

АНТОНІНА ШУЛЯК
НАЗАРІЙ ШУЛЯК

**СТРАТЕГІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ ТА
ІНФОРМАЦІЙНА ГІГІЄНА:
НАЦІОНАЛЬНА БЕЗПЕКА В УМОВАХ
ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ**



Волинський національний університет імені Лесі Українки
Міністерство освіти і науки України

АНТОНІНА ШУЛЯК
НАЗАРІЙ ШУЛЯК

**СТРАТЕГІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ ТА ІНФОРМАЦІЙНА ГІГІЄНА:
НАЦІОНАЛЬНА БЕЗПЕКА В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ**

Монографія

Луцьк
Вежа-Друк
2025

*Рекомендовано до друку вченою радою
Волинського національного університету імені Лесі Українки
(протокол № 2 від 25 лютого 2025 р.)*

Рецензенти:

Сидорук Тетяна – доктор політичних наук, професор, завідувач кафедри міжнародних відносин, Національний університет «Острозька академія» (м.Острог, Україна),

Васюта Ольга – доктор габілітований, професор, директор Інституту безпеки та інформатики Університету Комісії національної освіти в Кракові (Польща, м.Краків),

Тихомирова Євгенія – доктор політичних наук, професор кафедри міжнародних комунікацій та політичного аналізу факультету міжнародних відносин Волинського національного університету імені Лесі Українки (м.Луцьк, Україна).

Шуляк А.М.

Ш 95 Стратегічні комунікації та інформаційна гігієна: національна безпека в умовах глобальних викликів: монографія / А. М. Шуляк, Н. О. Шуляк. – Луцьк : Вежа-Друк, 2025. – 250 с.

ISBN 978-966-940-636-1

Монографія має на меті сформувати цілісне уявлення щодо інформаційного простору, національної інформаційної безпеки, проблем інформаційної гігієни. Вона розрахована на широке коло фахівців з міжнародної інформації, спеціалістів, що працюють у структурних підрозділах органів державної влади, в інформаційно-аналітичних відділах місцевих органів державної влади й управління, у відділах зв'язків із громадськістю державних і приватних структур та ін.

Дослідження підготовлено у рамках проєктів «Стратегічні комунікації ЄС: протидія деструктивним впливам» програми ERASMUS+ напряму Модуль Жана Моне (№ 101047033 ERASMUS-JMO-2021-MODULE), який виконувався 2022-2025 рр. та Модуля Жана Моне «EU Counteraction to FIMI» (№101172342 ERASMUS-JMO-2024-MODULE), який виконуватиметься протягом 2024-2027 рр. у ВНУ ім. Лесі Українки.

УДК 351.746:007]:316.77

© Шуляк А.М., Шуляк Н.О., 2025

© Бурлакова В. В. обкладинка, 2025

© ВНУ імені Лесі Українки, 2025.

ISBN 978-966-940-636-1

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. Теоретико-методологічні засади дослідження інформаційної гігієни в системі стратегічних комунікацій	11
1.1. Концепт поняття «інформаційна гігієна»	11
1.2. Наукові розвідки стратегічних комунікацій	33
1.3. Джерельна база та методологія дослідження інформаційної гігієни в системі стратегічних комунікацій	42
РОЗДІЛ 2. Характеристика тенденцій інформаційної гігієни в системі комунікацій інформаційної держави.....	57
2.1 Інформаційна держава: етапи, безпека, медіа	57
2.2. Тенденції інформаційної гігієни та медіаграмотності в Європейському Союзі	72
2.3. Деструктивні явища керування інформаційно-комунікаційним простором	98
2.4. Інформаційна нерівність та цифрові прірви як проблеми дотримання інформаційної гігієни.....	112
РОЗДІЛ 3. Інформаційна гігієна під час деструктивних впливів в Україні	121
3.1. Інфогігієна під час COVID-19	121
3.2. Дотримання інфогігієни під час російсько-української війни	128
3.3. Рекомендації та правила інформації гігієни та медіа грамотності	160
ВИСНОВКИ	183
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	195
ДОДАТКИ.....	228

ВСТУП

Обґрунтування вибору теми. Інформаційна гігієна та стратегічні комунікації є ключовими аспектами сучасного інформаційного середовища, особливо в умовах постійного доступу до інформації та її впливу на суспільство. У зв'язку з цим, дослідження інформаційної гігієни в контексті стратегічних комунікацій стає актуальною задачею для наукових досліджень. У сучасному світі, де інформація легко доступна і використовується як знаряддя впливу, питання інформаційної гігієни стає все більш актуальним, особливо в контексті стратегічних комунікацій. Система стратегічних комунікацій України, яка має на меті ефективне управління інформаційними процесами, вимагає пильного уваги до питань інформаційної гігієни з метою забезпечення національної безпеки, формування позитивного іміджу країни та зміцнення довіри громадськості.

Розуміння важливості інформаційної гігієни серед масових медіа користувачів широко поширюється. Люди активно використовують різні медіа канали для отримання останніх новин і подій з усього світу, але часто забувають перевіряти їх на достовірність, повноту та зрозумілість. Саме ця проблема визначає актуальність інформаційної гігієни. Інформаційну гігієну можна розглядати як систему знань, що вивчає вплив інформації на психічне, фізичне та соціальне благополуччя людини та суспільства, розробляє заходи з покращення інформаційного середовища. Метою є попередження негативного впливу інформації на здоров'я та благополуччя людини, а також профілактика захворювань, пов'язаних з інформацією.

Завдання інформаційної гігієни включають розробку основ гігієни інформаційної поведінки, наукове обґрунтування заходів з організації інформаційних мереж і процесів, виробництва, розповсюдження, споживання, зберігання та відтворення інформації, а також наукове обґрунтування гігієнічних нормативів інформації та її середовища.

Особливо важливим застосування стратегічних комунікацій під час кризових ситуацій, таких як пандемія COVID-19 та війна між Росією та Україною. Україна на власному досвіді переконалася у важливості інформаційної гігієни та медіаграмотності. У світі з великими змінами, кризами та конфліктами, інформаційна гігієна стає ключовим фактором в захисті від інформаційної війни та забезпеченні безпеки та стабільності.

Інформаційна гігієна в системі стратегічних комунікацій означає не лише правильне використання інформації, а й усвідомлене ставлення до неї як до інструменту впливу на суспільство. Вона передбачає навчання громадян критично мислити, аналізувати та перевіряти інформацію, яку вони отримують, щоб уникнути поширення маніпуляцій та дезінформації.

