оперативну робочу групу зі стратегічних комунікацій (East StratCom Task Force). Група покликана надавати підтримку делегаціям Європейського Союзу в Азербайджані, Вірменії, Білорусі, Грузії, Молдові, Україні, Росії та щотижня публікує збірник дезінформаційних матеріалів, поширених прокремлівськими ЗМІ й незалежними російськими медіа, а також здійснює представлення основних тенденцій в російських соцмережах, про які групі повідомляють учасники мережі з викриття фейків [20].

23 листопада 2016 р. депутати Європарламенту ухвалили Резолюцію «Стратегічні комунікації ЄС як протидія пропаганді третіх сторін», у якій містяться положення про протидію ворожій Євросоюзу пропаганді, що «виходить з Росії». Резолюція була схвалена 304 голосами проти 179 (208 утрималося) [21].

Один із засновників «Вікіпедії» Д. Вейлз створив новинний сайт, покликаний боротися з фейковими новинами. Як повідомляє The Verge, сайт, який отримав назву WikiTribune, об'єднає професійних журналістів і спільноту читачів для створення новин [22].

У Сполучених Штатах Америки з'явилася Firstdraft News – коаліція провідних світових медіа, які об'єдналися заради кращого фактчекінга. Серед найбільш відомих учасників CNN, Washington Post, The New York Times, Al Jazeera, Facebook, Google і Twitter [23].

В Україні вже понад три роки команда сайту Stopfake.org займається пошуком фальшивих новин і їх спростуванням, а також неодноразово доводила неправдивість повідомлень, абсурдних, аморальних, нелогічних, що не лише поширювалися в нашій країні, а й формували уявлення про українські події й українців у міжнародній аудиторії. За підсумками 2016 р. було оброблено понад 300 повідомлень, а за весь час існування зроблено понад 1 тис. спростувань [23].

Не останню роль у боротьбі з фейковою інформацією в Україні й підвищенні медіа-грамотності населення відіграють міжнародні й українські громадські організації. Рада міжнародних наукових досліджень та обмінів (IREX/Україна), яка впроваджує з 2009 р. програму

«Бібліоміст», у 2015 р. розпочала впровадження програми медіа-грамотності для громадян за підтримки Міністерства закордонних справ і міжнародної торгівлі Канади (DFATD Canada) у партнерстві з Академією української преси та громадською організацією «Центр медіа-реформи» (StopFake). Метою програми є посилення стійкості громадян проти дестабілізуючої сили впливу неправдивої інформації через підвищення спроможності громадян встановлювати надійність своїх джерел інформації та новин і підвищення попиту населення на правдиву інформацію в 14 областях. Проект працював пліч-о-пліч з бібліотеками й місцевою консультативною групою, до якої входять українські медіа-експерти, журналісти, активісти, соціологи, представники громадянського суспільства. На цьому проекті було підготовлено 428 тренерів з медіа-грамотності громадян, які в свою чергу за кілька місяців навчили 14 тис. 803 осіб розрізняти правдиву інформацію від пропаганди [24].

Будь-яка інформація, отримана із соціальних медіа, характеризується певним ступенем вірогідності. І, щоб переконатися в достовірності повідомлення, фахівцям інформаційно-аналітичних служб бібліотек необхідно застосовувати різноманітні підходи до аналізу текстів з метою виявлення маніпулятивної й недостовірної інформації.

Для того щоб запобігти поширенню фейкових новин у соцмережах, видання The Huffington Post склало перелік простих правил, як їх розпізнавати:

1. Читати більше, ніж назву. Якщо проглянути новину до кінця, можна виявити, що назва ніяк не пов'язана з текстом новини або ж у ній немає жодних даних, які підтверджують її правдивість.

2. Оцінити надійність джерела повідомлення – незнайомі сайти, заповнені оголошеннями й назвами, написаними капслоком, повинні викликати скепсис. Перевіряти через пошукові системи тексти, які були опубліковані раніше (це дасть уявлення про те, чи є джерело надійним), а також URL сторінок, які виглядають підозріло, аби переконатися в тому, що це не фальшивка, що маскується під надійне джерело.

3. Звертати увагу на дату публікації й час. Поширений елемент фейкових новин – видавати старі публікації за нові. Якщо в новині є посилання на інші джерела, проглянути їх, звертаючи увагу на те, коли вони були опубліковані та як у них описується подія, особливо коли йдеться про час.

