

Людмила Дем'яненко,

кандидат філологічних наук, старший науковий співробітник,

Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського

Голосіївський просп., 3, Київ, 03039, Україна

e-mail: demjanenkol@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0002-5160-2736>

ОСОБЛИВОСТІ ПРОТИДІЇ НЕДОСТОВІРНИЙ (ФЕЙКОВИЙ) ІНФОРМАЦІЇ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Праця присвячена дослідженню проблеми використання можливостей соціальних мереж для посилення впливу на суспільство, формування в ньому певних стереотипів і поведінки суспільства за допомогою неправдивої інформації – фейків. Акцентовано увагу на тому, що сьогодні актуальним і гострим питанням не тільки в Україні, а й у сучасному світі є правдивість інформації в таких глобальних інтернет-ресурсах, як соціальні мережі.

Комунікація є стратегічним засобом розвитку сучасного суспільства, а відтак, відіграє дуже важливу роль у розвитку саме інформаційного суспільства, стає його стратегічним ресурсом. Процес сягнув такого рівня, коли стало очевидним, що соціальні мережі реально впливають на громадську думку, проте вони не мають чіткої й виписаної системи контролю за правдивістю інформації.

У дослідженні акцентується увага на світовому та вітчизняному досвіді боротьби з фейковою інформацією в соціальних мережах.

Ключові слова: соціальні мережі, інформаційна війна, деструктивні впливи, інформаційно-мережовий вплив, ЗМІ, мережева безпека.

Тему соціальних мереж як певного автономного соціального медіа з його підводними течіями лише почали серйозно досліджувати науковці, тому вплив соціальних мереж та їх роль у формуванні громадської думки ще не достатньо добре досліджені. Важливий крок у цій розвідці, зокрема мережі «Фейсбук», зробив Г. Почепцов [10]. Фахівці та експерти зі сфери соціальних комунікацій все активніше звертаються до вивчення соціальних мереж, які вже стали об'єктом дослідження вчених В. Горового [13], Т. Гранчак [13], Л. Чуприни [17], А. Глуста [14] та інших.

Саме на проблемі фейкової інформації в соціальних мережах зосередили свою увагу такі молоді вчені, як: А. Мордюк [7], О. Саприкін [11], О. Смолинець [12], Н. Конфессор, Г. Денс, Р. Харріс, М. Хансен [8], М. Жданова,

Д. Орлова [19], О. Гіда [2]; свою думку активно висловлюють також експерти К. Ценцура [15], В. Кишак [4], І. Куса [5] та інші.

Мета статті – виокремити та узагальнити особливості протидії фейковій інформації в соціальних мережах, охарактеризувати міжнародний та вітчизняний методи боротьби з ботами.

Однією з найголовніших рис сучасного суспільства є саме динамічний розвиток інформаційно-комунікативної сфери, адже в наш час найбезперешкоднішим стає доступ до будь-якої інформації, удосконалюються способи обміну нею, і цей обмін відбувається найактивніше через спілкування, взаємне інформування та обговорення різних тем у соціальних мережах.

Восени 2019 р. дослідницька компанія InMind опублікувала результати щорічного опитування «Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів медіа у 2019 році». Соцмережі, як джерело новин для українців, уперше обійшли телебачення – 68 % проти 66 %. Вже не вийде стверджувати, що в політиці все вирішує тільки телевізор [4].

Тож сьогодні соціальні мережі асоціюються з особливим видом структур, які є інтернет-платформою для створення й підтримки особистих і професійних зв'язків між людьми. Соціальна мережа – це інтерактивний, найбільш використовуваний вебсайт, контент якого наповнюється самими учасниками мережі. Сайт являє собою автоматизоване соціальне середовище, що дає змогу спілкуватися групі користувачів, об'єднаних спільним інтересом. Зв'язок здійснюється за допомогою вебсервісу внутрішньої пошти або миттєвого обміну повідомленнями [17, с. 508–509].