Одним із викликів інформаційної гігієни в системі стратегічних комунікацій України є боротьба з російською пропагандою та дезінформацією. Російська Федерація активно використовує інформаційні ресурси для поширення своєї влади та впливу на політичні та соціальні процеси в Україні. У зв'язку з цим, важливо підвищувати медіаграмотність громадян та забезпечувати їх інформаційною безпекою. Ще одним викликом є забезпечення надійного та достовірного інформаційного простору. У цьому контексті важливо підтримувати високі журналістські стандарти, боротися з фейками та забезпечувати доступ до об'єктивної інформації для громадян.

Перспективи розвитку інформаційної гігієни в системі стратегічних комунікацій України полягають у подальшому розвитку медіаграмотності серед населення, зміцненні інститутів, які відповідають за інформаційну безпеку, а також у використанні сучасних технологій та інструментів для боротьби з дезінформацією та захисту інформаційного простору країни.

Отже, інформаційна гігієна в системі стратегічних комунікацій України є невід'ємною складовою національної безпеки та ефективного управління інформаційними процесами. Вона вимагає уваги та підтримки як з боку держави, так і з боку громадськості, щоб забезпечити стабільність та

процвітання країни в умовах сучасного інформаційного середовища у чому ми й вбачаємо актуальність теми дослідження.

Мета роботи – проаналізувати інструменти, світові тенденції інформаційної гігієни та їх специфіку застосування в системі стратегічних комунікацій України. Досягнення поставленої мети передбачає розв’язання таких дослідницьких завдань:

- виокремити концептуально-теоретичні основи та методологію дослідження поняття «інформаційна гігієна»;
- з’ясувати стан дослідження стратегічних комунікацій;
- проаналізувати сутність, специфіку та світові тенденції інформаційної гігієни;
- здійснити аналіз тенденції інформаційної гігієни та медіаграмотності в Європейському Союзі;
- охарактеризувати проблеми неткоратія та деструктивних явищ керування інформаційно-комунікаційним простором;
- проаналізувати інфогігієну під час COVID-19;
- виокремити та схарактеризувти інфогігієну під час російсько-української війни,
- проаналізувати та надати рекомендації щодо правил дотримання інформаційної гігієни.

Об’єктом дослідження є стратегічні комунікації України. *Предмет дослідження* – інформаційна гігієна в системі стратегічних комунікацій України.

Тема монографії відповідає науковому напрямку кафедри міжнародних комунікацій та політичного аналізу факультету міжнародних відносин ВНУ ім. Лесі України; виконана у межах науково-дослідних робіт: протягом серпня 2018 р. – грудня 2019 р. «*Інформаційна війна як новий вимір геополітичної ривалізації*» згідно з наказом Міністерства освіти і науки України від 25.06.2018 р. № 695 «Про фінансування спільних українсько-польських науково-дослідних

проектів у 2018 р.» (співвиконавець відділ політології Інституту наук про безпеку Краківського педагогічного університету ім. Національної освітньої комісії) (номер держреєстрації 0119U001621); *«Проблеми захисту інформаційного простору та національної інформаційної безпеки»* у 2016-2018 рр. та *«Інформаційна гігієна як напрям національної безпеки»* (номер державної реєстрації 0120U104944) у 2019-2020 рр. Монографію підготовлено у рамках проектів «Стратегічні комунікації ЄС: протидія деструктивним впливам» програми ERASMUS+ напрям Модуль Жана Моне (№ 101047033 ERASMUS-JMO-2021-MODULE), який виконувався протягом 2022-2025 рр. та як продовження розвитку дослідження стратегічних комунікацій Модуля Жана Моне «EU Counteraction to FIMI» (№101172342 ERASMUS-JMO-2024-MODULE), який виконуватиметься протягом 2024-2027 рр. у ВНУ ім. Лесі Українки.

Методологічною основою дослідження є комплекс підходів та методів, які ефективно використовуються у філософському пізнанні наукових проблем, загальнонаукових та спеціальних методах та підходах. В роботі використано такі методи, як аналіз, синтез, дедуктивний метод, а також міждисциплінарний та концептуальний підходи. Цей комплексний підхід дозволив виявити тенденції та закономірності у дотриманні інформаційної гігієни, передбачити наслідки та можливий розвиток інформаційного простору та стратегічних комунікацій під час деструктивних впливів. У роботі застосовано структурно-функціональний підхід, що передбачає дослідження предмета з точки зору взаємозв'язку елементів, що утворюють його структуру, та їхніх функцій. Цей підхід допоміг розглянути інформаційну гігієну в системі стратегічних комунікацій як систему зі структурними компонентами, кожен із яких виконує свої функції. Політико-системний аналіз надав можливість комплексно дослідити політичний простір як систему комунікативних зв'язків. Метод систематизації та класифікації дозволив систематизувати концепт інформаційної гігієни. Для аналізу внутрішніх проблем, зовнішніх чинників та

наслідків, пов'язаних з недотриманням інформаційної гігієни, застосовано метод SWOT-аналізу. Крім того, для з'ясування подальшого розвитку системи стратегічних комунікацій з урахуванням правил інформаційної гігієни використано методи прогнозування та передбачення.

Наукова новизна роботи полягає в тому, що на основі комплексного аналізу здійснено наукову розвідку інформаційної гігієни у системі стратегічних комунікацій України, зокрема:

— проведено аналіз концептуально-теоретичних основ дослідження поняття «інформаційна гігієна», надано визначення інформаційної гігієни – це сфера наукових досліджень, що вивчає взаємодію між людьми та інформаційними технологіями, а також розробляє методи та засоби забезпечення безпеки, збереження та оптимізації роботи з інформацією в цифровому середовищі, запобігання негативних наслідків від користування інформаційними технологіями, зокрема, захистом від шкідливих впливів інформаційного середовища на здоров'я людини, психологічної благополучності, забезпеченням конфіденційності та безпеки особистих даних в інтернеті, збереженням інформаційної етики тощо.

