

УДК 93:327.82:659

DOI <https://doi.org/10.30970/PPS.2022.45.10>

ФЕЙК-НЬЮЗ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ЯК МАНІПУЛЯТИВНИЙ ЗАСІБ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ

Олег Батрименко

*Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
філософський факультет, кафедра політології
вул. Володимирська, 60, 01601, м. Київ, Україна*

Дмитро Неліпа

*Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
філософський факультет, кафедра політології
вул. Володимирська, 60, 01601, м. Київ, Україна*

У статті пропонується систематизований виклад дослідження такого соціально-політичного явища як фейкові новини, а саме – їх поширення у соціальних мережах, з метою розкриття їх маніпулятивного змісту як одного з інструментів сучасних інформаційних війн. Авторське бачення проблеми базується на міждисциплінарному підході, з урахування багатовекторних наслідків від застосування аналізованого феномену (геополітика, політика, економіка, психологія мас тощо). Ґрунтовне дослідження позицій різних учених щодо наукового визначення фейкових новин дозволяє сформулювати власну дефініцію і розуміти під останніми частково викривлений або повністю неправдивий інформаційний продукт (текст, фото- та відеоматеріали, звукові повідомлення тощо), який поширюється з метою дезінформації та дестабілізації об'єкта, для якого він спродукований. Доводиться теза про те, що сучасний рівень цифровізації інформаційно-комунікаційного простору уможливив максимально високу швидкість, вірусність та некритичне ставлення до фейкових новин, які поширюються в різних соціальних мережах. При цьому ідентифікується концептуальна зміна глобальної мережі, яка полягає у тому, що з появою інструментів Web 2.0 творення контенту набуло ознак мультисуб'єктності. Акцентується увага на відмінностях традиційної дезінформації та фейкових новин, поширюваних у соціальних мережах: широке залучення учасників соціальної мережі у процес розповсюдження неправдивої або викривленої інформації. Підкреслюється факт високої ефективності поширення фейк-ньюз каналами соціальних мереж при невисокій фінансовій витратності. Серед можливих ефективних заходів боротьби з фейковими новинами автори виділяють: посилення критичного «духу» користувачів, оптимізацію системи безпекових правил, експертну перевірку новин на відповідність реальним фактам.

Ключові слова: інформаційна війна, фейкові новини, дезінформація, соціальні мережі, Інтернет, дестабілізація, мультидисциплінарність.

Фейкові новини сьогодні є дуже цікавим явищем не лише з огляду на аспекти геополітики та міжнародних відносин, але й через чітко міждисциплінарні наслідки (політичні, соціальні, технологічні, психологічні тощо). Із появою смартфонів і соціальних мереж, цей феномен радикально змінився в способах власного прояву.

З іншого боку, фундаментальною стає спроба оцінити та «зважити», якщо це можливо, конкретний вплив технологій і соціальних мереж на радикальну зміну інформаційно-комунікаційного ландшафту. Іншими словами: класична тема, така як фейкові новини,

має давні коріння і супроводжувала людину фактично від її появи, сьогодні постає переписаною у нових формах цифровим суспільством. «Явище «fake news» у ЗМІ світу не є новим, хоча його стрімкий розвиток характерний для ХХІ ст.» [1, с. 5].

Ця тема є предметом багатьох наукових досліджень. Її аналізу присвячено теоретичні напрацювання широкого кола учених світового масштабу, зокрема А. Дешена [7], Н. Діаса [8], Р. Нільсена [10], Ф. Пратто [11], С. Френди [9] та багатьох інших. Для української політології ця проблематика є доволі новою, але і в нас вже сформувався пул фахівців саме із цієї тематики (І. Мудра [2], О. Саприкін [5], Р. Черниш [6] тощо). Спираючись на наукові напрацювання перерахованих та багатьох інших учених, ми прагнемо сформувати власну завершену візію фейкових новин як одного із маніпулятивних засобів інформаційної війни в політичному полі, застосувавши при цьому мультидисциплінарний підхід.

