

УДК 32.019  
JEL Classification A12, A13  
DOI 10.33111/sedu.2023.52.005.016

*Животова Ксенія Вікторівна\**

## МЕХАНІЗМИ ПРОТИДІЇ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ В СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ СЕРЕДОВИЩІ: ЕКОНОМІЧНИЙ АСПЕКТ

**Анотація.** У статті досліджено економічні механізми протидії дезінформації в сучасному інформаційному середовищі. Здійснено аналіз ключових чинників, що впливають на протидію поширення дезінформації, таких як економічні стимули, ринкові механізми, взаємодія між економікою та медіа, а також роль технологій у цьому процесі. На основі проведеного аналізу надано рекомендації щодо застосування економічних механізмів, зокрема, створення економічних стимулів для поширення достовірної інформації та регулювання ринку медіа. Розглянуто можливості фінансової підтримки громадських організацій для здійснення фактчекінгу, а також розвитку медіаграмотності та критичного мислення серед населення. Результати цього дослідження можуть бути корисними для формування державної політики та економічних стратегій, спрямованих на ефективну боротьбу з дезінформацією в сучасному інформаційному середовищі, і відкривають нові можливості для подальших наукових досліджень у цьому напрямі.

**Ключові слова:** дезінформація; економічні механізми; фактчекінг; ринкові механізми; технології; регулювання медіа; медіаграмотність.

**Вступ.** В умовах інформаційної революції фейки стали одним із найбільших викликів для соціуму, економіки та державної політики. Особливо серйозні наслідки це може мати для України, де в умовах інформаційної війни, розв'язаної проти неї російською федерацією, поширення недостовірної та маніпулятивної інформації несе значущі загрози національній безпеці держави та єдності нації.

Проблематика протидії дезінформації активно вивчається в різних аспектах, таких як політичний, соціологічний, психологічний, етичний і технічний, однак економічний підхід залишається недостатньо розглянутим, хоча й є одним із ключових.

Аналіз економічних чинників, які сприяють протидії дезінформації, таких як фінансові стимули, ринкові механізми, взаємодія між економікою та медіа,

---

\* **Животова Ксенія Вікторівна** — магістр публічного управління та адміністрування, аспірантка, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана (м. Київ, Україна), ORCID 0000-0002-5791-5303, [zhivotovakseniia@gmail.com](mailto:zhivotovakseniia@gmail.com)

дозволить розширити розуміння проблеми дезінформації та виявити ефективні шляхи протидії їй.

**Постановка завдання.** Попередні дослідження в галузі протидії дезінформації вказують на високий рівень важливості цієї проблеми на тлі глобального інформаційного протистояння між державами та урядами різних країн. Зокрема, науковці зосередилися на вивченні різних аспектів інформаційної війни і звернули увагу на зростання впливу соціальних мереж та використання алгоритмів і штучного інтелекту для поширення дезінформації. Цією проблематикою займаються науковці Г. Почепцов [1], А. Ковальчук і В. Гавловський [2]. Ключові чинники протидії поширенню дезінформації також аналізують Г. Падалка [3], О. Звездецька [4], В. Тарасюк [5].

Ураховуючи результати попередніх досліджень та наявні прогалини в розумінні важливості економічних факторів у сфері протидії дезінформації, метою дослідження є визначення підходів і технік, що використовуються в економічних стратегіях, виокремлення ключових чинників, що впливають на їх ефективність, а також вироблення рекомендацій щодо застосування економічних механізмів протидії дезінформації в сучасному інформаційному середовищі, які можуть бути корисними у діяльності органів публічної влади, бізнесу та громадськості. Для досягнення поставленої мети ми ставимо перед собою такі завдання: визначити роль економічних механізмів у протидії дезінформації в сучасному інформаційному середовищі та проаналізувати ключові чинники, що впливають на їх ефективність; зв'язувати економічні інструменти реалізації механізмів протидії дезінформації; виробити рекомендації щодо застосування економічних механізмів протидії дезінформації в сучасному інформаційному середовищі.

Отримані результати дослідження можуть бути корисними для напрацювання стратегій і державних політик, спрямованих на ефективну протидію дезінформації в сучасному інформаційному середовищі, та відкрити нові можливості для подальших досліджень у цій сфері.

