

АКАДЕМІЯ УКРАЇНСЬКОЇ ПРЕСИ

Оксана РУДЬ

ІНФОРМАЦІЙНА ГІГІЄНА І МЕДІАОСВІТА: ЩО НОВОГО В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ

Навчально-методичний посібник



Рудь О. В.

Інформаційна гігієна та медіаосвіта: що нового в умовах воєнного часу. Навчально-методичний посібник / за редакцією Волошенюк О. В., Іванова В. Ф., Євтушенко Р. І. — Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2023. — 44 с.

ISBN 978-617-7370-52-8

Посібник розрахований на викладачів обласних інститутів післядипломної педагогічної освіти, історії і громадянської освіти, які прагнуть засвоїти додаткові можливості для практичної роботи з формування медіаграмотності в пошукачів освіти, за умов інформаційно-ідеологічного протистояння. Запропоновані матеріали та практичні вправи розвиватимуть критичне та системне мислення, здатність логічно обґрунтовувати власну позицію та конструктивно доносити інформацію; вміння розрізняти джерела інформації; здатність якісної комунікації, пошуку та оцінювання альтернативної інформації, декодування дезінформації та пропаганди.



Виготовлення цього посібника стало можливим завдяки фінансовій підтримці Агентства США з міжнародного розвитку (USAID), що була надана через проєкт «Медійна програма в Україні», який виконує міжнародна організація Internews. Ця програма зміцнює українські медіа та розширює доступ до якісної інформації. Зміст матеріалів є виключно відповідальністю громадської організації «Академія української преси» та не обов'язково відображає точку зору USAID, уряду США та Internews.

ISBN 978-617-7370-52-8

© Рудь Оксана, 2023

© Академія української преси, 2023

© Центр вільної преси, 2023

Зміст

Вступ	5
Заняття 1. Медіаграмотність як інструмент протидії інформаційній агресії РФ в умовах війни.	6
Заняття 2. Руйнуємо російську пропаганду: ІПСО про «непереможного дона» Кадірова	15
Заняття 3. Медіаспоживання в умовах екзистенційної війни ХХІ сторіччя	27
Заняття 4. Медіаосвіта та інформаційна гігієна як щеплення проти токсичного контенту російської пропаганди	34
Відомості про авторку	42

ПЕРЕЛІК КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ, ЩО ВДОСКОНАЛЮВАТИМУТЬСЯ/ НАБУВАТИМУТЬСЯ В ПРОЦЕСІ ОПРАЦЮВАННЯ НАВЧАЛЬНОГО КУРСУ

Вступ

Загальні: знання та розуміння сучасних тенденцій розвитку медіаінформаційної грамотності; критичне та системне мислення; здатність логічно обґрунтовувати власну позицію та конструктивно доносити інформацію; вміння розрізняти джерела інформації; здатність якісної комунікації, пошуку та оцінювання альтернативної інформації.

Фахові: професійно-педагогічна, громадянська, мовно-літературна, інформаційно-комунікаційна, інноваційно-дослідницька, цифрова, компетентності з інформального та професійно-особистісного розвитку, володіння актуальними знаннями в умовах реформ і соціальних трансформацій.

Концепт: *В умовах інформаційної війни, як невіддільного складника російської гібридної агресії проти України, нагальною вимогою стає забезпечення інформаційної безпеки держави. Демократичні принципи інтегрування різнорідних поглядів, полікультурності в єдиній концепції, яка б комплексно описувала всі напрями забезпечення інформаційної безпеки, встановлювала взаємозв'язки між об'єктами та суб'єктами інформаційної безпеки та визначала відповідні механізми запобігання/нейтралізації загроз.*

У Доктрині інформаційної безпеки України зазначено: «...інформаційна політика спрямована, першочергово, на посилення ролі громадянина України як суб'єкта забезпечення інформаційної безпеки, шляхом свідомої реалізації ним своїх громадянських прав і обов'язків, через обізнаність щодо загрози в інформаційному просторі та активне ставлення до сприйняття будь-яких відомостей, що розповсюджуються в інформаційному просторі...».

МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОТИДІЇ ІНФОРМАЦІЙНІЙ АГРЕСІЇ РФ В УМОВАХ ВІЙНИ

Лекція 1

Мета. Вивчення інструментарію російської пропаганди в контексті терміна «інформаційна війна»; формування вміння захищатися від потенційно шкідливої інформації; посилення ролі громадянина України як суб'єкта забезпечення інформаційної безпеки через реалізацію ним своїх громадянських прав і обов'язків.

Очікувані результати. Розбудова навичок інформаційної гігієни: критичний аналіз медіамеседжів, уміння розрізняти факти та їх інтерпретації, спроби маніпулювання даними, залучення різноманітних ресурсів і критеріїв оцінювання якості доказів, надійності джерел і вірогідності інформації; протидія інформаційній агресії Росії.

Теоретичний складник (на допомогу педагогові в роботі з учнями):

Сьогодні інформаційний простір відіграє дедалі значущішу роль у формуванні світоглядних орієнтирів і базових принципів особистості. Громадяни віртуально взаємодіють, процеси онлайн-соціалізації впливають на формування ціннісно-сенсових моделей, відтворення і конструювання картини світу. Однак інформаційні потоки здатні відігравати й деструктивну роль, підривати соціально-психологічну стійкість через створення і просування в масову свідомість наративів, які підважують вітчизняну культурну традицію, її ідеали і цінності.

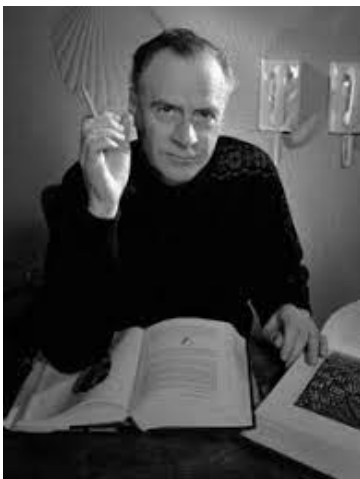
В інформаційному суспільстві власний світогляд, ставлення до подій особистість вибудовує не тільки через оперття на факти, а й з огляду на ту візію їх, яку презентують у масмедіа. А останні залучають новітні технології, цифрові пристрої не лише для відтворення реальності, а й для конструювання меседжів та дезінформації. Саме масмедіа формують нашу дійсність, оснащуючи інформацією про те, про що ми ніколи не зможемо дізнатися безпосередньо. Від того, якою мірою вірогідною буде ця інформація, залежить і наша картина світу, і наші подальші дії в цьому світі, і ті рішення, які ми ухвалюватимемо.

Інфодемія — інформаційні потоки, що характеризуються великим обсягом та значною швидкістю, практично не залишають шансу для перевірки їх на вірогідність. Завдяки надмірній кількості інформації, що оточує сучасну людину, формується звичка до пришвидшеного та фрагментарного сприйняття медіатекстів. Реальність спотворюється на стадії створення і передавання інформаційного повідомлення. У XXI столітті інтерактивні медіа перетворили нас у творців-генераторів медіатекстів, а українське сьогодення акцентує ще й на відповідальному споживанні, створенні та поширенні контенту.

Інформаційна гігієна, інструменти медіаосвіти формують навичку критично опрацьовувати контент, виявляти приховані сенси та руйнувати фейки. Медіаграмотність дає змогу «відфільтровувати» корисну й перевірену інформацію в потоці численних повідомлень, новин, забезпечувати конструктивний дискурс тощо. Надважлива є розбудова медіаінформаційної компетентності громадян нині, в умовах воєнного стану. Новітня історія, щоденні події та їх відображення в медіа переконують, що інформаційна війна — важливий складник великої війни, а медіаосвіта і медіаграмотність, які формують стійкість до дезінформації, — це питання національної безпеки країни.

Канадський філософ, філолог, дослідник впливу медіа Герберт Маршалл Маклюєн висловив тезу: «Істинно **тотальна** війна — це війна за допомогою інформації» [1]. Інформаційна війна безперервно супроводжує «прямий військовий контакт» і безпосередньо впливає на його результат.

Масштабні інформаційні технології дістали назву інформаційних воєн і мають тисячолітню історію. Є згадки, що ще китайський полководець Сунь-дзи в праці «Мистецтво війни» вважав **переможною ту війну, яка активно застосовує інформаційні пастки і чутки**. Інформаційна зброя прийшла до нас не з часом приходу



інформаційного суспільства, а з давньої історії: використовувалися різні методи приховування інформації: подавання її частково, у певному ракурсі, оманливі чутки, перебільшення наслідків. Офіційно термін «інформаційна війна» почали використовувати після проведення операції «Буря в пустелі» 1991 р. в Іраку, у ході якої інформаційні технології вперше були використані як засіб ведення бойових дій [2].

Супротивні сторони інформацію можуть використовувати як засіб захисту чи нападу, — залежить це від потужності ресурсів і поширення пропаганди.

Основна мета **інформаційної війни** — маніпулювання свідомістю суспільства, прагнення викликати дії противника, що суперечили б його інтересам.

Розвиток інтернету, здатність медіа не тільки відтворювати реальність, а й конструювати її, відкриває ще більші можливості для впливу на народи, на владу, на маніпулювання свідомістю і поведінкою людей.

Інформаційна війна Росії проти України (ворожі меседжі, наративи) випередила фізичне вторгнення агресора на територію нашої країни. Окупації наших територій танками і російськими військовими передувала окупація мізків українців російськими серіалами на телевізійних екранах, російськими наративами в медіаполі, російською псевдоісторією в книжках і пабліках.

Як і прагнення імперських тоталітарних режимів впокорювати, інформаційна війна в Росії має давню традицію. Офіційно вона була започаткована викладанням у Військовому інституті іноземних мов теорії «спеціальної пропаганди», яку вперше вивчали як окремий предмет у 1942 році. Як стверджує російський вчений Олександр Панарін: «Холодна війна не закінчилася, бо боротьба між політичними елітами Заходу та Росії не закінчилася в 1991 році, а інформаційна війна XXI століття — головний інструмент сучасної світової політики та головний шлях до досягнення політичної та економічної сили» [3]. У працях Панарін фокусує увагу на основних інструментах інформаційної боротьби, які він поділяє на категорії таємних і відкритих.

До них належать:

- ▶ пропаганда (чорна, сіра і біла),
- ▶ розвідка (служба, яка збирає інформацію про опонента), аналітичний складник (моніторинг медіа та аналіз поточної ситуації), організаційний складник (секретні агенти, що впливають на масмедіа) [4].

Усе те, що відбувається тепер в українській політиці та в українському суспільстві загалом, — наслідок спланованої, жорстокої та холоднокрівної інформаційної війни з боку Російської Федерації.

Ще до повномасштабного вторгнення Росії в Україну інформаційний простір України зазнавав атак Кремля. Певні телеканали й сайти просували кремлівський вектор розвитку, ідеї «руського міра» трансливали пропагандистські відео, готуючи агресорові «комфортні» умови вторгнення. Мітологізація історії та пропаганда скористалися демократичними принципами відкритого суспільства й розвитком технологій, щоб дезінформувати українців і перетворитися в небезпечну зброю. Росія за допомогою своїх агентів впливу тривалий час намагається створити і нав'язати таку реальність для українців, де не важливо, якою мовою ти розмовляєш, де нівелюється національна пам'ять та демонізується Європейський Союз, колективний Захід. Отже, ми живемо в час, коли інформація ворожої пропаганди вбиває нашу ідентичність, культуру, історію та національну пам'ять. На тимчасово окупованих українських територіях насамперед зникав доступ до українських медіа, усюди масово поширюються новини російського телебачення, а в школах забороняють вивчати історію України, українську мову та літературу.

«Неспровокована війна, яку путінська Росія розв'язала проти України, змінила хід європейської та світової історії, і її наслідки визначатимуть європейську політику на наступні роки та десятиліття» [5]. Саме так окреслив ситуацію в Україні під час виступу на пленарному засіданні Європейського парламенту в Страсбурзі високий представник ЄС Жозеп Боррель. Саме так оцінює сьогодишню реальність держава Україна і її міжнародні партнери.

24 лютого 2022 року відбувся відкритий воєнний напад Росії на Україну. У юридичних документах російське вторгнення в Україну 2022 року розглядається як агресивна війна Росії проти України. Вторгнення — продовження російсько-української війни, розв'язаної Росією 2014 року, участь у якій вона постійно заперечувала.

Очевидно, що однією з причин російської агресії стала деградація російського суспільства та політичного класу цієї країни, вважає Представник України при ЄС Всеволод Ченцов. «Ми боремося не просто з наративами Кремля чи російських пропагандистів, а з глибоко вкоріненою помилковою концепцією Росії та її ролі у світовій політиці», — зауважив дипломат. Він визнав, що для боротьби з цією складною проблемою необхідно мобілізувати всі можливі ресурси, щоб не тільки реагувати на російську дезінформацію, а займати активну позицію. А виконавчий директор Центру імені Вільфреда Мартенса Томі Гатанен зазначив: «Те, що робить Росія, — це орвеллівські твердження, згідно з якими мир — це війна... У російських наративах реальний стан речей так спотворено, що навіть важко зрозуміти, з чого почати їх спростовувати. Візьмімо для прикладу твердження Росії про її легітимні безпекові інтереси. Хибність цього судження для нас така очевидна, що не ясно, якого викриття воно потребує» [6].

Від початку повномасштабної війни Росія докладает максимум зусиль, аби зруйнувати нашу єдність в середині країни і дискредитувати українців в очах світової спільноти. Рупори Кремля і їхні посіпаки надзусилля спрямовують на створення пропагандистських відео, фейкових повідомлень, інтегрування в український інформаційний простір анонімних телеграмканалів, ботів, створення інформаційних коконів для поширення проросійських наративів. Проблема російської пропаганди виходить за межі поширення фейкових новин. Перевірка медіатекстів і спростування фейків — важливий чинник боротьби з інформаційною зброєю, проте ідеологи Кремля не обмежуються продукуванням брехливих вкидів, вони використовують специфічний дискурс, що має яскраво виражене напівмілітаристичне забарвлення та спрямований на досягнення перемоги у війні будь-якими засобами і за будь-яку ціну. Нашу свідомість (як індивідуальну, так і масову) атакують. Під час війни внутрішні та зовнішні маніпулятори роблять усе можливе, щоб скористатися тим, що ця війна принесла українцям, — страхом, злістю, ненавистю, відчаєм людей, лише з однією метою — донести ворожі меседжі та викликати дії на користь агресора.

Розбудова медіаграмотності в умовах воєнного стану — це про інструментарій перемоги у війні на інформаційному фронті, війні за сенси і переконання. Про те, як протидіяти «окупації мізків» людей ворожою ідеологією.

Центр протидії дезінформації при Раді національної безпеки і оборони України трактує [7]:

«Інформаційна війна (англ. information warfare) — викладення інформації у спосіб, який формує в суспільстві чи групі людей потрібну точку зору, громадську думку, хід взаємодоповнюючих логічних думок, вичерпну систему поглядів щодо окремих питань на користь організатора інформаційної пропаганди».

Як наслідок, відбувається усвідомлення окремих фактів чи подій у потрібному для маніпулятора світлі, формування потрібного світогляду чи життєвої позиції стосовно питань, у яких раніше були суперечності чи нерозуміння. Якщо нема суперечностей і сталої системи поглядів завданням інформаційної війни стає породження сумнівів, насіння суперечностей та домислів в наявні переконання, наповнення потрібною, надзвичайно легкою для засвоєння та логічною, на перший погляд, інформацією. Відповідно, зі зростанням обізнаності зменшується вразливість. У такому разі

інформаційна війна потребує складнішого підходу до породження сумнівів, використовує численні техніки перекручування інформації, наприклад подання неправди з логічними доказами правдивості цих фактів, сфальсифікованими дослідженнями та псевдоаргументами, у які жертва гіпотетично має повірити і прийняти їх як свої переконання.

Для мінімізації критичного ставлення до нових фактів обов'язкова умова для початку інформаційної війни — встановлення довіри до альтернативного джерела інформації, подання його як авторитетного, науково підтвердженого тощо.

Медіаосвіта конкретизує розуміння понятійного апарату «інформаційна війна» і навчає відмінностей:

- ▶ не плутати з кібервійною — війною за домінування в кіберпросторі;
- ▶ з психологічною війною — війною за психологічне домінування;
- ▶ мережевою війною — війною з використанням мережевих технологій.

Головне завдання інформаційних воєн полягає в маніпулюванні масами. Мета такої маніпуляції найчастіше полягає у:

- ▶ внесенні в суспільну та індивідуальну свідомість ворожих, шкідливих ідей та поглядів;
- ▶ дезорієнтації та дезінформації мас;
- ▶ послабленні певних переконань, підвалин;
- ▶ залякуванні свого народу образом ворога;
- ▶ залякуванні супротивника своєю могутністю.