— виокремлено тенденції інформаційної гігієни, а саме: виникнення нової еліти, яка за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) та контролю над інформацією впливає на процеси прийняття рішень, в той час як більшість населення залишається відстороненою від цих процесів, наприклад нетократія, інфократія й ін.; поява інформаційних військ – структур, підрозділів, об'єднань, які використовують різні методи та інструменти, такі як бот-мережі, фейки, спам, кібератаки, веб-сайти-ловушки та ін.; масове поширення дезінформації та конспірологічних теорій під час COVID-19 та російсько-української війни, що призводить до погіршення ситуації, розповсюдження паніки та недовіри до владних установ; зростання рівня загального індексу медіаграмотності українців – частка аудиторії з високим

рівнем компетентності зростає вдвічі, цілком передбачуваним є високий рівень медіаграмотності у молоді 18-25 років;

— здійснено аналіз специфіки дотримання інформаційної гігієни в державах Європейського Союзу, проаналізовано норматичне підґрунття та основоположні документи регулювання інформаційної гігієни в державах ЄС. Приклад Євросоюзу використано оскільки вважаємо, що він найбільш ментально підходить для використання щодо питань інфогігієни в Україні; досліджено інфогігієну під час пандемії COVID-19 та російсько-української війни як деструктивних явищ, які Україна переживала протягом останніх п'яти років; проведено аналіз запропонованих правил дотримання інформаційної гігієни та узагальнено досвід та відомості опитувань щодо запобігання деструктивним впливам засобами ІКТ;

— *уточнено* поняттєво-категорійний апарат; зокрема, на основі дослідження сутності та специфіки інфогігієни розширено поняття інформаційного простору, інформаційної безпеки, деструктивних впливів, стратегічних комунікацій; розуміння деструктивних впливів, як-то маніпуляції, дезінформація, фейки, пропаганда, тролінг й ін.; наукове визначення поняття «нетократія», «інфократія», «медіа-активізм», «слайктивізм», «кліктивізм»;

— *набули подальшого розвитку* дослідження концепту «стратегічних комунікацій» як важливої складової управління складними соціальними системами, такими, як держава, міністерства, адміністративні регіони, міжнародні організації, бізнесові корпорації, політичні та громадські структури, фінансові установи тощо;. інтегрованого використання різноманітних комунікативних інструментів для просування і захисту інтересів системи у довгостроковій перспективі, відповідно до її місії та стратегічних цілей; вивчення проблем захисту інформаційного простору, національної інформаційної безпеки та інформаційної гігієни в Україні вперіод пост-правди; аналіз новітніх технологій контролю інформаційно-комунікаційним простором, а саме спіндокторінг, гейткіпінг, боти-ферми, тролінг й ін.; епати становлення

інформаційного суспільства та розвитку інформаційної держави; поглиблення інформаційного відставання та цифрових прірв.

Основні висновки розширюють наукові уявлення про інформаційний простір, національну інформаційну безпеку, проблему інформаційної гігієни та стратегічних комунікацій. Окрім того, результати роботи можна використати для подальшого дослідження специфіки дотримання інформаційної гігієни в інформаційному просторі України, особливо під час деструктивних впливів. Отримані результати дослідження можуть бути застосовані в підготовці наукових праць, навчальних посібників та спецкурсів з суспільно-політичних наук. Зокрема, матеріали можна використати під час розробки та викладання дисципліни «Інформаційне забезпечення зовнішньополітичної діяльності», «Стратегічні комунікації в безпековому контексті», «Інформаційні та психологічні операції в міжнародних конфліктах», «Інформаційна політика і безпека», «Стратегічні комунікації ЄС», «Міжнародний вимір стратегічних комунікацій», а також у навчальному процесі. Зокрема у навчальному плані для ОПП «Міжнародна інформація та суспільні комунікації» введено вибіркові ОК «Інформаційна етика» та «Інформаційна гігієна». З практичної точки зору матеріали можуть бути використані для підвищення ефективності протистояння інформаційній агресії та боротьбі з дезінформацією та маніпуляціями.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ГІГІЄНИ В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ

1.1. Концепт поняття «інформаційна гігієна»

Протягом останніх десятиліть світ переживає перехід від індустріального суспільства до суспільства інформаційного, про що зазначає Дж. Несбіт ще у 1982 році [64]. Теорія інформаційного суспільства може слугувати концептуальною базою для вивчення інформаційної гігієни. У контексті інтенсивної інформатизації та глобалізації інноваційний та інформаційний потенціал стає ключовим для методологічних підходів у наукових дослідженнях. Ця теорія як парадигма суспільного розвитку об'єднує в собі досягнення людства, стимулює позитивні зміни в нетехнічних сферах життєдіяльності, зокрема в політологічних дослідженнях.

За висновками Дж. Несбіта [64], розвиток масмедіа призвів до того, що інформаційно-комунікативні технології (ІКТ) використовуються для інформування громадян про широкий спектр питань, від законопроектів до ухвалення політичних рішень. Такий рівень комунікації став важливим для влади.

Відбувається кардинальна зміна в способах виробництва, світогляді та міждержавних відносинах. Це можна порівняти з новою промисловою революцією, яка має велике значення для суспільства. Розгортання й реалізація «інформаційної революції» призвели до створення інформаційного суспільства. Рівень розвитку інформаційного простору має великий вплив на економіку, обороноздатність, політику та інші аспекти державності.

Використання можливостей, що відкриваються з розвитком інформаційного суспільства та нових інформаційно-телекомунікаційних

технологій, розглядається керівництвом розвинених країн як основа для свого соціально-економічного, політичного й культурного розвитку, а також як засіб вирішення найбільш актуальних внутрішніх і зовнішніх проблем.

Сьогодні спостерігаємо глибокі зміни в економічних, політичних та соціальних структурах передових країн світу і їхній взаємодії. Основу цих змін становить зростання значення інформації в житті сучасного суспільства, що реалізується в процесах інформатизації та інформаційного управління. У всьому світі інформаційний сектор (інформація, знання, інформаційні послуги) зростає швидше, ніж економіка в цілому.

Інформаційні ресурси, інформаційні технології й інформаційна інфраструктура загалом формують *інформаційне середовище* сучасного суспільства. Це середовище стає системою, що визначає всі аспекти суспільного життя та є фундаментальною основою сучасної політики держав у багатьох сферах. Традиційні ринкові відносини трансформуються під впливом досягнень науково-технічної та інформаційно-комунікаційної революції. Практично будь-яка професійна діяльність стає інформаційно насиченою й високотехнологічною, тобто набагато продуктивнішою [147].

Інформатизація та перспективні інформаційні технології зумовлюють підвищення ефективності виробництва й економії праці, а також сприяють швидкому поширенню наукових знань і передових технологій у суспільстві, що уможлиблює підвищення рівня інтелектуалізації. Інформатизація призводить до створення єдиного інформаційного простору, де здійснюється накопичення, обробка, зберігання та обмін інформацією між суб'єктами цього простору: людьми, організаціями, державами. Інформація стає світовим ресурсом, а її розповсюдження – усе більш важливим для різних галузей економіки та суспільства.

У результаті швидко зростає частка працездатного населення, зайнятого в інформаційній сфері, яка стає ключовою для суспільного розвитку й економічного росту.

