

4. Медіаетика, медіаосвіта і медіаграмотність

Методи виявлення фейкових новин у соціальних мережах

Присяник О. П.

доктор філологічних наук,

професор кафедри управління соціальними комунікаціями

Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця

м. Харків, Україна

Головня С. Г.

студентка факультету міжнародних відносин і журналістики

Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця

м. Харків, Україна

За останні декілька років соціальні медіа закріпили свою позицію серед найпопулярніших ресурсів для споживання новин. З одного боку, низька вартість, легкий доступ та швидке розповсюдження інформації змушують людей шукати та споживати новини за допомогою соціальних мереж. З іншого боку, ті ж фактори забезпечують широке поширення недостовірної інформації, зокрема фальшивих новин, відомих також як «фейкові новини» чи просто «фейки» [8, с. 49]. Фейки у соціальних мережах, такі, наприклад, як підроблені відео, що видаються за справжні, блоги, написані анонімними «тролями», помилкова або свідомо оманлива інформація й т.ін., є небезпечними для громадськості, а тому потребують викриття, і для цього існують спеціальні методи.

Широке поширення фальшивих новин може мати надзвичайно негативний вплив на людей та суспільство. Виявлення фейкової інформації у соціальних медіа за доволі короткий час стало популярною галуззю досліджень, яка привертає до себе величезну увагу як науковців, так і громадськості.

Популяризація соціальних мереж послугувала однією з причин широкого використання фейків як інструменту для привернення уваги аудиторії. Через те,

що у користувачів мережі інтернет розвивається кліпове мислення та кліпова свідомість [1], доволі складно створювати новинний контент, який зацікавить користувача. Тому, інтернет-ресурси все частіше користуються відсутністю раціональних основ та чіткої логіки аудиторії та публікують недостовірну інформацію, залишаючись безкарними.

Виявлення фальшивих новин стає дуже важливим процесом і привертає все більшу увагу через шкідливий вплив фейків на суспільство. Ефективність виявлення фальшивих новин лише за вмістом, як правило, не є задовільною. Для поліпшення виявлення фальшивих новин необхідні спеціальні методики та інструменти, які засновані на вивченні та розумінні взаємозв'язку між характерними особливостями фейкової інформації та типовою поведінкою користувачів у соціальних мережах [5; 9].

Існуючі алгоритми виявлення фальшивих новин у традиційних засобах масової інформації дуже часто є неефективними, коли йдеться про фейки у соціальних мережах. Інформація в традиційних новинних ЗМІ загалом перевіряється більш ретельно, адже такі видання зазвичай публікуються вповноваженими на це організаціями. Тому, у разі наявності недостовірних чи сумнівних новин у традиційному ЗМІ, його репутація майже негайно буде зіпсована, що може призвести до повного припинення роботи засобу масової інформації. З іншого боку, через вседоступність публікування контенту за допомогою соціальних медіа, фейки стали цілком прийнятними.

Зараз поширеною є думка, що і владі, і громадськості потрібна не стільки правда, скільки правдоподібна інформація. Такі тенденції у сфері медіа призводять до того, що місце «журналістики факту» займає «правдоподібна журналістика», і саме про це свідчить повсюдне поширення фейків [3, с. 116-117]. Фальшиві новини здатні відвернути увагу аудиторії від дійсно важливої інформації і здебільшого виконують три функції:

- 1) зростання популярності або заробітку тих, хто їх публікує;
- 2) засмічення інформаційного поля тих, хто їх читає, але не довіряє таким новинам;

3) маніпулювання свідомістю тих, хто довіряє таким новинам.

Маніпулятивний вплив може характеризуватися наступними показниками [6]:

- він здійснюється цілеспрямовано і таємно;
- він містить алгоритми програмування як мислення, так і сприйняття і поведінки об'єкта впливу;
- він включає методи і прийоми, за допомогою яких надає цілеспрямований вплив на психіку і компоненти свідомості об'єкта впливу.

Ці показники слугують одним з важливих базових елементів для створення ефективних інструментів для боротьби з фейковими новинами.

Перед тим як використовувати методи розпізнавання фейків, треба провести попередній аналіз інформації. Фейковий новинний контент у соціальних мережах зазвичай містить велику кількість занадто емоційно забарвлених звернень чи навіть образливих висловлювань [7, с. 86]. Використання такої лексики є очевидним маркером недостовірної інформації, і тому вона обов'язково має бути перевірена більш детально.

