

УДК 342.9:340.12(477)

DOI <https://doi.org/10.32850/LB2414-4207.2024.33.10>

ВИЯВЛЕННЯ ФЕЙКІВ У ЗМІ ТА БОТІВ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Гуменюк Михайло Миколайович,

orcid.org/0009-0006-3118-721X

співробітник Служби безпеки України

У статті досліджується проблематика виявлення фейків у ЗМІ та ботів у соціальних мережах, адже за останнє десятиліття соціальні мережі, як і інші соціальні медіа, стали все більш популярними для споживання новин завдяки легкому доступу, швидкому розповсюдженню та низькій вартості. Однак соціальні медіа також дозволяють широко поширювати фейкові новини, тобто новини з навмисно неправдивою інформацією, в тому числі й за допомогою автоматизованих ботів. Фейкові новини в соціальних мережах можуть мати значні негативні наслідки для суспільства та є одним із інструментів маніпуляції суспільною думкою. Виявлення фейкових новин у ЗМІ та соціальних мережах є сучасним та актуальним напрямком досліджень відносно інформаційного суспільства в різних аспектах, у тому числі й у питаннях виявлення фейків у ЗМІ, соціальних мережах, тощо, який привертає величезну увагу.

У статті проаналізовано основні сучасні концепції та характеристики фейкових новин у різних аспектах їх проявах у ЗМІ, та їх поширення за допомогою ботів у соціальних мережах, розглядаються репрезентативні методики виявлення фейкових новин та ілюструються складні проблеми виявлення фейкових новин у соціальних мережах та робота автоматизованих ботів з їх поширення. Зокрема, автором акцентовано увагу на дослідженні цінності вмісту новин і соціального контексту інформації в ЗМІ та соціальних мережах у цілому, а також проаналізовано методології, що можуть бути корисними для попередження або раннього виявлення, виявлення зі подальшим контролем та наглядом фейків у ЗМІ та соціальних мережах. Ідеї, концепції, алгоритми та методи, описані в цій статті, можуть допомогти використати потужність соціальних мереж для створення ефективних та інтелектуальних систем виявлення фейкових новин в ЗМІ та мінімізувати негативний вплив ботів у соціальних мережах на інформаційне середовище.

Дослідження та розробка методів виявлення фейкових новин та діяльності ботів у соціальних мережах мають важливе значення для підтримання інформаційної безпеки та стабільності суспільства. У статті також розглядаються існуючі підходи, які використовуються для виявлення фейкових новин, акцентовано увагу на необхідності подальшого їх розвитку, щоб вони могли ефективно протидіяти зростаючій загрози дезінформації.

Стаття підкреслює важливість співпраці між різними зацікавленими сторонами, включаючи урядові установи, технологічні компанії та громадські організації, для створення комплексних підходів до боротьби з фейковими новинами та автоматизованими ботами. Перспективними вбачаються аспекти подальшого вдосконалення законодавчої бази, розвитку етичних стандартів та підвищення медіаграмотності серед населення. Загалом, стаття пропонує всеохоплюючий аналіз проблеми фейкових новин у соціальних мережах та їх поширення за допомогою ботів та підкреслює важливість боротьби з цією проблемою та пропонує шляхи для створення більш безпечного та надійного інформаційного середовища.

Ключові слова: фейк, фейкові новини, ЗМІ, боти, соціальні мережі, соціальні медіа, споживання новин, неправдива інформація, автоматизовані боти, маніпуляція

громадською думкою, інформаційне суспільство, інформаційна безпека, дезінформація, медіаграмотність.

DETECTING FAKE NEWS AND BOTS IN SOCIAL MEDIA

Humeniuk Mykhailo Mykolaiovych,
orcid.org/0009-0006-3118-721X
employee of the Security Service of
Ukraine

This article explores the issue of detecting fake news and bots in social media, as social media, like other social media, have become increasingly popular for news consumption over the past decade due to their easy access, rapid distribution and low cost. However, social media also allows for the widespread dissemination of fake news, i.e. news with intentionally false information, including through automated bots. Fake news on social media can have significant negative consequences for society and is one of the tools used to manipulate public opinion. Detecting fake news in the media and social media is a modern and relevant area of research into the relations of the information society in various aspects, including the issues of detecting fake news in the media, social media, etc.

