УДК 621.39 DOI: 10.46972/2076-1546.2024.26.02

**І. А. Пількевич, В. С. Савчук, М. М. Павленко, В. В. Лобода**

**АВТОМАТИЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ РОЗПОВСЮДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ**

*Розглянуто процес поширення інформації серед визначеної цільової аудиторії в ході проведення психологічних операцій Командуванням Сил спеціальних операцій Збройних Сил України для підвищення ефективності використання часових ресурсів відповідних посадових осіб у разі розповсюдження матеріалів впливу. Результати проведеного аналізу наявних типів облікових записів, які досліджувалися щодо їхнього призначення та можливостей поширення відповідного контенту, свідчать про те, що вибір конкретного типу облікового запису визначає спосіб публікації та подальший порядок взаємодії з аудиторією.*

*Досліджено ключові аспекти ефективного поширення матеріалів у соціальних мережах, зокрема вибір методів публікації, типів облікових записів та оптимальне налаштування цього процесу. Особливу увагу зосереджено на виборі найбільш придатних груп для досягнення максимального охоплення цільової аудиторії, а також на врахуванні активності та інтересів її учасників. Встановлено, що ефективність матеріалів впливу залежить не лише від їхнього змісту, але й від правильного вибору інструментів і стратегій розповсюдження.*

*На основі проведеного дослідження розроблено алгоритм оптимального розповсюдження інформаційних матеріалів у соціальних мережах для досягнення найбільшого впливу на цільову аудиторію. Передбачається, що розроблення спеціального програмного забезпечення на базі запропонованого алгоритму оптимального поширення матеріалів впливу в соціальних мережах дозволить підвищити ефективність інформаційно-аналітичної діяльності в спеціальних підрозділах за рахунок: визначення переліку каналів впливу для цільової аудиторії, автоматизації процесу розповсюдження матеріалів впливу та оптимізації управління базою акаунтів у соціальних мережах одночасно.*

***Ключові слова:*** *цільова аудиторія; алгоритм розповсюдження інформації; матеріали впливу; інформаційні матеріали.*

**Постановка проблеми в загальному вигляді.** Результати моніторингу інформаційного простору свідчать про те, що соціальні мережі (СМ) є одним із ефективних засобів поширення інформаційних матеріалів (ІМ) серед визначеної цільової аудиторії (ЦА). Це пов’язано з тим, що будь-коли, фактично у форматі онлайн підрозділи, що розповсюджують ІМ, можуть взаємодіяти із ЦА в зручному форматі, а головне – у найсприятливіший час.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Як свідчить сучасний стан розвитку СМ, проблема автоматизованого розповсюдження впливового контенту залишається актуальною. Так, Х. Гац [1] досліджує специфіку формування культурних трендів через інтернет-спільноти, наголошуючи на змінах форматів подання інформації та соціальних комунікацій, а також на їх впливі на саму людину.

Останні наукові дослідження, викладені в роботах [2, 3], зосереджені на аналізі математичних моделей, що описують процес поширення інформації та впливу в СМ, а також на математичному апараті для оцінювання рівня негативного психологічного впливу (ПсВ) в онлайн-медіа. Для цього використовуються графова структура мережі та ітеративний процес розповсюдження. Проте, незважаючи на згадані дослідження, проблема розробки конкретного алгоритму для автоматизації такого процесу залишається досі не вирішеною.

**Формулювання завдання дослідження**. Технології прямої агітації та пропаганди, що домінували кілька десятиліть тому, сьогодні не спрацьовують. На зміну їм прийшли маніпулятивні технології прихованого впливу, які належать до категорії «soft power». Усі вони об’єднані спільним принципом: знаючи типові патерни, стереотипи людського мислення та поведінку, можна вибудовувати комунікацію так, щоб запрограмувати потрібну реакцію об’єкта впливу: як щодо змін у світогляді, так і щодо певної поведінки. Для цього широко застосовують спеціалізоване програмне забезпечення (СПЗ), що дає змогу автоматизувати типові процеси реалізації ПсВ. Його використання дозволить більш результативно протидіяти ПсВ противника та підвищити ефективність власних ІМ. Отже, метою статті є дослідження процесу автоматизації розповсюдження ІМ, що дозволить скоротити майже вдвічі час для планування психологічних акцій (ПсАк) чи дій. Для досягнення окресленої мети необхідно виконати низку взаємопов’язаних завдань:

розглянути питання шодо поширення ІМ впливу в СМ;

розробити алгоритм розповсюдження ІМ у СМ;

провести автоматизацію процесу розповсюдження ІМ у СМ;

визначити вимоги до СПЗ;

удосконалити спосіб визначення довіри до акаунту;

розглянути питання щодо використання конструктора BAS для автоматизації розповсюдження ІМ впливу.