**Результати.** Сучасне інформаційне середовище в Україні характеризується рядом особливостей, які відображають вплив технологічного розвитку, медійної ландшафту та соціокультурних чинників на обмін інформацією та сприйняття нею.

По-перше, в Україні існує велика кількість різних джерел інформації, які забезпечують широкий спектр можливостей для поширення дезінформації. Це охоплює традиційні медіа, такі як телебачення, радіо, газети, а також онлайн-платформи, соціальні мережі та блоги. Ця розмаїтість джерел інформації створює необхідність в розвитку механізмів, які забезпечують перевірку достовірності та відстеження дезінформації, що поширюється через ці канали.

По-друге, економічні фактори відіграють значну роль у сучасному інформаційному середовищі в Україні. Зокрема, економічна конкуренція і комерційні інтереси можуть стимулювати поширення дезінформації. Наприклад, небажання рекламодавців підтримувати непопулярні точки зору або фінансові стимули для створення сенсаційних та контрверсійних матеріалів можуть призводити до

поширення недостовірної інформації. Тому важливо розглядати економічні механізми, які можуть регулювати ці процеси, зокрема, шляхом створення стимулів для надання достовірної інформації та введення відповідальності за поширення дезінформації.

По-третє, важливим економічним аспектом є фінансування медіаорганізацій та журналістської діяльності. В Україні існують проблеми щодо стійкості та незалежності медіа від впливу політичних або комерційних інтересів. Важливо розглядати механізми, які забезпечують фінансову підтримку незалежних медіа і журналістів, які працюють на основі високих етичних стандартів і надають достовірну інформацію.

По-четверте, сучасне інформаційне середовище в Україні потребує стимулювання медіаграмотності серед населення. Розвиток економічних механізмів, які сприяють освітнім програмам, тренінгам та інформаційним кампаніям щодо критичного мислення та розпізнавання дезінформації, може сприяти підвищенню рівня медіаграмотності і здатності людей критично оцінювати інформацію, що надходить до них.

Варто зауважити, що технологічні зміни, які відбулися протягом останнього десятиріччя, суттєво вплинули на процеси виробництва, поширення і споживання контенту — з'явилися нові медіаформати, такі як вебсайти, соціальні мережі, блоги, відеохостинг і подкасти, які працюють в автономному режимі й самі визначають формат і способи поширення власного чи партнерського контенту і взаємодію з його споживачами. Отже, в середовищі соціальних медіа сформувався повний виробничий цикл створення і трансляції інформації в глобальних масштабах.

Д. Беккер порівнює появу соціальних медіа з виникненням писемності, наполягаючи на співмірності їх значущості [6]. І від того, яким стане цей новий елемент реальності, залежить, яким буде людство, — зазначає філософ. Причому відповідь не є однозначною, оскільки такі трансформації принесли не тільки нові способи донесення інформації, а й створили серйозні проблеми в інформаційному просторі. Як пише Г. Почепцов, щоразу нові технології дають світові не лише те, що було задумано, а й побічні негативні наслідки, які даються взнаки повною мірою [1]. З цим погоджується і польський соціолог А. Зіббертович, який зауважує, що "соціальні медіа, на жаль, сьогодні працюють інакше, ніж очікувалося" [4], оскільки стали інструментами дезінформації, а не пояснення світу.

За результатами соціологічних досліджень, у 2020 р. 54 % українських користувачів Facebook публікували дезінформаційні та маніпулятивні повідомлення, навіть і не здогадуючись про це [7]. Така ситуація є, зокрема, наслідком використання спеціальних технік і технологій, спрямованих на викривлення реальності. Щоб привернути увагу користувачів до інформації з низьким рівнем достовірності, створюються провокативні заголовки, яскраві обкладинки, в ліди виносяться сенсаційні та неперевірені факти. Йдеться про так зване *кліпове*, або поверхове, мислення, яке в сучасному цифровому світі замінило здатність до глибокого

аналізу та критичного мислення і стало характерною ознакою епохи постправди. Як слушно зазначає В. М. Тарасюк, "сучасна людина стикається з медіазамінниками реальних фактів і симулякрами й змушена взаємодіяти з ними через неможливість охопити всі події дійсності" [5].