The article analyses the main modern concepts and characteristics of fake news in various aspects of its manifestations in the media and its dissemination by means of bots on social media, examines representative methods of fake news detection and illustrates the complex problems of detecting fake news on social media and the work of automated bots for their dissemination. In particular, the author focuses on the study of the value of news content and the social context of information in the media and social media in general, and analyses methodologies that may be useful for the prevention or early detection, detection with subsequent control and monitoring of fake news in the media and social media. The ideas, concepts, algorithms and methods described in this article can help harness the power of social media to create effective and intelligent fake news detection systems in the media and minimize the negative impact of social media bots on the information environment.

Research and development of methods for detecting fake news and bots in social media is essential for maintaining information security and stability of society. The article also examines existing approaches used to detect fake news, focusing on the need for their further development to effectively counter the growing threat of disinformation.

The article highlights the importance of cooperation between various stakeholders, including government agencies, technology companies and civil society organizations, to create comprehensive approaches to combating fake news and automated bots. The author sees promising aspects of further improvement of the legislative framework, development of ethical standards and increase of media literacy among the population. In general, the article offers a comprehensive analysis of the problem of fake news on social media and its spread by bots, emphasizing the importance of combating this problem and suggesting ways to create a safer and more reliable information environment.

Key words: fake news, fake news, media, bots, social networks, social media, news consumption, false information, automated bots, manipulation of public opinion, information society, information security, disinformation, media literacy.

Постановка проблеми. У сучасному інформаційному суспільстві соціальні мережі та інші медіа-платформи набули значної популярності завдяки своїй доступності та можливості швидкого поширення інформації на широке коло осіб. Ці фактори зробили їх ключовим сучасним джерелом новин для мільйонів користувачів. Однак

поряд з перевагами, соціальні медіа також стали потужним інструментом для поширення фейкових новин, які є інформацією, яка є навмисно неправдивою та створеною з метою введення в оману або маніпуляції громадською думкою. Однією з основних проблем є те, що фейкові новини часто розповсюджуються за допомогою автоматизованих ботів, які можуть швидко поширювати неправдиву інформацію на велику аудиторію. Фейкові новини в соціальних мережах можуть мати серйозні негативні наслідки для суспільства, включаючи дестабілізацію політичних систем, підрив довіри до традиційних медіа та погіршення соціальної згуртованості. Тому питання виявлення фейкових новин у ЗМІ та соціальних мережах стає дедалі більш актуальним і вимагає комплексного наукового підходу. Сучасні методи виявлення фейкових новин та діяльності ботів потребують подальшого розвитку, щоб ефективно протидіяти зростаючій загрози дезінформації. Важливо розробити ефективні алгоритми та системи, які можуть виявляти фейкові новини на ранніх стадіях їхнього поширення та забезпечувати контроль і нагляд за інформаційним середовищем. Крім того, необхідна співпраця між урядовими установами, технологічними компаніями та громадськими організаціями для створення комплексних підходів до боротьби з фейковими новинами та автоматизованими ботами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Окремі аспекти досліджуваної проблематики досліджувалися в працях наступних вітчизняних та іноземних вчених, таких як: Assenmacher D. (Ассенмахер Д.), Clever L. (Клеве Л.), Cook J. (Кук Дж.), Elenbaas M. (Еленбаас М.), Ecker U. K. H. (Екер У. К. Х.), Frischlich L. (Фрішліх Л.), Grimme C. (Грімме С.), Kurban O. V. (Курбан О. В.), Lewandowsky S. (Левандовскі С.), Quandt T. (Квандт Т.), Саприкін О. А. (Saprykin O. A.), Seifert C. M. (Сайферт С. М.), Schwarz N. (Шварц Н.), Trautmann H. (Траутманн Х.), Черниш Р. Ф. (Chernysh R. F.) та інших.

Метою статті є дослідження окремих аспектів виявлення фейків у ЗМІ та ботів у соціальних мережах й аналіз сучасних концепцій і характеристик фейкових новин та їх впливу на суспільство.

Виклад основного матеріалу. В Україні термін «фейк» часто зустрічається в медіапросторі, зокрема на телебаченні та у засобах масової інформації. Проте, його чітке визначення та класифікація відсутні. Зазвичай під «фейком» розуміють недостовірні, неправдиві відомості або неперевірені факти. Проте, такі трактування не передають повної суті цього явища. Фейк є підробкою, яка навмисно поширюється з метою введення аудиторії в оману.

Ця проблема особливо актуальна в умовах інформаційного суспільства, де швидкість поширення інформації через соціальні мережі та інші медіаплатформи значно зросла. Відсутність чіткого розмежування між фейковою новиною та простою помилкою або недостовірною інформацією ускладнює боротьбу з дезінформацією. Фейкові новини спеціально створюються та розповсюджуються з метою маніпулювання громадською думкою, що може мати серйозні наслідки для суспільства, включаючи підрив довіри до ЗМІ, вплив на політичні процеси та створення соціальної напруженості [6].