**Виклад основного матеріалу.** Інтернет і телебачення як джерела інформації характеризуються поєднанням візуальних й аудіальних вражень та демонстрацією різноманітних подій у динаміці, що забезпечує ефект глибокого занурення. Унаслідок цього людина може втратити здатність прогнозувати події та навіть свій майбутній стан, що лежить в основі маніпулятивних технологій психологічної війни.

Друковані видання, хоч і менш оперативні, але мають перевагу в аналітичності. Інформація, яка подається в газетах, журналах та листівках, переважно впливає на когнітивні структури тих, хто сприймає, а отже, краще запам’ятовується.

Інформаційна війна, що розгорнулася внаслідок агресії та вторгнення рф в Україну, демонструє актуальність розуміння особливостей впливу СМ на ЦА. Сучасні фахівці з інформаційної війни можуть спілкуватися з широкими верствами населення противника миттєво і безпосередньо, а СМ значно підвищили ефективність докладених зусиль. Це робить інтернет-спільноти надзвичайно ефективним інструментом ведення інформаційної війни. Застосування СМ для проведення психологічних операцій (ПсО) вимагає стратегічної взаємодії з онлайн-аудиторією та раціонального використання наявного часового ресурсу. Постійне збільшення кількості користувачів СМ, а також розвиток (оновлення) алгоритмів просування в них контенту призводить до збільшення витрат часового ресурсу для планування та проведення своїх ПсО чи ПсАк.

Для розповсюдження в СМ ІМ необхідно пройти реєстрацію в системі та створити особистий профіль, що надає можливість здійснювати публікацію, репост і постійно взаємодіяти з іншими учасниками інтернет-спільноти. Адміністрація СМ стежить за дотриманням певних стандартів, зокрема контролює розміщення публікацій, що містять неприйнятний контент.

Розглянемо особливості поширення матеріалів ПсВ у СМ.

1. Вживання емоційно забарвленої оцінної лексики. За допомогою цього прийому будь-яке повідомлення одразу формує ставлення, а отже, і оцінку реципієнта змісту повідомлення. Цей прийом дозволяє оминути захисні бар’єри критичного мислення і діє на рівні підсвідомості. Називаючи певний предмет, особу або групу, ми не просто вимовляємо слова, а висловлюємо ставлення до того, що називаємо, і спонукаємо до певного способу дій.

2. Гра на емоціях. Увівши об’єкт у стан емоційного збудження, легше маніпулювати його психікою та поведінкою, змусити повірити в дезінформаційне повідомлення та спонукати до його розповсюдження, змінити переконання тощо [4].

3. Тролінг (англ. trolling) – розміщення провокаційних повідомлень, щоб спричинити конфлікти між учасниками, образи, протистояння, марнослів’я тощо.

4. Контент соціальних медіа: менше тексту, більше зображень. Наочність (фотографії, рисунки, меми, графіки, короткі відеоролики, піктограми тощо) усе більше стає формою як міжособистісних, так і корпоративних комунікацій. Так, згідно з дослідженнями [5] у Facebook найпривабливішими повідомленнями є фотографії (93%).

5. СМ як джерело інформації, оскільки вони все більше стають платформою для пошуку місцевих, регіональних та міжнародних новин. Згідно зі звітом Global Web Index щодо причин використання соціальних медіа, люди переважно розглядають мережі як джерело контенту, а не як платформи, що потребують активного внеску. Переважно вони використовують СМ для спілкування, отримання новин та інформації щодо останніх подій (41%), для проведення вільного часу (41%). Лише 27% відвідувачів діляться в СМ інформацією про своє повсякденне життя [6].

6. Інформаційне повідомлення має бути лаконічним та наочним.

7. Використання мобільного формату повідомлення.