Щодо самих методів виявлення фейків, вони відрізняються у залежності від типу контенту. Найчастіше це текст, відео, чи аудіоконтент. У разі перевірки текстового контенту, наприклад, одним з найпростіших засобів розпізнавання фейків є фактчекінг, чи перевірка фактів. Цей метод полягає у визначенні використаних джерел первинної інформації конкретної новини, якими можуть бути офіційні сайти організацій, документи та інші схожі ресурси [там само].

Якщо треба викрити фейк у відеоконтенті, первинним етапом також є пошук першоджерела. Але в такому випадку використані джерела не так легко ідентифікувати. Допомогти у пошуку недостовірної інформації у відео може штучний інтелект, який останнім часом все частіше використовується для таких цілей. Під час аналізу достовірності інформації у відеоконтенті, штучний інтелект звертає увагу на використані такі лінгвістичні прийоми, на які треба

звертати увагу при перевірці тексту – занадто емоційні, гіперболізовані чи образливі висловлювання [4, с. 64].

Штучний інтелект взагалі є чи не найкращим інструментом для розпізнавання недостовірної інформації у новинах. Програмне забезпечення з використанням цієї технології вже неодноразово підтверджувало свою ефективність. Для такого ПЗ використовується архітектура, заснована на моделі довгої короткочасної пам'яті, що найкраще підходить для оброблення природної мови [2, с. 66]. Завдяки такій моделі, штучний інтелект встановлює зв'язок між послідовними словами, словосполученнями та реченнями і потім аналізує достовірність наведеної інформації в контексті. У якості інформативних ознак частіше всього використовуються заголовки, ключові слова чи перші слова з тексту новини, з яких потім формується вибірка даних [там само]. За допомогою цієї вибірки, новина класифікується як достовірна чи недостовірна.

Через свій негативний вплив на суспільство, фейкові новини будуть залишатися актуальною темою ще довго. Подолати розповсюдження недостовірної інформації можна за умови використання правильних методів боротьби з нею. Є вже доволі велика кількість способів розпізнання фейків, але сучасні технології, зокрема штучний інтелект, зараз є найперспективнішим інструментом боротьби з недостовірною інформацією.

Література:

1. Бахтіна Г.П. Інформатизація суспільства та проблема «кліпового мислення». Київ, 2011. URL: <https://kpi.ua/1102-7> (дата звернення: 17.02.2021).

2. Заброда В.Є., Льовкін В.М. Програмне забезпечення розпізнавання неправдивих новин. *Free and open source software: X-а Ювілейна міжнародна науково-практична конференція* (Харків, 20–22 листопада 2018). Харків, 2018. С. 66.

3. Иссерс О.С. Медиафейки: между правдой и мистификацией. *Коммуникативные исследования*. 2014. № 2.

4. Лісневська А. Дезінформація в новинному відеоконтенті: маркери та методи розпізнавання. *Вісник Львівського університету*. 2019. № 45. С. 60–66.

5. Почепцов Г. (Дез)інформація. Библиотека ОО «Детектор медиа». Под общей редакцией Н. Лигачевой и Г. Петренко / Редакцией М. Олийнык. Київ : ПАЛИВОДА А. В., 2019. 248 с.

6. Сибиряков С. Соціальні медіа як середовище архетипового впливу на масову свідомість. *Політичне управління: теорія і практика*. 2013. № 1. С. 202–210.

7. Татарчук Д.О. Інструменти фактчекінгу при виявленні фейкової інформації в соціальних медіа. International scientific and practical conference (Влоцлавек, Польща, 27–28 листопада 2020). Влоцлавек, 2020. С. 84–86.

8. Ткаченко А.В., Качинський А.Б. Ідентифікація фейкових новин в соціальних ЗМІ. *Теоретичні і прикладні проблеми фізики, математики та інформатики*: матеріали XVI Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених (Київ, 26–27 квітня 2018). Київ, 2018. С. 49–50.

9. Ivanova I., Lysytskaia O. Postmodernism as the manipulative technology in modern Ukrainian advertising: the artistic dominant characteristic (Article). *Міжнародний філологічний часопис*. Серія: Соціальні комунікації. Vol. 11, № 1; 2020. С. 108-113. DOI: <http://dx.doi.org/10.31548/philolog> 2020.01.108