«Активний розвиток соціальних мереж як механізму горизонтальних інформаційних обмінів протягом останнього десятиріччя набув таких масштабів, що його можна кваліфікувати як новий етап у формуванні внутрішньосуспільної системи соціальних комунікацій. На сьогодні соціальні мережі є засобами інформаційних обмінів, що найменш контролювані правовою системою українського суспільства. У цьому плані вони є унікальними, оскільки всі раніше створені засоби ініціювалися владою і були в тій чи іншій мірі інструментом керування масами і в тій чи іншій мірі контролювалися нею... Соціальні мережі вперше стали засобами обміну інформацією між людьми, контроль за змістом якої з боку держави є в правовому, техніко-технологічному плані суттєво обмеженим» [13, с. 17–18].

Отже, соціальні мережі дуже глибоко увійшли в наше життя. Смартфони стали продовженням нас самих: люди «залипають» у них у громадському транспорті, ресторанах, колективних зустрічах чи розмовах

тет-а-тет [3]. Соцмережі з кожним днем відкривають багато такого, чого ми раніше не знали і не могли уявити, але водночас містять чимало небезпек. Останніми роками соціальні мережі стали осередком фейкових новин (фейкові новини, фейк-ньюз(-с) (від англ. fake news – підроблені / шахрайські / фальшиві новини) – підробка чи імітація новин (маніпулятивне спотворення фактів, дезінформація), яку створено з ігноруванням редакційних норм, правил, процесів, прийнятих у ЗМІ для забезпечення відповідності та перевіреності, та яка не витримує жодних, навіть поверхових перевірок на відповідність і реальність, але, незважаючи на це, має потужний вплив на свідомість великої кількості людей [6].

Соціальні мережі також призводять до кризи інформації та психологічної залежності. Сучасні соціальні мережі об'єднують мільйони людей по всьому світу. Як заявляють самі розробники цього найпотужнішого засобу комунікації, – вони є лише нейтральними платформами для обміну інформацією.

Тож, як влучно висловився науковець О. Саприкін, «з поширенням інтернету, легкістю доступу до нього, появою соціальних мереж, які охоплюють сотні мільйонів людей майже всіх країн, створення міжнародних груп за інтересами, інтернет став використовуватися як джерело пропаганди, психологічного впливу, розповсюджувач свідомої дезінформації. Для розповсюдження фейкових повідомлень в інтернеті створені відповідні ресурси, які цілеспрямовано насичуються інформацією, в якій переважається достовірна і недостовірна інформація; втім, може бути і на 100% недостовірна» [11].

Отже, соціальні мережі хоча й з'явилися не так давно, проте останнім часом викликають чимало занепокоєнь, пов'язаних зі свободою слова та демократією загалом. Вірусне поширення фейкових новин, особливо в політиці, та можливість використання соціальних мереж для впливу на перебіг тієї чи іншої події (особливо це стало помітно під час розпаду конфлікту Росії та України в 2013/2014 рр., далі – президентських виборах в Україні, та й у різних країнах світу з кожним роком все більше неправдивої інформації поширюється соцмережею), змусило уважніше придивитися до політичної ролі цих платформ узагалі. До того ж і в Україні, крім зростання аудиторії, соціальна мережа отримала набагато більше: тут почав формуватися ринок маніпуляції інформацією у фейсбуці, хоча, можемо сміливо заявити, що, на перший погляд, він і не був зовсім новим. Адже у дофейсбучну епоху так само займалися маніпуляцією онлайн, але зброєю тоді були коментарі під новинами в ЗМІ та на форумах.

У багатьох випадках соціальні мережі необхідно розглядати як медіа, що здійснюють провокативний вплив на суспільство. Розширення можливостей користувача обговорити різноманітні теми нерідко використовується як інструмент маніпуляції та провокації задля спрямування масової свідомості в бажане русло. Безумовно, свобода слова є одним із головних елементів демократії. Проте, з іншого боку, є небезпека її використання для маніпулювання людською свідомістю. Спеціально підготовлений маніпулятор здатний змусити користувачів соціальних мереж сприймати ту чи іншу соціальну інформацію так, як йому це вигідно, й спрямувати їхні соціально значущі дії в потрібне для замовника русло [2, с. 272].