4. Хто автор? Ознайомитися з попередніми публікаціями автора – його бекграунд допоможе зрозуміти, чи дійсно автор є журналістом, чи не писав він фейкових статей до цього.

5. Ознайомитися з джерелами, на які посилається новина. Відсутність посилань або джерел, з яких були взяті ті чи інші заяви, є очевидним сигналом того, що пост, скоріше за все, є фейком. Будь-які заяви або цитати посадовців мають бути підкріплені надійними джерелами.

6. Звертати увагу на сумнівні цитати і фотографії. Скептично ставитися до шокуючих або підозрілих цитат і опублікованих фотографій з місця подій.

7. Не варто поширювати новини лише тому, що поділяєте точку зору автора або ж приймаєте одну із сторін конфлікту.

8. З'ясувати, що інші видання пишуть з цього приводу. Якщо жодне інше надійне джерело не повідомляє про дані події, скоріше за все, новина є фейковою.

9. Замислитися, перш ніж робити перепублікацію. Новинні сайти, які поширюють дезінформацію, працюють з розрахунком на те, що читачі поширюватимуть їхні новини [25].

Враховуючи вищезазначене, зростає важливість підготовки аналітиків, інформаційних працівників до сучасних тенденцій у висвітленні новин, підвищення їхнього фахового рівня й готовності до глибокого аналізу контенту при підготовці інформаційно-аналітичних матеріалів на базі інформації із соціальних медіа. Набуває також актуальності питання пошуку інформаційно-аналітичними структурами бібліотек нових форм і методів виявлення фейкової інформації та розробки способів мінімізації її впливу. Аналітик повинен володіти навичками грамотного пошуку інформації, аналізу джерел, уміти критично відбирати й оцінювати її, перевіряти факти, адже мета бібліотеки – дати не лише максимально повну, а й ретельно перевірену інформацію.

Література

1. *Вітушко Н.* Перевірка інформації на достовірність у процесі підготовки джерельної бази бібліотечного аналітичного продукту в умовах інформаційного протистояння [Електронний ресурс] / Н. Вітушко // *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського / НАН України,*

Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України. – Київ, 2014. – Вип. 39. – С. 328–339. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/prnbuimviv_2014_39_30. – Назва з екрана.

2. Соціальні мережі як інструмент сучасної інформаційно-психологічної війни [Електронний ресурс] // Army UA. – 2016. – 16.08. – Режим доступу: <http://www.armyua.com.ua/socialni-merezhi-yak-instrument-suchasno%D1%97-informacijno-psixologichno%D1%97-vijni>. – Назва з екрана.

3. *Почепцов Г. Г.* Психологические войны / Г. Г. Почепцов. – Москва : Рефл-бук ; Киев : Ваклер. – 2000. – 576 с.

4. *Зодерквист Я.* Нетократия. Новая правящая элита и жизнь после капитализма / Я. Зодерквист, А. Бард. – Санкт-Петербург : Стокгольмская школа экономики, 2005. – 108 с.

5. *Кара-Мурза С.* Манипуляция сознанием / Сергей Кара-Мурза. – Москва : Медиа Книга, 2005. – 500 с.

6. *Шиллер Г.* Манипуляторы сознанием / Г. Шиллер ; пер. с англ. ; науч. ред. Я. Н. Засурский. – Москва : Мысль, 1980.

7. *Доценко Е.* Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита / Е. Доценко. – Москва : ЧеРо. – 1997.

8. *Рябокоть О.* Маніпуляції масовою свідомістю в політичному сегменті соціальних мереж [Електронний ресурс] / О. Рябокоть // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України. – Київ, 2012. – Вип. 33. – С. 543–553. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/prnbuimviv_2012_33_50. – Назва з екрана.

9. *Пригорницька О.* Регіональні ЗМІ як інструмент для маніпуляції громадською думкою [Електронний ресурс] / О. Пригорницька // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України. – Київ, 2015. – Вип. 41. – С. 588–600. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/prnbuimviv_2015_41_45. – Назва з екрана.

10. *Панарин И. Н.* СМИ, пропаганда и информационные войны / И. Н. Панарин. – Москва : Поколение, 2012. – 336 с.