Досягнення бажаного психологічного ефекту від впливу передбачає вивчення потенційної ЦА, розроблення ІМ впливу у вигляді спеціального контенту, відбір каналів розповсюдження та безпосереднє поширення ІМ. Якість цього процесу визначається ступенем охоплення ЦА, що залежить від:

кількості СМ, обраних для розповсюдження ІМ [7];

кількості груп у цих СМ;

інтенсивності розповсюдження ІМ у відповідних групах СМ.

Розповсюдження ІМ має відбуватися за певним розкладом. Відповідно до нього встановлюється час, коли ЦА використовує СМ як джерело для отримання інформації. Такий підхід дозволяє підвищити ступінь охоплення ЦА та заощадити програмні ресурси. Після розповсюдження ІМ необхідно оцінити ці показники.

Розрахунок ступеня охоплення ЦА матеріалами впливу в СМ можна здійснити за таким виразом:

|  |  |
| --- | --- |
| , | (1) |

де *C* – кількість переглядів ІМ впливу ЦА в СМ;

*m* – кількість осіб з-поміж ЦА (користувачів СМ), які можуть отримати ІМ впливу.

Якщо матеріал впливу набув поширення за рахунок репостів, то значення *m* становить сумарну кількість підписників у групах, у яких опубліковано допис, або друзів, якщо допис розміщений на сторінці користувача СМ.

|  |  |
| --- | --- |
| , | (2) |

де  – назва групи або сторінки СМ, де опубліковано ІМ впливу;

 – кількість підписників на групу (сторінку користувача) СМ;

 – кількість груп СМ, у яких опубліковано ІМ впливу.

Розповсюдження ІМ у СМ може здійснювати лише користувач, який має чинний акаунт (особистий профіль). Загалом функціонал особистого профілю дозволяє публікувати ІМ (пости), репости публікацій інших користувачів, спілкуватися з іншими учасниками СМ, писати коментарі, підписуватися на спільноти (групи, сторінки). Важливо зазначити, що розробка та використання алгоритмів для автоматизованого розповсюдження матеріалів впливу може порушувати правила СМ і призводити до негативних наслідків, включаючи блокування акаунтів та скарги на спам. Отже, враховуючи особливості роботи в СМ, пропонуємо такий алгоритм розповсюдження ІМ у них (рис. 1).

В умовах обмеженого людського ресурсу досягти бажаного ступеня охоплення ЦА ІМ можливо завдяки автоматизації процесу їх розповсюдження, яка дозволяє перенести рутинні завдання щодо публікацій та їх облік у сервіси або програмні додатки. Інструментами автоматизації можуть бути сучасні мови програмування, популярні бібліотеки (фреймворки), програмне забезпечення (конструктори) зі створення послідовності дій користувача (скрипту) в популярних веббраузерах, таких як Google Chrome або Mozilla Firefox.

Автоматизація дій у СМ передбачає виконання СПЗ заздалегідь запрограмованих дій щодо парсингу інформаційних каналів із використанням завчасно створеного профілю «віртуального користувача» [8].

Для розповсюдження ІМ у СМ СПЗ необхідно виконати таку послідовність дій: завантажити розроблений матеріал (текстовий, графічний, відео); обрати цільову аудиторію (окремі користувачі або групи користувачів); опублікувати матеріали або виконати репост раніше опублікованих дописів. Під час парсингу «віртуальний користувач» має постійно відслідковувати появу нової інформації на сторінках груп, на які він підписаний.



*Рис. 1. Алгоритм розповсюдження ІМ впливу в СМ*

Загальна схема роботи СПЗ має вигляд, наведений на рис. 2.



*Рис. 2. Схема роботи СПЗ*

СПЗ має забезпечувати комплекс функцій, спрямованих на ефективне розповсюдження МВ серед визначеної ЦА. Однією з найвагоміших вимог до нього є безкоштовний доступ до усіх функцій та можливостей системи. Проведений аналіз відомих сервісів, що використовуються для автоматизованого розповсюдження ІМ впливу у СМ, дозволяє визначити необхідний перелік вимог до СПЗ взаємодії із СМ [9]:

забезпечення захисту конфіденційності користувачів;

можливість точного аналізу ЦА, СПЗ має надавати можливість деталізованої сегментації аудиторії за необхідними критеріями для виконання поставленого завдання, такими як: вік, стать, інтереси, географічне положення;