Крім того, як стверджує Карен Норт, "люди реально потребують підтверджуючої інформації. Вони не лише воліють знати, що відбувається, а хочуть знайти людей, які думають так само, щоб сказати їм, чому їхня думка є правильною" [8]. Цьому сприяють штучні фільтри та інше спеціальне програмне забезпечення, яке широко використовується суб'єктами інформаційного простору для відокремлення користувачів від альтернативних точок зору і різних джерел інформації, у результаті чого вони бачать лише ту реальність, яку генерує для них автоматизований інструментарій. Зокрема, онлайн-боти забезпечують масове, швидке й ефективне поширення дезінформації у соціальних мережах на форумах та інших платформах за рахунок створення великої кількості штучних акаунтів.

Додатково завдяки точному таргетуванню й добору відповідного контенту людина опиняється у своєрідній інформаційній оболонці, яка екранує інформаційні подразники, що не порушують гармонію її індивідуальної картини світу. Йдеться про системи "інформаційних бульбашок" і "луна-камер", що фахівці розглядають як сприятливе середовище для поширення дезінформації [9].

Усе це відбувається на тлі законодавчої неврегульованості інтернет-простору, внаслідок чого значна кількість онлайн-медіа і незалежних блогерів працює без належного контролю над розповсюдженням контенту, що дозволяє вільно поширювати дезінформацію без будь-яких обмежень. Одним із ключових факторів, що обумовлюють зволікання з нормативно-правовим забезпеченням протидії дезінформації, науковці називають невідповідність суспільства до переходу від матеріального світу до інформаційного [9]. Іншими словами, ми досі мислимо у вимірі промислового суспільства, тоді як насправді вже вийшли з нього і вступили в постіндустріальну еру, в якій суб'єктом усіх сучасних трансформацій і перетворень виступає інформація, яка стала основним товаром, стратегічним ресурсом і засобом виробництва [2].

За таких умов на перший план виходять економічні стратегії, які можуть бути ефективним інструментом у протидії дезінформації, оскільки її поширення в Інтернеті часто залежить від фінансових питань. Основні аспекти економічної мотивації в цьому контексті можуть включати: 1) економічну підтримку незалежних медіа у вигляді грантів, субсидій або стимулів, що може сприяти їх стійкості та здатності висвітлювати об'єктивну, перевірену інформацію; 2) фінансову підтримку розвитку фактчекінгу, який може бути ефективним інструментом протидії дезінформації; 3) економічне сприяння розробці і впровадженню алгоритмів розпізнавання дезінформації та блокування її поширення; 4) економічна підтримка впровадження освітніх програм, спрямованих на підвищення медійної грамотності серед населення. Водночас, крім економічної мотивації, важливу роль у протидії дезінформації також може відіграти застосування економічних санкцій і перешкод.

Необхідно зауважити, що застосування фінансових заходів, що стимулюють широкомасштабне поширення достовірної інформації та покарання за поширення дезінформації, є важливим аспектом боротьби з інформаційною недобросовісністю. Проте у разі впровадження таких заходів слід ретельно розглядати можливі суперечності з законами демократії та ринку.

Також важливо забезпечити свободу слова та різноманіття інформаційного ландшафту. Це означає, що фінансові заходи повинні заохочувати конкуренцію, відкритість і різноманіття поглядів, забезпечуючи рівні умови для доступу до фінансових ресурсів для різних медіаорганізацій і журналістів. Використання фінансових стимулів повинно ґрунтуватися на об'єктивних критеріях, таких як якість, професіоналізм і незалежність.

Також важливо враховувати закони ринку та економічні реалії. Недобросовісні фінансові заходи, які призводять до маніпуляцій або монополізації ринку медіа, можуть порушувати здорову конкуренцію та економічну стабільність. Тому потрібно розробляти механізми, які сприяють різноманіттю медіаорганізацій, забезпечують прозорість фінансових потоків і враховують економічні інтереси різних сторін.

Загалом розробка фінансових заходів для стимулювання якості та достовірності інформації повинна відбуватися у рамках демократичних принципів з урахуванням законів демократії та ринкової економіки. Ефективність таких заходів полягає у збалансованому підході, що поєднує заохочення якості та незалежності інформації зі збереженням конкуренції та свободи слова.

Розглянемо названі чинники детальніше. І перш за все зупинимося на економічній підтримці високоякісного журналістського контенту. Як відомо, вірусні заголовки і висококлікабельні новини сумнівного змісту збільшують вебтрафік ресурсу, чим приваблюють рекламодавців і підвищують його монетизацію, і навпаки, відмова від подібного контенту призводить до фінансових втрат.