Які ж сьогодні існують інструменти впливу на читача в соціальних мережах? Дійсно, інструментів чимало, тож цей вплив досягається різними способами. Викликає занепокоєння, що останнім часом соціальні мережі перетворилися на платформи поширення дезінформації, фейкових новин. Створюється ця інформація за допомогою так званих ботів і тролів. Як бачимо, таким способом соціальні мережі стали найбільшою комунікацією для поширення не тільки достовірної інформації, а й фейкової.

Використання ботів і тролів в українському (як згадували вище) суспільно-політичному житті – не нове явище, хоча не таке і давнє. Ще з 2000-х років їх також використовували маркетологи й PR-фахівці для створення позитивних коментарів і відгуків про продукти компаній. Тоді ботами переважно були молоді непрацюючі матері, які хотіли заробляти гроші вдома під час догляду за дитиною. Пізніше цю концепцію підхопили політтехнологи.

Останнім часом ботів дедалі частіше використовують для досягнення політичних цілей. Особливо активізувалися вони в розпал конфлікту Росії та України у 2013/14 рр., кризи з біженцями в Німеччині 2015/16 рр., виборів Президента США 2016 р., та й вибори Президента України 2019 р. не стали винятком.

Найпоширеніші завдання для ботів від політичних клієнтів – це просування політика чи політичної сили в Інтернеті, розповсюдження певних повідомлень, нейтралізація негативної інформації або «напади» на опонентів. Нині все більше стає проєктів, які пов'язані з тими чи іншими виборами. Такі компанії надають пакети послуг або ж займаються тільки якимись окремими випадками, наприклад, висвітленням конкретного скандалу чи подачею неправдивої інформації на одного з кандидатів у президенти.

Після того як проєкт затверджений, компанія наймає команду, яка складається переважно зі студентів. Кожен з них отримує рекомендації щодо подальшої роботи, наприклад, накрутити рейтинги завдяки підробленим акаунтам або ж поширити через коментарі певний меседж. Як правило, такі коментатори постять близько 200 коментарів на день. Всі обговорення кампанії проводяться за допомогою підроблених акаунтів, що підтримуються вручну [18].

Отже, якщо людина має гроші, то може створити собі цілий загін бот-фанів, які так само розповсюджуватимуть фейкові повідомлення.

За інформацією New York Times, наприклад, у США активно працюють фірми, які торгують цілими арміями ботів. Ціна приблизно – два центи на профіль. Кілька тисяч доларів – і ви вже маєте сотні тисяч фанів у твітері. Тобто «Соціальні медіа – це віртуальний світ, у якому повно наполовину ботів, наполовину справжніх людей», – зауважує Р. Ессаїд, засновник Distil Networks, компанії з кібербезпеки, яка спеціалізується на знищенні бот-мереж. – Ви не можете приймати твіти за чисту монету. І не все так, як здається» [8].

Загалом на створення середнього акаунта потрібен місяць. За цей час буде готовий бот приблизно на 200 друзів, 15 постів та три власні фотографії.

Ботів ділять на такі категорії:

– найкращі боти займаються коментуванням та репостять потрібні дописи;

– боти, які просто лайкають;

– технічні боти. Потрібні для різних накруток (наприклад, для збільшення переглядів відео);

– боти для чорних кампаній. Використовують у дуже ризикованих проєктах. Зазвичай творці не шкодуватимуть, якщо їх заблокують [4].