Явище, що характеризує зростання значення ІКТ, отримало назву *нетократія* (англ. *netocracy*; від *network* – мережа, співтовариство + дав.-грец. κράτος — влада) – уявна форма управління суспільством, цінністю якого є інформація. Адже нетократія постає як новий різновид влади, джерелом та інструментами якої стають інформація та мережеві технології. В її основі – боротьба за інформаційні ресурси, потоки та канали інформації, мережеві віртуальні структури, соціальні мережі тощо. Однією з характерних рис інформатизації суспільства є яскраво виражена спрямованість на зміщення акценту управління від централізації до децентралізації. Сам процес інформатизації суспільства, який нерідко розглядається лише як чисто технологічний, за своєю суттю є також глибоко соціальним процесом, наслідки якого ще тільки прогнозуються і по-справжньому не усвідомлені [11].

Нині ситуація в світі докорінно змінюється, так як рівень розвитку та економічна могутність держав визначається не тільки вичерпними сировинними ресурсами, а перш за все рівнем розвитку і впровадження наукоємних технологій, що дозволяють концентрувати ці ресурси на ключових позиціях науково-технічного прогресу.

Інформаційна перевага стає значущою соціальною силою, що сприяє перерозподілу економічних, соціальних та політичних ресурсів. Проте інформаційна нерівність може також призвести до соціальної нерівності. Зростання важливості інформаційних чинників у всіх аспектах національної безпеки (політичній, економічній, військовій, правоохоронній, екологічній та іншій) також стає очевидним.

Наявність можливостей швидкого обміну інформацією та використання нових інформаційних технологій у всіх сферах життя є безперечним благом. Зростання комунікативного аспекту соціальних відносин завдяки інформатизації створює можливості для подальшого розвитку особистості. Однак інформатизація також може призвести до серйозних проблем, аналогічно

досягненням у сфері промислового зростання, яке стало загрозою для екології Землі, або успіхам у ядерній фізиці, що породили небезпеку ядерної війни.

Як будь-яке наукове досягнення, інформатизація суспільства має як позитивні, так і негативні аспекти. Високий рівень автоматизації, до якого прагне сучасне суспільство, робить його залежним від безпеки використовуваних інформаційних технологій, від якої залежить безпека і навіть життя багатьох людей.

З урахуванням масової комп'ютеризації інформаційних процесів та збільшення цінності й значущості інформаційних ресурсів, особливо актуальною стає проблема надійного захисту цієї інформації в критично важливих інформаційних системах. Надзвичайно вагомим стає попередження спотворення, знищення, несанкціонованої модифікації, а також зловмисного отримання й використання цієї інформації.

Контролювати інформаційне середовище в суспільстві та інформаційні відносини має на меті *державна інформаційна політика*, яка є важливою складовою як зовнішньої, так і внутрішньої політики країни. Ця політика охоплює всі сфери життєдіяльності суспільства. Швидкий розвиток інформаційної сфери призводить до появи нових загроз інтересам особистості, суспільства, держави та її національній безпеці [220].

Бурхливий розвиток інформаційних технологій та медіа створює нові виклики, пов'язані з розповсюдженням дезінформації, кібератак, порушенням приватності та іншими негативними явищами. Державна інформаційна політика має на меті захистити суспільство від цих загроз шляхом встановлення правил, норм і законів, спрямованих на гарантування безпеки та розвиток інформаційного простору.

Одним з основних завдань державної інформаційної політики є забезпечення доступу громадян до об'єктивної, достовірної та різноманітної інформації, а також дотримання свободи слова й вираження думки. При цьому

держава також зобов'язана захищати інформаційні права громадян, зокрема право на приватність та конфіденційність.

Крім того, державна інформаційна політика має враховувати інтереси національної безпеки, забезпечуючи захист від зовнішніх загроз, таких як кібератаки, інформаційні втручання та дезінформація.

Загальновизнано, що держава відіграє ключову роль у регулюванні інформаційного простору, гарантуючи його безпеку, розвиток та дотримання основних принципів свободи інформації.

Державна інформаційна політика повинна спиратися на такі базові принципи [197]:

- відкритості політики (всі основні заходи інформаційної політики відкрито обговорюються суспільством, а держава враховує громадську думку);
- рівності інтересів (політика однаково враховує інтереси всіх учасників інформаційної діяльності незалежно від їхнього стану в суспільстві, форми власності та державної належності);
- системності (під час реалізації ухвалених рішень щодо зміни стану одного з об'єктів регулювання повинні враховуватися його наслідки для стану інших і всіх сукупно);
- пріоритетності вітчизняного виробника (за рівних умов пріоритет віддається конкурентоспроможному вітчизняному виробнику інформаційно-комунікаційних засобів, продуктів і послуг);
- соціальної орієнтації (основні заходи повинні бути спрямовані на забезпечення соціальних інтересів громадян);
- державної підтримки (заходи інформаційної політики, спрямовані на інформаційний розвиток соціальної сфери, фінансуються переважно державою);
- пріоритетності права (розвиток і застосування правових й економічних методів має пріоритет перед будь-якими формами адміністративних рішень проблем інформаційної сфери).

Ще наприкінці 90 рр. ХХ ст. В. Фомін, А. Рось стверджували, що цей більший обмін інформацією та посилення доступу до інформації створюють якісно інше суспільство із супутніми новими проблемами, такими як перевантаження інформації та необхідність нових форм регулювання для управління інформаційними потоками між особами, компаніями та країнами. Незважаючи на те, що ринкові економіки традиційно спрямовані на вирішення проблеми дефіциту, інформація фактично призведе до проблем достатку та питань про те, як слід розробити інструменти для управління цим достатком [272].

Так, *інформаційне суспільство* – це суспільство, де інформаційні технології, комп'ютери та телекомунікації використовуються широко й ефективно для полегшення комунікації на національному та міжнародному рівнях, а також для забезпечення доступу до бібліотек, архівів даних та інших інформаційних ресурсів, що належать приватним організаціям або є вільно доступними. У цьому типі суспільства велике значення має не просто фізичний час і праця, але й вартість знань. Поряд із традиційними формами багатства, такими як земля та матеріальні ресурси, усе більшого значення набуває накопичення інформаційного капіталу. Оброблення, зберігання та передавання інформації перетворилися в основні сфери економіки, утворивши потужний інформаційний сектор [189].

Розглянемо та схарактеризуємо нові явища й особливості сучасного інформаційного суспільства. Інтенсивний розвиток інформаційних процесів не може залишити поза увагою зростання протиправних дій. Помилки комп'ютерних технологій, які далеко не завжди безшкідливі, посилюються через появу комп'ютерної злочинності, що може перерости в проблему з екологічними, політичними та воєнними наслідками, які можуть мати катастрофічний вплив. Злочинні групи та спільноти все активніше використовують останні досягнення науки й техніки у своїй діяльності.