За такої ситуації складно говорити про розвиток якісної журналістики, тож, на наш погляд, впровадження високих професійних стандартів у медіаорганізаціях має стати завданням державної ваги. Це може включати фінансову підтримку незалежних журналістських організацій, надання грантів на розслідування та фактчекінг, а також розробку програми сертифікації журналістів, які вибудовують роботу відповідно до високих журналістських стандартів.

Одним з елементів економічної мотивації також може бути розподіл рекламних ресурсів на підставі певних критеріїв, таких як дотримання журналістської етики, перевірка фактів перед їх оприлюдненням, відмова від використання неперевіраних джерел інформації тощо. Ураховуючи те, що реклама є джерелом доходів для багатьох медіаорганізацій і платформ, її розподіл може вплинути на те, яку інформацію вони поширюють і на яких принципах. Наприклад, рекламні бюджети можуть бути спрямовані на медіаорганізації, які мають високий рівень довіри, добру репутацію і відповідний підхід до поширення інформації.

Але зауважимо, що при цьому важливо забезпечити прозорість і відкритість у процесі розподілу рекламних ресурсів, щоб уникнути можливості корупції, впливу на політичну чи комерційну агенції, а також забезпечити конкурентне середовище, в якому функціонують різні медіаорганізації та платформи. Крім того, можна застосовувати механізми контролю, моніторингу й оцінки результатів рекламних ресурсів з метою визначення їх ефективності і відповідності критеріям справедливого розподілу.

Натомість для тих медіаорганізацій або платформ, які розширюють дезінформацію або не відповідають встановленим стандартам, можуть бути застосовані економічні санкції, такі як накладення штрафу чи втрата певних привілеїв. Це може стимулювати відповідальну поведінку і допомогти у протидії дезінформації.

Важливу роль у протидії дезінформації також відіграють регуляторні органи. Оскільки інформаційний простір у сучасному світі є динамічним і складним, ці структури мають відповідні повноваження для здійснення ефективного контролю за забезпеченням належного рівня безпеки в інформаційному просторі.

Такі органи можуть розробляти та впроваджувати регуляторні політики, спрямовані на забезпечення правдивої, достовірної та об'єктивної інформації, зокрема, встановлювати вимогу до медіаорганізацій і платформ щодо обов'язкової перевірки достовірності фактів, дотримання професійних стандартів, прозорості та відповідності. Вони можуть здійснювати моніторинг і контроль діяльності медіаорганізацій з метою виявлення дезінформації та вжиття заходів із запобігання її поширенню. Це стосується, зокрема, перевірки достовірності реклами, заборони рекламних матеріалів, що містять дезінформацію, і вимоги вказувати джерело рекламної інформації. Зауважимо при цьому, що санкції за поширення дезінформації, які застосовують регуляторні органи стосовно медіаорганізацій, платформ і рекламодавців, можуть включати не лише попередження і штрафи, а й найжорсткіші заходи — аж до вилучення ліцензій. Водночас потрібно стежити, щоб такі заходи впливу були справедливими і співрозмірними з завданою шкодою. Особливо це стосується невеликих медіаорганізацій з обмеженим фінансовим ресурсом або тих, які вже переживають фінансові труднощі.

Ще одним важливим аспектом економічних стратегій є фінансова підтримка фактчекінгу та медіаосвіти. Адекватне фінансове забезпечення відповідних державних структур та фінансова підтримка незалежних фактчекерських організацій і неурядових проєктів медіаосвіти може допомогти ефективно протидіяти дезінформації та нівелювати як завдану, так і потенційну шкоду від її поширення. І хоч виділення коштів на розширення роботи фактчекерських організацій та розвиток критичного мислення у населення не вимірюється миттєвим результатом, але є надзвичайно ефективним у стратегічній перспективі.

Крім того, економічні стратегії можуть включати сприяння розвитку технічних рішень, таких як алгоритмізація виявлення дезінформації, розробка

інструментів для перевірки достовірності інформації та підвищення якості контенту. Важливою вбачається і співпраця з міжнародними організаціями для обміну досвідом і впровадження спільних підходів у протидії дезінформації.