Тотальна інформаційна війна має комплексний і багатоаспектний характер. Основні напрями та способи інформаційної війни Росії проти України:

- ▶ поступове зниження міжнародного іміджу України з метою послаблення її геополітичного значення;
- ▶ відповідне дозування та спотворення інформації з метою дестабілізації ситуації в державі та впровадження власної політики «керованого хаосу»;
- ▶ формування стереотипу меншовартості та вторинності українців, а також відповідне руйнування почуття нації та народу;
- ▶ домінування російської мови, культури та традицій для утвердження самоідентифікації за одночасного витіснення української мови й культури.

Сучасний світ та цифрові технології, які мали ознаменувати нову сторінку в історії еволюції людської цивілізації, на жаль, дали поштовх і формуванню небезпечних явищ, одне з яких — **«інформаційний тероризм»** як складник інформаційної війни. Центр протидії дезінформації, об'єднавши зусилля з Радою національної безпеки і оборони України та міжнародними партнерами, виступає з ініціативою вивчення цього явища в міжнародній практиці й пропонує детально розглянути цей деструктивний феномен.

Інформаційний тероризм — це насильницький та скоординований вплив, наповнений дезінформацією, різного роду маніпуляціями та має на меті ввести суспільство в стан інфотерору — перманентного пригнічення, паніки, дезорієнтації.

Російська пропаганда діє диверсифіковано та глибоко. Емоційно вразливий споживач контенту стає інструментом ворога, який прагне поразки України. Пропаганда намагається створити власний порядок денний, змусити нас діяти ірраціонально. Отже, прагнучи перемоги України у війні, ми щоразу фокусуємо увагу на двох її виявах: реальному — це війна на фронті, військові дії, ракетні удари, артилерійські

обстріли та віртуальному — інформаційний вплив на різні типи аудиторії, конструювання певної картини поширення альтернативних версій і створення інформаційного хаосу, спрямування на дискредитацію ЗСУ, влади, волонтерів, військових та медіа, розпалювання ворожнечі й деморалізацію суспільства.

Підтримуючи Збройні сили України в героїчній та надважкій справі визволення тимчасово окупованих територій, водночас формуємо антидот для інформаційної війни — комплекс заходів під узагальненою назвою **інформаційна гігієна**, що розкриває принципи боротьби з інформаційною агресією, пояснює механізми впливу та пропаганди, навчає складних алгоритмів перевірки джерел інформації, виявлення фальшивих новин з акцентуванням уваги на можливому перекручуванні окремих фактів супротивником.

Як навчають медіаексперти, існують закономірності — повторювані наративи і меседжі, критерії, за якими можна класифікувати пропагандистські меседжі та вирізняти їх з-поміж інформаційного шуму і, спростувавши, зберігати емоційну та психологічну стійкість, а також уникати деструктивного впливу.

Використовуючи напрацьований медіаекспертами інструментарій медіаграмотності — критичний аналіз, декодування і верифікацію медіатекстів, засновниця ініціативи з інформаційної гігієни «Як не стати овочем» Оксана Мороз виокремлює «Сім заповідей російської пропаганди в період війни».



Знайти тріщину в суспільстві. Пошук соціальних, економічних, расових, демографічних та будь-яких інших джерел розбіжностей у суспільстві. Витончена інформаційна зброя — сформувані або ж загострити в суспільстві протилежні позиції, знайти людей, які поділяють ті чи інші упередження, та загострювати ідейне протистояння до формування ненависті одне до одного. Маніпулюючи історичною пам'яттю чи, наприклад, спекулюючи мовним питанням, використовуючи схему «свій-чужий», російська пропаганда створила умови для конфлікту на етнічному ґрунті.

Для поширення розколу суспільних настроїв в інфопросторі є безліч інструментів: телеграм, іноземні проплачені росіянами псевдоексперти і «лідери думок»; пропагандистські медіа і «харошіє русські блогери»; інсайтери, ІПСО...

Створити зухвалу брехню. Фейк має бути таким приголомшливим, щоб ніхто й повірити не міг, що таке взагалі можна було б вигадати. Коли люди в нього повірять, наслідки будуть згубні. Міти країни-агресора дедалі нав'язливіше з'являються в публіках і спрямовані створити іншу інформаційну реальність та змусити маси повірити в неї; маніпулюють громадською думкою і політичною орієнтацією населення держави з метою створення політичного напруження та стану, близького до хаосу.

Додати трохи правди. Поєднання правди з брехнею. Наприклад, факт поєднаний з його довільною інтерпретацією або суб'єктивними висновками.

«Ховати руки». Перекладати відповідальність на іншу сторону конфлікту або створити псевдоукраїнські сторінки в соцмережах і ЗМІ-обманки. Бажаючи виграти інформаційну війну, російські дезінформатори створюють псевдоукраїнські сторінки приватних осіб і в соцмережах та використовують реальних проросійських активістів і політиків для ретрансляції своїх маніпуляцій. Пізніше долучають ботоферми, які масово поширюють створену брехню, приховавши авторство.

Залучати «корисних ідіотів». «Корисні ідіоти» — це ті, хто бездумно сприймає кремлівські меседжі й просуває їх серед цільової аудиторії. Словник «Коллінз» трактує цей термін як будь-яку особу, якою можна маніпулювати з політичною метою. Термін у нашому випадку застосовують до людей з України, які підтримують ідею «російського міра». Окрім того, Росія, прикриваючи власну агресивну політику, використовує інформаційні технології для дестабілізації ситуації в середині інших країн шляхом створення проросійських груп.

Заперечувати все. «Нас там нет...» — історія «зелених чоловічків» і ще тисячі прикладів, що не потребують коментування, але сіють сумніви у винуватості сторін військового конфлікту.

Грати в довгу. Росія прагне вести довгі кампанії з дезінформації та вкладати величезні ресурси протягом багатьох років. Розбудована система може довго не давати очевидних переваг, ми ніби й не помічаємо миттєвих наслідків. Проте вона працює за принципом накопичення.

Пропагандисти агресора фейковим інформаційним бомбардуванням реалізують політику Кремля в питанні деморалізації українського суспільства та досягненні завойовницьких амбіцій агресора на інформаційному фронті.

Один красномовний факт. У середині серпня на базі захопленого Херсонського державного університету окупанти відкрили «медіашколу», де розпочали готувати працівників для підконтрольних окупантам пропагандистських медіа. Служба безпеки України повідомляє, що «медіашколу» очолив Олександр Малькевич — генеральний директор каналу «Санкт-Петербург», який у серпні перебував на Херсонщині та активно веде свій пропагандистський телеграм-канал. Регіональний представник Інституту масової інформації Сергій Никитенко стверджує, що місцеві журналісти не погодилися співпрацювати з окупантами, тому московити завезли рашистських агітаторів та оголосили набір колаборантів [8]. Відомо і про завезення вчителів з Росії, і про освітній процес на тимчасово окупованих територіях України за російськими програмами, і про нав'язування псевдоісторії Росії та її мітологізації. Можна нагадати ще чимало прикладів, як ворог сьогодні намагається взяти в полон думки і настрої українців інформаційним тероризмом.

Щоб вижити в цій війні, зберегти національну спадщину й усвідомлення власної ідентичності, національної самобутності народу, не потрапити в інформаційні пастки рашизму, які спровокують дії на користь ворога, надважливо в цей складний історичний період формувати навички безпечної взаємодії із сучасною системою масмедіа та медіагігієну.

Першочергово, зважаючи на унеможливлення якісної перевірки інформації в умовах війни, фокусуємо увагу на роботі з офіційними джерелами та медіа «білого списку» рейтингу Інституту масової інформації (ІМІ) — загальноукраїнськими онлайн-медіа, які набрали найбільше балів за результатами оцінювання дотримання професійних стандартів та мали найнижчі показники маніпуляції, джінси, фейків.

Актуалізуємо питання відповідальності за поширення інформації в період воєнного стану.

Правило «інформаційної тиші» для певної тематики контенту. Центр протидії дезінформації звертається до цивільного населення, журналістів і лідерів громадської думки: «Ми воюємо проти підступного ворога, що ретельно фільтрує наше інформаційне поле з надією отримати інформацію, яка допоможе йому під час бойових дій. Тому, перед тим як щось публікувати, просимо зважити всі ризики, щоб не стати інструментом, який допомагає ворогу отримати візуальне підтвердження ураження цілей чи здійснити їх дорозвідку».

Дотримуймося правил оприлюднення інформації:

- ▶ Не транслюйте переміщення військової техніки.
- ▶ Не знімайте місця обстрілів та роботу ППО.
- ▶ Очікуйте на офіційні коментарі військового командування.
- ▶ Ретельно перевіряйте інформацію в офіційних джерелах.

Використовуємо діяльнісний підхід — інструментами медіаграмотності (дотримання вимог журналістських стандартів, інформаційних жанрів, аналіз експертної оцінки події в інформаційному повідомленні; фактчекінг та верифікація тощо) виявляємо і знешкоджуємо інформаційну зброю рупорів Кремля. Вчимося і навчаємо, досліджуючи інформаційний простір,



спростовувати брехню та маніпулятивність контенту, руйнувати пропаганду рашистських стереотипів, що поширюються на аудиторію.

Практикозорієнтований підхід у роботі з інформацією передбачає потребу врешті «перестрибнути» з рівня розповіді, що таке медіаграмотність і чому вона важлива, до безпосередньої верифікації медіатекстів, що водночас містить потужний аксіологічний компонент. Навичка самостійно виявляти сконструйовану в медіа «реальність», ілюзію, формує усвідомлене сприйняття події та здатність планувати раціональні дії, розуміння сутності процесів, мети застосованих маніпулятивних технологій і спекуляцій. Дотримання стандартів Бі-Бі-Сі, що були предметом опрацювання в медіаосвітніх проєктах, — **точність, вірогідність, повнота, оперативність, баланс думок, відокремлення фактів від коментарів** — рятує від інформаційних пасток, а в час війни рятує життя.

Якщо спроектувати медіакомпетентність на професійну діяльність педагогічного працівника, то, працюючи з молодим поколінням, учитель покликаний зазирати в майбутнє. З погляду сьогодення для нас це, безперечно, прагнення переможного миру, завершення цієї жорстокої війни і повернення тимчасово окупованих територій. Героїчна деокупація Збройними силами Харківщини, просування Херсонщиною реалізовує наше прагнення до повернення України в межі міжнародно визнаних кордонів 1991 року. Та, попри щоденний подвиг ЗСУ, ми розуміємо, що перемога буде здобута ціною неймовірних зусиль і, на жаль, непоправних втрат життів наших захисників... Водночас українське громадянське суспільство має здобути перемогу у війні інформаційній, здолавши паростки інформаційної агресії рашистів, повернути світогляд українців, які перебувають під тимчасовою окупацією, до історичних реалій. Тривалий час окупації, а на частині території Донецької і Луганської областей, Криму — понад 8 років, українці зазнавали не тільки фізичних страждань, а й інформаційного бомбардування російською пропагандою, ворожими наративами та дезінформацією і були майже повністю ізольовані від українського інформаційного простору.

Ворожі пропагандисти не припиняють війни за мізки наших громадян, доки українці, зодягнувши бронезилет критичного мислення, не переможуть в інформаційній війні. Демократичні процеси потребують захисту від невігластва, а світоглядні принципи — захисту від маніпуляції і пропаганди. Впевнена, демократичний світ вимагатиме визнання пропагандистів країни-агресора воєнними злочинцями. Ці злочини дістануть правову оцінку, а їхні реалізатори — справедливі вирoki, як це було в ніч 16 жовтня 1946 року.

Нюрнберг. Десятьох людей підводять до шибениці. Це — вершки Третього Райху. Їх засудив міжнародний трибунал, засудив до найвищої міри покарання. Серед засуджених до смерті, крім безпосередніх учасників нацистського терору, був Юліус Штрайхер, редактор і видавець газети «Штурмовик» (Der Stürmer). Як писали архівісти, за своє життя він не вбив жодної людини... І все ж його визнали винним у смертях мільйонів.

51-річного журналіста єдиного судили не за воєнні злочини, а тільки за пропаганду геноциду, за публікації людиноненавистницьких статей, повних брехні та наклепів. Так найгучніший судовий процес в історії людства поставив знак рівності між насильниками, військовими злочинцями, чиї руки вкрила кров мільйонів невинних жертв, та «мирним» працівником ЗМІ, на руках якого були чорнило та пил бібліотечних газет. За своє життя Штрайхер зумів вкласти в голови мільйонів німців страшну пропагандистську формулу ненависті, ціна якої — смерті шести мільйонів євреїв і катування мільйонів тих, хто, попри все зло і жорстокість, вижив. На всіх перших шпальтах своїх публікацій він розміщував фразу «Die Juden sind unser Unglück» («Євреї наше нещастя») у формі гасла [9].

Підсумовування. Дослідження проблеми інформаційної безпеки України як складника національної безпеки дає змогу розуміти потенційні загрози та шляхи запобігання їм. Інформаційна війна — важливий чинник Російсько-української війни і безперервно та безпосередньо впливає на її перебіг. Протидіяти інформаційним впливам необхідно на двох рівнях: державному та особистісному. Україна може використати досвід ЄС у протидії інформаційній війні.

У листопаді 2016 року Європейський парламент ухвалив Резолюцію «Стратегічні комунікації Європейського Союзу як протидія пропаганді третіх сторін» (EU strategic communication to counteract propaganda against it by third parties). Ключовими можна вважати такі пункти цієї резолюції [10]:

У пункті 2 стратегічні комунікації та інформаційна війна визнаються не тільки зовнішнім аспектом ЄС, але й внутрішнім.

У пункті 3 дезінформація та пропаганда визначаються складовими частинами гібридної війни.

У пункті 6 підкреслюється, що «позитивні меседжі ЄС мають бути наступальними (offensive), а не захисними (defensive)».

У пунктах 7–14 викладаються аспекти інформаційного впливу Росії. Зокрема, викладено результати моніторингу та аналізу роботи окремих інституцій («Россотрудничество») та телеканалів («Russia Today», «Спутник»).

У пункті 25 Європарламент закликає інституції ЄС проводити моніторинг джерел фінансування антиєвропейської пропаганди.

У пункті 26 Європарламент закликає інституції ЄС збільшити видатки на підтримку свободи медіа в країнах — сусідах ЄС.

У пункті 35 Європарламент підкреслює, що «розпалювання ненависті, насильства або війни не може «ховатися» за ширмою свободи висловлення думок».

У пункті 39 Європарламент наголошує на існуванні різниці між пропагандою та критикою. Однак не розкриває ці поняття і не встановлює межі між ними.

«Інформаційний Рамштайн» та приєднання України до «Демократік ньюзрум» (Democratic newsroom). 14 листопада 2022 року на запрошення міністра Німеччини з культури та медіа Клавдії Рот, міністр культури та інформаційної політики України Олександр Ткаченко долучився до онлайн-зустрічі міністрів медіа країн «Великої сімки», щоб обговорити спільні дії щодо протидії російській пропаганді та дезінформації. Міністр запропонував країнам G7 основні кроки в рамках ініціативи «Інформаційний Рамштайн»:

- ▶ реалізовувати спільні заходи щодо протидії дезінформації, зокрема сприяти співпраці інформаційних агентств;
- ▶ запровадити санкції проти російських пропагандистів, які поширюють пропаганду у світі;
- ▶ сприяти міжнародному мовленню українських каналів, зокрема телеканалу «FREEDOM»;
- ▶ надати негайну підтримку для захисту та збереження медіа, які працюють в Україні;
- ▶ розширювати «культурні санкції»;
- ▶ забезпечити системну співпрацю на урядовому рівні;
- ▶ розробити цифрову базу даних;
- ▶ забезпечити широку інституційну співпрацю;
- ▶ створити Фонд підтримки українських масмедіа.

Зокрема, йдеться про введення санкцій проти «НТВ», «НТВ Мир», «Первого канала Россия», «РенТВ», «Россия 1», «Россия 24», «5ТВ», телерадіокомпанії «Петербург» (Радіо «Петербург», 5-tv.ru, «Петербург — 5 канал», «5 міжнародний»), які поширюють російську пропаганду та дезінформацію [11].

Медіаосвіта і медіаграмотність — особистий інструмент безпечної взаємодії із системою масмедіа. Варто дотримуватися основних правил інформаційної гігієни, особливо в умовах викликів воєнного часу:

- ▶ споживати інформацію з офіційних або перевірених джерел (джерела «білого списку» рейтингу IMI);

- ▶ читати новину далі заголовка, перед тим як «лайкнути»;
- ▶ перевіряти видання й експертів;
- ▶ уважніше дивитися на дату публікації: журналісти та блогери, які прагнуть «сенсації», просто повторно публікують гучні матеріали минулого;
- ▶ звертати увагу на використані джерела, реальні дані підтверджуються реальними фактами;
- ▶ перевіряти цитати та фотографії, по змозі дивитися онлайн-трансляції з місць подій;
- ▶ коли історія здається підозрілою, варто подивитися, що про це пишуть інші видання (брати до уваги інформацію з країн, де діє принцип свободи слова);
- ▶ інформацію необхідно сприймати повільно, практикувати медіадетокс.