Перш ніж перейти до розкриття змісту аналізованого явища, чинників, що йому сприяють, провідних ознак у контексті політичних інформаційних потоків тощо з урахуванням сучасного рівня науково-технологічного прогресу, наведемо кілька визначень фейкових новин.

«Фейкові новини (від англ. «fake» – брехня, фальш) – це неправдива інформація, яка цілеспрямовано розповсюджується зацікавленими особами, що переслідують свої (зазвичай політичні) цілі, або бажають заробити на інтернет-трафіку» [4, с. 114].

О. Невельська-Гордєєва зазначає, що «фейкові новини можна визначити як інформаційний продукт, у складі якого частково або повністю відсутня правдива інформація» [3, с. 54].

Отже, фейкові новини – це частково викривлений або повністю неправдивий інформаційний продукт (текст, фото- та відеоматеріали, звукові повідомлення тощо), який поширюється з метою дезінформації та дестабілізації об'єкта, для якого він спродукований.

Феномен «виробництва» фейкових новин сьогодні можна вважати справжньою надзвичайною ситуацією. У всьому світі існують тисячі веб-сайтів, які мають своєю редакційною метою - а часто й єдиною причиною існування - саме створення фейкових новин. Інакше кажучи, це справжні «фабрики фейкових новин». Важливо підкреслити, що під фейк-ньюз ми розуміємо не лише явно неправдиві новини, а й ті, які подають реальні факти, але у спотвореному вигляді, явно орієнтовані на підтримку упереджених тез і, перш за все, з наміром викликати у читача (користувач, виборець тощо) негативні емоції та почуття, що можуть призвести до морального пригнічення та психологічної розгубленості.

Часто це поширення неправдивих новин має величезні масштаби, і по суті, можуть похвалитися потенційною здатністю охопити всіх суб'єктів, які підключені до мережі. Фейкові новини, в залежності від соціальної сфери призначення, можуть мати різні причини. У політичному ж вимірі вони, найчастіше, застосовуються, щоб викликати політичну чи соціальну нестабільність, створити хаос.

Радикальна відмінність традиційної дезінформації від сучасних фейкових новин полягає в тому, що останні здатні впливати на суб'єктів із залученням, якого ніколи раніше не бачили, і водночас з новою швидкістю завдяки новітнім інформаційним технологіям. Вони не тільки здатні змінити сприйняття реальності суб'єкта, але й здатні впливати на нього аж до того, щоб підштовхнути до спонтанного та масового поширення спотвореної інформації. Таким чином ми можемо виділити три важливі аспекти фейк-ньюз сьогодення: перший стосується змісту новин (який фактично не змінюється щодо «традиційної» дезінформації); другий – контексту (вірусність, обмін, залучення); третій пов'язаний із «жертвою», яка сприймає інформацію на віру і часто ділиться неправдивими новинами, таким чином стаючи «співучасником».

Практика сучасних фейкових новин тісно пов'язана з практикою технологій, і еволюції цих явищ неможливо відокремити від того, що сталося за останні п'ятнадцять років, особливо з появою смартфонів і соціальних мереж. По суті, розвивається справжня форма «нетрадиційної війни». Це війна, яка зміщує теорії комунікаційної науки з психологією, соціологією, політологією з конкретною кінцевою метою – переконати людей, змінити громадську думку, залякати тощо. Таким чином, інформаційна війна, покладаючись на широкий інструментальний арсенал, у тому числі за допомогою фейкових новин, націлена на масову окупацію інформаційного простору для передачі неправдивих новин мовою країни, визначеної як ціль на певній території. Відповідно, здійснюються спроби саботувати та впливати на процеси комунікації та передачі інформації, в тому числі, шляхом створення спеціальних агентств. Таким чином здійснюється вплив на свідомість та підсвідомість громадян держав, які є об'єктами агресії, і за кілька днів подібними прийомами можна дестабілізувати цілу країну.

Часто навіть самі цифрові платформи не знають про те, що відбувається у них всередині. У свою чергу, це піднімає питання відповідальності соціальних мереж та їх безпечних заходів. Так, свого часу компанію Facebook звинуватили в тому, що вона «не помічає» того, що відбувається на її платформі, спочатку зі справою Cambridge Analytica, потім зі справою Д. Трамп та діяльністю російських ботів.