Авторами дослідження [19] про політичних ботів в Україні та їхні найпоширеніші тактики й інструменти є М. Жданова (University of Glasgow) та Д. Орлова (European Journalism Observatory). Вони зазначають, що Оксфордський словник назвав «постправду» словом 2016 р. Протягом більш ніж трьох останніх років, з часів Євромайдану і початку російської агресії в Україні, ми спостерігаємо, як ця постправа формує громадську думку суспільства. Україна опинилася на передовій перед численними інформаційними атаками з боку східного сусіда. Для поширення всіляких фейків російська пропаганда активно використовує інтернет-простір, зокрема, соціальні мережі. Згадаймо славнозвісні фейки про «розп'ятого хлопчика» або «двох рабів і клаптик землі» [19]. Автори свого дослідження

наголошують на тому, що, поки йшла активна інформаційна війна ззовні, всередині України теж активно використовувалися соціальні мережі для маніпулювання громадською думкою.

Найпростішою та найдешевшою платформою для створення ботів є соцмережа «ВКонтакте», оскільки там немає жорстких заходів щодо безпеки. На другому місці – твітер. Згідно з дослідженнями, 48 млн акаунтів, або 15% від усіх користувачів на цій платформі є ботами. Найстійкіший у цьому плані – фейсбук. Ця мережа є найефективнішою з точки зору захисту свого API та користувацьких даних. Тут створювати ботів найдорожче, однак попит на них все більше зростає, адже саме фейсбук є найпопулярнішим серед соціально-політичних еліт в Україні [19, с. 8].

Наприклад, зареєструвати акаунти жіночих ботів у фейсбуці буде простіше, тому, що можна використати фотографії моделей чи просто гарних дівчат із соціальної мережі «ВКонтакте», адже вони отримають гарну органічну послідовність. Програма також дозволяє створювати бот-акаунти, публікації на певні теми, адже ті так само подобатимуться певним особам або групі людей. Один із способів виявити цих ботів у фейсбуці – це перевірити, чи можуть вони поставити «сподобалося» (лайк) або ж чи відреагували на коментарі, залишені під публікаціями, яку виявив наш інформатор.

Месенджери називають «новими соціальними медіа», і їх використання в Україні також зростає [19, с. 8–9].

Отже, боти в соціальних мережах користуються великим попитом для політичної пропаганди в Україні, і не тільки. За різними джерелами на фейковому акаунті всього за пару місяців можна зібрати до 5 тис. друзів. Отже, 100 ботів матимуть доступ уже до сотень тисяч нових користувачів.

Наполегливі спроби відповісти на російську пропаганду від самого початку здійснюють українські ЗМІ та громадські проекти. Так, наприклад, проєкт StopFake.org – сайт, запущений студентами, викладачами та випускниками Києво-Могилянської школи журналістики у березні 2014 р. розвінчав понад тисячу фейкових повідомлень, створених в основному російськими ЗМІ [4].

Колосальне дослідження про ботів зробив сайт Texty.org.ua, який проаналізував мережу ботів, які цілеспрямовано поширювали повідомлення із закликами до третього Майдану.

Український програміст із нікнеймом Alex Novodvorski (Алекс Новодворський) розробив розширення для браузера Chrome, яке дозволило автоматично блокувати тисячі російських вебсайтів [4].

Як не прикро, але бачимо, що здебільшого боротьба з ботами в Україні ведеться громадянським суспільством та приватними ініціативами, а не централізовано з урядових кабінетів.

Наприклад, соціальна мережа «Фейсбук», за офіційними даними, видалила 168 акаунтів, 149 сторінок, 79 груп. Усі вони вели скоординовані кампанії щодо дезінформації в Україні. Серед видалених сторінок – такі ресурси, як Знаj.ua та Politeka. Їхні акаунти видалили не лише з фейсбука, а й з інстаграма в результаті зовнішнього розслідування у фейсбуці.

Як повідомили в пресслужбі фейсбука, всі видалені сторінки та групи вели дезінформаційну кампанію не через контент, який вони публікували, а через поведінку. Зокрема люди, які за ними стояли, координували свої дії та використовували підроблені облікові записи, і таким чином, зображували себе з хибного боку.