11. *Расторгуев С. П.* Информационная война / С. П. Расторгуев. – Москва : Радио и связь, 1999. – 416 с.

12. *Манойло А. В.* Современные интерпретации термина «информа-

ционная война» [Электронный ресурс] / А. В. Манойло // Современная Россия и мир: альтернативы развития (Информ. войны в международ. отношениях) : материалы интернет-конф. (1 апреля – 30 июня 2012 г.). – Режим доступа: <http://ashpi.asu.ru/ic/?p=1550>. – Загл. с экрана.

13. *Почепцов Г.* Сучасні інформаційні війни / Георгій Почепцов. – Київ : Києво-Могилянська акад., 2015. – 498 с.

14. Фейкові новини [Електронний ресурс] // Вікіпедія : вільна енциклопедія. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki>. – Назва з екрана.

15. *Мудра І.* Поняття «фейк» та його види у ЗМІ [Електронний ресурс] / І. Мудра. – Режим доступу: <http://old.journ.lnu.edu.ua/vypusk7/n15/tv15-25.pdf>. – Назва з екрана.

16. *Кіца М. О.* Фейкова інформація в українських соціальних медіа: поняття, види, вплив на аудиторію [Електронний ресурс] / М. О. Кіца. – Режим доступу: <http://nz.uad.lviv.ua/static/media/1-52/36.pdf>. – Назва з екрана.

17. Експерти підраховали кількість фейкових новин на сайтах ОРДЛО [Електронний ресурс] // ТСН. – 2016. – 24.02. – Режим доступу: <https://tsn.ua/ato/v-instituti-masovoyi-informaciyi-doslidili-skilki-fejkovih-novin-na-saytah-ordlo-886438.html>. – Назва з екрана.

18. Повернення фейку: ЄС не пускатиме атошників [Електронний ресурс] // Західний фронт. – 2017. – 7.06. – Режим доступу: <https://zahid-front.com.ua/news/Povernennya-fejku-YES-ne-puskatime-atoshnikov.html>. – Назва з екрана.

19. На Буковині заговорили про територіальну автономію [Електронний ресурс] // ESPRESO.TV. – 2016. – 20.06. – Режим доступу: http://espresso.tv/news/2016/06/20/na_bukovyni_zagovoryly_pro_terytorialnu_avtonomiyu. – Назва з екрана.

20. Оперативная рабочая группа по стратегическим коммуникациям East StratCom Task Force в вопросах и ответах [Электронный ресурс] // Европейская служба внешних связей. – 2016. – 29.11. – Режим доступа: https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage/16043/operativnaya-rabochaya-gruppa-po-strategicheskim-kommunikaciyam-east-stratcom-task-force-v_ru. – Загл. с экрана.

21. MEPs sound alarm on anti-EU propaganda from Russia and Islamist terrorist groups [Electronic resource] // European Parliament News. – 2016. – 23.11. – Mode of access: <http://www.europarl.europa.eu/news/en/>

news-room/20161118_IPR51718/meps-sound-alarm-on-anti-eu-propaganda-from-russia-and-islamist-terrorist-groups. – Title from the screen.

22. Борьба с фейками в Интернете: основатель «Википедии» запускает сайт достоверных новостей [Электронный ресурс] // Бизнес-портал. – 2017. – 25.04. – Режим доступа: <http://fdlx.com/tech/90440-borba-s-fejkami-v-internete-osnovatel-vikipedii-zapuskaet-sajt-dostovernyx-novostej.html>. – Загл. с экрана.

23. Контргра. Як зупинити російські фейки [Електронний ресурс] // Тиждень. – 2017. – 7.02. – Режим доступу: <http://tyzhden.ua/Society/18-4903>. – Назва з екрана.

24. У Києві підбили підсумки проекту «Програма медіа-грамотності для громадян» [Електронний ресурс] // Media Sapiens. – 2016. – 11.03. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprovsvita/mediaosvita/u_kievi_pidbili_pidsumki_proektu_programa_mediagramotnosti_dlya_gromadyan. – Назва з екрана.

25. Як розпізнати фейкову новину в соцмережах – рекомендації The Huffington Post [Електронний ресурс] // Media Sapiens. – 2016. – 23.11. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/web/online_media/yak_rozpiznati_feykovu_novinu_v_sotsmerezhakh_rekomendatsii_the_huffington_post. – Назва з екрана.