Джерела

1. Українська правда. URL: <https://www.pravda.com.ua/rus/articles/2006/04/20/4399050/>.
2. Цей день в історії «Буря в пустелі». URL: <https://www.jnsm.com.ua/h/0116M/>.
3. Панарин І., Панарина Л. Информационная война и мир. 2019. URL: <https://knigogid.ru/books/79963-informacionnaya-voyna-i-mir/toread>.
4. Darczewska J. The Anatomy of Russian Information Warfare: The Crimean Operation, A Case Study // Centre for Eastern Studies (OSW). 2014. URL: https://www.osw.waw.pl/sites/default/files/the_anatomy_of_russian_information_warfare.pdf.
5. УКРІНФОРМ. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-ato/3424618-vijna-rosii-proti-ukraini-zminila-hid-istorii-ta-matime-naslidki-na-desatillitta-borrel.html>.
6. Урядовий кур'єр. URL: <https://ukurier.gov.ua/uk/articles/iz-kremlivskimi-fejkami-mozhna-borotisya-obyednavs/>.
7. Центр протидії дезінформації при Раді національної безпеки і оборони України трактує. URL: <https://cpd.gov.ua/#>.
8. УКРІНФОРМ. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-regions/3564742-rosijskij-propagandist-ocoliv-kafedru-zurnalistiki-v-hersoni.html>.
9. Гильберт Г. «Нюрнбергский дневник» / пер. с нем. А. Л. Уткина. Смоленск: Русич, 2004.
10. Як Євросоюз протидіє російській пропаганді / Міжнародний центр перспективних досліджень (МЦПД). URL: <https://icps.com.ua/yak-vrosoyuz-protydi-rosiyskiy-propagandi/>.
11. Інформаційний Рамштайн та приєднання України до Democratic newsroom — Олександр Ткаченко на зустрічі з міністрами культури й медіа країн «Великої сімки». URL: <https://mkip.gov.ua/news/8082.html>.
12. Указ Президента України «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29 грудня 2016 року «Про Доктрину інформаційної безпеки України»». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/47/2017#TextURL:zakon.rada.gov.ua/laws/show/47/2017#Text>.
13. Золотухін Д. #Біла книга спеціальних інформаційних операцій проти України 2014–2018 / за заг. ред. Золотухіна Д. Ю., Київ : Мега-прес груп, 2018. 384 с.
14. «Мистецтво війни» Сунь-дзи. URL: <https://worldinbooks.com.ua/klasyka/antychna-literatura/mystetstvo-viyny-sun-dzy/#n1>.
15. Ревізія історії. Російська історична пропаганда та Україна. Київ: К.І.С., 2019. 99 с.
16. Христенко В. Є. Маніпулювання свідомістю в умовах гібридної війни: психологічний аспект. URL: http://29yjmo6.257.cz/bitstream/123456789/5929/1/Khrystenko_monogr.pdf.

РУЙНУЄМО РОСІЙСЬКУ ПРОПАГАНДУ: ІПСО ПРО «НЕПЕРЕМОЖНОГО ДОНА» КАДИРОВА

Заняття 2

Інтерактивна лекція 2 / Практичне заняття

Мета. Вивчення інструментарію інформаційно-психологічних операцій (ІПСО) в медіа; розуміння впливу ворожих інформаційно-психологічних спецоперацій на формування громадської думки під час війни; опрацювання інструментів та дієвих методів і способів боротьби з інформаційними атаками.

Очікувані результати. Протидія ІПСО Росії в медіа; навички критичного аналізу медіатекстів, верифікації даних і пошуку першоджерела; формування медіаімунітету особистості, який робить її здатною протистояти агресивному медіасередовищу.

Теоретичний складник (на допомогу педагогові в роботі з учнями):

2014 рік..., 24 лютого 2022 року розпочали нові сторінки в тривалій війні України за власну державність, самоідентичність, право на історичну спадщину, культурне, мистецьке надбання та право розбудовувати суспільство в партнерстві з країнами, що вибудовують свій розвиток на цінностях і принципах демократії, — поваги та забезпечення прав і свобод громадян. Україна вкотре зіткнулася із загрозами національній безпеці, ризиками втрати суверенітету і незалежності, спровокованими діями Росії — держави-агресора, що століттями намагається стерти нашу державу з політичної карти світу.

Сучасна війна Росії проти України стала жакхливим протистоянням ХХІ століття, протистоянням відкритих суспільств та цінностей, які вони сповідують і захищають, із авторитаризмом і диктатурою. Стала героїзмом і самопожертвою за свою країну і злочинним убивством мирного населення (порушенням усіх правил ведення війни). Намагаючись приховати неспровоковану агресію та відвертий тероризм, путінська Росія активно використовує потужні ресурси інформаційних технологій для поширення пропагандистських наративів, реалізовує орвеллівську підміну понять у власній риторичі. Інформаційна війна — війна за сенси і світоглядні орієнтири — стала потужним складником військової тактики і стратегії.

Свобода слова, суспільні дискурси, демократична толерантність до різних думок і переконань, вільний доступ громадян до інформації в Україні ворог використовує для поширення проросійських меседжів, ідей «русского міра», дезінформації і фейків. Сконструйована рупорами Кремля в інформаційному просторі «пропагандистська картинка» має на меті дестабілізувати ситуацію в нашій країні. Проросійський контент соціальних мереж, меседжі «корисних ідіотів», проплачені російські агенти, що демонструють власну експертність, медійність «хороших російських» мають деструктивний вплив на українців та міжнародних партнерів нашої держави і становить потужну інформаційну зброю в цій війні. Своєю чергою, новітні інформаційні технології, сучасні інформаційні й психологічні форми та способи впливу на особистість й суспільство породжують велику кількість різних видів інформаційної зброї. Жорстке протиборство в глобальному інформаційному просторі призводить до повноцінних інформаційних війн.

Сучасне суспільство надзвичайно залежне від інформації. Мережеві технології глибоко занурили споживача контенту в користування новими медіа, віртуальними спільнотами, а інфодемія призвичаїла сприймати інформацію поверхово, без критичного усвідомлення та перевірки на вірогідність. Надмірна емоційність, інформаційні бульбашки, безпечність щодо захисту власного медіаполя допомогли пропрацювати й удосконалити технології впливу на особистість, що й використовує ворожа пропаганда. Водночас фіксується зростання гакерських атак на державні інформаційні ресурси, психологічний тиск та залякування. Інформаційне бомбардування стає потужним інструментом маніпуляції масовою й індивідуальною свідомістю.

Ці реалії і виклики великої війни Росії проти України актуалізують важливість медіаосвіти і розбудову медіаграмотності. Уміння взаємодіяти із сучасною системою масмедіа, яке успішно формували медіаексперти АУП за підтримки міжнародних організацій і фондів останніми роками, допомагає сформувати механізм протидії

інформаційній агресії. Критичне мислення і навички фактчекінгу, верифікація медіатекстів і пошук першоджерела інформації, розуміння принципів функціонування медіа і механізмів впливу на споживача, які формували медіатренери, сьогодні допомагають протистояти різним видам інформаційної зброї.

Центр протидії дезінформації при Раді національної безпеки і оборони, аналізуючи сучасну інформаційну війну Росії проти України, виділяє:

Ментальну зброю (МнЗ) як зброю, спрямовану на зміну ідентичності. В умовах сучасних інформаційних війн особливого значення набуває забезпечення безпеки національного культурного простору — його захист від ментальної зброї.

Спеціальні інформаційні операції (CIO) — це інформаційна зброя, що використовує не тільки медійні засоби, але й можливості культури й мистецтва, а також психотропні й психотронні методи ураження свідомості та, що небезпечніше, заміщення свідомості.

До інформаційної зброї, спрямованої на ураження свідомості, належить й когнітивна зброя (КгЗ), здатна заражати масову свідомість когнітивними вірусами на кшталт мемів. Проникаючи до свідомості, «перепрограмовуючи» її, меми-віруси, подібно до інформаційного вірусу, поширюються в масовій свідомості.

Контентна зброя (КнЗ) — це зброя, спрямована на зміну властивостей людського інтелекту. Головний її інструмент — зміст інформаційного повідомлення, вибудований спеціальним способом, який може бути представлений у мультимедійному, текстовому або графічному форматі.

Кібернетична зброя (КбЗ) — зброя, що використовує комп'ютерні мережі для проведення різних політично орієнтованих кібератак. Використовують як окремі гакери, терористичні групи, так і цілі держави. Тут особливу загрозу становлять віруси на кшталт «логічних бомб» і «троянів».

Інформаційно-алгоритмічна зброя (ІАЗ) — це зброя, що за допомогою психофізичних методів вражає мозок людини через візуальні образи кіберпростору, перетворює людей у провідників завчасно заданих ідей-алгоритмів. Мета застосування цього виду зброї — корекція культурного коду.

Основу мережевої зброї (МжЗ) становить сукупність дій, спрямованих на формування задуманої моделі поведінки як окремих людей, так і окремих груп спільноти в умовах миру, кризи чи війни. Мережеві способи організації взаємодії й реалізації колективних дій змінюють наші спільноти. Робиться це за допомогою інформаційних технологій — від смартфона до інтернету.

Поведінкова зброя (ПвЗ) це нелетальний тип зброї, мета використання якої — зміна поведінки окремих груп людей або ворога загалом. Вона спрямована на створення спеціальних умов, коли людина віддає перевагу не самостійному ухваленню рішень, а автоматичному наслідуванню чужих звичок, стереотипів тощо [1].

Потужний інструмент в інформаційній війні, що дедалі активніше використовується та має руйнівні наслідки — ІПСО, дещо видозмінений переклад поняття Psychological Operations, PSYOPS.

ІПСО (Інформаційно-психологічна операція) — попередньо спланований та послідовно реалізований вплив на думки, настрої, світоглядні позиції людей з метою реалізувати власні цілі організатора.

Значення ІПСО, якщо максимально спростити, полягає в тому, щоб спочатку **через емоції і почуття, які гальмують критичне мислення**, вплинути на настрої груп у суспільстві. На наступному етапі поширення таких настроїв прямо позначиться на діях представників цього ж суспільства. Взаємодія у віртуальному просторі має цілком відчутні наслідки в реальному житті. Маніпулятивні технології сфокусовано на «розгойдуванні психіки», яке проводять саме через інформаційні майданчики.

ІПСО застосовують і в мирний, і у воєнний час.

До елементів ІПСО належать дезінформація, пропаганда, перебільшення певної інформації або применшення іншої, диверсії в тилу, кібератаки. Часто певну інформацію запускають через майданчики пропаганди, щоб надалі її поширювали вже самі носії і вона ставала «вірусною».

Російська пропаганда активно запускає інформаційно-психологічні спецоперації і має на меті забезпечити загарбникові оптимальні умови для взяття під контроль територій, прагне зробити все, щоб українці не чинили опір російським окупантам, а міжнародна спільнота діяла в інтересах Росії.

Мета ІПСО безпосередньо пов'язана з діями ворога на фронті, внутрішніми настроями в країні-агресорці та з міжнародними відносинами. В український інформаційний простір поширюють проросійські наративи, що мають деморалізувати суспільство і ослабити спротив. Щоб вберегтися від впливу інформаційно-психологічних операцій надважливо розуміти принципи їх побудови і поширення.

Навички медіаграмотні допомагають опрацювати цей складний механізм впливу на особистість та і виробити алгоритм спростування і протидії. Конструкція ІПСО використовує відомі пропагандистські інструменти: фейки, інтерпретацію подій, маніпуляції, пропагандистські меседжі, які сформують наратив, що і спровокує дії.

Наратив — це загальний посил, який передається за допомогою текстів, зображень, метафор та інших засобів. Наративи допомагають сформувати (нав'язати) сенси та погляди в цільовій аудиторії [2].

Фокусуємо увагу на структурі ІПСО:
фейки, інтерпретація подій, маніпуляція...
пропагандистський меседж
наратив
ДІЯ.

Основна небезпека, як бачимо, в тому, що мета — зміна поведінки людини чи групи людей на користь ворога.

Медіаексперти класифікують ІПСО за масштабами впливу на стратегічні, оперативні, тактичні.

Стратегічні ІПСО — операції, спрямовані на охоплення якнайширших аудиторій (ідеться про мільйони людей), тривалий час і різні галузі (соціальну, політичну, культурну, освітню тощо).

Оперативні ІПСО — складники стратегічних, розраховані на охоплення менших за розміром і конкретизованіших аудиторій.

Тактичні ІПСО — це операції, що охоплюють конкретну тематику, мету, окреслену цільову аудиторію.

За допомогою маніпулятивних технологій інформаційно-психологічних операцій путінська Росія прагне **вплинути на настрої груп** у суспільстві й контролювати дії:

- ▶ легітимізувати агресію та виправдати дії окупанта;
- ▶ нагнітати розчарування владою та державними інституціями, способом життя і суспільними стосунками в Україні;
- ▶ розколоти нашу єдність і створити «внутрішнього ворога»;
- ▶ дискредитувати українців в очах міжнародної спільноти;
- ▶ деморалізувати, залякати та посіяти паніку.

І це далеко не повний перелік...

Потужний інструмент запуску та вірусності ІПСО — **«механізм емоційного резонансу»**. Центр протидії дезінформації означає емоційний резонанс як спосіб створення серед широкої аудиторії певного настрою з одночасним передаванням пропагандистської інформації, в основі якої лежить контент з високою емоційністю [3].

Емоційний резонанс дає змогу зняти психологічний захист, який на раціональному рівні вибудовує людина, намагаючись убезпечити себе від пропагандистського впливу. Вплив через «колесо емоцій» — добре пропрацьована технологія, яку десятиліттями використовували медіатехнологи. Пропаганда «звертається не до розуму людини, а до її почуттів», впливаючи на емоції великих суспільних груп, масово просуваються ворожі меседжі.

Отже, як про протидію впливові одразу згадаємо *правило критичного мислення, а не емоційного сприйняття*.

Якщо у збройному конфлікті боротьба йде за території, то в інформаційних війнах вона точиться за мізки. Інформаційно-психологічні операції поширюються як на зовнішню, так і на внутрішню аудиторію. Тепер багато росіян, що брали участь в опитуваннях, готові воювати з українцями і підтримують дії Путіна. Вірусом ненависті заражені молоді люди, які ніколи не були в Україні й не мають контактів з нашими громадянами. Це результат російських ІПСО на внутрішню аудиторію. Кремлівська пропаганда перетворює своє населення на зазомбованих, обмежених осіб зі стереотипами і наративами СРСР, не спроможних прийняти сьогодення — факти, аргументи, докази, які суперечать попередньо сформованому світоглядові, вірі та парадигмі (демонструючи нездатність до критичного мислення, схожу на ефект Земмельвайса). *Шизофренічний фашизм з манією виняткової величі Росії*, прагне змінити світопорядок, використовуючи увесь арсенал розробленої інформаційної зброї.

Як зауважували, складники ІПСО — фейки, дезінформація, пропаганда, перебільшення певної інформації або применшення іншої, інформаційні диверсії, кібератаки, маніпуляції тощо. Один із «чорних» політтехнологів з Росії Ігор Мангушев у своєму телеграм-каналі розповідав, що працювало багато «добровольців», які з перших днів «спецоперації» наповнювали українські чати світлинами руйнувань, жорстокості й приниження. Реалізуючи завдання ворожої пропаганди: викликати страх і паніку, деморалізувати, зламати опір — наративом про непереможність другої армії світу з ядерним потенціалом — полегшити агресорові вторгнення і окупацію.

Зважаючи на важливість фейків і меседжів для запуску ІПСО, цей пропагандист поширював методичку, як створити фейк для української аудиторії. Хизуючись знанням психології українців, виділяв 4 пункти у створенні фейків для ІПСО. Зауважу, розбудовуючи медіаграмотність громадян, українські медіатренери системно навчали за цими ознаками виявляти і спростовувати брехню в інфопросторі. Нагадаймо їх:

1. Фейк має бути банальним. Щоб впливати на широкі прошарки суспільства не потрібно вигадувати нічого надприродного. Краще додати навіть трохи абсурду, щоб складалося хибне враження: «придумати таке неможливо, отже, це правда». (Згадайте: *«Націоналісти в Україні розпинають російських дітей»*, *«В Україні створили дитячу гру «Кістки орків»*).
2. Фейк повинен містити потужний меседж, але залишати простір для власних фантазій. (*«Депутат — російський шпигун»* або *«Слідчий розповів, що зброя з України потрапляє в руки злочинців у Фінляндії»*). Звісно, такі фейки не містять деталей, конкретики, посилань на джерела (це унеможливорює перевірку інформації), але провокує сумніви, домисли, поєднання непов'язаних фактів тощо.
3. Фейк має враховувати місцеві особливості. Саме прив'язка до місцевості додає йому актуальності. Звертаємо увагу на брак деталей, адже наближеність до події дає змогу швидше перевірити ту чи іншу інформацію і спростувати брехню.