Однак слід зауважити, що ринкова динаміка може впливати на ефективність економічних стратегій протидії дезінформації. Зокрема, економічна стратегія може вимагати значних фінансових ресурсів, таких як розміщення реклами, організація медіаосвіти, навчання журналістів і розробка технологічних рішень. Водночас такі зміни в економічному середовищі, як фінансова нестабільність або скорочення бюджетів можуть вплинути на доступність і розподіл фінансових ресурсів на протидію дезінформації, що може обмежити ефективність згаданих стратегій.

Ринкова конкуренція в медіапросторі також може вплинути на їх ефективність. Умови ринкової конкуренції можуть сприяти поширенню дезінформації внаслідок того, що підтримування високих рейтингів, кількість переглядів або підписників можуть виявитися важливішими для деяких ЗМІ за точністю і достовірністю інформації, яку вони висвітлюють. Крім того, певні фінансові групи або організації можуть мати власні економічні інтереси в поширенні дезінформації та задіювати для цього значні фінансові ресурси.

Велику роль в організації ефективної протидії дезінформації відіграють технологічні рішення, такі як алгоритми соціальних мереж, пошукові системи та інші технічні інструменти. Однак ринкова динаміка може вплинути на їх розробку та впровадження. Наприклад, залежність від алгоритмів реклами соціальних мереж може зумовити зміни в їхніх алгоритмах у бік переорієнтації на залучення більшої кількості користувачів, а не на протидію.

Отже, економічні стратегії протидії дезінформації мають як переваги, так і обмеження, тому можуть виступати лише одним з аспектів комплексного підходу до протидії дезінформації, яка являє собою складну і багатогранну проблему.

Наведемо кілька позитивних прикладів фінансових механізмів, які були впроваджені в інших країнах для стимулювання якості та достовірності інформації.

Так, у деяких країнах уряди або некомерційні організації допомагають журналістам і медіаорганізаціям фінансувати проекти, які спрямовані на якісну та розслідувальну журналістику. Ці гранти можуть використовуватися для фінансування розслідувань, подорожей та інших видів журналістської роботи. Зокрема, у США діє програма Open Society Foundations з надання фінансової підтримки журналістам і медіаорганізаціям з усього світу, що зосереджуються на важливих суспільних питаннях та розслідуваннях. Інший фонд — Pulitzer Center on Crisis Reporting — надає фінансову підтримку журналістам на подорожі, дослідження і публікацію матеріалів про критичні питання, такі як права людини, конфлікти, зміни клімату та ін.

Європейська програма грантів European Journalism Centre надає фінансову підтримку журналістам і медіаорганізаціям, які працюють над проектами, спрямованими на підвищення якості журналістики в Європі. Гранти можуть бути

виділені на тренінги, дослідження, розробку нових форматів журналістики та інші проекти, що сприяють професійному розвитку журналістів.

Також існують некомерційні фонди, які залучають громадські кошти для фінансування незалежних медіа і журналістських проєктів. Так, наприклад, фонд Independent Journalism Fund (Великобританія) підтримує ініціативи, які пропонують достовірну і високоякісну інформацію: розслідувальну журналістику, журналістські проєкти у сфері прав людини та соціальної справедливості.

Фонд Media Development Investment Fund інвестує громадські кошти в проєкти, що сприяють розвитку незалежного журналізму і наданню достовірної інформації. Фонд також надає технічну і консультативну підтримку медіаорганізаціям.

Приватний фонд Democracy Fund (США) був заснований підприємцем і філантропом Робертом Маєром і, зокрема, фінансує проєкти, спрямовані на підвищення якості і достовірності інформації, включаючи дослідження, тренінги журналістів і розвиток медіаініціатив.

Уряди і приватні організації також можуть створювати програми фінансової підтримки для медіаорганізацій, які використовують нові технології та інновації для поширення якісної та достовірної інформації. Наприклад, фонд Google News Initiative (GNI), запущений компанією Google, надає фінансову підтримку медіаорганізаціям для розвитку інноваційних проєктів у сферах журналістики та інформаційних технологій. У рамках цієї ініціативи надаються гранти, навчальні програми, технічна підтримка та консультації для проєктів, спрямованих на підвищення якості та достовірності інформації, а також розробку нових моделей журналістики.

Щорічний конкурс Knight Foundation News Challenge (США) надає гранти для інноваційних медіаініціатив, що пропонують нові підходи до журналістики і у боротьбі з дезінформацією. Конкурс підтримує проєкти, що використовують технології, аналітику даних, штучний інтелект та інші інноваційні засоби для покращення якості та надійності інформації.