Важливою рисою використання соціальних мереж при розповсюдженні фейкових новин є економічна ефективність такої системи: за допомогою досить обмеженого бюджету можна охопити сотні мільйонів людей. Швидкість розповсюдження інформації та залученість широкого кола людей завдяки соціальним мережам демонструють сьогодні показники, яких ніколи раніше не бачили в історії дезінформації.

Якщо говорити детальніше про технологічну складову, у сучасному суспільстві можна виділити кілька спеціальних механізмів, які змушують фейкові новини «працювати»:

– фейкові новини побудовані таким чином, щоб відображати цілі, інтереси та особистості членів спільноти. Цієї мети легко досягти завдяки потужності, яку сьогодні мають системи профілювання користувачів;

– фейкові новини бачить достатньо велика кількість членів спільноти. Цієї мети також легко досягти, оскільки сьогодні групи у різних соціальних мережах можуть об'єднувати тисячі, якщо не мільйони суб'єктів;

– члени спільноти не знають про те, що новини є неправдивими. Це також поширене явище через загальну відсутність уваги до справжнього характеру контенту;

– інші новини, представлені в спільноті, незначно відрізняються від вмісту фейкових новин. Іншими словами, фейкові новини ідеально вписуються в інформаційний контекст, який, мабуть, за темами та висновками здається таким, що відповідає змісту фейкових новин;

– дуже невелика кількість членів спільноти вдається до об'єктивного аналізу новин. Таким чином, по суті, відсутня перевірка джерел «поза повідомленням у смартфоні».

Таким чином соціальні мережі, буцімто, створені для сприяння досягненню негідних цілей. Поширення фейкового контенту досягається втіленням очікувань і цінностей членів цієї мережі з точки зору поведінки, особистості та соціальної ідентичності. Ось чому зміст фейкових новин, з точки зору ефективності, повинен узгоджуватися як зі знаннями, якими ділиться спільнота, так і з особистістю та очікуваннями її членів. Автор фейкових новин постійно стежить за трендовими темами або основними темами, які обговорюються на веб-сайті, сторінці чи профілі, «слухаючи» мережі, беручи участь у житті спільноти або використовуючи автоматизовані інструменти, які аналізують зміст і розмови. Мета

полягає в тому, щоб отримати, перш ніж поширювати фейкові новини, дуже детальні дані про найбільш обговорювані теми, про позитивну чи негативну спрямованість мережі щодо теми, про наявність різних думок або впливових осіб, які могли б допомогти в поширенні неправдивих новин.

Існує низка чинників, які знижують критичну здатність користувачів і, таким чином, сприяють створенню ще більш тривожної фонові картини. Перший чинник – це низька увага, яку люди зазвичай приділяють контенту. Більшість користувачів тепер звикли до дуже поверхневого аналізу запропонованої інформації. Це має чіткий наслідок: інформація низької якості має таку саму ймовірність стати вірусною, як і інформація високої якості, оскільки мережа є першою, хто не розрізняє зміст високої та низької якості.

Другий тривожний чинник полягає в тому, що суб'єкт, як правило, стійкий до змін: брак уваги штовхає суб'єкта вибирати новини та зміст, які не суперечать його «світогляду». І цей опір також впливає на вибір групи, яка тяжіє до консенсусу всередині, а не до нової інформації, яка може виникнути в результаті дискусії. Майже ніколи не буває суперечок, спрямованих у протилежний бік, але майже завжди є радикалізація існуючих позицій.

