

Костенко Я. Л., здобувачка, ДонНУ імені Василя Стуса

РОЛЬ СОЦМЕРЕЖ У ПОШИРЕННІ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ І ПРОКРЕМЛІВСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ

У роботі розглянуто шляхи поширення російської пропаганди через соціальні мережі. Було досліджено попередньо імплантовані методи боротьби з «кремлеботами», вказано на небезпеку відсутності фактчекінгу, ретельної автентифікації та якісних алгоритмів фільтрування контенту, що потрапляє в соцмережі.

Ключові слова: соцмережі, кремлеботи, ботоферми, прокремлівська пропаганда, Facebook, Twitter, дезінформація.

У глобальному масштабі практика впливу на громадську думку через соціальні медіа та нові інформаційно-комунікаційні технології стали все частішими. У спробі розширити та придушити певні потоки інформації уряди, компанії, екстремістські групи та інші організації часто використовують як автоматизованих ботів, так і анонімні облікові записи «маріонеток». Вони ведуть скоординований політичний тролінг і поширюють дезінформацію, використовуючи однакові методи.

Мета дослідження - проаналізувати методи поширення прокремлівської пропаганди через соціальні мережі та виявити теоретичні і практичні способи боротьби з нею.

Найбільшим і найпопулярнішим видом отримання інформації у сучасній культурі серед українців є соціальні мережі. Згідно з опитуванням громадянської мережі «ОПОРА», близько 77% українців використовують соцмережі для отримання новин. Зокрема, статистика збільшилась після початку повномасштабного вторгнення, попередньо показник становив 63% [1]. Тут найбільшу небезпеку становить глобальна система дезінформації, яку роками вибудовувала росія з метою пропаганди. Численні пропагандистські кампанії, які дедалі частіше використовують найсучасніші інструменти та методи, регулярно націлені на Україну. Безсумнівно, росія є джерелом більшої частини пропаганди в українському інформаційному просторі, але її сфера впливу не

обмежується лише Україною. Існує величезна глобальна система Інтернет-пропаганди, яка регулярно бере активну участь у розхитуванні міжнародного порядку.

Так зване «Агенство Інтернет-досліджень» (або «Тролі з Ольгіна» чи просто IRA), яке відповідає за більшу частину поширеної дезінформації російськими соціальними медіа-кампаніями державного замовлення, використовувало фейкові акаунти, зареєстровані на популярних соціальних мережах, форумах, сайтах онлайн-газет і відеохостингів з метою просування інтересів Кремля у внутрішній і зовнішній політиці, в тому числі на Близькому Сході та в Україні. З метою зменшення дезінформації на платформі, у 2018 році Facebook (з жовня 2021 року - Meta) заблокував 70 облікових записів і 138 сторінок Facebook, а також 65 акаунтів Instagram, пов'язаних з діяльністю IRA [4]. Російська пропаганда настільки проникла в інфопростір Заходу, що до 2022 року було цілком прийнятно використовувати артикль перед словом «Україна» (так звана «the Ukraine», що є прямим прототипом російського «на Украине»).

Наразі одним із найпоширеніших майданчиків для «кремлеботів» і проплачених росією пропагандистів є Twitter. Загалом ця соцмережа є важливим важелем впливу для українського суспільства: у перші місяці повномасштабного вторгнення ця платформа слугувала гучномовцем, через який українці могли поширювати кадри війни, термінову інформацію, волонтерські збори тощо. Твіти на підтримку України неабияк допомогли із отриманням зброї і міжнародної підтримки. Головна ж проблема соцмережі - відсутність будь-якого фактчекінгу: голосні фрази можуть поширитись зі швидкістю світла, особливо за умов великої кількості підписників. Кореспондент Financial Times Крістофер Міллер має більше 400 000 фолловерів і в описі профілю зазначає, що має більше тринадцяти років досвіду звітування про Україну. Усе це не заважало Крістоферу поширювати пропаганду про український «нео-нацизм» і вигадки про штурмову бригаду «Азов». Ще у травні 2021 року журналіст висловився на своїй сторінці Twitter про «нацистські» татуювання українських військових [3]. Уже наступного року Крістофер прославляв полк «Азов» за їхній героїчний супротив у ході захисту Маріуполя, а також блокував та приховував відповіді людей, що вимагали його вибачитися чи принаймні визнати свою роль у поширенні дезінформації про Україну та її захисників.