Програма Innovation Fund (Великобританія), запущена в урядовому департаменті Digital, Culture, Media and Sport (DCMS), надає фінансову підтримку на розвиток медіаініціатив, що використовують інноваційні підходи до поширення якісної та достовірної інформації.

Крім того, деякі країни надають податкові знижки і пільги для медіаорганізацій, які зосереджуються на якісній і достовірній журналістиці. Це може включати знижки на податок на прибуток, пільги для донорів і спонсорів, а також інші форми фінансової підтримки. Наприклад, у Норвегії існує Податкова схема для друкованих ЗМІ (Newspaper Tax Scheme), яка надає податкові пільги для друкованих ЗМІ, що зосереджуються на якісній журналістиці. Ця програма дозволяє знизити податок на прибуток для видань, які відповідають певним критеріям щодо контенту та розповсюдження. У Франції діє Податковий кредит для видань (Tax Credit for Publications), який стимулює розвиток видань, що відповідають певним критеріям якості та достовірності. У Сполучених Штатах Америки існує Некомерційний статус (Nonprofit Status), який



дозволяє медіа-організаціям отримувати пільги на податки і залучати пожертви від донорів.

Ці приклади демонструють, як фінансові заходи можуть стимулювати якість і достовірність інформації, сприяючи розвитку незалежних медіа і журналістської діяльності. Різноманітність підходів можна використати на забезпечення стабільного і надійного інформаційного середовища в інших країнах.

**Висновки.** У результаті визначення ключових економічних чинників, що впливають на результативність протидії дезінформації, можемо стверджувати, що розуміння економічних механізмів протидії дезінформації та їх застосування може відіграти важливу роль у перешкоджанні поширенню недостовірних і маніпулятивних даних у сучасному інформаційному середовищі. Виявлені ключові чинники, такі як економічна мотивація, ринкова динаміка, фінансові ресурси і державна регуляторна політика, можуть бути використані для розробки ефективних механізмів протидії дезінформації. Додатково нами було розглянуто питання розробки технічних рішень для виявлення та фільтрації недостовірної і маніпулятивної інформації, вдосконалення алгоритмів рекомендацій соціальних мереж і платформ, а також підвищення медійної грамотності серед користувачів, що вимагає досить значних фінансових витрат.

Запропоновані рекомендації, засновані на аналізі досліджених чинників, включають розширення ролі регуляторних органів у контролі над поширенням дезінформації, створення механізмів ефективного моніторингу і дотримання стандартів у рекламі, а також сприяння розвитку медіаосвіти та інформаційної грамотності.

Загалом розуміння економічних механізмів протидії дезінформації та їх застосування в сучасному інформаційному середовищі може забезпечити стійкість і резистентність інформаційного простору до дезінформації.

Однак варто пам'ятати, що жоден підхід не є універсальним, і ефективність економічних механізмів може залежати від багатьох чинників і, зокрема, від ринкової динаміки.

Додаткові дослідження у цьому напрямі можуть бути спрямовані на вивчення ефективності економічних механізмів у різних контекстах, взаємодію з іншими механізмами та технологічними рішеннями, а також вплив дезінформації на різні соціальні та культурні групи. Ці дослідження можуть зробити вагомий внесок у розвиток механізмів протидії дезінформації та стабілізації медійного середовища в сучасному інформаційному середовищі.

## **Література**

1. Почепцов Г. (Дез)інформація. Под общей редакцией Н. Лигачевой и Г. Петренко. К.: ПАЛИВОДА А.В., 2019. 248 с.

2. Ковальчук А., Гавловський В. Інформаційно-психологічні впливи як засіб маніпуляції свідомістю, що застосовується організованими злочинними угрупованнями. *Інформація і право*. 2022. 2 (41). С. 94-98. [https://doi.org/10.37750/2616-6798.2022.2\(41\).270370](https://doi.org/10.37750/2616-6798.2022.2(41).270370)

3. Падалка Г. М. Соціокультурна диференціація та динаміка цінностей у сучасному інформаційному суспільстві. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2021. № 32. С. 138-143. <https://doi.org/10.32837/apfs.v0i32.1041>

4. Звоздецька О. Протидія дезінформаційним впливам у національному просторі Республіки Польща. *Історико-політичні проблеми сучасного світу*. 2020. Т. 42. С. 160-172. <https://doi.org/10.31861/mhpi2020.42.160-172>

5. Тарасюк В. М. Політико-правові засади застосування інформаційних технологій в умовах гібридної війни: дис.... канд. політ. н. 23.00.02. / Інститут держави і права імені В. М. Корецького НАН України. Київ, 2018. 237 с.