ефективна взаємодія з наявними функціями СМ;

забезпечення можливостей планування публікацій в оптимальний час для максимального охоплення визначеної ЦА;

робота з різними профілями користувачів власними або вбудованими засобами веббраузерів із розподілом функцій між користувачами;

підтримка мультимедійного контенту;

реалізація функцій імпорту та експорту інформації з різних типів джерел даних, наприклад: JavaScript Object Notation (JSON), Comma Separated Values (CSV), Excel (XLS), Portable Network Graphics (PNG), EXtensible Markup Language (XML);

підтримка сучасних інтерфейсів взаємодії, зокрема Representational State Transfer (REST) та інтерфейсу прикладного програмування (API);

можливість обробки таких елементів, як текст повідомлення, URL-адреса, хештеги, зображення, файли даних;

кросплатформеність (можливість використання на різних пристроях);

наявність технічної підтримки для вирішення можливих проблем та забезпечення безперебійної роботи системи.

Адміністрація СМ постійно стежить за дотриманням користувачами стандартів спільноти, які стосуються публікацій забороненого контенту. Політика інтернет-спільнот спрямована на те, щоб зміст повідомлень, які публікують користувачі, не мав ознаки дезінформації, насильства, обману та шахрайства, ненормативної лексики, шпигунських та шкідливих програм, провокацій тощо. За невиконання встановлених правил акаунт користувача може бути заблокований. Іншою причиною блокування може бути визначення дій користувача, що кваліфікуються як дії бота.

Використання СПЗ із розповсюдження ІМ зазвичай відбувається за одним і тим самим сценарієм. Вбудовані алгоритми захисту СМ досить швидко визначають такого користувача як бота. У подальшому до акаунту «віртуального користувача» застосовуються штрафні санкції та з часом його блокують.

Підвищення довіри до акаунту «віртуального користувача» СМ, що використовується в інтересах моніторингу інформаційного простору, пропонується здійснити шляхом використання спеціальних скриптів або програмних модулів. Такі скрипти окрім функціональних дій повинні імітувати звичайне поводження «віртуального користувача» у СМ. Для цього його діяльність можна задати у вигляді таких шаблонів поведінки: перегляд інформації, відвідування сторінок знайомих, реакція у вигляді лайків / дизлайків. Зменшити ймовірність блокування акаунту «віртуального користувача» можливо за рахунок використання запропонованих шаблонів поведінки, які виконуються в довільний час, шляхом моделювання різних траєкторій переміщення курсора з використанням механізмів випадкових часових затримок під час введення та імітації дій.

Запропонований спосіб підвищення довіри до акаунту користувача може бути реалізований за допомогою написання відповідних скриптів у конструкторі або під час розробки власних програмних модулів із використанням інструментів роботи у веббраузері типу Selenium. Провідні конструктори разом із візуальним проєктуванням базового алгоритму дій користувача дозволяють використовувати можливості додавання до створеного алгоритму власних частин, написаних на мовах програмування, та реалізують розгалуження на основі вибору або результатах попередніх дій. До таких конструкторів належать програмні продукти типу Browser Automation Studio або Zenno Poster.

Для автоматизації розповсюдження матеріалів впливу пропонуємо використати конструктор Browser Automation Studio, який має широкий функціонал у базовому безкоштовному варіанті. Він дозволяє досить швидко, на відміну від розробки СПЗ, створити модуль, що буде реалізовувати базовий функціонал взаємодії користувача із СМ через веббраузер:

завантаження початкової сторінки спільноти;

застосування профілю користувача веббраузером;

авторизація користувача в мережі;

виконання дій у СМ від імені «віртуального користувача».

Пропонуємо розширити алгоритм базового функціоналу проведенням попереднього аналізу завантаженого коду сторінки СМ для визначення структурних елементів: кнопок та списків. Для аналізу елементів XML-документа використовують мову запитів XPath, за його результатами визначають необхідні для інтерактивної взаємодії елементи. Логіка роботи реалізована за допомогою конструкцій вибору IF-ELSE, циклів FOREACH, списків і регулярних виразів для аналізу рядків, отриманих після попереднього аналізу. Для уникнення блокування введено механізм випадкових часових затримок під час введення та імітації дій користувача за рахунок використання різних траєкторій переміщення курсора.