References

1. Vitushko, N. (2014). Perevirka informatsii na dostovirmist u protsesi pidhotovky dzherelnoi bazy bibliotechnoho analitychnoho produktu v umovakh informatsiinoho protystoiannia [Verification of information in the process of preparation of the source database of the library analytical product in conditions of information confrontation]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteki Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho – Transactions of V. I. Vernadsky National Library of Ukraine*, issue 39, pp. 328–339. Kyiv [in Ukrainian].

2. Sotsialni merezhi yak instrument suchasnoi informatsiino-psykhologichnoi viiny [Social networks as an instrument of modern information psychological warfare]. (August 16, 2016). Retrieved from <http://www.armyua.com.ua/socialni-merezhi-yak-instrument-suchasno%D1%97-informacijno-psixologichno%D1%97-vijni> [in Ukrainian].

3. Поचेцов, G. G. (2000). *Psihologicheskie vojny [War of nerves]* Moscow: Refl-buk; Kyiv: Vakler [in Russian].
4. Zoderkvist, Ya. (2005). *Netokratiia. Novaia praviashchaia elita i zhizn posle kapitalizma [Netocracy. New ruling elite and life after capitalism]*. St. Petersburg: Stokholmskaia shkola ekonomiki [in Russian].
5. Kara-Murza, S. (2005). *Manipuliatsiia soznaniem [Manipulation of consciousness]*. Moscow: Media Kniha [in Russian].
6. Shiller, H. (1980). *Manipuliatory soznaniem [Manipulators consciousness]*. Moscow: Mysl [in Russian].
7. Dotsenko, E. (1997). *Psikhohiia manipuliatsii: fenomeny, mekhanizmy i zashchita [Psychology manipulation: phenomena, mechanisms and protection]*. Moscow: CheRo [in Russian].
8. Riabokon, O. (2012). *Manipuliatsii masovoii svidomistiu v politychnomu sehmenti sotsialnykh merezh [Manipulation of mass consciousness in the political segment of social networks]*. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteky Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho – Transactions of V. I. Vernadsky National Library of Ukraine*, issue 33, pp. 543–553. Kyiv [in Ukrainian].
9. Pryhornytska, O. (2015). *Rehionalni ZMI yak instrument dlia manipuliatsii hromadskoiu dumkoiu [Regional media as a source of manipulative influences]*. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteky Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho – Transactions of V. I. Vernadsky National Library of Ukraine*, issue 41, pp. 588–600. Kyiv [in Ukrainian].
10. Panarin, Y. N. (2012). *SMI, propahanda i informatsionnye voiny. [Mass media, propaganda and information wars]*. Moscow: Pokolenie [in Russian].
11. Rastorhuev, S. P. (1999). *Informatsionnaia voina [Information Warfare]*. Moscow: Radio i sviaz [in Russian].
12. Manoilo, A. V. *Sovremennye interpretatsii termina «informacionnaja vojna» [Contemporary interpretations of the term «information warfare»]*. *Proceedings from Informatsionnye voiny v mezhdunarodnykh otnosheniakh '12: Internet-konferentsiia (1 aprelia – 30 iunია 2012) – Internet Conference*. Retrieved from <http://ashpi.asu.ru/ic/?p=1550> [in Russian].
13. Pocheptsov, H. H. (2015). *Suchasni informatsiini viiny [Modern information wars]*. Kyiv: Kyievo-Mohylianska akademiia [in Ukrainian].
14. Feykovi novyny [Fake news]. *Vikipediia – Wikipedia*. Retrieved from <https://uk.wikipedia.org/wiki> [in Ukrainian].
15. Mudra, I. *Poniattia «feik» ta yoho vydy u ZMI [The concept of «Fake»]*

and its types in the media]. Retrieved from <http://old.journ.lnu.edu.ua/vypusk7/n15/tv15-25.pdf> [in Ukrainian].

16. Kitsa, M. O. Feikova informatsiia v ukrainskykh sotsialnykh media: poniattia, vydy, vplyv na audytoriiu [Feykov's information in Ukrainian social media: the notion, types, influence on the audience]. Retrieved from <http://nz.uad.lviv.ua/static/media/1-52/36.pdf> [in Ukrainian].