Збільшення уразливості інформації стикається зі зростанням активності розвідки іноземних держав. Особливу небезпеку представляють можливості інформаційного тероризму через глобальні комп'ютерні мережі, запобігання якому складне, а ліквідація наслідків дуже дорога. У зв'язку з цими тенденціями інформаційна гігієна набуває вкрай важливого значення.

На практиці спостерігається явище «*віртуалізації*» – тенденція особистості відірватися від реальних життєвих ситуацій та проблем і зануритися у віртуальний світ, створений інформаційними засобами. Це може призвести до порушення психологічних бар'єрів, які перешкоджають вчиненню невмотивованої шкоди іншим людям або самому собі. Наприклад, під впливом сприйняття й засвоєння на підсвідомому рівні «розважальних» вбивств та жорстокості, які часто присутні на телевізійних екранах і в комп'ютерних іграх. Вітчизняні та міжнародні експерти стверджують, що основними завданнями інноваційної зовнішньої політики є сприяння взаємодії з громадськістю через *інтернет-простір*, використання зовнішніх і внутрішніх електронних ресурсів, створення внутрішньокорпоративних соціальних мереж, організація тематичних онлайн-семінарів, відстеження міжнародних інформаційних потоків із метою запобігання соціальним і політичним тенденціям, що виникають, а також своєчасне реагування на кризові ситуації. Також важливим є забезпечення координації та підтримки зовнішніх зв'язків державних органів влади та приватних компаній [206].

Характерними рисами нинішнього інформаційного суспільства є кліктивізм та слайктивізм. Новий концепт – *кліктивізм* (англ. click – клацання, клік) – це практика онлайн-активності, в основі якої лежить процес використання соціальних медіа та інших інтернет-ресурсів для просування будь-яких процесів і підтримки певних ініціатив. Тут побутують дві протилежні думки щодо феномена кліктивізму: 1) долучившись до певної тематичної спільноти (напр., екологічної, правозахисної, спортивної і под.), особа в такий спосіб приєднується до ідеології цієї групи, наслідує її та просуває серед свого

оточення; 2) приєднання до інтернет-пабліку шляхом одного «кліка» – це лише механічний процес, який не зумовлює жодних змін, не уособлює ідентифікацію людини з певним рухом або ідеологією.

У контексті скептичного бачення проявляється інший інформаційний феномен – *слайктивізм* (англ. *slack* – ледар, нероба), тобто створенням ілюзії причетності, коли людина, поставивши «лайк», зробивши репост певного контенту або взявши участь в онлайн-флешмобі, вважає себе причетною до якогось суспільного процесу, глобального руху, громадської ініціативи. На практиці ж «лайки» та «ретвіти» часто не мають суспільної користі; натомість виникає проблема, коли подібна громадська активність у соціальних мережах для багатьох замінила вчинки в реальному житті. Із цієї позиції вкрай важливо дотримуватися правил інформаційної гігієни. Одночас ці явища мають і позитив. Наприклад, дієвість кліктивізму демонструє сайт «Change.org» для доведення значущості думки інтернет-мас у здійсненні реальної політики (створення онлайн-петиції й підтримка одним «кліком» уже наявних) із подальшим конкретним політичним результатом [189].

Наступна характеристика – це поява нової форми громадсько-політичної діяльності – *медіаактивізму* (англ. *media* – засоби, способи; лат. *activus* – практичний, діяльний, дієвий) – форма громадсько-політично діяльності, спрямована на досягнення суспільної реакції шляхом створення альтернативних джерел формування новин. Також використовують терміни «громадянська журналістика», «блогінг» та ін. Форми вияву медіаактивізму можуть бути різними: ведення блогів, трансляція стримів, створення онлайн-петицій, проведення відео- та аудіорозслідувань. Медіаактивізм змінив роль громадськості в інформаційній надбудові держави, перетворивши аудиторію на співавторів новин [189].

Характеризуючи медіаактивізм, звертаємо увагу, що поняттю часто надають дещо негативного забарвлення. Наприклад, автор цього терміна американський публіцист Д. Рашкофф у своїй книзі «Медіа Вірус» (1994) [25]

називає акції медіаактивістів «медіавірусами», які за допомогою липкої оболонки у вигляді яскравого упакування прикріплюються до свідомості та впорскують у неї «ідеологічний код» («меми»), тобто приховану інформацію, що визначає реакцію індивіда на презентовану реальність. В Україні медіаактивістів нерідко називають «диванними військами», їхня численність у соціальних мережах – понад 22 млн активних користувачів. За оцінками психологів, тільки 15–25 % населення здатне критично засвоювати інформацію, а до 75 % людей має підвищену сугестивність.

Отже, сьогодні засоби масової комунікації впливають на формування «масової» особистості. У цей же час вони роз'єднують людей, витісняючи безпосередні контакти та замінюючи їх телебаченням і комп'ютерами. Перебуваючи у світі символів, що відірвані від реальності, люди можуть навіть діяти проти своїх власних інтересів. Реальність може відійти на другий план і стати підлеглою. Отже, з фізичного та економічного впливу на людей приходить інформаційний вплив, що знову може призвести до поневолення. Питання інформаційної безпеки особи та держави охоплює не лише цілісність матеріальних носіїв, але й всі сфери діяльності індивіда та держави. Усі види впливу на інформаційний простір повинні бути враховані під час гарантування інформаційної безпеки.

У боротьбі за сфери економічного й політичного впливу акцент зміщується також у напрямку застосування військової сили, де все більше використовують непомітні й гнучкі засоби, такі як контроль й управління інформаційними ресурсами держав. Політична, соціальна та культурна орієнтованість інформаційних джерел, а також їхнє технічне оснащення, дають можливість при фільтрації інформаційного потоку надавати йому бажаний напрямок. При цьому кінцевим орієнтиром фільтрації й спрямованості інформаційного потоку є створення заданого стереотипу суспільної свідомості й управління ним державними, політичними, військовими, ідеологічними та іншими структурами.