6. Becker J. Lessons from Russia. A neo-authoritarian media system. URL: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.197.1860&rep=rep1&type=pdf> (дата звернення 13.04.2023)

7. Мороз О. 54% українців в Facebook публікують фейки, маніпуляції та сайти-сміятярки. *Всеукраїнське дослідження. Українська правда*. 2020. 14 вересня. URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2020/09/14/7266269/> (дата звернення 13.04.2023).

8. Airtone Sherilyn, Posetti Julie. Journalism, "Fake News" and Disinformation. A Guide for Journalism Education and Training. UNESCO, 2018. URL: <https://en.unesco.org/unesco-series-on-journalism-education> (дата звернення 13.04.2023).

9. Фейки як інструмент впливу на вибори. Аналітична доповідь. Національний інститут стратегічних досліджень. Центр безпекових досліджень. Школа політичної аналітики НАУКМА. Київ, 2020. 209 с.

10. Aitken, S., Pozetti, J. (Eds.). Journalism, 'Fake News', and Disinformation: A Handbook for Journalism Education and Training. UNESCO, 2018. URL: [https://en.unesco.org/sites/default/files/journalism\\_fake\\_news\\_disinformation\\_print\\_friendly\\_0\\_0.pdf](https://en.unesco.org/sites/default/files/journalism_fake_news_disinformation_print_friendly_0_0.pdf) (дата звернення 13.04.2023).

## References

1. Pochepsov, H. Disinformation. Edited by N. Lyhacheva and H. Petrenko. Kyiv: PALYVODA A.V., 2019. [in Russian].

2. Kovalchuk, A., Havlovskyi, V. "Informatsiino-psykhoholichni vplyvy yak zasib manipuliatsii svidomistiu, shcho zastosovuietsia orhanizovanymy zlochynnymy uhrupuvanniamy". ["Information-psychological influences as a means of manipulating consciousness used by organized criminal groups. Information and Law"]. *Informacia i pravo* 2 (41) (2022): 94-98. [in Ukrainian].

3. Padalka, H. M. "Sotsiokulturna dyferentsiatsiia ta dynamika tsinnosti u suchasnomu informatsiinomu suspilstvi". ["Sociocultural differentiation and dynamics of values in modern information society"]. *Actual Problems of Philosophy and Sociology* 32 (2021): 138-143. [in Ukrainian].

4. Zvozdetska, O. "Protydiia dezinformatsiinym vplyvam u natsionalnomu prostori Respubliky Polshcha". ["Countering Disinformation in the National Space of the Republic of Poland"]. *Historical and Political Problems of the Modern World* 42 (2020): 160-172. <https://doi.org/10.31861/mhpi2020.42.160-172> [in Ukrainian].

5. Tarasiuk, V. M. Polityko-pravovi zasady zastosuvannya informatsiinykh tekhnolohii v umovakh hibrydnoi viiny. [Political and legal principles of the use of information technology in the conditions of hybrid warfare]. Qualifying scientific work as a manuscript. 2018. [in Ukrainian].

6. Becker, J. Lessons from Russia: A Neo-Authoritarian Media System. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.197.1860&rep=rep1&type=pdf> (accessed April 13, 2023).

7. Moroz, O. "54% ukrainsiv v Facebook publikuiut feiky, manipuliatsii ta saity-smittiariky. Vseukrainske doslidzhennia". ["54% of Ukrainians on Facebook publish fakes, manipulations and junk sites. All-Ukrainian research"]. *Ukrainian Truth*. September 14, 2020. <https://www.pravda.com.ua/articles/2020/09/14/7266269/> (accessed April 13, 2023). [in Ukrainian].

8. Airtone, Sherilyn, and Julie Posetti "Journalism, "Fake News" and Disinformation". A Guide for Journalism Education and Training. UNESCO, 2018. <https://en.unesco.org/unesco-series-on-journalism-education> (accessed on April 13, 2023).