Очевидно, що без спеціальних заходів, спрямованих на подолання поширення фейкових новин у соціальних мережах, ситуація ставатиме дедалі гіршою. На нашу думку, до відповідних заходів можна віднести, зокрема встановлення спеціальних правил та регламентів, перевірку фактів та втручання окремого користувача з метою покращення ситуації. Вважаємо доцільним, деталізувати ці три аспекти. У інституційному контексті стає особливо важливим зрозуміти суть захисту даних користувачів і найкращий спосіб їх захистити. Якщо особисті дані, які можна використовувати для профілювання користувачів, максимально захищені з джерела (такими правилами, як, наприклад, GDPR), рамки розсуду тих, хто створює фейкові новини, можуть бути дещо обмежені. Другим можливим засобом є посилення діяльності груп або окремих осіб, які займаються перевіркою фактів (відповідність фактам найпоширеніших новин). Однак, це дорога робота, яка потребує терпіння та часу та не завжди є економічно стійкою в межах інформаційних систем (які сьогодні у багатьох випадках перебувають у кризі). По-третє, важливо розвивати у користувачів соціальними мережами критичний дух: із зростанням критичного настрою, уваги до новин, які читаються, зростатиме й «опір» фейковим новинам. Проблема в цьому випадку полягає в тому, що користувачі живуть в історичний період, коли існує широка залежність від смартфона та інформаційних імпульсів, які надходять щосекунди і які мають тенденцію саме скасовувати критичний дух.

Фейкові новини в політичній сфері характеризуються кількома аспектами, які роблять їх особливо підступними:

– вони базуються на вірусному обміні. Фальшиві новини негайно починають поширюватися завдяки контактам, обміну, мережам сайтів або профілів, що належать до тієї ж «галактики». Сьогодні всі політичні партії мають мережу профілів, більш-менш помітних і більш-менш декларованих, які здатні за кілька секунд заповнити соціальні мережі фейковими новинами. Вірусність покладається на здатність розширювати та зберігати інформацію та забезпечує найкращий інструмент для початку операцій з дезінформації;

– їм довіряють через неможливість миттєвої перевірки. Пошук миттєвого, нескладного, елементарного та поверхневого спілкування більшості користувачів соціальних мереж означає, що більшість фейкових новин уникає процесу перевірки джерела, особливо якщо це передбачає пошук джерел (інвестиції часу), вихід із середовища, в якому перебувають користувачі тут і тепер. Якщо новина виглядає правдоподібною, оскільки вона добре сфальсифікована, це мінімізує ймовірність її верифікації;

– їх сприймають на віру через авторитет акаунту. Фейкові новини, коли їх поширюють, набувають авторитету в контексті соціальних мереж. Авторитет походить не від перевірених джерел, а від кількості переглядів, поширень і лайків;

– вони все більше націлені на суб'єкта. Фейкові новини стають дедалі більш цілеспрямованими та пристосованими до суб'єкта та його вподобань, таким чином пропускаючи делікатний аспект перевірки, «ціль» не перевіряє достовірність новин, тому що вона «відчуває» цю заяву як свою власну і поширює її в своєму комунікативному оточенні.

Підсумовуючи, хотілося б зазначити, що проблема фейкових новин у своїй міждисциплінарності змушує науковця підходити до цього явища, поєднуючи поняття геополітики, політики, інформаційних технологій, права, психології, маркетингу, історії тощо. Технологічний аспект є центральним, адже він забезпечує новизну інформаційно-комунікаційних засобів (соціальні мережі, цифрові платформи), які, у свою чергу, дозволяють масове поширення, посилення повідомлення і вірусність у розповсюдженні, якої не існувало ще десять років тому. Дезінформація та фейкові новини не є абсолютно інноваційними елементами нашого часу, але вони використовують цифрові технології, щоб стати ще більш вірусними. Сам Інтернет з часом сильно змінився, перейшовши від Інтернету, вміст якого створюють лише установи, прес-служби компаній і перші онлайн-газети, до простору, де взаємодія з користувачем є основним джерелом створення даних і новин. Серед ключових проблем інформування та комунікації у соціальних мережах можна виділити наступні: кількість новин експоненціально вища, ніж в будь-який інший історичний період у минулому, ми перебуваємо в умовах очевидного інформаційного перенавантаження, при якому у нас забагато інформації, і ми не в змозі проаналізувати її без допомоги комп'ютерів; повноваження тих, хто сьогодні створює новини, важко перевірити, оскільки всі, теоретично, здатні створювати новини, які заслуговують на увагу громадськості; правдивість створених таким чином новин важко перевірити, особливо до їх розповсюдження, яке може бути надзвичайно швидким. Подальше поглиблення даного дослідження може відбуватися, зокрема шляхом визначення значущості інструментів data science у процесі виявлення фейкових новин.