Тобто, адміністратори та власники цих спільнот використовували фейкові акаунти (імена постійно змінювалися), щоб управляти групами та сторінками, а також для збільшення залученості, поширення контенту і направлення людей на зовнішні сайти. Так вони видавали себе за інформаційні ЗМІ. Також вони видавали себе за інших людей і приховували свої особисті дані, щоб їх не виявили та не видалили. Як правило, ці ресурси публікували дані про відомих людей, шоу-бізнес, спорт, місцеві та міжнародні новини, політичні новини (зокрема, про вибори в Україні), політичних кандидатів, а також критикували громадських діячів [20].

Тому сьогодні все актуальнішим стає питання про ботів соціальних мереж. Уряди та компанії в усьому світі все більше стурбовані поширенням неправдивої інформації (фейків) в Інтернеті та її впливом на все: від цін на акції до виборів і соціальних заворушень.

З кожним роком політики різних країн все активніше говорять про цю проблему та починають висувати й застосовувати ідеї та закони проти фейкових повідомлень. Наприклад:

– у Малайзії ухвалили закон, який запроваджує кримінальну відповідальність за поширення неправдивих новин. Відтепер у країні можна потрапити за ґрати на шість років за поширення фейків. Фактично це перший у світі закон, який криміналізує фейкові новини. Його ухвалення хоча й носило політичний підтекст, але може привести до кардинальних змін принципів роботи світових медіа [5];

– в Ірландії пропонують законопроект, який каратиме за активне поширення фейкових новин або штрафами (від 500 до 10 тис. євро), або навіть ув'язненням (до 5 років);

– Національні збори Франції прийняли наприкінці 2018 р. два законопроекти проти поширення фейкових новин. Президент Е. Макрон заявив, що вимагатиме більшої прозорості від онлайн-платформ.

– новий закон Сінгапуру вимагає, щоб сайти соціальних медіа, такі як фейсбук, застерігали про пости, які уряд вважає неправдивими, й видаляли коментарі, що суперечать «суспільним інтересам». Сінгапур, який посідає 151-ше місце серед 180 країн за індексом свободи преси у світі, визначає «суспільні інтереси» як загрози її безпеці, зовнішнім відносинам, чесності виборчого процесу та суспільному сприйняттю уряду та державних установ. Порушення можуть каратися штрафами в розмірі до 1 млн сінгапурських дол. (737500 дол. США) та 10 роками ув'язнення [9];

– Німеччина ще 2018 року ухвалила закон про соціальні медіа-компанії, такі як фейсбук і твітер, щоб можна було швидко видалити мову ворожнечі. Закон, що має скорочену назву NetzDG, є найбільш амбітним зусиллям західної демократії контролювати те, що з'являється в соціальних медіа [1];

– схожим шляхом іде Євросоюз: на початку року в ЄС створили групу з 39 експертів з різних країн ЄС [1];

– для України це також актуальне питання. Влада хоче запровадити нові правила роботи журналістів, які можуть повністю змінити медійне середовище України. Ці зміни стосуватимуться кожного користувача фейсбука, інстаграма, телеграма чи ютуба.

Законопроект покликаний боротися з дезінформацією, його розробили в міністерстві культури та запропонували для громадського обговорення. Цьогоріч планується його ухвалення в парламенті. Законопроект передбачає суворий контроль соціальних мереж і покарання журналістів за фейки, створення спеціального контролюючого органу, штрафи та навіть кримінальну відповідальність. Хоча може трапитися, що цей законопроект так і не вийде за межі Кабміну і не стане офіційним документом [16].

Отже, дослідивши поширення фейкової інформації в соціальних мережах, ми дійшли висновку, що внутрішній ринок політичної комунікації в Інтернеті є досить сильним, різноманітним і горизонтальним, з багатьма гравцями, проте здебільшого цей ринок прихований. Є безліч інструментів, які дають змогу не тільки маніпулювати громадською думкою, але часто й дискредитувати опонентів, а також захищати інтереси різних бізнес-політичних груп. Чимало зусиль для боротьби з пропагандою недостовірної інформації доклали активісти та волонтери. Це підкреслює потенціал громадянського суспільства для боротьби з фейковими повідомленнями.