17. Eksperty pidrakhuvaly kilkist feikovykh novyn na saitakh ORDLO [Experts have counted the number of fake news on ORDLO sites]. Retrieved from <https://tsn.ua/ato/v-instituti-masovoyi-informaciyi-doslidili-skilki-feikovih-novin-na-saytah-ordlo-886438.html> [in Ukrainian].

16. Povernennya feyku: YeS ne puskatyme atoshnykiv [Fake return: the EU will not let the athletes go]. *Zakhidnyy front*. (June 7, 2017). Retrieved from <https://zahidfront.com.ua/news/Povernennya-fejku-YES-ne-puskatyme-atoshnikiv.html> [in Ukrainian].

19. Na Bukovyni zahovoryly pro terytorialnu avtonomiiu [In Bukovina, spoke about territorial autonomy]. *ESPRESO.TV*. (June 20, 2016). Retrieved from http://espresso.tv/news/2016/06/20/na_bukovyni_zagovoryly_pro_terytorialnu_avtonomiyu [in Ukrainian].

20. Operativnaia rabochaia hruppa po stratezhicheskym kommunykatsiyam East StratCom Task Force v voprosakh y otvetakh [East StratCom Task Force Operational Task Force on Strategic Communications on Questions and Answers]. *Evropeiskaia sluzhba vneshnikh svyazei – European External Relations Service*. (November 29, 2016). Retrieved from https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage/16043/operativnaya-rabochaya-gruppa-po-strategicheskim-kommunikaciyam-east-stratcom-task-force-v_ru [in Russian].

21. MEPs sound alarm on anti-EU propaganda from Russia and Islamist terrorist groups. *European Parliament News*. (November 23, 2016). Retrieved from https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage/16043/operativnaya-rabochaya-gruppa-po-strategicheskim-kommunikaciyam-east-stratcom-task-force-v_ru [in English].

22. Borba s feikam v internete: osnovatel Vikipedii zapuskaet sait dostovernnykh novostei [Fighting Fake on the Internet: The founder of Wikipedia launches a trusted news site]. *Biznes-portal – Business Portal*. (April 25, 2017). Retrieved from <http://fdlx.com/tech/90440-borba-s-fejkami-v-internete-osnovatel-vikipedii-zapuskaet-sajt-dostovernnyx-novostej.html> [in Russian].

23. Kontrhra. Yak zupynyty rosiiski feiky [Countertops How to stop Russian fairies]. *Tyzhden – Week*. (February 7, 2017). Retrieved from http://espresso.tv/news/2016/06/20/na_bukovyni_zagovoryly_pro_terytorialnu_avtonomiyu [in Ukrainian].

24. U Kyievi pidbyly pidsumky proektu «Prohrama mediahramotnosti dlia hromadian» [In Kyiv, the results of the Media Literacy for Citizens Program project were summarized]. *Media Sapiens*. (March 11, 2016). Retrieved from http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/u_kievi_pidbili_pidsumki_proektu_programa_mediagramotnosti_dlya_gromadyan [in Ukrainian].

25. Yak rozpiznaty feykovu novynu v sotsmerezhakh – rekomendatsiyi The Huffington Post [How to recognize fake news in social networks – recommendations The Huffington Post]. *MediaSapiens*. (November 23, 2016). Retrieved from http://osvita.mediasapiens.ua/web/online_media/yak_rozpiznati_feykovu_novynu_v_sotsmerezhakh_rekomendatsii_the_huffington_post [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 29.10.2017.

Oksana Pryhornytska,

Junior Research Associate,

V. I. Vernadsky National Library of Ukraine

Fake Information in Social Media: Identification, Evaluation, Counteraction

Social media is viewed not only as a means to obtain everyday information, but also as a source of manipulative influences in order to form a dissident opinion in the interests of certain political forces or groups of people. Therefore, it is important in conditions of information confrontation to find methods of detecting fake information, its neutralization and preventing false information spreading.

The article deals with methods of distributing fake information in the Internet. Also highlighted and described typical examples of fake information in social media, the impact of such messages on users of social networks has been determined as well. Various ways of combating the dissemination of false information and recommendations are provided for identifying fake information in social media during the preparation of libraries information and analytical product.

Keywords: fake, false information, social media, disinformation, fakchecking, social networks.