Розроблений програмний модуль дозволяє забезпечити необхідне значення ступеня охоплення ЦА матеріалами впливу в СМ за рахунок встановлення періодичності публікації у відповідних групах та одночасного залучення максимально можливої кількості каналів розповсюдження.

**Висновки.** Основними результатами проведеного дослідження є скорочення часу, необхідного для планування матриці поширення впливу в ході планування ПсАк (дій), а також автоматизація процесу розповсюдження відповідних матеріалів у СМ. Інструменти СПЗ сприяють зручному визначенню каналів впливу для встановлення ЦА, автоматизації процесу розповсюдження ІМ впливу та оптимізації управління багатьма акаунтами в СМ одночасно.

Зазначено основні завдання для розповсюдження ІМ у СМ, а саме вибір способу публікації, типу облікового запису та відповідного налаштування.

З’ясовано, що ефективність матеріалів впливу визначається не лише самим змістом, але й правильним вибором інструментів та стратегій їх розповсюдження у СМ. На основі цього запропоновано алгоритм оптимального способу розповсюдження ІМ у СМ для досягнення максимального впливу на визначену ЦА, який складається з: підготовки; розроблення бази даних джерел; безпосереднього розповсюдження; оцінювання якості.

Запропоновано метод підвищення довіри до акаунту користувача, реалізований за допомогою написання скриптів у конструкторі або під час розробки власних програмних модулів із використання інструментів.

Виявлено можливості та параметри ефективності використання автоматизованих систем (онлайн-сервісів) управління інформаційними процесами в СМ для вибору того функціоналу, який має бути властивий програмному забезпеченню, що розробляється.

СПЗ дозволяє відповідно до ЦА обрати профіль користувача, що буде розповсюджувачем матеріалів, та автоматично здійснити поширення ІМ визначеними каналами з можливістю зазначення часу публікації матеріалу впливу, що, у свою чергу, дозволяє підвищити живучість використовуваного профіля.

Перспектива подальших досліджень має бути спрямована на розширення функціоналу СПЗ із можливістю розповсюдження ІМ у ширшому спектрі СМ.

**СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ**

1. Гац Х. Формування культурних трендів через інтернет-спільноти // Медіакритика. URL: <https://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analityka/formuvannya-kulturnykh-trendiv-cherez-internet-spilnoty.html> (дата звернення: 22.01.2024).

2. Улічев О. С. Maтeмaтичнa модeль поширeння iнформaцiйно-псиxологiчниx впливiв у сeгмeнтi соцiaльної мeрeжi // Зб. наук. праць. Кіровоград : КНТУ, 2018. № 31 С. 165–174. <https://doi.org>/[10.32515/2409-9392.2018.31.165-174](http://dx.doi.org/10.32515/2409-9392.2018.31.165-174)

3. Methodology of Monitoring Negative Psychological Influences in Online Media / T. Vakaliuk, I. Pilkevych, D. Fedorchuk et. al. // Educational Technology Quarterly. 2022. Vol. 2. <https://doi.org/10.55056/etq.1>

4. 5 Ways Businesses Are Using Visual Storytelling on Facebook. URL: <http://www.socialmediaexaminer.com/visual-storytelling-on-facebook> (last accessed: 01.09.2023).

5. Top 10 Reasons for Using Social Media. URL: <http://www.globalwebindex.net/blog/top-10-reasons-for-using-social-media> (last accessed: 01.09.2023).

6. Найпопулярніші соціальні мережі у світі станом на січень 2022. URL: <https://marketer.ua/ua/the-most-popular-social-networks-in-the-world-as-of-january-2022> (дата звернення: 10.09.2023).

7. Міхєєв Ю. І. Автоматизація процесу відслідковування динаміки поширення деструктивного інформаційно-психологічного впливу в мережі Інтернет // Стратегічні пріоритети інформаційної безпеки держави у сфері оборони в умовах воєнного стану : зб. матеріалів ІІ міжвідомчої наук.-практич. конф. (29.11.2022). Київ : НУОУ, 2022. С. 47–49.

8. Al-Qurishi M., Al-Rakhami M., AlRubaian M., Alamri A., & Al-Hougbany M. Online Social Network Management Systems: State of the Art // Procedia Computer Science. 2015. № 73. Р. 474-481. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2015.12.032>

Стаття надійшла до редакції 10.04.2024.