У жовні 2022 року Twitter змінив власника: за 44 мільярди доларів соцмережу викупив мільярдер Ілон Маск, після чого почалися проблеми для українців. Наприклад, ботів стало більше, популярні гештеги набули антиукраїнського спрямування (зокрема гештег «ZelenskyWarCriminal», у перекладі з англійської - «ЗеленськийВоєннийЗлочинець»), твіти про Україну стали отримувати набагато менше охоплення, Ілон Маск на своїй сторінці поширював російську пропаганду і пропонував «план миру» із розподілом українських територій. На початку квітня Twitter оприлюднив свій алгоритм на широкий загал. Виявилось, що твіти, які підпадають під критерій дезінформації, отримують набагато менше охоплення - несподівано, сюди ж увійшли і твіти про Україну [2]. Це викликає багато проблем: зокрема, це значно гальмує поширення волонтерських зборів. Наразі Twitter слугує надзвичайно масштабною платформою для поширення прокремлівської пропаганди, яка фактично заохочується його алгоритмом і власником, і абсолютно ненадійною соцмережею для українців.

Імплементувати заходи для захисту від політичної дезінформації у нейтральний спосіб практично неможливо. Російські пропагандисти виходять на нові канали зв'язку та створюють й поширюють дезінформацію на таких відомих соціальних платформах, як Facebook, Twitter, YouTube, Telegram, Viber, TikTok, Discord і Twitch. Для ефективної боротьби з політичною пропагандою і так званими «ботофермами» потрібен комплексний підхід і складніші правила автентифікації, а також вплив на власників соцмереж.

Українська стійкість перед обличчям складних пропагандистських нападів може надихнути світ на нові стратегії використання онлайн-технологій і методів для протистояння диктатурі та насильству. Щоб протистояти тактиці дезінформації росії, українці використовують широкий спектр програм і технологій соціальних мереж. Разом із професійними журналістами звичайні українці використовують смартфони з високоякісними можливостями відеозапису та звукозапису для документування злочинів росіян [5]. Саме тому досвід українців може запропонувати деякі корисні ідеї щодо того, як етично та ефективно використовувати цифрові технології для подальшого просування демократії, прав людини та верховенства права, зокрема в Інтернеті.

Висновки

Було досліджено найрозповсюдженіші соцмережеві майданчики і методи поширення російської пропаганди. Розглянуто проблему відсутності фактчекінгу інформації та серйозних репутаційних і правових наслідків для дезінформаторів і пропагандистів у контексті дописів у соцмережах. У результаті було запропоновано способи боротьби з пропагандою на платформах соціальних мереж.

Список літератури

1. Лорян, Р. (2022, 1 червня). Медіаспоживання українців в умовах повномасштабної війни. Опитування ОПОРИ. ОПОРА. https://opora.ua.org/report/polit_ad/24068-mediaspozivannia-ukrayintsiv-v-umovakh-povnomasshtabnoyi-viini-opituvannia-opori (дата звернення: 04.04.2023)
2. Gupta, A. [@aakashgo]. (2023, 1 квітня). 6. Misinformation is highly down-ranked Anything that is categorized as misinformation gets the rug pulled out from under it. Surprisingly [Долучено зображення] [Твіт]. Twitter. <https://twitter.com/aakashgo/status/1641976925064245249?s=20>
3. Miller, C. [@ChristopherJM]. (2021, 29 травня). Ukraine's Azov regiment, formerly Azov battalion that became part of the country's National Guard, posts photos of a recent training [Твіт]. Twitter. <https://twitter.com/ChristopherJM/status/1398671167104245765?s=20>
4. Robertson, A. (2018, 4 квітня). Facebook suspends 273 accounts and pages linked to Russian misinformation agency. The Verge. <https://www.theverge.com/2018/4/3/17194518/facebook-suspends-russian-internet-research-agency-pages-accounts-instagram> (дата звернення: 04.04.2023)
5. Woolley, S. C. (2022). Digital Propaganda: The Power of Influencers. *Journal of Democracy* 33(3), 129.