4. Багаторазове повторення (стереотип — написане трьома людьми в чаті вже стає істиною) і використання для вірусного поширення «корисних ідіотів», які не мають навички перевіряти інформацію на вірогідність.

Мангушев у «методичці» закликає створювати і поширювати «тематичні» фейки для подальшого запуску на їх основі ІПСО. Отже, як протидію вірусності цього виду інформаційної зброї рекомендуємо правило *трьох джерел* — перевіряти інформацію за трьома джерелами (не забуваючи звертати увагу і віднаходити джерела, а не репости).

Ще один інструмент рашистських ІПСО в умовах війни — міт.

Війна принесла в Україну трагічні події і страждання. Бажання перемогти і знищити завойовника народило самопожертву і хоробрість, неймовірний патріотизм і витривалість. Війни немає без жертв і героїв. Особистостей, якими захоплюються, які надихають, окрилюють. Якщо ти фахово організовуєш оборону своєї країни від загарбників, якщо вивозиш місцеве населення з-під обстрілів чи поранених побратимів з поля бою — ти вже герой. Реальний, не вигаданий, справжній.

А якщо ти сидиш у віддаленому бункері і, задовольняючи власні хворобливі амбіції, посилаєш нести смерть та на смерть як чергові порції гарматного м'яса сотні тисяч населення своєї країни, яке гине без ідеї, без пошани, — тоді пропаганда вигадує героїв. І навколо цих псевдогероїв «пишуться міти». Мітологізовані меседжі москвитів в обгортці «механізму емоційного резонансу» вірусно поширюють ворожий наратив, щоб спровокувати ірраціональні дії на користь окупанта.

Як це працює? Пропоную дослідити як приклад запуску ІПСО, в основі якої механізм емоційного резонансу поєднано з фейковими повідомленнями та маніпуляціями, інформаційний міт про «непереможного дона» Кадірова — саме того псевдогероя, якого породила та розпіарила російська пропаганда.

Чеченський колабораціоніст із Росією, терорист, який очолює окупаційну адміністрацію в Чечні з 2007 року, член бюро вищої ради партії «Єдина Росія» Рамзан Кадіров — медійна фігура від перших днів повномасштабного вторгнення та, власне, і від початку війни 2014 року. Демонструє постійну присутність в інформаційному просторі, збуджуючи споживача контенту резонансними заявами про «взяття Києва за два дні», ритуальними молитвами про знищення «непокорних українців» (березень 2022 р.), погрозами, що понад 300 кадіїв (суддів, які застосовують закони шаріату) планує прибути в Україну провадити суворе судочинство на тимчасово окупованих територіях, псевдогероїчною бравадою з демонстрацією зброї та погрозами Україні в постановному інтерв'ю Скабєєвій (січень 2023 р.) тощо. Це гіперболізовані пропагандистськими ресурсами жахачки про владу і велич мітологізованого псевдогероя — складники стратегічної інформаційно-психологічної операції, що має на меті викликати страх та впокорення, панічні настрої та деморалізацію наших громадян, відмову активно протистояти терористичним діям загарбника, звільняти нашу територію, врешті, схилити українську владу до переговорів на умовах Росії.

Неприйнятність для України цього рашистського наративу фокусує увагу на необхідності спростування оперативних і тактичних ІПСО про Кадірова, що поширювалися в інфопросторі від повномасштабного вторгнення Росії.

Дотримуючись медіагігієни в умовах війни, звертаємося до офіційних джерел.

ЦПД при РНБО України підтверджує, що російська пропаганда спеціально створює «**лячний**» образ Рамзана Кадірова та його бойовиків, щоб залякати українців і закликати до покорі... «Це — маніпуляція Кремля, яка має на меті організувати співпрацю населення з окупантами!» [4].

Аргументи. Практично в усіх зіткненнях біля Ірпеня, Бучі та Ворзеля кадірівці зазнавали поразки і сильних втрат, це зафіксовано документально. Після чого вони завжди йшли третім ешеліоном позаду лінії фронту.

Свідчення переконливо доводять, що чеченські «тіток-воїни» не захоплюють населених пунктів. Кадірівці — це не збройні сили у звичному розумінні. Кадірівці входять до складу росгвардії, яка, своєю чергою, підпорядковується міністерству

внутрішніх справ Росії. Тобто це — воєнізована міліція (функції на території Чечні суто поліційні). Тепер загони Кадірова часто йдуть за російськими «мобіками» як «заградотряди», але не захоплюють територій [5]. Та все ж побоювання місцевих жителів «кадіровці йдуть» чулися в березні — квітні 2022 року навіть на віддаленій від активних бойових дій Волині...

Щоб переконати аудиторію, дослідимо і спростуємо фейки та меседжі (складники ІПСО) про «непереможного дона», які в березні 2022 року з емоційним накручуванням паніки і страху вірусно поширювалися в інфопросторі.

Кадіров вже під Києвом! Кадіров вже у центрі Києва! Кадіров записав відео із таємного бункера в самій столиці України! Кадіров каже, що вони вже так близько, що ми навіть собі не уявляємо! Кадіров... Кадіров... Кадіров... — волають пабліки, поширюючи при цьому візуальний контент, який здебільшого маніпулятивно сконструювали пропагандисти. Рупори Кремля інформаційним бомбуванням запускають образ «непереможного, крутого вояки з Кавказу», один вигляд якого має зламати будь-яку протидію окупантам.

Критично аналізуючи меседжі цієї інформаційно-психологічної операції відразу зауважимо, що на роль «героя» обрано не російського Ваню, а чеченського колаборанта, якого зневажає велика частина населення на батьківщині... Чому не російський патріот, поширювач ідей «руського міра»? Як це не парадоксально, але російська пропаганда просто не мала підґрунтя для вигадування своїх російських героїв і мітів навколо них. Офіційна позиція Кремля в березні 2022 року: «Росія не воює, а проводить спецоперацію, Росія не посилає на спецоперацію строковиків, Росія воює з нацистами лише високоточною зброєю, знищує тільки бандерівців, визволяє братній народ...». На такому наративі неможливо зліпити «героя-завойовника», що викликає страх. Хто повірить у міт про те, що звичайний Ваня-строковик чи доброволець із Ростова, пішов захищати Росію чомусь на українській території і він непереможний герой-завойовник, якому неможливо протистояти? Образ Вані-асвабідителя залишається для запуску ІПСО про «хороших русскіх» і «бедних мальчиків, что только исполняют приказ». А в перші дні повномасштабного вторгнення, дні жаклих обстрілів та руйнувань, убивств і катувань мирного населення, задля психологічного зламу і тотального залякування потугами другої армії світу з ядерним потенціалом, запускають ще й міт про непереможного Кадірова та його жорстоких бойовиків, які знищують випалюють, руйнують, швидко захоплюють території... і так чиниться емоційно-психологічний тиск на населення, яке організовує життя в умовах надзвичайно важких випробувань.

Саме з метою викликати панічні настрої та паралізувати страхом і відчаєм, пропаганда ворога запускає меседжі: «Рамзан Кадіров перебуває на околицях села Іванкова під Києвом»; «кадіровці хочуть захопити дітей на Київщині, щоб шантажувати світ і Україну»; «Завдання бойовиків — забрати Київ за 3 дні».



Рамзан Кадіров «перебуває» на околицях села Іванкова під Києвом. На відео, оприлюдненому в мережі 13 березня (<https://www.youtube.com/watch?v=t2-fyFMbp2k>).

Верифікуємо ці інфовкиди і відновимо хронологію подій:

13.03.2022 р. в пабліках з'являється відео, на якому Рамзан Кадіров, **нібито з України**, дає вказівки своїм бойовикам [6]. На відео Кадіров стверджує, що перебуває на околицях столиці, погрожує за день-два прибути в Київ. У процесі верифікації немає можливості перевірити, в якому саме підвалі (на якій території) зроблено запис. Ніяких маркерів для ідентифікації локації. Проте такі раціональні спостереження стають очевидними лише за умови критичного аналізу, а не емоційного сприйняття контенту, який швидко набув резонансності. Завдячуючи медіаосвіті, володіючи навичками фактчекінгу, намагаємося знайти інформацію де ж був командир чеченців 13–14 березня 2022 року.

Офіційні джерела не підтверджують перебування Кадирова в Україні. «Відео про нібито присутність на війні в Україні глави Чечні Рамзана Кадірова розраховане на чеченців, щоб виправдатися за великі втрати» — повідомив радник міністра внутрішніх справ України Вадим Денисенко, коментуючи це відео на брифінгу. На запитання кореспондента УНІАН про місцезнаходження Кадірова, Денисенко зазначив, що не має повноважень коментувати — чи був Кадіров на території України, чи ні...» [7].

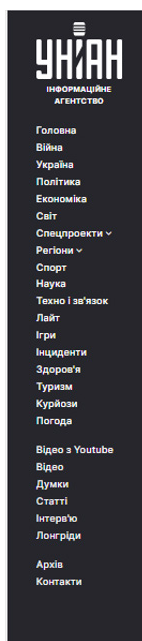
З відкритих джерел дізнаємося про перебування в цей період чеченського воєначальника в Грозному» [8]. Верифікуючи інформацію, знаходимо підтвердження: середа, 15 березня 2022 р., 06:54 у своєму телеграм-каналі Кадіров опублікував повідомлення, що зустрів у грозненському аеропорту імені Ахмата-Хаджі секретаря ради безпеки РФ Патрушева. Цю інформацію та відео поширили і російські ресурси. Зіставляємо отримані дані: 13 березня Кадіров стверджував, що був у Гостомелі під Києвом, погрожував, бути в столиці України, а 15 березня на світанку публікує відео про своє перебування в аеропорту в Грозному. Інформація не корелює за часом.

«Слідство.Інфо» також досліджувало місця перебування «кадіровських» ватажків на території України (26.02–06.03.2022 року). Вони «засвітилися» жорстокістю і звірствами в населених пунктах поблизу столиці: Гостомелі, Ворзелі, Бородянці, Бабинцях та Катюжанці по тому, як їх окупували регулярні військові частини, але далі в напрямку Києва не вирушали [9].

Спростовує перебування лідера чеченських найманців в Україні 12–16 березня і публікація в онлайн-виданні «Українська правда». Відстежуючи інформацію за телефоном Кадірова станом на 16.03.2022 р., джерела «УП» у Службі безпеки України та дані онлайн-сервісів повідомляють: «...за останні 7 днів номери Кадірова не під'єднувались у роумінгу до українських вишок зв'язку» [10].

Вердикт. Інформація про те, що Кадіров був в Україні 13–14 березня (як у відео — під Києвом), не підтверджена. Очевидно, що це меседж-лякалка ІПСО. Психологічний тиск на українців, що неочікувано потрапили в окупацію і тих, для кого окупація могла стати реальною перспективою найближчого часу. Не випадково і згадка про дітей (загроза викрадення чеченськими найманцями) — це надпотужний вплив, що запускає «механізм емоційного резонансу», пришвидшує необдумані, інколи ірраціональні дії батьків, особливо ризикові в контексті подій березня 2022 року в Київській області.

Ще однією героїчною і кривавою сторінкою першого місяця великої війни України був Маріуполь. Місто-герой, місто-мученик. Патріотизм і страждання, самовідданість і тортури та жорстокі бої за право жити. 16 березня 2022 року російська авіація розбомбила Драматичний театр у Маріуполі. У ньому ховалися від нальотів сотні містян, серед них — багато дітей. Бої точилися в міських кварталах; там, де рашисти «працювали артилерією», в підвалах все ще переховувалися люди. Незламність і мужність азовців, які з неймовірною самопожертвою захищали жителів міста Марії і нечувана жорстокість окупантів: військовий терор і інформаційна зброя.



В МВС відповіли, навіщо РФ поширила відео про нібито присутність Кадірова в Україні

Білетта Орлова 15:22, 14.03.22 3 хв. 18084



У відомстві припускають, що «кадірівці» хотіли захопити дітей на Київщині, щоб шантажувати світ і Україну.



Відео з Кадіровим в Україні могли поширити, щоб виправдати втрати серед чеченців / фото REUTERS

Відео про нібито присутність на війні в Україні глави Чечні Рамзана Кадірова розраховане на чеченців, щоб виправдатися за великі втрати.



Секретарь Совбеза РФ Н.Патрушев, полпред Президента РФ в СКФО Ю.Чайка и Глава Чеченской Республики Рамзан Кадыров посетили могилу и почтили память Первого Президента ЧР, Героя России А-Х.Кадырова в с.Ахмат-юрт.

t.me/RKadyrov_95/1466

1.3M Mar 15, 2022 at 13:21

Кадіров «засвітився» в Грозному. СЕРЕДА, 15 БЕРЕЗНЯ 2022, 06:54 (відео, на якому він перебуває в аеропорту в Грозному — днем раніше Кадіров повідомляв, що він уже біля Києва.

(<https://glavcom.ua/country/incidents/kadyrov-zbrehav-shchobuv-v-ukrajini-zhurnalisti-oprilyudnili-rozsliduvannya-pro-podorozh-glavi-chechni-830288.html>).

Кадиров не був в Україні: УП перевірила за телефоном глави Чечні

МИХАЙЛО ТКАЧ — СЕРЕДА, 16 БЕРЕЗНЯ 2022, 14:28



© 125412



РАМЗАН КАДИРОВ, ФОТО ТАСС

“Українська правда” перевірила за телефоном глави Чеченської Республіки Рамзана Кадірова і підтвердила, що він не був в Україні протягом останнього тижня.

Спростовує перебування лідера чеченських найманців в Україні 12–16 березня і публікація в онлайн-виданні «Українська правда».

[\(https://www.pravda.com.ua/news/2022/03/16/7331887/\).](https://www.pravda.com.ua/news/2022/03/16/7331887/)



Постановне фото. Фейк: «На АЗС біля Маріуполя Кадірова застав час вечірньої молитви».

У найважчий для жителів міста час, з метою залякування і деморалізації як складника стратегічної ІПСО російська пропаганда запускає оперативну інформаційно-психологічну операцію з використанням образу псевдогероя Кадірова та елементами містицизму (для підсилення емоційного резонансу та вірусності меседжу пропаганди).

29.03.2022 року в пабліках на тимчасово окупованих територіях та інтернет-ресурсах москвитів поширюють фото керівника чеченських найманців, на якому він навколішки молиться і проводить ритуал із закликом винищення українців [11]. Як стверджує фейк, на АЗС біля Маріуполя Кадірова застав час вечірньої молитви. Наратив залякування для переконливості пропаганда поєднує з релігійним обрядом (у парадигмі рашизму релігійний чинник — потужний інструмент впливу на аудиторію).

Дослідимо фото. Попрацюємо з деталями та зіставимо локацію на світлині з реаліями Маріуполя і його околиць. Верифікуючи фото, очевидно, що Кадіров стоїть навколішки, можливо, навіть проводить якийсь ритуал (не факт, зважаючи на брак відповідної освіти в цього персонажа), але відкритим залишається питання: де саме? У Маріуполі? На околицях міста? Картинка на фото (ідеально впорядкована територія АЗС) кардинально відмінна від реалій. Місяць бомбардувань і місцеві бої принесли руйнацію, а на світлині немає ніяких ознак наслідків військових дій. Досліджуючи світлину, шукаємо маркери, що допоможуть впізнати локацію, маркувати АЗС тощо. На задньому плані фото чітко видно бокс заправки із пістолетами та марками палива і кольоровим оформленням. Яскраві жовто-помаранчеві кольори, та характерний логотип із латинською літерою «Р», має паливо «Пультар», яке виробляє та продає російська компанія «Роснефть». Мережа АЗС із таким кольоровим забарвленням теж належить москальській компанії (пропагандисти навіть не подумали про маскування локації). Нескладний пошук дає інформацію про те, що «Pulsar», а саме марка «Pulsar-100» (високооктановий бензин) — це гордість москвитів, яку вони почали випускати за рік до появи фото [12]. Звісно, таких АЗС у березні біля Маріуполя не було.

Вердикт. Фото постановне, АЗС міститься не на території Маріуполя. Меседж про проведення Кадіровим релігійного ритуалу **на АЗС у Маріуполі** — фейк. «Тіток-воїн» обирає для світлин і відео безпечні або ж уже попередньо захоплені території. Зрежисованість і конструювання фото і відео, які кадіровці викладали в мережу, підтверджує і дослідження «Слідства.Інфо»: «...Тіток-воїни завзято зачищали вже зачищений район під об'єктивами камер» [13].