Важливим завданням є розробка науково обґрунтованих методів виявлення та класифікації фейкових новин, що дозволить ефективніше протидіяти дезінформації. Також необхідно підвищувати рівень медіаграмотності серед населення, щоб люди могли краще розпізнавати неправдиву інформацію та не піддаватися маніпуляціям. Співпраця між державними установами, технологічними компаніями та громадськими організаціями може сприяти створенню ефективної системи протидії фейковим новинам, забезпечуючи більш безпечне та інформоване суспільство.

У науковому середовищі фейк можна описати як інформацію, яка є неправдивою або вигаданою, але представляється як достовірна. Фейки можуть існувати у різних

формах, таких як підроблені новини, маніпулятивні зображення, сфабриковані наукові дослідження, шахрайські схеми та інші методи маніпулювання інформацією [1].

Фейк може викривлювати наукові дані, представляти недостовірну інформацію про результати досліджень або навіть вигадувати факти, що не мають наукової основи. Збільшення кількості інформаційних каналів не тільки не забезпечило прозорість і точність даних, але й сприяло множинному зростанню неправди. Якщо в традиційних засобах масової інформації минулого періоду новини ретельно перевірялися на достовірність, і сумнівні не публікувалися через ідеологічні виправлення, то сьогодні фейк став винятком, що свідчить про непрофесіоналізм або нечесність його автора. Брехня стала інструментом формування інформаційного простору. Тому феномену фейків і фейкових новин у сучасній науці приділяється значна дослідницька увага. Сьогодні медіа-фахівці часто стверджують, що владі та суспільству потрібна не стільки правда, скільки інформація, що виглядає правдоподібною, але насправді не є правдивою. Такі тенденції у розвитку медіа призводять до того, що «журналістика фактів» перетворюється на «авторитетну журналістику», «журналістику думок» і навіть «журналістику вражень», що свідчить про широке поширення фейків [2].

Публікації та поширення новин можуть бути спрямовані виключно на привернення уваги читачів, так виникає значна кількість недостовірної інформації. Фальшиві матеріали можуть відволікати аудиторію від дійсно важливих повідомлень. Фейкові новини в Інтернеті часто використовуються для підвищення популярності (особливо через «чорний» PR) або для заробітку: чутки про відомих людей швидко розповсюджуються, коментуються та репостяться (поширюються) в соціальних мережах, що збільшує популярність ресурсу та приносить прибуток [3].

Маніпулятивний вплив має такі стабільні характеристики: здійснюється навмисно і приховано; включає алгоритми програмування мислення, сприйняття і поведінки об'єкта; застосовує методи і техніки, що чинять цілеспрямований тиск на психіку, другу сигнальну систему та складові свідомості об'єкта впливу. Інформаційні потоки проникають у масову свідомість, позбавляючи споживачів засобів масової інформації можливості активно та критично їх аналізувати, залишаючи їм лише пасивну роль, яка створює передумови для пропагандистського впливу [8].

Фейк у соціальних мережах може приймати різні форми, такі як фальшиві новини, спотворені факти, підроблені фотографії або відеоматеріали, маніпуляції заголовками та емоційними зверненнями. Зазвичай фейки створюються для того, щоб викликати емоційні реакції, посягати розбрат і конфлікти, або спотворити погляди та переконання аудиторії [7].

Поруч із тим, на нашу думку, засобами боротьби з фейками в соціальних мережах можуть наступні підходи та стратегії:

1. Застосування алгоритмів машинного навчання та штучного інтелекту для автоматичного виявлення маніпулятивних та фальшивих матеріалів. Ці системи аналізують текстовий контент, зображення та відео, виявляючи аномалії або схеми, характерні для фейкових новин. Зокрема, використовуються методи обробки природної мови (NLP) для оцінки достовірності інформації та виявлення неправдивих тверджень;

2. Верифікація джерел інформації, що серед іншого, полягає в розробці інструментів для перевірки достовірності джерел новин. Створення баз даних перевірених інформаційних ресурсів, а також механізмів для перевірки авторства і легітимності публікацій;

3. Впровадження програм для підвищення медіаграмотності серед користувачів соціальних медіа, що передбачає навчання громадян навичкам критичного сприйняття інформації, розпізнавання фейкових новин та розуміння технік маніпуляції;

4. Розробка та впровадження нормативно-правових актів, що регулюють поширення дезінформації, включаючи відповідальність для платформ соціальних медіа за розповсюдження фейкових новин та зобов'язання по вжиттю заходів проти маніпулятивного контенту;

5. Співпраця між урядовими структурами, науковими інститутами, медійними організаціями та громадськими об'єднаннями для створення єдиних стандартів та протоколів виявлення і боротьби з фейками;

6. Підтримка та популяризація перевірених джерел інформації, які забезпечують об'єктивність та точність, включаючи підтримку ініціативи з розповсюдження якісного контенту та підтримки журналістики перевірених фактів.