Список бібліографічних посилань

1. Боротьба із «фейковими новинами». У низці країн діють окремі закони. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/29857309.html>.
2. Гіда О. Соціальні мережі як засіб деструктивних впливів через інформаційний простір. *Боротьба з організованою злочинністю і корупцією (теорія і практика)*. № 3 (31). 2013. С. 268–278.
3. Єрмоленко В. 5 причин, чому соцмережі стають небезпечними. URL: <https://hromadske.ua/posts/5-prychyn-chomu-sotsmerezhi-staiut-nebezpechnumu>.
4. Кишак В. Войны ботов. Как работают украинские армии медиа-киллеров в Facebook. URL: <https://www.pravda.com.ua/rus/articles/2020/02/3/7239192/>.
5. Куса І. ЗМІ та влада. Як перетворити фейк на правду. URL: <https://focus.ua/opinion/opinions/395090>.
6. Матеріал з енциклопедії «Вікіпедія». URL: uk.wikipedia.org.
7. Мордюк А. О. Як працювати з інтернет-контентом, щоб не стати жертвою маніпуляції: поради журналістам від вітчизняних та європейських експертів. *Наукові записки Інституту журналістики*. Том 56. 2014. С. 240–246.
8. Консесор Н., Дэнс Г., Харрис Р., Хансен М. Фабрика Последователей. Каждый хочет быть популярным в Интернете. Некоторые даже платят за это. Внутри черного рынка социальных сетей. URL: <https://www.nytimes.com/interactive/2018/01/27/technology/social-media-bots.html>.
9. Після скарги влади Сингапура Facebook вперше позначила пост як фейковий. URL: <https://ms.detector.media/media-i-vlada/post/23876/2019-12-02-pislya-skargi-vladi-singapura-facebook-vpershe-poznachila-post-yak-feikovii/>.
10. Почепцов Г. Від Facebooku і гламуру до Wikileaks: медіакомунікації. Вид. 2-ге. Київ : Спадщина, 2014. 462 с.
11. Саприкін. О. А. Фейк як інструмент інформаційної війни проти України. URL: file:///C:/Users/user/Downloads/bdi_2016_1_15.pdf.
12. Смолинець О. Т. Сервіс тематичного аналізу інформації для платформи Телеграм : магістерська дис. : 151 Автоматизація та комп'ютерно-інтегровані технології / Київ, 2018. 113 с.
13. Соціальні мережі як інструмент взаємовпливу влади та громадянського суспільства : монографія / Онищенко О. С. та ін.; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. Київ, 2014. 260 с.
14. Тлуста А. О. Вплив соціальних мереж на політичну стабільність

держави. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2011. Вип. 101(1). С. 195–201.

15. Ценцура К. Зачем вашему бизнесу чат-бот и как не разориться на его создании. URL: <https://nv.ua/techno/it-industry/chat-bot-2513296.html>.

16. Червоненко В. Закон про дезінформацію: як влада хоче боротися з фейками, соцмережами і журналістами. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-51268503>.

17. Чуприна Л. Оперативна інформація в соціальних мережах: особливості обігу та використання бібліотеками. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. Київ, 2012. Вип. 33. С. 507–523.

18. Як поширюється «зрада»: армія політичних ботів в Україні та їхні замовники. URL: https://24.tv.ua/yak_poshiryuyetsya_zrada_armiya_politichnih_botiv_v_ukrayini_ta_yihni_zamovniki_n834410.

19. Zhdanova M., Orlova D. Computational Propaganda in Ukraine: Caught Between External Threats and Internal Challenges. *Working Paper*. 2017, no. 9, p. 26. URL: <http://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/89/2017/06/Comprop-Ukraine.pdf>.

20. Facebook закрав в Україні потужну фабрику тролів: соцмережа видалила акаунти Znaj.ua та Politeka. URL: https://24.tv.ua/ukrayina_tag1119/.