Чому ж російська пропаганда так наполегливо «відправляла» Кадірова в Україну, приписувала йому військові успіхи під Києвом, піарила ненависть до українців та ритуали в Маріуполі?

Демонізація Кадірова — частина інформаційного поля Росії і спрямована як на внутрішню аудиторію,

так і на українського споживача. Бійці Кадірова рідко беруть участь у наступальних діях, не навчаються у військових вишах, водночас вони краще споряджені. На відміну від військових РФ, цим найманцям дозволено використовувати на війні смартфони і проявляти активність у соцмережах (знімати відео, фото, записувати звернення тощо), поширювати пропагандистські меседжі на зовнішню і внутрішню аудиторію. Пропагандистка Тіна Канделаки — прихильниця путінського режиму, яка активно підтримує війну Росії проти України — називає Кадірова «воєнним блогером». «Рамзан, в отличие от многих, уверенно вошёл на территорию соцсетей и сразу понял, что это современное поле боя. Его репортажи гораздо интереснее, живее и качественнее, чем те, что порой снимают на месте событий наши телеканалы», — написала Канделаки [14].



Чеченських колаборантів пропаганда використовує саме як інструмент ІПСО — психологічну зброю проти мирного українського населення. Одночасно для російської аудиторії формують наратив, що російська армія залежить від чеченських банд, мобілізовані росіяни бояться «тікток-воїнів» і «головного чеченця». Спроби залякування кадіровцями українців свідчать про глибоке нерозуміння російськими пропагандистами настроїв українського суспільства. Спростувавши фейки і маніпуляції, в Україні Кадірова висміюють. Відео зі стрільниною по світлофорах і молитвами на російських заправках викликають в українців глузування.

Саме воно стало реакцією на черговий меседж про чеченця. Дослідимо оперативну ІПСО на внутрішню аудиторію російської пропаганди (складника стратегічної героїзації Кадірова в інфорпросторі) — особисте завдання очільника Чечні бойовикам із знешкодження ворога № 1 — Степана Бандери.

У середині березня 2022 року в мережі з'являються заклики Кадірова знищити «головного ворога російського народу, представника неонацистського руху Степана Бандеру» та обіцянка винагороди — 250 000 000 рублів [15]. З позиції українського читача — маячня і нісенітниця! Псевдогерой-невіглас намагається знищити реального ГЕРОЯ, чий образ неодноразово намагалася спалювати російська пропаганда. І вже майже анекдотично для української аудиторії — незадовго після цього заклику в російських пабліках з'явилася інформація, що чеченці «вбили українського діяча та лідера націоналістів». Таке повідомлення з'явилося і на сайті інформаційного агентства «Інтерфакс». У тексті зазначено, що чеченський спецназ 19 березня знищив один із пунктів нацбатальйону «Азов». «Серед загиблих впізнали Степана Бандеру». Допис проілюстровано світлиною, на якій можна було впізнати шеф-редактора українського видання «ЦензорНЕТ» Юрія Бутусова [16].

Зауважу, що креативні й патріотичні українці відповіли відеомемом (розповсюджувач мему дотепно підписав: «Шок-контент! Бандера відповів Кадірову» [17]) і численними варіантами глузувань. Проте ця оперативна ІПСО розрахована на внутрішню аудиторію росіян і чеченців, які не знаючи не тільки нашої, але і своєї історії, сприймають наратив про «героя» Кадірова — непереможного воїна, який зумів знищити лідера українського національного руху.



Знешкодження» ворога №1 — Степана Бандери



Підозра за воєнні злочини.

А в історичній реальності невігластво і цинізм псевдогероя-чеченця не звільняє від відповідальності за жорстокість.

ФАКТ: 26.08.2022 р. Служба безпеки України повідомила про оголошення Кадирову підозри за воєнні злочини. «Рамзан Кадиров у лютому — безпечно особисто керував розробленням та плануванням окремих військових операцій РФ на території Київської області. СБУ оголосила підозру лідеру Чечні та ще двом його найближчим поплічникам...» [18]. Кадирову підозру оголошено за трьома статтями Кримінального кодексу України: ч. 2 ст. 437; ч. 3 ст. 110; ч. 3 ст. 436–2.

Підсумовування. У дослідженні меседжів і наративів ІПСО не деталізовано процес верифікації інформації, алгоритм активного пошуку, який ведуть учасники (ці навички гарно сформовані медіаосвітніми тренінгами, вебінарами). Представлено результат перевірки і сфокусована увага на запитанні **чому?**

- ▶ Чому на образ псевдогероя пропаганда обрала Кадирова?
- ▶ Чому інформація про «чеченський спецназ», що перебуває в авангарді військових дій, захоплює території, така перебільшена? Адже в жорстокості карателів на окупованих територіях ніхто не сумнівається.
- ▶ Чому ті чи інші меседжі з'являються в той чи інший час? І навіть реальні події пропаганда через механізм емоційного резонансу робить вірусними в певний час, у певному регіоні?
- ▶ Чому відео стверджує, що Кадиров саме під Києвом? Чому меседж говорить про викрадення дітей? Аналізуємо час запуску.

Ці запитання визначали мету поширення стратегічної інформаційно-психологічної операції, що була предметом нашого розгляду. Раціональні, аргументовані фактами відповіді та спростування меседжів руйнують наратив ІПСО та утримують нас від дій, очікуваних ворогом.

Російська пропаганда вперто не відмовляється від образу «псевдогероя-чеченця»:

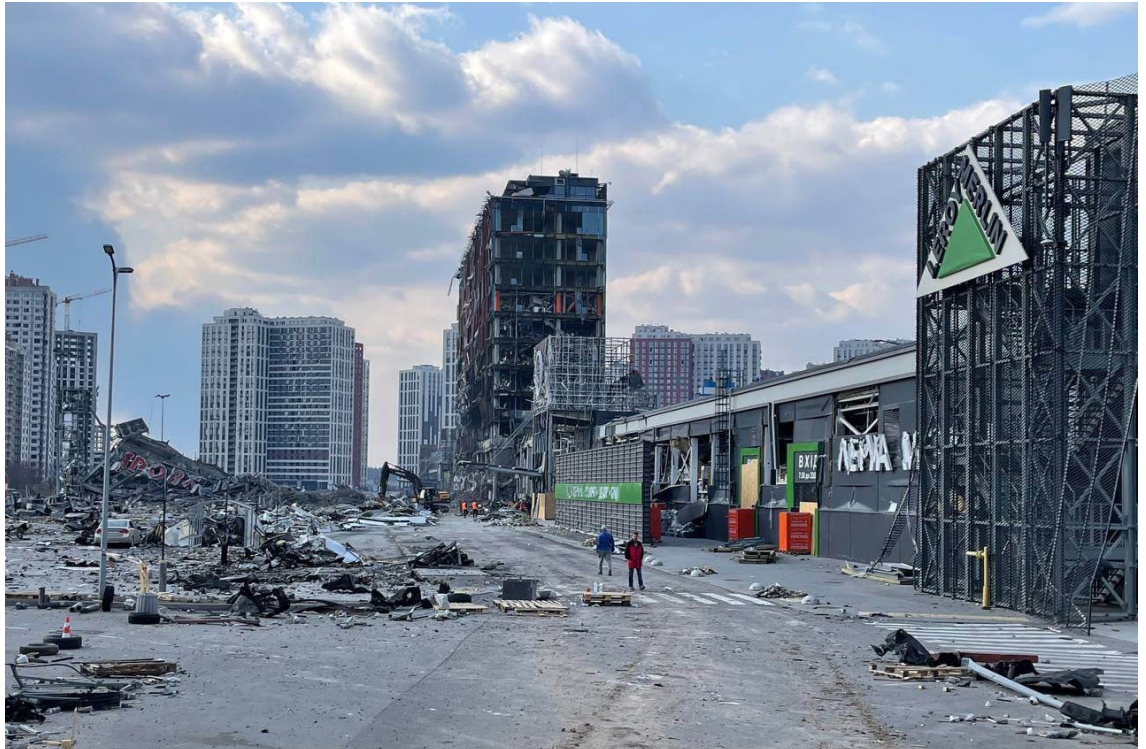
- ▶ Кадиров назвав війну в Україні «великим джихадом», закликав усіх мусульман приєднатися, щоб «захистити Коран та пророка Мухаммеда»;
- ▶ Путін наказав очільникові Чечні Рамзану Кадирову вбити Володимира Зеленського;
- ▶ Кадиров розкритикував голів регіонів Росії за повідомлення про втрати у війні проти України;
- ▶ Кадиров знову відзначився ядерними погрозами, коментуючи війну в Україні. За його словами, «Росія не може програти», інакше почнеться ядерна війна і «ми всі помremo»;
- ▶ Кадиров каже, що може захопити міста Одесу, Харків, Київ і згодом дійти до Польщі...

Ці численні меседжі в інформаційному просторі декодуємо як тактичні й оперативні (актуальні в конкретній локації, у певний час) складники стратегічної ІПСО. «Озброївшись» критичним мисленням, знаннями і навичками медіаграмотності, протидіємо і перемагаємо ворога на інформаційному фронті.

Підсумовування. Особистість і суспільство можуть протиставити ІПСО:

1. Сформовану, чітко структуровану і виразно артикульовану картину світу. Максимально точне, повне, оперативне, вірогідне інформування про події.
2. Критичний підхід до будь-якої інформації, що передбачає:

- ▶ пошук першоджерела інформації;
- ▶ перевірку фактів за правилом трьох джерел;
- ▶ уміння бачити за фактом (фейком) меседж, за меседжем — наратив, який хочуть поширити для зміни суспільних настроїв і дій.



Київ, Україна. 21 березня 2022 року російською авіацією ракетним ударом було зруйновано ТЦ «Ретровіль». Справжнє обличчя «руського миру» - руйнувати об'єкти цивільної інфраструктури. Загибло 8 людей..



Ірпінь, Україна. 4 квітня 2022 року. Все, що залишилось від колони окупантів, які хотіли взяти Київ за 3 дні.

Джерела

1. <https://cpd.gov.ua/articles/strukturna-model-organizacziyi-zabez/>.
2. <https://euvsdisinfo.eu/ua>.
3. <https://t.me/CenterCounteringDisinformation/2082> , 14.07.2022.
4. <https://cpd.gov.ua/main/czentr-protydiyi-dezinformacziyi-pry-rnb-23/>.
5. https://drive.google.com/file/d/1_cdguxKTaADupDa2IlxGMWMD2eCTtM4I/view?fbclid=IwAR3IJPhY-6XTkkem6bmN8Ymm9YUcSN9rb96ZFuNKDuOsK6UOkD7kNMjZOYg
6. <https://www.youtube.com/watch?v=t2-fyFMbp2k>,
<https://www.pravda.com.ua/news/2022/03/14/7331142/>,
<https://www.slidstvo.info/news/zadacha-zabrat-kyev-ramzan-kadyrov-nibyto-z-ukrayiny-daye-vkazivky-svoyim-bojovymkam/>.
7. <https://www.unian.ua/war/kadirov-v-ukrajini-v-mvs-vidpovili-dlya-chogo-rf-poshirila-video-novini-vtorgnennya-rosiji-v-ukrajinu-11743198.html>.
8. https://t.me/RKadyrov_95/1448,
<https://mykyivregion.com.ua/news/kadirov-zasvitivsyia-v-cecni-xoca-pogrozuvav-shho-vin-pid-kijevom>,
https://24tv.ua/shavka-putina-kadirov-zasvitivsyia-groznomu-ranishe-vin-stverdzhuvav_n1907516,
9. <https://www.slidstvo.info/news/gostomel-borodyanka-vorzel-babyntsi-mistsyia-dyslokatsiia-kadyrivtsiv-bilya-kyieva/>.
10. <https://www.pravda.com.ua/news/2022/03/16/7331887/>.
11. <https://www.unian.ua/russianworld/ramzan-kadirov-v-ukrajini-propagandisti-zganbilisya-foto-molitvi-v-ukrajini-z-rosijskoji-azs-novini-rosiji-11764300.html>,
<https://without-lie.info/propaganda-stop/feyk-holovnoho-don-don-tik-tok-spetsnazivtsyia-rassyeyi-pro-molytvu-na-azs-pid-mariupolem/>,
<https://realist.online/news/kadyrov-snova-opozorilsja-v-seti-pokazali-fejk-s-jakoby-ukrainskoj-zapravki>.
12. <https://hvylya.net/news/249855-kadyrov-sdelal-foto-iz-mariupolya-na-zapravke-rosnefti>.
13. <https://www.slidstvo.info/news/kadyrivtsi-znimayut-postanovochni-video-na-okolytsyah-mariupolya-vdayuchy-shho-vedut-boyi-i-misto-vzhe-pid-yihnim-kontrolem/>.
14. https://t.me/RKadyrov_95/1627.
15. <https://hyser.com.ua/uk/community/180558-kadyrov-prikazal-dostavit-emu-lichno-samogo-stepana-banderu-dazhe-nazval-summu-premii>.
16. <https://www.5.ua/dv/life/272296>.
17. <https://tsn.ua/ukrayina/kadirov-zmusiv-banderu-zagovoriti-scho-toy-skazav-ta-de-perehovuyetsya-dobirka-kuryoziv-2011384.html>.
18. <https://nv.ua/ukr/ukraine/events/sbu-povidomila-pro-pidozru-ramzanu-kadirovu-novini-ukrajini-50265839.html>,
<https://fakty.com.ua/ua/ukraine/20220826-kadyrovu-ogolosheno-pidozru-za-voyenni-zlochyny-pid-kyievom-sbu/>.

Інтерактивна лекція 3

Мета. Знання про традиційні та новітні джерела інформування та особливості медіаспоживання українців в умовах війни. Розуміння специфіки мережевого спілкування, розбудова навички безпечного обміну колосальними обсягами інформації. Формування інформаційної гігієни й умінь взаємодіяти із сучасною системою масмедіа в умовах екзистенційних викликів сьогодення.

Очікувані результати. Критичне споживання контенту, запит на якісне інформування і неупередженість, раціональний вибір медіа.

Теоретичний складник. «Ми тонемо в океані інформації та задихаємося від нестачі знань», — доречно резюмує Джон Нейзбітт. Від прадавніх часів людина прагне пізнати світ, який її оточує, себе, істину і на основі цього досвіду вибудувати світобачення, сформувати життєві принципи, які визначатимуть її діяльність. «Що є істина?» — запитував Понтій Пілат у Христа, щоб пізнати рівень свободи, який вона дарує. Жага до пізнання та особистісний досвід взаємодії з реальністю подарували людству геніальні відкриття та розвинули наукову картину світобудови. Саме результатом усвідомленого пізнання стало продукування знань та інформації.

Свою чергою, оволодіння людством знаннями, накопичення інформації сформувало потребу розбудови алгоритмів її збереження та транслявання. Від прадавніх часів разом із безпосередньою особистісною комунікацією розбудовувалися механізми передавання накопиченого досвіду та життєтворчих сенсів. «Інформація в чистому вигляді — це не знання. Справжнє джерело знання — це досвід» — цей крилатий вислів приписують Альбертові Айнштайну. Від писання на глиняних табличках до винайдення книгодрукування, розвитку телеграфу, телефону, кіно, інтернету тощо інформаційний простір насичений об'єктивними знаннями, базами даних, фактами і суб'єктивними судженнями, оцінками коментарями, фальшуваннями та інтерпретаціями подій. Розвиток наукових і прикладних знань, чотири інформаційні революції змінювали способи опрацювання і технологічну основу для подолання будь-яких відстаней, щоб передавати інформацію, що сприяло об'єднанню інтелектуальних здібностей і духовних сил людства.

Перша інформаційна революція пов'язана з появою писемності. З'явилася можливість фіксувати знання на матеріальному носії, тим самим відчужувати їх від виробника і передавати від покоління до покоління через фіксацію в знаках — це зруйнувало монополію вузького кола людей на знання.

Друга інформаційна революція викликана винаходом та поширенням книгодрукування в XV ст., вона розширила доступ до інформації широким верствам населення завдяки тиражуванню знань та інформації. Ця революція радикально змінила суспільство, створила додаткові можливості залучення до культурних цінностей одразу великих верств населення.

Третя інформаційна революція (кінець XIX — початок XX ст.) пов'язана з винаходом телеграфу, телефону, радіо, телебачення, що дало змогу оперативно, великими обсягами передавати і накопичувати інформацію, передавати звукові та візуальні образи на великі відстані. Останнє створило передумови ефекту «стискання простору».

Четверта інформаційна революція (70-ті роки XX ст.) зумовлена винаходом мікропроцесорної технології і персонального комп'ютера. Вона характеризується переходом від механічних, електричних засобів перетворення інформації до електронних і створення програмного забезпечення цього процесу. «Вінець» цієї хвилі революції — поява всесвітньої мережі — інтернету, що уможливило інформаційний обмін у глобальних масштабах [1].