Існують також загрози для глобального розвитку. Однією з таких загроз є інформаційні війни та інформаційне протиборство. *Інформаційна війна* – це протистояння з метою завдання шкоди важливим структурам супротивника, підризу його політичної й соціальної систем, а також дестабілізації суспільства й держави противника. *Інформаційне протиборство* – це форма міждержавного суперництва, що реалізується за допомогою надання інформаційного впливу на системи управління інших держав і їхніх збройних сил, а також на політичне й військове керівництво та суспільство в цілому, інформаційну інфраструктуру й засоби масової інформації цих держав для досягнення вигідних для себе цілей при одночасному захисті від аналогічних дій із боку свого інформаційного простору [272]. Інформаційне протиборство тягне за собою інформаційну злочинність (кіберзлочинність) – проведення інформаційних впливів на інформаційний простір або будь-який його елемент у протиправних цілях. Як її приватний вид може розглядатися інформаційний тероризм, тобто діяльність, що проводиться в політичних цілях.

Інформаційна гігієна покликана максимально уникати інформаційних загроз, зумовлених природними (пожежа, повінь тощо) та людськими чинниками. Останні поділяються на такі види: загрози, що носять випадковий, ненавмисний характер, це загрози, пов'язані з помилками процесу підготовки, оброблення й передавання інформації; загрози, зумовлені навмисними діями людей [262]. Це загрози, пов'язані з несанкціонованим доступом до ресурсів АІС.

Умисні загрози створюються з метою завдання шкоди користувачам автоматизованих інформаційних систем (АІС) і можуть бути активними або пасивними. Пасивні загрози зазвичай спрямовані на несанкціоноване використання інформаційних ресурсів без впливу на їхнє функціонування (наприклад, прослуховування). Активні загрози націлені на порушення нормальної роботи системи за допомогою цілеспрямованого впливу на

апаратні, програмні та інформаційні ресурси. Джерелами активних загроз можуть бути безпосередні дії зловмисників, програмні віруси і т. д.

Умисні загрози також поділяються на внутрішні, що виникають усередині керованої організації, і зовнішні. Внутрішні загрози означають загрози безпеки інформації, у яких ініціатором (виконавцем) є внутрішній суб'єкт щодо ресурсів організації, такий як інсайдер. Зовнішні загрози натомість створюються зовнішніми суб'єктами стосовно ресурсів організації, такими як далекі хакери або зловмисники.

Доступ до інформаційних ресурсів нині породжує нову проблему – *інформаційне відставання*, для визначення якої використовують дві категорії: «інформаційна» та «цифрова нерівність». Термін «інформаційна нерівність» є ширшим за «цифрову нерівність». Можна сказати, що цифрова нерівність – складник інформаційної нерівності. Перша пов'язана насамперед із доступом до цифрових віртуальних джерел інформації та ІКТ, друга – взагалі з доступом та володінням інформацією. У міжнародній практиці поширеним є термін «цифровий розрив» [63]. Уперше його публічно виголосив Президент США Б. Клінтон у 1999 р. для характеристики різної можливості доступу американців до інформаційної інфраструктури й означення національної стратегії переходу до інформаційного суспільства [125, с. 54–59]. Із розвитком інформаційно-комунікаційних технологій поняття «цифровий розрив» збільшилося до інформаційного відставання або розриву.

Проблема «цифрової нерівності» є проблемою глобального масштабу, яка охоплює багато країн і виявляється у нерівності в доступі та використанні соціально-комунікаційних технологій. Цифрова нерівність розглядається як соціальне явище, що спирається на різницю в рівнях розвитку країн у таких сферах, як політика, економіка, освіта та культура. Ця нерівність може виникати внаслідок високого або низького рівня розвитку медіа в країні, а також активної ролі громадянського суспільства. Вона проявляється в різних формах, передбачаючи обмежений доступ населення до інтернету,

національних інформаційних ресурсів та інформаційно-комунікативних засобів загалом [200].

Розвиток інформаційних процесів є глобальним явищем, проте кожна країна обирає власний шлях упровадження інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) із метою перетворення соціально-економічних процесів. Це пояснюється тим, що, з одного боку, існують загальні виклики в забезпеченні ефективного використання переваг ІКТ, а з іншого боку, кожна країна опирається на свої внутрішні можливості в складному процесі переходу від індустріального до інформаційного суспільства.

Термін *«інформаційна гігієна»* став важливим із розвитком інформаційних технологій і безпрецедентним доступом людей до різноманітних новинних потоків. У світі, що є складним і багатогранним, реакція людей на те, що вони сприймають як несправедливе або трагічне, часто викликана надзвичайною вразливістю. Недобросовісні урядові структури та приватні особи можуть використовувати негативну інформацію для власних корисливих цілей, створюючи при цьому багато маніпуляцій.

Інформаційна гігієна є об'єктом наукових студій, що досліджують взаємодію між людьми та інформаційними технологіями, розробляють методи та засоби гарантування безпеки, збереження та оптимізації роботи з інформацією в цифровому середовищі. Основним завданням інформаційної гігієни є запобігання шкідливим наслідкам використання інформації, введення заходів, спрямованих на подолання інформаційної неграмотності та цифрової нерівності.

З огляду на поширення недостовірних відомостей у соціальних мережах та на сайтах, важливо встановити чіткі правила для отримання новин, перевірки їх достовірності та використання за призначенням. Це дозволить регулювати інформаційне здоров'я та забезпечить психологічний спокій [130, с. 167–168].

Проблема дотримання інфогігієни в 20-х роках ХХІ століття пов'язана як із технологіями, так і з контентом інформації. Посилений інтерес до

інформаційної гігієни в суспільстві свідчить про її актуальність. Люди використовують різноманітні інформаційні канали для отримання оновленої інформації про стан справ у світі, проте часто забувають перевіряти її достовірність та повноту. Це наголошує на важливості вивчення цього явища.

Інформаційну гігієну розуміють як комплекс знань, що досліджує вплив інформації на психічний, фізичний та соціальний добробут людини й суспільства. Метою є попередження негативного впливу інформації на здоров'я та благополуччя окремих осіб, груп та суспільства в цілому, а також профілактика захворювань, пов'язаних з інформацією.

Завдання інформаційної гігієни передбачають розробку основ гігієнічної інформаційної поведінки, наукове обґрунтування заходів з організації інформаційних процесів, розповсюдження та споживання інформації, а також встановлення гігієнічних нормативів для інформаційного середовища та процесів [131, с. 47–48].

Аналізуючи споживання інформації, можна виокремити різноманітні типи інформації, які потребують перевірки. Проте наш інтерес сфокусовано на поняттях, що утворюють концепцію інформаційної гігієни, таких як фейки, маніпулятивний контент та процеси, що негативно впливають на інформаційне здоров'я суспільства, зокрема пропаганда, спіндокторинг та гейткіпінг.