На нашу думку, в сучасному суспільстві на фейкові новини можна було б не звертати увагу взагалі, сприймаючи їх як вигадки, якби вони не були потужною інформаційною зброєю масового ураження, яку Росія активно застосовує проти українського народу у війні. Головною метою фейкових повідомлень, як інструменту інформаційної війни, є посягти сумніви та переконати аудиторію у правдивості поданої інформації. Завдання таких повідомлень, на нашу думку, можуть включати: дезінформування аудиторії; пропаганду власного бачення агресора, політики чи позиції; викликання агресії; похитування позиції окремих членів суспільства і змушення їх засумніватися; посів паніки; зміна усталеної думки в аудиторії; спонукання до певної дії (на завжди законної); активізація уваги та зацікавлення аудиторії; переконання аудиторії за допомогою вигаданих фактів та залякування аудиторії.

Пропонуємо під поняттям «фейк» визначати саме навмисно створену інформацію або новину про подію або журналістський матеріал, що містить неправдиву або спотворену інформацію, яка дискредитує певну людину або групу осіб в очах аудиторії. Разом із тим, вбачаємо, що фейки відрізняються за формами, методами передачі та змістом, тому виникла необхідність їхньої класифікації. Так, за методами поширення доцільно виділяти фейки: масмедійні (спеціально створені для засобів масової інформації та поширювані через них) та мережеві (поширюються через соціальні мережі), а за формою логічно виділити: фотофейк (фальшиві або спотворені фотографії); відеофейк (підроблені або змонтовані відеоматеріали); фейковий журналістський матеріал (статті, новини або інші журналістські роботи, що містять неправдиву інформацію).

У сучасну еру цифрових технологій соціальні мережі функціонують не лише як платформи для комунікації, але й як арени інтенсивної конкуренції за увагу та вплив. Одним із ключових інструментів у цій боротьбі є соціальні боти, які представляють собою автоматизовані програми, що можуть швидко генерувати, розповсюджувати та посилювати конкретні повідомлення або ідеї в онлайн-середовищі, впливаючи на громадське сприйняття та поведінку користувачів [9]. Завдяки специфіці роботи соціальних мереж, їх контент може поширюватися швидкими темпами на велику кількість користувачів, що в свою чергу ускладнює перевірку поширюваної інформації, й окрему роль у даному процесі відіграють боти та інші технологічні засоби.

Боти представляють собою повністю або частково автоматизовані системи, що виконують специфічні функції. Відповідно до їх призначення існує кілька категорій ботів, серед яких найбільш поширеними є [9]: веб-сканери, які регулярно обходять інтернет для індексації веб-сторінок; чат-боти, що використовують штучний інтелект для симуляції особистої розмови; прикладом є ChatGPT та боти, що автоматизують обслуговування клієнтів на веб-сайтах.

Соціальні боти, що представляють собою облікові записи, які виконують одно- або багатостороннє спілкування та імітують людську поведінку у соціальних мережах.

Ці боти функціонують як програмно керовані акаунти, які можуть мати зловмисні наміри.

Відмітимо, що на нашу думку, до ботів, що можуть працювати в соціальних мережах доцільно долучати наступні: соціальні боти, які імітують поведінку реальних користувачів для маніпуляції або просування ідей; чат-боти, які використовують штучний інтелект для автоматизованих розмов і підтримки клієнтів; веб-сканери, які збирають дані з веб-сайтів для моніторингу або створення баз даних; боти для збору контактів, які автоматично збирають інформацію для маркетингових цілей; боти для управління контентом, які автоматизують публікацію і оновлення контенту; боти для моніторингу, що аналізують активність користувачів і збирають дані про тенденції; боти для лайків і коментарів, які автоматично ставлять лайки або коментують пости; боти для спам-розсилок, які розсилають рекламні або спам-повідомлення.

Загроза, яку представляють шкідливі боти у соціальних мережах, з часом тільки зростатиме. Це спонукає до активного дослідження та розробки рішень, оскільки їхній вплив на наше реальне життя є суттєвим. Ключовим завданням є розробка ефективних методів автоматичного виявлення соціальних ботів.