Практичне завдання

«Еволюція каналів розповсюдження інформації»

Мета: систематизація знань про розбудову інформаційного простору, канали поширення інформації; розуміння поняття конвергентності; формування усвідомленого вибору каналів інформування.

Процес виконання: учасники отримують картки, укладені хаотично з назвами (символічним позначенням) каналів розповсюдження інформації.

Завдання: вибудуйте послідовний ряд, що відображатиме хронологію появи засобів поширення контенту. З'ясуйте причини помилок (стереотипні уявлення: наприклад, виконуючи вправу, учасники появи радіо ставлять попереду появи кіно. Хибний стереотип, викликаний тим, що радіоточки у квартирах з'являлися раніше, аніж телевізор). Обговоріть вплив появи різних каналів розповсюдження інформації на становлення суспільних інституцій і особистісну взаємодію. Зверніть увагу на пришвидшену еволюцію каналів комунікації в наш час (четверта інформаційна революція) та специфіку інформування і взаємодії зі споживачем інформації.

Зміст карток: Писання на глиняних табличках. Папірус. Поштовий зв'язок. Рукописи. Друковані книги. Газети. Телеграф. Телефон. Кіно. Радіо. Телебачення. Кабельне ТБ. Інтернет. Імейл. Гугл. Фейсбук. Ютуб. Твітер. Смартфон. Планшет. Інстаграм. Віртуальна (додана реальність).

Багатогранність суспільних процесів зумовили розвиток медіа, головне завдання яких — інформування та забезпечення комунікації в суспільстві, презентації поглядів громадян на ті чи інші процеси державотворення. Разом із безпосередньо набутим досвідом масмедіа формують і транслюють громадську думку. У демократичних суспільствах участь у формуванні громадської думки беруть незалежні від влади недержавні медіа, зокрема суспільні. Бажання споживача отримувати не просто інформацію, а якісний контент сформувало основні принципи (журналістські стандарти) «відображення дійсності»: оперативність, вірогідність, точність, повнота, збалансованість, відокремлення фактів від коментарів. Дотримання цих критеріїв стало інструментом якісної комунікації між владою та суспільними групами.

Розбудовуючи медіаосвітні проєкти, медіатренери Академії української преси фокусували увагу аудиторії на умінні взаємодіяти із сучасною системою масмедіа, знанні та розумінні їхнього місця і функцій у суспільстві; умінні критично оцінювати контент медіа у світлі притаманних їм функцій; взаємодіяти з медіа для самовираження та участі в демократичних процесах. Підготування до безпечної та ефектively взаємодії із сучасною системою масмедіа, зокрема як традиційними (друкованими виданнями, радіо, кіно, телебаченням), так і новітніми (комп'ютерно опосередкованим спілкуванням), стає базовою навичкою особистості. Глобалізація інформаційного простору, коли людина живе в безперервному інформаційному потоці й більшість своїх знань про навколишній світ дістає не безпосередньо, а опосередковано — через наявні канали інформації, сформувала потребу розбудови медіакультури та медіагігієни.

Медіаексперти стверджують, що реаліями сьогодення стало домінування у виборі джерел інформування нових медіа, основні риси яких — інтерактивність та персоналізованість (користувачі стають як споживачами, так і творцями контенту). Водночас розвиток інформаційних технологій і цифрових пристроїв, що їх використовують, дають змогу дезінформувати з недосяжною раніше влучністю. Пошук і пізнання істини ускладнюється терабайтами інформаційного сміття та відвертих фейків. З інформації, що нас оточує, ми сприймаємо певні світоглядні архетипи, якими в подальшому послуговуємося в ухваленні рішень, а отже надважлива є медіаосвітня навичка об'єктивно оцінювати медіатексти і відокремлювати «зерно від половини» в пошуку вічних істин.

Ця проблематика набуває особливої актуальності в період війни Росії проти України. Війни, яка з кожним днем набирає все більше ознак **екзистенційної** (від лат. *exsistentia* — існування, життя, буття). Військовому вторгненню на територію України передувала інтервенція стереотипу меншовартості, ідеології поглинання Росією української ідентичності, культури, духовної спадщини, вкорінення наративу

про єдине коріння і «русский мір». Руйнування адекватної, реальної картини світу з одночасним створенням фальшивої, покликаної похитнути, а врешті й знищити попередню систему ідеалів, цінностей і норм суспільства. У концепції Кремля немає України як суверенної держави з її демократичними принципами і відкритим суспільством, з вільним народом, що вписує свою сторінку в історію європейських країн та західної цивілізації.

Держава-агресор жорстоким терором на полі бою та інформаційною агресією намагається зупинити наш ціннісний вибір буття, зламати героїчний опір української нації. Конституційне право, що дозволяє громадянам України вільно шукати, одержувати, передавати, створювати і поширювати інформацію будь-яким законним способом (ст. 34 Конституції України), в умовах війни кремлівські ідеологи намагаються використати для дезінформації і деструктивного впливу. Прагнучи інформаційною війною організувати геноцид онлайн, російська пропаганда добирає канали поширення різних видів інформаційної зброї, враховуючи специфіку алгоритмів функціонування та особливості взаємодії аудиторії з тим чи іншим джерелом інформування і вибудовуючи технології впливу на суспільні групи й індивідів.

На користь агресора спрацьовує стереотип довіри до медіа. За дослідженнями індексу медіаграмотності, до повномасштабного вторгнення 42 % українців ніколи не перевіряли інформацію на вірогідність (*Детектор медіа, березень 2021*) [2]. 52 % українців переконані, що вміють розпізнати фейки, а виявилось, що лише 3 % можуть це зробити (*Internews, серпень 2020*). Ми живемо у світі очікуваних ілюзій і суб'єктивних суджень [3].

Практичне завдання

«Споживай відповідально»

Мета: Поглиблення знань про джерела інформування, журналістські стандарти та інформаційні жанри; формування умінь фільтрувати контент, практичне опрацювання принципів інформаційної гігієни та усвідомленого медіаспоживання в умовах війни.

Завдання учасникам: Пригадайте та запишіть на стикері (створіть нотатку на онлайн-дошці) 3–4 **новини** з життя України і світу (час виконання 2 хв). Дайте відповіді на запитання щодо новин, які вас вразили:

- Хто автор? З якого джерела ви отримали цю інформацію? Які ще канали інформування поширили цей новинний контент?
- Дата події? Дата публікації?
- Презентуйте деталі події, виокремивши факти. Причиново-наслідкові зв'язки.
- Передайте ваше ставлення до новини. Які емоції та дії вона викликає?
- На вашу думку, якою була мета автора новини? Яка реальна значущість для користувача цієї інформації?

Вердикт: Інформації дуже багато. Не запам'ятовуємо факти, джерела інформування і деталі, пам'ятаємо коментарі та оцінні судження. Доповнюємо власним трактуванням, коли поширюємо. «Примарне» уявлення про події провокує потрапляння в інформаційні пастки ворожої пропаганди та ІПСО.

Правило інформаційної гігієни — розуміти внутрішню логіку, алгоритм функціонування різних медіа, розуміти механізми впливу на аудиторію.

Спробуємо дослідити, як змінилися пріоритети медіаспоживання в період від повномасштабного вторгнення Росії в Україну.

22 червня 2022 року в онлайн-виданні «Українська правда» Ольга Снопок, Анастасія Романюк (Громадянська мережа «ОПОРА») презентували опитування, проведене Київським міжнародним інститутом соціології на замовлення Громадянської мережі «ОПОРА». «Дивимось, читаємо, слухаємо: як змінилося медіаспоживання українців в умовах повномасштабної війни»:

«Початок повномасштабного вторгнення привів до різкого зростання використання соціальних мереж як джерела новин, а також посилення ролі традиційних джерел інформації».

Соціальні мережі використовують 76,6 % українців, 66,7 % — телебачення, 61,2 % — інтернет за винятком соцмереж. Це свідчить про зростання потреби в оперативніших джерелах інформації, однак призводить до того, що споживання дезінформації також зростає.

Після ескалації бойових дій українці почали більше довіряти телебаченню та радіо. Крім того, наразі також помітне зростання довіри до соціальних мереж: вона **вища на 6 %**, ніж до інших джерел інформації онлайн, а серед усіх інших джерел новин соцмережі перебувають на 2-му місці за рівнем довіри.

З початку широкомасштабної агресії провідним джерелом інформації для українців став месенджер «Телеграм», за ним опинився ютуб, а фейсбук змістився на третє місце з першого, яке до того він посідав стабільно кілька років поспіль. 76,6 % громадян використовують соціальні мережі як джерело інформації, 66 % обирають телеграм, 61 % — ютуб, ще 58 % — фейсбук».

Дослідження тривало з 19 до 24 травня 2022 року. У ньому взяло участь 2009 повнолітніх громадян України, які на момент опитування проживали на території України, контрольованій українською владою. Докладно з результатами опитування можна ознайомитися за посиланням [4].

Як бачимо, українці роблять вибір на користь оперативності, що забезпечує інформування в соціальних мережах. Проте, на жаль, це вибір не на користь вірогідності контенту та якісної журналістики. Саме соціальні мережі стали інструментом запуску ворожих меседжів, ІПСО, дезінформації. Вивчивши специфіку онлайн-комунікації з індивідом (вподобання, інформаційна бульбашка, коло спілкування тощо) ворожа пропаганда запускає маніпулятивні технології впливу, а надмірна емоційність, репости фейкових меседжів забезпечують швидке поширення псевдонаративів. І, попри подальше спростування експертами, дезінформація впливає на суспільну думку.

Простежимо тенденцію і проаналізуємо «лідера» — месенджер «Телеграм». Завдяки можливості зберігати анонімність, створювати групові чати до 200 тисяч користувачів та канали на необмежену кількість підписників, він набуває дедалі більшої популярності. На відміну від інстаграму, твітеру, фейсбуку, у телеграмі не спрацьовують скарги на певний профіль або контент.

«Зі ста найпопулярніших серед української аудиторії телеграм-каналів 11 мають відверто проросійську позицію. Йдеться, зокрема, про канали проросійських блогерів; анонімні канали, що публікують маніпулятивну аналітику та вигадані інсайди; канали проросійських ЗМІ та канали, які прикидаються медіа і публікують новини під соусом російської пропаганди». Таку загрозову з огляду на національну безпеку аналітику опублікувало онлайн-видання «Детектор медіа» 17.09.2022 року (досліджували контент сотні каналів із найбільшою кількістю підписників в українському сегменті телеграму. За допомогою машинного навчання та елементів штучного інтелекту «ДМ» проаналізував понад 50 тисяч дописів у телеграм-каналах. Період аналізу: січень — серпень 2022 року [5]).

Попри 6 місяців жорстокої війни, проросійські блогери Анатолій Шарій (706 тисяч підписників), Тетяна Монтян (511 тисяч підписників), Шейх Тамір (332 тисячі підписників), Дмитро Василець (317 тисяч підписників) утримували увагу української аудиторії та використовували своїх підписників як «корисних ідіотів» задля поширення ідей «руського міра» та кремлівської дезінформації. Хоча ресурси української влади переважають проросійські канали, активність пропагандистів-москвитів, велика кількість анонімних каналів (неможливо ідентифікувати адміністратора), каналів псевдоекспертів із проросійськими наративами і дезінформацією, справляють потужний вплив на суспільні настрої й індивідуальне сприйняття подій великої війни.

Водночас залежність від отримання інформації та тривога через ситуацію в країні зробили українців не тільки споживачами, а й творцями повідомлень у соціальних мережах. Відгукуючись на дописи онлайн-спільнот, ми коментуємо, розміщуємо

фото, намагаємося деталізувати інформацію, яка в період війни не підлягає поширенню. Прагнучи допомогти, розміщуємо дані у відповідь на псевдорозшук військових, внутрішньо переміщених осіб, маршрути волонтерів, не усвідомлюючи, що діємо на користь ворога.

Сфокусувавши увагу на окремих складниках російської інформаційної зброї в нових медіа, стає очевидною потреба детальніше вивчити особливості мережевого суспільства, формування світогляду і ціннісних орієнтирів через соціальні мережі. Отож анонімні канали, «хороші русські», блогери-інсайдери, що використовують «корисних ідіотів» — небезпечні інструменти пропаганди в телеграмі.

Досліджуючи російську пропаганду для покоління візуалів, у час екранної епохи, коли «відеоспоживання» перемогло текст, неможливо оминати увагою і ютуб. 30 % українців споживає новини з ютубу. Проте це територія повного, неврегульованого суб'єктивізму. Медіаекспертам добре відомо: алгоритми ютубу працюють так, що популярними стають емоційні та агресивні відео. Медіатехнологи спираються на знання основ психології людини, завдяки чому їм достеменно відомо, що пам'ять значно краще зберігає саме емоції, а не факти. Пережиті людиною емоції, як позитивні, так і негативні, не зникають, а закарбовуються завдяки емоційній пам'яті і гальмують раціональність сприйняття. Про відповідальне подання інформації не йдеться. В умовах війни, це потужний ресурс поширення пропагандистських роликів, діпфейків, постановних сюжетів з «гарячих місць», інтерпретації події за допомогою монтажу та демонстрації відео, відзнятого на іншій території чи в іншу дату. Це онлайн-простір для маніпуляції аудиторією, яка не усвідомлює, що в цифрову еру українська приказка «краще один раз побачити, аніж сто разів почути» не працює. Адже постановні кадри, маніпуляції з освітленням, ракурсом здатні конструювати картинку на замовлення пропаганди і за алгоритмом цієї платформи пропонувати до перегляду широкій аудиторії.

Як ніколи на часі рекомендація: обираючи контент не триматися пропозицій ютубу, а самостійно вибирати відео та критично опрацьовувати візуальні медіатексти на дотримання об'єктивності інформування. У період війни пропаганда Московії відкрито пишається вдалим маніпуляціями та руйнуванням реальної картини світу.

Не оминемо увагою і фейсбук. Правила інформаційної гігієни навчали нас пам'ятати способи маніпулювання, які використовує ця платформа. **Інформаційна бульбашка (стан інтелектуальної ізоляції, спричинений персональним добром алгоритмами цифрових платформ контенту для користувачів), коли користувач не бачить альтернативних думок та інформації, а отже формує упередженість і обмеженість, ворожі демократичним принципам конструктивного дискурсу.** Пропаганда використовує цей механізм для поширення ілюзії тотальності ворожих наративів і дезінформації. Уже відомий нам «механізм емоційного резонансу» запускається за допомогою сконструйованих фото і відео та дописів і коментарів тролів. Спосіб поширення фейків в українському сегменті фейсбуку — і репости з ресурсів, що імітують онлайн-медіа.

Прагнучи деморалізувати українців, викликати протистояння та деструктив, російська пропаганда активно використовує (запускає) ботів — штучно створених фейкових акаунтів. Їх мета — формування громадської думки через втручання в дискусії в коментарях, безпосереднє поширення дезінформації, емоційне накручування. Боти «працюють» у всіх соцмережах: у «Фейсбуку», «Телеграмі», «Ютубі», «Вікіпедії» тощо і переважно існують та атакують так званими ботофермами, сіючи вороже світобачення та зерна недовіри до презентації подій в офіційних медіа й медіа «білого списку» Інституту масової інформації (ІМІ). Нагадуємо, що «білий список» ІМІ — це перелік масмедіа з найвищим рівнем дотримання журналістських стандартів.

Важливість нашої уваги до соціальних мереж підтверджує і дослідження соціологічної групи «Рейтинг» «Як війна змінила мене та країну. Підсумки року», проведене в лютому 2023 року [6], яке стверджує, що за рік повномасштабного вторгнення Росії, попри зростання довіри до новин з національних телеканалів та місцевих медіа, **вчетверо частіше** споживають новини з каналів у телеграмі та вайбері: (від 11 % до 41 %), а також в каналів у ютубі (від 21 % до 29 %). Практично не змінили свій вплив соціальні мережі — «Фейсбук», «Твітер», «Інстаграм» (35 %). *Частота* споживання новинного контенту національних і місцевих медіа серед українців

зменшилася: національного телебачення з 55 % до 43 %; місцевого — від 11 % до 7 %. Також втратили в популярності й інтернет-сторінки (від 47 % до 36 %), проте довіра до новинного контенту національних телеканалів зросла від 43 % до 72 %, а місцевих масмедіа — від 43 % до 62 %. На мій погляд, це викликано потребою знати офіційну позицію влади щодо подій сьогодення: російської агресії та ризиків, що з'явилися через повномасштабну війну.