9. Feiky yak instrument vplyvu na vybory. [Fakes as a tool of influence on elections]. Analytical report. National Institute for Strategic Studies. Center for Security Studies. School of Political Analysis at NaUKMA. Kyiv, 2020.

10. Aitken, S., Pozetti, J. (Eds.). Journalism, 'Fake News', and Disinformation: A Handbook for Journalism Education and Training. UNESCO, 2018. [https://en.unesco.org/sites/default/files/journalism\\_fake\\_news\\_disinformation\\_print\\_friendly\\_0\\_0.pdf](https://en.unesco.org/sites/default/files/journalism_fake_news_disinformation_print_friendly_0_0.pdf) (accessed April 13, 2023).

## MECHANISMS FOR COUNTERING DISINFORMATION IN THE MODERN INFORMATION ENVIRONMENT: ECONOMIC ASPECT

**Kseniia V. Zhyvotova**

Postgraduate student,  
Kyiv National Economic University  
named after Vadym Hetman (Ukraine)  
ORCID 0000-0002-5791-5303

**Abstract.** The article examines the economic mechanisms of countering disinformation in the modern information environment. An analysis of the key factors affecting countering the spread of disinformation, such as economic incentives, market mechanisms, the interaction between the economy and the media, as well as the role of technology in this process, was made. On the basis of the conducted analysis, recommendations were made regarding the application of economic mechanisms, in particular, the creation of economic incentives for the dissemination of reliable information and regulation of the media market. Possibilities of financial support of public organizations for fact-checking, as well as development of media literacy and critical thinking among the population were considered. The proposed recommendations, based on the analysis of the investigated factors, include expanding the role of regulatory bodies in controlling the spread of misinformation, creating mechanisms for effective monitoring and compliance with standards in advertising, as well as promoting the development of media education and information literacy. In general, understanding the economic mechanisms of countering disinformation

and their application in the modern information environment can ensure the stability and resistance of the information space to disinformation. However, it is worth remembering that no approach is universal, and the effectiveness of economic mechanisms may depend on many factors, and in particular on market dynamics. Additional research in this direction can be aimed at studying the effectiveness of economic mechanisms in different contexts, interaction with other mechanisms and technological solutions, as well as the impact of misinformation on different social and cultural groups. These studies can make a significant contribution to the development of mechanisms for countering disinformation and stabilizing the media environment in the modern information environment.

**Keywords:** disinformation; economic mechanisms; fact checking; market mechanisms; technologies; media regulation; media literacy.

*Стаття надійшла до редакції 10.05.2023*

УДК 339.9:338.246.88]:001.891  
JEL Classification F29, H56, O20  
DOI 10.33111/ sedu.2023.52.016.037

**Лігоненко Лариса Олександрівна\***  
**Андрійчук Василь Анатолійович\*\***

## **РЕЗИЛЬЄНТНІСТЬ В ЕКОНОМІЧНОМУ КОНТЕКСТІ: АНАЛІЗ СВІТОВИХ ТРЕНДІВ ТА ПЕРСПЕКТИВИ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ**

**Анотація.** У роботі досліджено тренди наукової публікаційної активності за ключовими словами "резильєнтість", "економічна резильєнтість", "організаційна резильєнтість" та "резильєнтість бізнесу". Дослідження проведено за допомогою бібліометричного аналізу на основі даних наукометричної бази SCOPUS та аналізу ключових слів із використанням програмного засобу VOSviewer. Встановлено центри та фахівців, що займаються даною проблематикою. Виявлено найбільш вживані ключові слова, проведена оцінка, візуалізовано взаємозв'язки використаних ключових слів. Охарактеризовано наявні кластери наукових досліджень та оцінено

\* **Лігоненко Лариса Олександрівна** — доктор економічних наук, професор кафедри бізнес-економіки та підприємництва, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана (м. Київ, Україна), ORCID 0000-0001-5597-5487, [Larisa.ligonenko@kneu.edu.ua](mailto:Larisa.ligonenko@kneu.edu.ua)

\*\* **Андрійчук Василь Анатолійович** — аспірант, кафедри бізнес-економіки та підприємництва, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана (м. Київ, Україна), ORCID 0009-0006-8624-9836, [andriyчукvas@gmail.com](mailto:andriyчукvas@gmail.com)