References

1. Borotba iz «feikovomy novynamy». U nyztsi krain diit okremi zakony [Fighting fake news. There are special laws in several countries]. Retrieved from <https://www.radiosvoboda.org/a/29857309.html> [in Ukrainian].

2. Hida O. (2013). Sotsialni merezhi yak zasib destruktyvnykh vplyviv cherez informatsiinyi prostir [Social Networks as a Means of Destructive Impact through the Information Space]. *Borotba z orhanizovanoiu zlochynnistiu i koruptsiieiu (teoriia i praktyka) – Fighting Organized Crime and Corruption (Theory and Practice)*, no. 3 (31), pp. 268–278 [in Ukrainian].

3. Yermolenko V. (2018). 5 prychn, chomu sotsmerezhi staiut nebezpechnymy [5 reasons why social networks become dangerous]. Retrieved from <https://hromadske.ua/posts/5-prychyn-chomu-sotsmerezhi-staiut-nebezpechnymy> [in Ukrainian].

4. Kishchak V. (2020). Voiny botov. Kak rabotaiut ukrainskie armii mediakillerov v Facebook [Bot Wars. How the Ukrainian army of media killers work on Facebook]. Retrieved from <https://www.pravda.com.ua/rus/articles/2020/02/3/7239192/> [in Russian].

5. Kusa I. (2018). ZMI ta vlada. Yak peretvoryty feik na pravdu [Media

and power. How to turn a fake into a truth]. Retrieved from <https://focus.ua/opinion/opinions/395090> [in Ukrainian].

6. Material z entsyklopedii Vikipediia [Material from the encyclopedia Wikipedia]. Retrieved from uk.wikipedia.org [in Ukrainian].

7. Mordiyuk A. O. (2014). Yak pratsiuvaty z internet-kontentom, shchob ne staty zhertvoiu manipuliatsii: porady zhurnalistam vid vitchyznianskykh ta yevropeyskykh ekspertiv [How to work with internet content to avoid being victimized by manipulation: tips for journalists from domestic and European experts]. *Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky – Scientific Notes Institute of Journalism*, vol. 56, pp. 240–246 [in Ukrainian].

8. Confessore, N., Dance, G., Harris R., Hansen M. (2018). Fabrika Posledovatelei. Kazhdyi hochet byt populiarnim v Interneti. Nekotorye dazhe platiat za eto. Vnutri chernogo rynku sotsialnykh setei [The Follower Factory Everyone wants to be popular online. Some even pay for it. Inside social media's black market]. Retrieved from <https://www.nytimes.com/interactive/2018/01/27/technology/social-media-bots.html> [in Russian].

9. Pislia skarhy vlady Synhapura Facebook vpershe poznachyla post yak feikovy [Following a complaint by the Singapore authorities, Facebook first marked the post as fake]. (2019). Retrieved from <https://ms.detector.media/media-i-vlada/post/23876/2019-12-02-pislya-skargi-vladi-singapura-facebook-vpershe-poznachila-post-yak-feikovii/> [in Ukrainian].

10. Pocheptsov, H. (2014). Vid Facebooku i hlamuru do Wikileaks: Media-komunikatsii [From Facebook and Glamour to Wikileaks: Media Communications]. Kyiv: Spadshchyna [in Ukrainian].

11. Saprykin, O. A. (2016). Feik yak instrument informatsiinoi viiny proty Ukrainy [Fake as an instrument of information war against Ukraine]. Retrieved from file:///C:/Users/user/Downloads/bdi_2016_1_15.pdf [in Ukrainian].

12. Smolynets, O. T. (2018). Servis tematychnoho analizu informatsii dlia platformy Telehram [Thematic Information Analysis Service for the Telegram]. *Master's thesis*. Kyiv [in Ukrainian].

13. Onyshchenko, O. S. (2014). Sotsialni merezhi yak instrument vzaiemovplyvu vlady ta hromadianskoho suspilstva [Social networks as an instrument of mutual influence of power and civil society]. Kyiv [in Ukrainian].