Телевізійна інформаційна політика першочергово представлена через запуск телемарафону «Єдині новини». Як відповідь на тотальну інформаційну війну і повномасштабне вторгнення Росії в Україну в лютому — березні 2022, об'єднання телеканалів різних форм власності для оперативного інформування про офіційну позицію влади в цей надважкий період існування держави суспільство прийняло. Проте неоднозначна, на мій погляд, ситуація з окремими каналами, сформована натеper комунікація, інші чинники викликають дедалі більше дискусій: чи не порушення це демократичних принципів свободи слова, рівності, конструктивного дискурсу? Медіа-експерти «Детектор медіа» проаналізували цей телевізійний продукт наприкінці грудня 2022 року (Отар Довженко «Диво, що затягнулося. Телемарафон «Єдині новини» у 2022 році» [7]) і публікація «Телемарафон: як він змінює українське суспільство та медіаринок» Галини Корба (BBC News Україна) [8] дають змогу кожному з нас оцінити цю «телевізійну інновацію» й доречність її функціонування надалі.

Практичне завдання «Руйнуємо російську пропаганду»

Мета: розбудова навичок роботи з джерелами інформації, верифікації даних, спростування фейків та маніпуляцій.

Завдання: дослідіть історичні джерела, об'єктивні факти і доведіть маніпулятивність і фейковість рашистських наративів: «братні російський та український народи», «хороші росіяни», «Україна вісім років бомбила Донбас».

Вердикт: історична реальність заперечує російські наративи. Це агресивна російська пропаганда, спрямована на знищення України як держави та її національної ідентичності.

Підсумовування. Для боротьби з інформаційною зброєю агресора в умовах повномасштабного вторгнення в Україну на рівні державних інституцій дуже важливо забезпечити об'єктивне висвітлення подій (з урахуванням обмеження доступу до інформації, що робиться лише в інтересах національної безпеки, територіальної цілісності або громадського порядку). Оперативне, вірогідне інформування, представлення доказової бази, незамовчування контрверсійного контенту вибудовує довіру до медіа, що реалізують комунікацію суспільства і влади, блокує поширення чуток і маніпулятивних повідомлень у пабліках.

На особистісному рівні ефективний запобіжник політики «масового пропагандистського впливу», яку активно реалізовує кремлівська верхівка, — інформаційна гігієна громадян. Пропоную кілька рекомендацій відповідального споживання і поширення контенту:

Дотримуйтеся правил оприлюднення інформації. Пам'ятайте про відповідальність за поширення інформації. Загальне правило щодо поводження з інформацією викладено в першому абзаці частині другої статті 302 Цивільного кодексу України: «Фізична особа, яка поширює інформацію, зобов'язана переконатися в її достовірності». У період воєнного стану за поширення недостовірної інформації, та інформації, що не підлягає оприлюдненню відповідальна особа може бути притягнута до кримінальної відповідальності.

- ▶ Ретельно перевіряйте інформацію в офіційних джерелах і в медіа «білого списку» IMI.
- ▶ Формуйте навколо себе якісне інформаційне поле, видаліть групи в соцмережах, які публікують сумнівну інформацію.
- ▶ Не стежте за анонімними телеграм-каналами чи вайбер-групами.

- ▶ Перевіряйте інформацію за допомогою онлайн-інструментарію.
- ▶ Регулярно застосовуйте критичне мислення: медіаосвітню навичку ставити запитання до змісту і авторства. Щоразу чітко розрізняйте факти і судження.
- ▶ Перевіряйте експертів (користуйтеся базою псевдосоціологів та прихованих піарників на сайті Texty.org).
- ▶ Пам'ятайте про шахрайства. Більшість з них пов'язана з нібито виплатами допомоги, псевдоволонтерством тощо.
- ▶ Влаштовуйте інформаційний детокс.
- ▶ Розвивайте медіаграмотність і медіакультуру.

За попередні роки медіатренери АУП сформували потужні ресурси, практичні кейси, онлайн-ігри, методичні рекомендації з розбудови навичок ефективної взаємодії із сучасною системою масмедіа [9]. Ці напрацювання знайомлять із принципами роботи з інформацією, базисом факчекінгу і верифікації, розвивають критичне мислення та навичку активного пошуку. Навчають працювати з першоджерелом.

Для керівників, педагогічних працівників важливо опрацювати і реалізовувати рекомендації освітнього омбудсмена України Сергія Горбачова «Висвітлення інформації про заклад освіти в умовах воєнного стану» [10]:

- ▶ законодавчі обмеження щодо проведення фото- та відеознімання під час воєнного стану (обмеження права збирати та поширювати інформацію, згода на фото- та відеознімання тощо);
- ▶ пропозиції, розроблені Службою освітнього омбудсмена та Асоціацією «Digital Ukraine» для медіа, працівників закладів освіти, учасників освітнього процесу щодо висвітлення інформації про заклад освіти в умовах воєнного стану та проведення фото- й відеознімання;
- ▶ ізраїльський досвід захисту шкіл.

Україна, ЗСУ, виборюючи на фронті право на існування, вибудовує наше майбутнє. Розбудовуючи медіаосвіту і перемагаючи в інформаційній війні ми захищаємо демократичні принципи і свободи її громадян.

*Практичне завдання на основі вправи «Етапи розвитку інформаційного простору», що її розробили медіаексперти всеукраїнського проєкту «Вивчай і розрізняй: інфо-медійна грамотність» і реалізовує Рада міжнародних наукових досліджень та обмінів (IREX) у партнерстві з Міністерством освіти і науки України та Академією української преси та за підтримки посольств США та Великої Британії.

Джерела

1. <https://uk.wikipedia.org/wiki>.
2. ГО «ДЕТЕКТОР МЕДІА» Індекс медіаграмотності українців. Аналітичний звіт за результатами комплексного дослідження: https://detector.media/doc/images/news/archive/2021/186435/UA_REPORT_MEDIALITERA%D0%A1Y_INDEX-DM.pdf.
3. <https://internews.in.ua/uk/news/ponad-80-ukrajintsiv-stykalysya-iz-dezinformatsijeyu-pro-covid-19-nove-opytuvannya-usaid-internews/>.

МЕДІАОСВІТА ТА ІНФОРМАЦІЙНА ГІГІЄНА ЯК ЩЕПЛЕННЯ ПРОТИ ТОКСИЧНОГО КОНТЕНТУ РОСІЙСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ

Лекція 4/Практичне заняття

Мета. Вивчення механізмів і принципів дезінформації. Опрацювання специфіки російської пропаганди та розвиток базової інформаційної гігієни в умовах російсько-української війни. Формування потреби критичного аналізу контенту та усвідомленого медіаспоживання.

Очікувані результати. Готовність і спроможність до критичного аналізу та спростування меседжів російської пропаганди в умовах війни.

Медіаграмотність — це насамперед розуміння того, як працюють медіа, і усвідомлення, що вони формують суспільну думку. Інформаційна зброя російських агресорів спрямована впливати на наше сприйняття реальності, дезінформувати та управляти нашими діями. Пропагандистські ресурси щоденно створюють маніпулятивний контент, якому непросто протидіяти.

Відомо, що потужні інструменти інформаційної гігієни — критичне мислення, знання історичної реальності, вміння керувати власними емоціями. Проте кремлівські маріонетки та псевдоексперти, намагаючись «підірвати суспільне здоров'я», щоразу запускають пропагандистські інформаційні віруси. Медіакомпетентність громадян, як щеплення від токсичного контенту московитів, спроможна сформувати імунітет до агресії в медіапросторі.

Усвідомлюючи ризик щоденного інфікування ворожими наративами, спробуємо дослідити найпоширеніші рекомендації російських «темників», тобто пояснити аудиторії, де, як і в яких контекстах можуть відбуватися маніпуляції. Опрацьовуючи практичні кейси, вивчаючи маніпулятивні техніки й методи, вибудовуватимемо поведінкову резистентність до майбутніх спроб дезінформаторів увести нас в оману. «Геній» пропаганди XX сторіччя Геббельс говорив: «Брехня, повторена тисячу разів, стає правдою». Інформаційна війна XXI сторіччя завдяки розвиткові технологій постійно поповнюється новим типом пропагандистської зброї рашизму.

Від 24 лютого, запровадження воєнного стану, медіаексперти Академії української преси фокусують увагу на роботі з офіційними джерелами інформування населення України в умовах війни. Скориставшись їхньою порадою, пропонуємо опрацювати найпоширенішу в умовах війни *термінологію, механізми впливу та принципи* російської пропаганди, які дослідив Центр протидії дезінформації при Раді національної безпеки і оборони України.

Ця форма роботи має на меті блокувати поширення (через представлені терміни, механізми впливу, принципи) російських наративів, показати мету їх появи в інформаційному просторі та запобігти діям, які вони можуть спровокувати, українських громадян на користь агресора.

Механізм «створення глобальної загрози» — це механізм створення контенту, що скеровує суспільне невдоволення та перемикає його на потрібні маніпуляторів цілі. Принцип дії: ілюзорна чи реальна небезпека (наприклад, тероризму) багаторазово проговорюється в медіа. Медіа тиражують це як «глобальну загрозу», викликаючи в аудиторії страх, щоб створити сприятливі «умови» для подальших маніпуляцій.

Приклад: російські ЗМІ щоденно розповідають про небезпеку для Росії, загрози від НАТО і колективного Заходу тощо. Роспропаганда намагається створити «глобальну загрозу» та виправдати бойові дії на території України. Також це може бути умовне підготування до «тихої мобілізації» (<https://t.me/CenterCounteringDisinformation/1664>), щоб люди були вмотивовані й розуміли, що йдуть воювати проти «керованих колективним Заходом укронацистів».

Механізм «переписування історії» — ефективний метод у довгостроковій перспективі. Щоб «промити мізки» суспільству, необхідно відімкнути здоровий глузд кількох поколінь і насамперед зруйнувати історичну пам'ять. Штучно сформовану картину історичної дійсності пропаганда поширює за допомогою інтернету, книг, лекцій, телебачення, преси, кінофільмів тощо. Так будується ілюзорний світ, який сприймається як справжній.

Приклади:

Промова В. Путіна перед нападом на територію України: «Україна імені В. І. Леніна. Він її автор та архітектор».

Заява т. зв. голови ТОТ Запорізької обл. В. Рогова (<https://t.me/CenterCounteringDisinformation/2265>): «Запоріжжя створили російські царі. Україна «не має» ніяких моральних, історичних і законних прав на Запорізьку область».

Перекручення, змінення, спотворення — складники механізму «переписування історії», який повинен зіграти на почуттях патріотизму неосвіченої російської аудиторії.

Механізм перекладання відповідальності. Найпростіший спосіб уникнути негативних наслідків — перекласти відповідальність на іншого. Тому роспропагандисти часто використовують цей спосіб, щоб запобігти засудженню своїх дій світовою спільнотою.

Приклад: Російські війська ракетним ударом знищують ТЦ в м. Кременчуці, у якому перебувала велика кількість цивільних. Зрозумівши, що ракети влучили не у військовий об'єкт, що суперечить «меті спецоперації», окупанти дезінформують: «Київ влаштував чергову провокацію в Кременчуці. Українські бойовики підпалили порожній ТЦ, у якому, за версією укрпропаганди, перебувало до 1000 цивільних...».

За рік повномасштабного вторгнення є дуже багато прикладів використання цього інструмента російської пропаганди. Найцинічніші — на початку квітня, після звільнення м. Бучі (рашисти досі відхрещуються від відповідальності й перекладають усю провину на Київ); злочини в Ізюмі. Перекладання відповідальності за всі знущання над мирним населенням — це дезінформаційна стратегія роспропаганди.

Механізм конспірологічної дезінформації. Теорія змови, конспірологічна теорія пов'язує певну подію з існуванням «таємного» плану групи осіб або організацій. Конспірологія породжує дезінформацію.

Приклад: Переконавання російської аудиторії в тому, що Україна розробляє «біологічну зброю». Приклади заголовків: «США в українських біолабораторіях розробляють нові штами вірусів», «У біологічній лабораторії в Херсонській області знайдено зразки вірусу мавпячої віспи».

Ніяких задокументованих фактів, що підтверджують розроблення Україною біологічної зброї, у РФ не має, тому вона не може надати зразки вірусів для дослідження ВООЗ.

Механізм «створення асоціацій» — штучне медійне прив'язування об'єкта до того, що в масовій свідомості сприймається як щось негативне або ж, навпаки, позитивне. Найчастіше для механізму «створення асоціацій» використовуються метафори, які вмикають асоціативне мислення, що в подальшому сприяє створенню «хибних аналогій». Водночас механізм «створення асоціацій» запускає процес виникнення хибної впевненості в правильності тих чи інших асоціативних рядів.

Приклад: Дуже часто журналісти російських пропагандистських ЗМІ тиражують негативні тези: «українці — нацисти ХХІ століття» або ж «Україна сьогодні — це щось гірше, ніж Третій Райх». Водночас для створення позитивного образу сучасного режиму, російські ЗМІ тиражують тезу: «Путін — сучасний Петро І».

Механізм «хибної аналогії» — зіставлення властивостей і відносин, взаємозв'язок яких не має реального підґрунтя. Люди схильні мислити аналогіями, використовуючи логічні зв'язки «причина-наслідок». Коли ці зв'язки підміняються пропагандою, виникає хибна аналогія, за якої імовірність висновку дорівнює нулеві.

Приклад: Проведення «спеціальної військової операції» (СВО) в Україні. У загальному сприйнятті СВО — це спеціальні сили провели таємну операцію зі знищення лідера терористів тощо. Не може відбуватися СВО понад рік із застосуванням сотень тисяч солдатів, танків, артилерії, авіації, морського флоту, крилатих ракет. Але розпропаганда увесь цей час створює хибну аналогію для своєї аудиторії, називаючи війну в Україні «спецоперацією».

Механізм «констатація факту» — подання в медіа бажаної інформації як такої, що не підлягає сумнівові. Найчастіше для цього механізму використовується новинний формат або ж формат соціологічних досліджень. Для надання більшої авторитетності матеріалам з використанням механізму «констатація факту» пропаганда широко застосовує коментарі «лідерів громадської думки» — популярних журналістів, відомих політологів тощо.

Приклад: Дуже часто журналісти російських пропагандистських ЗМІ, які працюють на тимчасово окупованих територіях, роблять гучні заяви щодо переходу під контроль ЗС РФ тих чи інших українських населених пунктів, наприклад «російські військові захопили та повністю контролюють місто...», хоча насправді бої за місто ще тривають.

Механізм використання очевидців події в дезінформаційному полі — це спеціальний добір людей і монтаж відео з необхідним сенсовим рядом. Масовка — залучення осіб, нібито свідків якої-небудь події. Зазвичай участь у масовках — це низькооплачувана діяльність або «добровільно-примусова» явка.

Приклад: Концерт у «Лужниках» до дня Росії, де Путін виступав здебільшого перед масовкою і його підтримували прокремлівські артисти. Кадри з триколорами в смітниках, які викинули «очевидці» цієї події, облетіли весь світ.

Механізм ствердження — це контрапозиція. Наприклад, фразу «лише наша думка слушна» можна переформулювати умовним твердженням «якщо існують інші думки, то вони хибні». Розпропаганда часто замість дискусії та аргументів подає бездоказові твердження, презентуючи лише одну думку, вигідну для них.

Приклад: «Міноборони Росії: сьогодні як крок доброї волі російські військові завершили виконання завдань на острові Зміїному і вивели гарнізон, що перебував там». У повідомленні пропагандистів РФ чітко простежуються маніпулятивні тенденції. Вигідну їм інформацію розписують з максимальним перебільшенням, а інформацію, що підриває авторитет РФ, викладають максимально коротко і спокійно або взагалі не повідомляють. Насправді ж російські війська не змогли втримати о. Зміїний та поспіхом покинули його, як Київську, Чернігівську, Сумську області.

Механізм «заговорювання» — цей метод використовує пропаганда, коли необхідно знизити актуальність і викликати негативну реакцію до будь-якої події. Мета «заговорювання» — викликати втому в аудиторії від дезінформації з певної «гострої» теми, щоб відбити подальше бажання цікавитися нею.

Приклад: Не маючи можливості приховати відео, викладені в соцмережах, пропагандисти РФ використовують метод «заговорювання» населення (<https://t.me/CenterCounteringDisinformation/2303>) щодо вибухів на Новофедорівському аеродромі в окупованому Криму. Основною версією вибухів «призначають» порушення правил протипожежної безпеки, другорядною — диверсію з безпілотною. Російській аудиторії швидко набридає потік продубльованих повідомлень про вибухи в Новофедорівці, які йдуть звідусіль і багаторазово повторюються, тому цікавість до новини знижується, а згадки про подію викликають роздратування.

Рейтингування в дезінформації — механізм, що базується на публікуванні в масмедіа сфабрикованих або «вигідно» сформованих результатів соціологічних досліджень з метою впливу на громадську думку. Коли використовується механізм рейтингування, спрацьовує психологічний феномен, властивий більшості людей, — бажання бути «як усі».