Лише завдяки об'єднаним зусиллям і комплексному підходу можна досягти значних результатів у боротьбі з впливом ботів у соціальних мережах та забезпечити безпеку та довіру в цифровому середовищі. Важливо також надати користувачам необхідні знання та інформацію для розпізнавання та уникнення впливу ботів, фейкових новин і дезінформації. Компанії, що розробляють соціальні мережі, повинні продовжувати вдосконалювати технології для виявлення та блокування ботів, зокрема через застосування штучного інтелекту та машинного навчання для виявлення шкідливої активності.

Узагалі, негативна діяльність ботів може мати серйозні наслідки як для окремих користувачів, так і для суспільства в цілому. Тому необхідно зосередити увагу на цьому явищі та розвивати стратегії для його ефективного стримування.

Висновки. Загалом, в Україні термін «фейк» часто вживається в медіа, проте його точне визначення та класифікація відсутні. Фейк визначається як навмисно створена інформація, яка вводить аудиторію в оману. Це ускладнює боротьбу з дезінформацією, оскільки фейкові новини спеціально розповсюджуються для маніпулювання громадською думкою, що може негативно впливати на суспільство. Швидкість поширення інформації в цифрову еру значно зросла, що сприяє розповсюдженню фейків. Відсутність чіткого розмежування між фейками та помилковими даними ускладнює виявлення дезінформації і веде до серйозних наслідків, таких як підірив довіри до ЗМІ, вплив на політичні процеси та соціальна напруженість. Необхідно розробити ефективні науково обґрунтовані методи для виявлення та класифікації фейкових новин. Це включає впровадження алгоритмів машинного навчання та штучного інтелекту для автоматичного виявлення маніпулятивного контенту, верифікацію джерел інформації, підвищення медіаграмотності серед населення та розробку нормативно-правових актів для регулювання дезінформації.

Соціальні боти є потужним інструментом у боротьбі за увагу в цифровому середовищі. Вони можуть автоматично створювати та розповсюджувати інформацію, що ускладнює перевірку фактів та підвищує ризик поширення фейків. Для ефективної боротьби з фейками потрібні об'єднані зусилля урядових структур, наукових інститутів, медійних організацій та громадських об'єднань. Важливо також забезпечити користувачів знаннями для розпізнавання та уникнення фейкових новин та дезінформації. Негативна діяльність ботів та фейків може мати серйозні наслідки як для індивідуальних користувачів, так і для суспільства в цілому. Тому важливо активно

розвивати стратегії протидії цьому явищу для забезпечення інформаційної безпеки та довіри в цифровому середовищі.

Список використаних джерел:

1. How to detect, resist and counter the flood of fake news. URL: <https://www.sciencenews.org/article/fake-news-misinformation-covid-vaccines-conspiracy> (дата звернення: 05.08.2024).
2. Lewandowsky S., Ecker U. K. H., Seifert C. M, Schwarz N., Cook J. Misinformation and Its Correction: Continued Influence and Successful Debiasing. *Psychological Science in the Public Interest*. 2012. 13, 106.
3. Elenbaas M., de Vreese C. H. The Effects of Strategic News on Political Cynicism and Vote Choice Among Young Voters. *Journal of Communication*. 2008. 58, 550.
4. Мудра І. Поняття «фейк» та його види у ЗМІ. *Теле- та радіожурналістика*. 2016. Вип. 15. С. 184–188.
5. Саприкін О. А. Фейк як інструмент інформаційної війни проти України. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2016. № 1. С. 87–94.
6. Курбан О. В. Фейки у сучасних медіа: ідентифікація та нейтралізація. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2018. № 3. С. 96–103.
7. Черниш Р. Ф. Фейк як один із інструментів негативного впливу на національну безпеку України в умовах ведення гібридної війни. *Часопис Київського університету права*. 2019. № 2. С. 109–114.
8. Lewandowsky S., Ecker U. K. H., Seifert C. M, Schwarz N., Cook J. Misinformation and Its Correction: Continued Influence and Successful Debiasing. *Psychological Science in the Public Interest*. 2012. 13, 106.
9. Assenmacher D., Clever L., Frischlich L., Quandt T., Trautmann H., Grimme C. Demystifying Social Bots: On the Intelligence of Automated Social Media Actors. *Social Media + Society*, 2020. 6 (3). URL: <https://doi.org/10.1177/2056305120939264> (дата звернення: 05.08.2024).