Список використаної літератури

1. Миколаєнко А. Фейкова журналістика в Україні як елемент сучасної шоу-цивілізації. URL: <file:///C:/Users/etern/Downloads/14968-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-29485-1-10-20191222.pdf>
2. Мудра І. Поняття «фейк» та його види у ЗМІ. URL: <http://publications.lnu.edu.ua/collections/index.php/teleradio/article/viewFile/694/699>
3. Невельська-Гордєєва О. Створення альтернативної реальності в сучасних мас-медіа. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/197277791.pdf>
4. Пятіна Д., Мелекесцев К. Фейкові новини, як засіб інформаційної війни. URL: <file:///C:/Users/etern/Downloads/9245-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-18464-1-10-20201123.pdf>
5. Саприкін О.А. Фейк як інструмент інформаційної війни проти України. Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. 2016. № 1. С. 87–94.
6. Черниш Р. Фейк як один із інструментів негативного впливу на національну безпеку України в умовах ведення гібридної війни. URL: <file:///C:/Users/etern/Downloads/20-Article%20Text-37-1-10-20191120.pdf>
7. Dechêne A., Stahl C., Hansen J., Wänke M. The truth about the truth: A meta-analytic review of the truth effect. *Personality and Social Psychology Review*, 2010. Vol. 14. P. 238–257.

8. Dias N., Pennycook G., Rand D. Emphasizing publishers does not effectively reduce susceptibility to misinformation on social media. *Harvard Kennedy School Misinformation Review*, 2020.
9. Frenda S., Knowles E., Saletan W., Loftus E. False memories of fabricated political events. *Journal of Experimental Social Psychology*, 2013. Vol. 49. P. 280–286.
10. Nielsen R., Graves L. “News you don’t believe”: Audience perspectives on fake news. URL: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-10/Nielsen%26Graves_factsheet_1710v3_FINAL_download.pdf
11. Pratto F., Sidanius J., Stallworth L., Malle B. Social dominance orientation: A personality variable predicting social and political attitudes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1994. Vol. 67. P. 741–763.

FAKE NEWS IN SOCIAL NETWORKS AS A MANIPULATIVE TOOL OF INFORMATION WARFARE

Oleh Batrymenko

*Taras Shevchenko National University of Kyiv,
Faculty of Philosophy, Department of Political Science
Volodymyrska str., 60, 01601, Kyiv, Ukraine*

Dmytro Nelipa

*Taras Shevchenko National University of Kyiv,
Faculty of Philosophy, Department of Political Science
Volodymyrska str., 60, 01601, Kyiv, Ukraine*

The article offers a systematic analysis of the study of such a socio-political phenomenon as fake news, namely, their distribution in social networks, with the aim of revealing their manipulative content as one of the tools of modern information warfare. The authors' vision of the problem is based on an interdisciplinary approach, taking into account the multi-vector consequences of the application of the analyzed phenomenon (geopolitics, politics, economics, mass psychology, etc.). Researching the positions of various scientists regarding the scientific definition of fake news allows to form own definition and understand the latter as a partially distorted or completely false information product (text, photo and video materials, audio messages, etc.), which is distributed with the aim of disinformation and destabilization of the object for which it is produced. The thesis that the current level of digitization of the information and communication space has made possible the maximum speed, virality and uncritical attitude towards fake news that is spread in various social networks is proved. At the same time, the conceptual change of the global network is identified, which consists in the fact that with the advent of Web 2.0 tools, content creation has acquired the characteristics of multi-subjectivity. The focus is on the differences between traditional disinformation and fake news spread on social networks: the widespread involvement of social network participants in the process of spreading false or distorted information. The fact of high effectiveness of spreading fake news through social network channels with low financial cost is emphasized. Among the possible effective measures to combat fake news, the authors single out: strengthening the critical "spirit" of users, optimizing the system of security rules, expert checking of news for compliance with real facts.

Key words: information warfare, fake news, disinformation, social networks, Internet, destabilization, multidisciplinary.