Однією з ключових категорій, яку розглядає інфогігієна, є *фейк* – це інформація, що маскується під правду, але фактично є підробленою, при цьому вона приваблює споживача. Цей тип інформації поширюється настільки швидко, що важко визначити його початкове джерело. Фейкові новини – це недостовірна інформація, часто порушує журналістські стандарти, іноді вигадана з метою введення в оману або маніпулювання читачами, наприклад, фейки про методи лікування коронавірусу, які часто з'являлися під час світової пандемії [161, с. 64].

Термін «фейк» (від англ. *fake* – «фальшивка», «підробка», «обман») походить від слова «підробк» або «фальсифікація». Спочатку він активно

використовувався в інтернеті, а згодом став популярним і в повсякденному житті. Часто під фейком мають на увазі недостовірну, неправдиву інформацію або неперевірений факт, який не відображає повністю суті поняття. Фейк – це спосіб маніпуляції, коли надається неповна інформація або спотворюється контекст, щоб спонукати аудиторію до певних дій або думок, які потрібні маніпулятору. Мета поширення фейків може бути різною – від отримання прибутку завдяки поширенню новин до шахрайства, особливо в рамках атаки «фішинг» (це вид шахрайства, який має на меті викрадення особистих даних клієнтів онлайн-платформ, таких як інтернет-аукціони, грошові перекази або інтернет-магазини, за допомогою надсилання листів із проханням підтвердити реєстрацію облікового запису, які містять посилання на підроблені вебсайти) [118].

Експерт із соціальної комунікації І. Парфенюк виокремив такі фейки («псевдоподії») російських засобів масової комунікації: 1) подання сюжетів і фотографії подій, що відбувалися в інших військових конфліктах; 2) задіяння в сюжетах людей під виглядом свідків події, якої не було; 3) монтаж різних за часом і місцем подій; 4) поширення неправдивої інформації без посилань на джерело; 5) використання дезінформації та негативної інформації про Україну в інтерв'ю та коментарях відомих людей; 6) поширення неправдивої інформації про історичні події або персоналії; 7) висміювання інформації, яка начебто поширюється для «зомбування» українців. Особливостями, які можуть вказувати на фейковість новини, є відсутність джерел інформації, використання анонімних джерел. Зазвичай така інформація взята із соціальних мереж, аккаунтів, що не верифіковані, лінк на підозрілі, маловідомі джерела, дані соціологічних компаній, які не були активними в міжвиборчий період чи помічені у співпраці з політичними силами, недостовірні та повністю вигадані цитати [201].

Фейкова інформація (англ. *fake* – фальшивий, сфабрикований): 1) шахрайство, повністю або частково вигадана інформація про суспільні події,

справжніх людей або про речі, явища, що подаються у масмедіа під виглядом справжніх журналістських матеріалів; 2) спеціально спотворена новина, подія чи журналістський матеріал, який містить неправдиву або перекручену інформацію, що дискримінує певну людину чи групу осіб в очах аудиторії. У сучасних українських соціальних медіа фейкова інформація спрямована на дезінформацію, уведення в оману аудиторії, що викликає негативні емоції. Д. Кулеба у книзі «Війна за реальність: як перемагати у світі фейків, правд і спільнот» [167] зазначає, що «фейк – це сконструйована фальшива новина і маніпуляції так, щоб у споживачів складалося чітке переконання: це і є важлива для мене правда, яку всі приховують від мене, тому що в умовах комунікативної війни емоції загострюються, а критичне мислення притуплюється». Фейками можуть бути фотографії, зроблені в програмі Photoshop; відеоролики, що не несуть правдивого контенту; написані або вигадані неправдиві новини, які важко відрізнити від правдивих; фальшиві акаунти в соціальних мережах тощо [115].

Широко використовується методика *DeepFakes* (англ. *deep learning* – «глибинне навчання» та *fake* – «підробка») – це методика використання штучного інтелекту для синтезу зображень людини, що базується на глибокому навчанні. Вона використовується для об'єднання й накладання вже наявних зображень та відеороликів на вихідні зображення або відео. Технологія DeepFake створює алгоритми через комп'ютерну програму, яка вміло здійснює візуальні перетворення фотографій і відео. Цим методом послуговуються для зміни обличчя, а також для створення надто реалістичних фальшивих відео, де люди розмовляють і виконують дії, які не відбувалися в реальності. Програмне забезпечення, таке як Photoshop, давно використовувалося для фальсифікації фотографій, але до недавнього часу було важко змінити вміст відео. DeepFake відрізняється від інших технік маніпулювання відео своїм потенціалом отримувати фотореалістичні результати [88].

Соціальні мережі, інтернет-платформи та месенджери є найбільш доступними каналами для продукування фейків. Неперевірена інформація, що поширюється через ці канали, може бути захоплена як «класичними» ЗМІ, так і іншими вебсайтами. Саме соціальні мережі дають можливість поширюватися фейкам дуже швидко. Також для ефективного впливу в інтернеті використовуються боти та тролі.

Боти – це програми, що автоматизують комунікацію в соціальних мережах. Тролі – це спеціально наймані люди, які провокують та підбурюють у соціальних мережах. Замовний тролінг полягає у розміщенні провокативних або образливих повідомлень із метою спровокувати конфлікт або обурення. Розміщення «вірусного» контенту на відео- та фотохостингах або в соціальних мережах дозволяє ефективно поширювати певний контент [85, 258].

Тролінг (англ. *trolling* від *to trawl* – ловити сіткою) – розміщення в інтернеті (на форумах, у групах новин Usenet, у вікі-проектах та ін.) провокаційних повідомлень із метою викликати флейм (англ. *flame* – вогонь, полум'я) обмін повідомленнями на форумах і в чатах у формі словесної війни, яка нерідко втрачає відношення до первинної причини дискусії, конфлікти між учасниками, образи, війну редагувань, марнослів'я тощо. В інтернет-термінології «троль» – це людина, яка розміщує брутальні або провокаційні повідомлення, наприклад, у дискусійних форумах, перешкоджає обговоренню або ображає його учасників. Основною метою тролінгу є привернення уваги до власної особи. Створюючи певний віртуальний образ, троль прагне загального визнання, популярності, намагається залишити яскраве враження про себе, неважливо позитивне чи негативне, головне – самовираження, виокремлення з натовпу [84, 257].

Термін «тролінг» з'явився у кінці 80-х років ХХ ст. у контексті Usenet-конференцій. Більшість вважає, що це слово походить від фрази «trolling for suckers», яка асоціюється з видом риболовлі, де «trolling» означає ловити рибу, використовуючи блешню. Ймовірно, це слово стало популярним завдяки

своєму відомому другому значенню – «тролі», які часто згадуються в скандинавському фольклорі як потворні істоти. Тролі характеризуються неприязню до сторонніх і часто намагаються завдати шкоди. Головною метою тролінгу є виклик хаосу в спільноті. Повідомлення тролів може мати збурювальний, саркастичний, провокаційний або гумористичний характер із метою залучити інших користувачів до активної конфронтації. Чим більш бурхливо реагує спільнота, тим імовірніше тролі продовжать свою діяльність, вважаючи її ефективною [257].