14. Tlusta, A. O. (2011). Vplyv sotsialnykh merezh na politychnu stabilnist derzhavy [The Influence of Social Networks on the Political Stability of the State]. *Aktualni problemy mizhnarodnykh vidnosyn – Actual Problems of International Relations*, issue 101 (1), pp. 195–201 [in Ukrainian].

15. Tsentsura, K. (2018). Zachem vashemu biznesu chat-bot i kak ne razoritsya na ego sozdani [Why does your business need a chat bot and

how not to go broke on its creation]. Retrieved from <https://nv.ua/techno/it-industry/chat-bot-2513296.html> [in Russian].

16. Chervonenko, V. (2020). Zakon pro dezinformatsiiu: yak vlada khoche borotysia z feikamy, sotsmerezhamy i zhurnalistamy [Misinformation Law: How the Government Wants to Fight Fakes, Social Networks and Journalists]. Retrieved from <https://www.bbc.com/ukrainian/features-51268503> [in Ukrainian].

17. Chupryna, L. (2012). Operatyvna informatsiia v sotsialnykh merezhakh: osoblyvosti obihu ta vykorystannia bibliotekamy [Online information in social networks: features of circulation and use of libraries]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteky Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho – Transactions of V. I. Vernadsky National Library of Ukrain*, issue, 33, pp. 507–523. Kyiv [in Ukrainian].

18. Yak poshyriuietsia zrada: armiia politychnykh botiv v Ukraini ta yikhni zamovnyky [How «betrayal» applies: the army of political bots in Ukraine and their customers]. (2017). Retrieved from https://24.tv.ua/yak_poshyryuyetsya_zrada_armiya_politichnih_botiv_v_ukrayini_ta_yihni_zamovniki_n834410 [in Ukrainian].

19. Zhdanova, M., Orlova, D. (2017). Computational Propaganda in Ukraine: Caught Between External Threats and Internal Challenges. Retrieved from <http://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/89/2017/06/Comprop-Ukraine.pdf> [in English].

20. Facebook zakryv v Ukraini potuzhnu fabryku troliv: sotsmerezha vydalya akaunty Znaj.ua ta Politeka [Facebook closed a powerful troll factory in Ukraine: social network deleted Znj.ua and Politeka accounts]. (2019). Retrieved from https://24.tv.ua/ukrayina_tag1119/ [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 03.01.2020.

Liudmyla Demianenko,

PhD (Philology), Senior Researcher,
V. I. Vernadsky National Library of Ukraine
3 Holosiivskiy Ave., Kyiv 03039, Ukraine
e-mail: demjanenkol@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0002-5160-2736>

Features of Counteracting Fake Information in Social Networks

The paper presents the study of the problem of using social networking opportunities to increase the influence on society via formation of certain stereotypes and behavior through false information – fakes. At present, the topical and critical issue, not only in Ukraine but also in the modern world, is the truthfulness of information in global Internet resources, such as social

networks. The article tasks can be stated as follows: to single out and to generalize the peculiarities of counteracting fake information in social networks, and to describe methods which are basic for international and Ukrainian experience of combating bots.

Communication is a strategic tool for the development of modern society and plays very important role in the development of the information society itself, and also becomes its strategic resource. Therefore, one of the main features of modern society is the dynamic development of information and communication sphere. Nowadays, access to any information becomes unobstructed, ways to share it are being improved and this exchange takes place most actively through communication, mutual information and discussion of various topics on social networks.

The process came to a point where it became apparent that social networks had a real impact on public opinion, but they don't have clear and written system of control over the truth of information. The study focuses on the world and domestic experience of dealing with fake information on social networks.

Having examined the spread of fake information on social networks, we conclude that the internal market for political communication on the Internet is quite strong, diverse, horizontal and with many players. Basically, this market is hidden. There are many tools that include not only manipulating public opinion, but often using them to discredit opponents and protect the interests of various business-political groups.

Keywords: social networks, information war, destructive influences, information and network influence, media, network security.