**REFERENCES**

1. Hats, Kh. (n.d.). Formuvannia kulturnykh trendiv cherez internet-spilnoty [Formation of Cultural Trends Through Internet Communities]. *Mediakrytyka [Mediacriticism].* Retrived from <https://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analityka/formuvannya-kulturnykh-trendiv-cherez-internet-spilnoty.html> [in Ukrainian].

2. Ulichev, O. S. (2018). Matematychna model poshyrennia informatsiino-psyxolohichnyx vplyviv u sehmenti sotsialnoi merezhi [Mathematical Model for the Spread of Informational and Psychological Influences in a Segment of a Social Network]. *Zb. nauk. prats [Collection of scientific works], № 31,* 165–174. Kirovohrad. <https://doi.org/10.32515/2409-9392.2018.31.165-174> [in Ukrainian].

3. Vakaliuk, T., Pilkevych, I., & Fedorchuk, D. et. al. (2022). Methodology of Monitoring Negative Psychological Influences in Online Media. *Educational Technology Quarterly, Vol. 2.* <https://doi.org/10.55056/etq.1>

4. *5 Ways Businesses Are Using Visual Story telling on Facebook.* Retrived from <http://www.socialmediaexaminer.com/visual-storytelling-on-facebook>

5. *Top 10 Reasons for Using Social Media.* Retrived from <http://www.globalwebindex.net/blog/top-10-reasons-for-using-social-media>

6. *Naipopuliarnishi sotsialni merezhi u sviti stanom na sichen 2022 [The Most Popular Social Networks in the World as of January 2022].* Retrived from <https://marketer.ua/ua/the-most-popular-social-networks-in-the-world-as-of-january-2022> [in Ukrainian].

7. Mikhieiev, Yu. I. (2022). Avtomatyzatsiia protsesu vidslidkovuvannia dynamiky poshyrennia destruktyvnoho informatsiino-psykholohichnoho vplyvu v merezhi Internet [Automation of the Process of Monitoring the Dynamics of the Spread of Destructive Informational and Psychological Influence in the Internet]. In *Stratehichni priorytety informatsiinoi bezpeky derzhavy u sferi oborony v umovakh voiennoho stanu: zb. materialiv II mizhvidomchoi nauk.-praktych. konf. [Strategic Priorities of the Information Security of the State in the Field of Defense in the Conditions of Martial Law: coll. materials of the II interdepartmental scientific-practical conference].* Kyiv, November 29, 2022. (pp.  47–49). Kyiv: NUDU [in Ukrainian].

8. Al-Qurishi, M., Al-Rakhami, M., AlRubaian, M., Alamri, A., & Al-Hougbany, M. (2015). Online Social Network Management Systems: State of the Art. *Procedia Computer Science, № 73,* 474–481. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2015.12.032>

**I. А. Pilkevich, V. S. Savchuk, M. M. Pavlenko, V. V. Loboda**

**AUTOMATION OF INFORMATION MATERIALS DISTRIBUTION IN SOCIAL NETWORKS**

*In order consider the process of distributing information materials among a specific target audience in the course of conducting psychological operations by Joint Special Operations Command of the Armed Forces of Ukraine to increase efficiency in using time resources by relevant officials in case information materials are distributed. Results of analysis of available types or accounts, considered in view on their purpose and possibilities to distribute influence materials, show that the choice in favour of a particular type an account determines the method a publication is made and the further procedure for interacting with the audience.*

*This article examines the key aspects related to effective dissemination on social media, including choosing methods of publication, types of accounts, and optimal settings for the dissemination process. Particular attention is focused on finding the most suitable groups to achieve maximum coverage by the target audience, as well as on taking into account activity and interests of its members. It is established that successful dissemination the influence materials depends not only on their content, but also on the right choice of tools and strategies for dissemination.*

*On basis of the carried out research, an algorithm for optimal dissemination information materials in social networks has been developed to achieve greatest impact on target audience. It is assumed that development a special software based on proposed algorithm for optimal distribution of influence materials in social networks will increase efficiency of information and analytical activities in special units by: determining a list of influence channels for target audience, automating the processes of distribution an influence materials and optimizing management of the database of accounts in social networks simultaneously.*

***Keywords:*** *target audience; algorithm of information dissemination; materials of influence; information materials.*