Приклад: Днями пропагандистські ЗМІ РФ опублікували рейтинг «дружніх» та «недружніх» країн під назвою «Русофоболокатор», що дає змогу обрати «правильну» країну для подорожей і відмовитися від «неправильної».

Інформаційні медіатори в дезінформації — особи — лідери певної соціальної групи або експерти в певній сфері, які власним авторитетом формують і укорінюють думки аудиторії щодо певного питання. Найсильніше на формування думки людини щодо певного питання впливають чутки, плітки та «інсайди», що циркулюють у суспільстві. Тому найефективніший інфоплив на людину чиниться не через медіа, а через значущих для неї авторитетних людей — «лідерів думок». Як це працює: після отримання інформації людина не відразу ухвалює рішення щодо її прийняття чи відкидання, а лише після того, як свідомо або підсвідомо пошукає поради в «лідерів думок».

Приклад: Інформаційними медіаторами, що формують думки росіян на підставі пропагандистських меседжів, можна назвати, зокрема, М. Захарову, Р. Кадирова, Д. Медведєва, С. Лаврова та інших роспропагандистів.

Інформаційні «ярлики» — повсякденний синонім негативно забарвленого стереотипу, кліше або прізвисько. При використанні ярликів відбувається заміна імені або назви на слова, які містять здебільшого негативно забарвлені оцінні судження.

Приклади: Українці — хохли, малороси, укропи; усі патріоти України — бандерівці; українські націоналісти — неонацисти, нацики; українська влада — укрорейх, кївська хунта.

Мета «навішування» ярликів роспропагандою — публічне приниження та зневаження України, української нації, мови, всього українського. Для нейтралізації таких ярликів радимо **спілкуватися українською мовою** та завжди **використовувати слова в їх правильному значенні**. Радимо проводити роз'яснювальну роботу із людьми, які вживають «ярлики», пояснюючи різницю між словами.

Механізм емоційного резонансу — спосіб створення серед широкої аудиторії певного настрою з одночасним переданням пропагандистської інформації, в основі якої лежить контент з високою емоційністю. Емоційний резонанс дає змогу зняти психологічний захист, який на раціональному рівні вибудовує людина, намагаючись убезпечити себе від пропагандистського впливу. Тому правило пропаганди — необхідність «звертатися не до розуму людини, а до її почуттів». Пропагандистський вплив на людину здебільшого відбувається на емоційному рівні, поза її свідомим контролем, бо в такому разі не спрацювають ніякі раціональні контраргументи.

Приклад (фейк, що набув вірусного поширення): «Підліток-інвалід, який чергував біля складу з гуманітарною допомогою для нужденних, трагічно загинув внаслідок підступного удару ЗСУ по мирному району Нової Каховки».

«Ефект первинності» — успіх пропаганди полягає в тому, щоб дезінформація досягла аудиторії раніше, ніж правда. У разі надходження суперечливої інформації, перевірити яку швидко неможливо, особа схильна надавати перевагу тій інформації, що надійшла перша.

Приклад: У соцмережах поширюється відео з військовим підрозділом сил ТрО, що нібито був перекинутий із Закарпаття до Харківської області. Через брак військового вишколу та зброї, крім кількох автоматів, військові просять керівництво країни врятувати їх від неминучого знищення ворогом.

На офіційних ресурсах ЗСУ з'являється повідомлення із спростуванням інформації: «Сили ТрО із вказаного регіону на лінію фронту не залучались, а згаданого у відео підрозділу взагалі не існує». Але оприлюднену інформацію може сприймати аудиторія як спробу виправдання за дії командування сил ТрО. Отже, «ефекту первинності» досягнуто.

Стереотипи — це сукупність певних укорінених стійких уявлень, думок, висновків про світ, довкілля, людей тощо.

Приклад: За 30 років роспропаганда створила т.зв. кліше мислення, для нав'язування стереотипів своїй аудиторії, що на Заході України живуть бандерівці, а полк «Азов» — це збройне формування, створене з неонацистів та фашистів. Стереотипне уявлення з часом фіксується у свідомості і практично не піддається перевірці досвідом. Тому майже 83 % опитаних росіян вірять у те, що владу в Україні захопили бандерівці, які бомбили Донбас протягом 8 років. А 68 % росіян досі підтримують

проведення «спецоперації», не зважаючи на санкції, інфляцію, безробіття, втрати ЗС РФ у війні.

Інформаційна блокада — заходи, що застосовуються на окупованій території шляхом порушення її інформаційних зв'язків, щоб змусити громадян змінити думку, виконати певні дії або ж утриматись від них. Ізоляція полягає в повному обмеженні доступу до правдивої інформації та впровадженні наративу «про вас усі забули». Мета — схилити населення до співпраці.

Приклад: Інформблокада на ТОТ Запорізької та Херсонської областей:

підімкнення до росінтернету; відімкнення українського мобільного зв'язку зі звинуваченням у цьому України; роздача російських сім-карт; транслявання російських новин, де йдеться про «порушення» України у війні, майбутній «демократичний» референдум та можливість жити «нормально» в складі РФ.

«Інформаційний шум» — несуттєва, вторинна, неважлива інформація, яка супроводжує або замінює собою основне повідомлення. Різновид його — інформаційне шумування — умисне перевантаження слухача незначущою, вторинною, зайвою інформацією з метою відвернути увагу від вірогідних відомостей. Підвиди інформаційного шуму — фейкові повідомлення, спам, пропагандистська реклама.

Приклад: Від початку війни російські дезінформатори поширюють фейки про те, що Україна нібито торгує наданим західним озброєнням. Ці фейки не мали значного відгуку серед західної аудиторії, тому в РФ вирішили підкріпити ці вкиди «доказовою базою». Основою російських «розслідувань» стали скриншоти сторінки з оголошеннями в даркнеті, що нібито пропонують придбати FGM-148 «Джавелін». Видало росіяни незнання української мови. За 15 тис. доларів там пропонують послугу «переклад через кордон».

Механізм «зараження» або «стадний» інстинкт — один із методів групового впливу на психіку. Цей спосіб інтеграції групової діяльності виникає за значного скупчення людей або ж масового онлайн-споживання контенту. Одна з його ознак — стихійність: «всі побігли і я побіг». Під час психічного зараження передається емоційний стан від однієї особи до іншої на несвідомому рівні.

Приклади онлайн: Поставив лайк коментареві — там, де було багато лайків, а текст до кінця не прочитав.

Механізм «зараження» використовують боти (<https://t.me/CenterCounteringDisinformation/1773>). Під постами в соцмережах боти залишають багато емоційних коментарів, які викликають психологічний вплив на особистість у процесі взаємодії, який передає певні настрої, спонукає не через свідомість та інтелект, а через емоційну сферу до зміни думки/настрою.

Механізм «дублювання» акаунтів — це створення облікових записів, що повністю копіюють інформаційний зміст справжніх акаунтів користувачів, які в подальшому використовуються для шахрайства, поширення дезінформації тощо. Між назвою справжнього та клонованого облікового запису буває різниця всього в одному символі, що одразу непомітно. Насамперед зловмисники клонують акаунти ключових державних діячів, блогерів, публічних осіб, які мають достатній вплив на громадську думку.

Приклади акаунтів в інстаграмі: *zelenskiy_official* — оригінал, *zelenskiy_oficial* — клон.

Запобігання маніпуляції:

- ▶ звертайте увагу на верифіковані акаунти (блакитна галочка біля назви);
- ▶ в разі сумніву щодо правдивості поширеної інформації, перевірте її в інших джерелах;
- ▶ звертайте увагу на правильність написання назви та грамотності ведення акаунту;
- ▶ подивіться на оригінальність контенту: чи містяться унікальні дописи, а чи все скопійовано з якогось іншого джерела.

Як працює механізм підробки — сфабрикований контент, документ, що поширюється навмисно. Сюди також належать пости та коментарі нібито від реальних людей, а насправді — від фейкових (найчастіше кимось проплачених) акаунтів або ботів.

Приклади:

1. Повістка-повідомлення, яку нібито вручили жінці (<https://t.me/CenterCounteringDisinformation/1985>).
2. Документ про мобілізацію українців у Польщі (<https://t.me/CenterCounteringDisinformation/1851>).
3. Лист Міністерства освіти і науки України про доручення скласти списки випускників призовного віку (<https://t.me/CenterCounteringDisinformation/1849>).

Найчастіше в статтях під фейковими документами, що поширюються в соцмережах, з'являються коментарі від обурених «громадян», зазвичай ботів, із закликами виходити на протести та блокувати роботу державних органів.

Ефект бумерангу — ефект масової комунікації, психологічна реакція на подію, що характеризується відторгненням авдиторією занадто сильного тиску на «жертву» з боку медіа. Організуючи тотальне цькування опонента, медіа так його «забивають», що він зрештою викликає жалість і симпатію в широкої авдиторії.

Приклад: Жорстка критика західними масмедіа проведення «спецоперації» в Україні, замість негативу, в росіян викликала збільшення прихильності до діяльності військово-політичного керівництва РФ. За даними недержавного дослідного центру «Левада-Центр», від початку війни рейтинг В. Путіна збільшився до 82 % і лише 15 % росіян не підтримують «спецоперацію».

Особливо цей ефект простежується в прихильників Радянського Союзу — захищати «матінку Росію» від посягань «підгнилого» Заходу та НАТО.

Маніпуляція базовими непорушними цінностями (БНЦ)

Для Західного світу існують базові цінності: життя та здоров'я, честь і гідність, верховенство права, свобода волевиявлення тощо. Перелічені цінності непорушні та зафіксовані в конституції. Хто і як маніпулює БНЦ розберемо на прикладі бажаного Росією «референдуму» на тимчасово окупованих територіях. Ця подія подавалася західному суспільству як реалізація громадянами базових цінностей — волевиявлення та пряма демократія.

Насправді під час війни на окупованих територіях демократичне волевиявлення «під дулом автомата» не можливе. Тому роспропаганда намагається створити картинку «повернення до нормального життя»: роздачею російських паспортів, гуманітарної допомоги, сім-карт, підімкненням до росінтернету, святкуваннями дат РФ. Будь-яке проголошення «незалежності» т. зв. республік під час окупації цивілізований світ не визнає та сприймає як пряме порушення БНЦ.

Як діє принцип контрасту. Принцип контрасту використовується, коли потрібно надати негативну інформацію, але тактика прямих звинувачень здається дуже відвертою. У пропаганді використовується тоді, коли потрібно відволікти увагу суспільства від поразки на іншу, резонанснішу, подію, яка затьмарить собою невдачі.

Приклад: Військова поразка російської армії на о. Зміїному викликала обурення в про-російському суспільстві щодо ходу «спецоперації». Тому військово-політичне керівництво РФ пішло на злочин проти цивільного населення України, щоб відволікти увагу від військової невдачі. 01.07 рашисти атакували ракетами базу відпочинку біля Одеси, внаслідок якої загинули 21 особа, серед яких двоє маленьких дітей. Ця «перемога» проти неозброєного цивільного населення відвела увагу від програної битви за о. Зміїний.

Як працює принцип психологічного шоку. Психологічним шоком може стати новина про надзвичайні події, які викликають яскраву та бурхливу реакцію в суспільстві, руйнують усі рівні психологічного захисту. Отже, після руйнації цього захисту, пропаганда може нав'язувати потрібні їй тези та думки.

Приклад: трагедія Маріупольського драмтеатру. Як діяла роспропаганда:

1. Нав'язувала думку про те, що націоналісти знищують мирне беззахисне населення з подальшою їх (націоналістів) демонізацією та дегуманізацією.
2. Створювала образ ворога, якого треба знищити, — бандерівців та неонацистів, які й сховалися в театрі.

Як наслідок — скидання найпотужніших бомб на приміщення театру. Психологічний шок може поєднуватися з іншими механізмами, що використовує розпропаганда для переконання аудиторії в необхідності продовжувати війну проти «неонацистів».

Як працює дезінформаційна мережа в телеграм-каналах

В Україні існує чимало телеграм-каналів, що публікують непідтверджені політично-військові інсайди, суб'єктивні погляди на геополітичні відносини між Україною, Росією, США, ЄС тощо. Найчастіше це — анонімні телеграм-канали, що регулярно репостять (цитують) один одного та мають дезінформаційну тональність. Ці канали-інфотерористи, об'єднані у т. зв. мережі. Мета створення мережі — швидке поширення інформації на певну аудиторію.

Приклад таких каналів: <https://t.me/CenterCounteringDisinformation/1930>

Тому обов'язково звертайте увагу на тип каналу. Це може бути канал держустанови, авторський паблік, канал медіа, анонімний канал або агрегатор інформації (сервіс, що збирає інформацію з різних джерел, найчастіше про фейки та «вкиди»). Два останні типи найризикованіші з боку дезінформування, бо зазвичай посиляються на анонімний авторитет (<https://t.me/CenterCounteringDisinformation/1910>) та не несуть жодної відповідальності за надану інформацію.

Мережа — це кілька телеграм-каналів, об'єднаних загальною системою керування, концепцією та ідеєю. У структуру мережі зазвичай входять:

Власник (бенефіціар) телеграм-каналу.

Куратор — особа, яка роздає технічні завдання та контролює їх виконання.

Головний редактор — публікує готовий пост у конкретний час.

Піар-менеджер.

Дизайнер.

Райтер — автор тексту.

Технічні працівники супроводжують, просувають, накручують перегляди за допомогою ботів. Класично до мережі входять від 5 до 20 каналів. Завдання мережі — швидке поширення потрібних наративів на найбільшу кількість підписників. Оформлення публікації з наративом змінюється залежно від виду каналу: політичний, військовий, аналітичний тощо.

Медіаманіпуляція — вид психологічного впливу, що чиниться за допомогою медіа і призводить до зміни настроїв, поведінки, поглядів тощо.

«Відволікання уваги» — переміщення уваги з одного об'єкта на інший. Ведеться через поширення інформації, що слугує стороннім подразником і спрямована на відволікання уваги від важливих подій на менш значущі.

«Підміна понять» — це психологічний спосіб, що базується на логічній помилці. Він полягає в представленні аудиторії будь-якого об'єкта або явища не таким, як є. З часом цей підмінений вислів вкорінюється і починає функціонувати в суспільстві як єдино правильний.

«Фейк-клікбейт». Ознаки: текст заголовку повідомлення може містити слова «шок», «сенсація», «терміново»; викликає здивування чи обурення; найчастіше сам заголовок не відповідає текстові повідомлення. Термін «клікбейт» походить від англ. click — «клацання мишкою» + bait — «наживка», «приманка». Мета — зацікавити та змусити перейти за посиланням.

«Інформаційний імунітет» — здатність ідентифікувати маніпуляцію, фейк, оцінити рівень їх небезпеки і вирішити, як їм можна запобігти. В іншому ж разі читач/глядач споживає всю інформацію та діє відповідно до неї. Виробити імунітет можна

лише за допомогою підвищення медіаграмотності та дотримання правил інформаційної гігієни*.

* Практичний кейс укладено за публікаціями Центру протидії дезінформації при Раді національної безпеки і оборони України в березні 2022 р. — січні 2023 р. (<https://cpd.gov.ua/> <https://t.me/CenterCounteringDisinformation>).

Підсумовування. Інформаційна гігієна в умовах російсько-української війни робить людину здатною протистояти агресивному медіасередовищу, забезпечує психологічну рівновагу в процесі споживання контенту. Розуміння специфіки принципів і механізмів сучасної російської пропаганди забезпечує адекватну відповідь споживача на цю інформаційну зброю рашизму. Уміння обирати вірогідну інформацію, оминати пропагандистське «сміття», захищатися від потенційно шкідливої інформації з урахуванням прямих і прихованих впливів вберігає від помилкових суджень і дій, сприяє збереженню і розбудові особистісних та суспільних ціннісних орієнтирів.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРКУ



Рудь Оксана, старша викладачка катедри менеджменту освіти Волинського інституту післядипломної педагогічної освіти, учасниця і натхненниця чотирьох Літніх шкіл медіаосвіти та медіаграмотності АУП, медіаосвітянка, авторка численних публікацій з практичної медіаграмотності

Науково-практичне видання

Оксана Рудь

ІНФОРМАЦІЙНА ГІГІЄНА І МЕДІАОСВІТА: ЩО НОВОГО В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ

Навчально-методичний посібник

Курс лекцій для слухачів обласних інститутів післядипломної педагогічної освіти

На обкладинці використана ілюстрація з анімації «Крила»
(за віршом Ліни Костенко) студії Draw&Care

Відповідальність за ілюстративний матеріал несуть автори

Наукова редакція: *Оксана Волошенюк, Валерій Іванов, Раїса Євтушенко*

Літературна редакція: *Олександр Телемко*

Верстка: *Андрій Чернявський*