У деяких джерелах маніпуляцію розглядають як один із варіантів фейків. Маніпулятивний контент містить факти, які частково правдиві, але основний зміст приховується за інтерпретацією, що спотворює реальну картину подій. Термін «маніпуляція» походить від латинського слова «manipulare», що має дуже позитивне значення, таке як «управляти зі знанням справи». У медицині, наприклад, це огляд або лікувальні процедури, які виконуються з майстерністю. Також термін «маніпуляція» може означати рух рук, спритність виконання фокусів або махінацію [253].

Маніпуляція в переносному значенні – це спроба «прибрати до рук» іншу людину, «заарканити маріонетку». Однак ця метафора має додаткові аспекти. По-перше, маніпуляція передбачає вміння і майстерність у виконанні дій. По-друге, вона створює ілюзію, адже немає сенсу називати дію маніпуляцією, якщо вона відбувається відкрито. Також маніпуляція передбачає створення ілюзії незалежності об'єкта від зовнішнього впливу.

У політичному маніпулюванні можна виділити кілька операцій: впровадження певного змісту в суспільну свідомість, вплив на емоції й реалізація прихованих мотивів. Інструменти маніпулювання містять ідеї, прийоми, форми, способи й методи, які дають можливість впливати на свідомість людини для досягнення певної мети. Науковці визначають п'ять груп об'єктів маніпуляції: потреби, інтереси, схильності; соціальні норми,

самооцінка, світогляд; знання, інформація; спосіб мислення, стиль поведінки, звички; психічні стани.

Сучасні технології впливу на мотивацію вчинків людей розвиваються, і їх використання стає все більш складним. Це зумовлює інформаційний, інформаційно-технічний, інформаційно-психологічний впливи, сугестію, спеціальні інформаційні операції й акції інформаційної агресії [252].

Термін «пропаганда» має своє коріння в латинських словах «pro» (для, на користь) та «paganus» (язичник, простий, невчений) і «propagatio» (розповсюдження, розширення меж). Хоча як явище пропаганда була відома і раніше, перше документально підтверджене використання цього терміна відноситься до 1622 року, коли Папа Римський Григорій XV заснував організацію «Sacra Congregatio de Propaganda Fide» (Священну конгрегацію пропаганди віри). У той час римсько-католицька церква стикалася з проблемами релігійних війн, і папа Григорій зрозумів, що спроби змусити людей приймати віру за допомогою сили є безперспективними. Отже, пропаганда була використана для координації зусиль, спрямованих на «добровільне» прийняття релігійних доктрин [254].

На перший погляд, пропаганда, яка базувалася на методах переконання, здавалася стандартною моделлю комунікації. Проте з часом, особливо після Першої світової війни, пропаганда набула негативної конотації як інструмент спотвореної, маніпулятивної та ірраціональної інформації. Пропаганду тепер розглядають як організовану спробу змінити поведінку, вплинути на переконання та бачення цільової аудиторії.

Стратегічна комунікація, яка використовує принципи пропаганди, може мати як позитивні, так і негативні аспекти. Негативність полягає в тому, що це може включати брехливу інформацію, спрямовану на зміцнення аудиторії повірити у сфабриковані повідомлення. У той час як позитивні аспекти можуть передбачати обмін корисною інформацією для аудиторії. Однак різниця між пропагандою та інформаційною взаємодією залежить від того, хто

використовує ці методи. Якщо повідомлення використовує ворожа сторона, то це пропаганда [283].

Пропаганда набула негативного значення в протестантських країнах, але додатковий позитивний відтінок (подібний до «освіти» або «проповідання») на католицьких територіях. Термін «пропаганда» має багато наукових визначень, з яких серед основних диференціюємо такі: 1) система діяльності, спрямована на розповсюдження знань, цінностей й інша інформація з метою формування певних виглядів, представлень, емоційних станів, надання впливу на соціальну поведінку людей; 2) розповсюдження в масах ідеології й політики певних класів, партій, держав; 3) засоби маніпуляції масовою свідомістю. Пропаганда – цілеспрямоване розповсюдження ідей, поглядів, переконань, завдяки яким не просто розповсюджується відповідна інформація, але акцентується увага на тому, що це – єдино правильна позиція з цього питання. Політична пропаганда – це процес систематичного та цілеспрямованого ефективного здійснення впливу на свідомість та поведінку мас із метою здобуття, утримання та реалізації влади через залучення необхідної кількості прибічників та нейтралізації противників. Основними функціями політичної пропаганди є інформаційна, владна, символічна, міфологічна, ідеологічна, світоглядна, психотерапевтична, інтеграційна, консенсусна, виховна, спонукальна, мобілізаційна, інтерпретаційна та легітимаційна [199].

Дослідження інфогієни ми розглядаємо з позиції *теорії постправди*, або *післяправда* (англ. post-truth) – поняття, що описує громадське занепокоєння тим, хто є авторитетним джерелом для оцінювання правдивості публічної інформації [45]. Це поняття також враховує історичний контекст, у якому з'явилися відповідні форми комунікації та методи. Оксфордський словник визнав цей термін словом року 2016 року, визначивши його як «обставини, коли об'єктивні факти менш важливі для формування громадської думки, ніж емоційне звернення та особисті переконання». Автори словника пояснюють, що цей термін став дуже популярним у комунікаційному контексті перед

президентськими виборами у США 2016 року та референдумом щодо Брекзит. Часто використовується це поняття для опису певного виду політики – політики постправди. Деякі дослідники вважають, що постправда подібна до минулих моральних, епістемологічних та політичних дебатів про релятивізм, постмодерністську та брехню в політиці [60] тоді як інші наполягають на тому, що постправда стосується унікальних історичних, соціальних та політичних відносин і форм, властивих технологіям комунікації та культурним практикам XXI століття.

У науковому та медійному обговоренні цей термін вперше ввів С. Тесіч у своїй статті «Уряд брехні» (1992 р.), де він застосував його для опису явища, що назвав «Вотергейтським синдромом». Він використовував цей термін, щоб висловити ситуацію, коли американці віддають перевагу уникненню неприємних правд: «Ми почали асоціювати правду з негативними новинами. Ми вже не хочемо негативних новин, незалежно від їхньої важливості для нашого життя і національного здоров'я. Ми бажаємо, щоб уряд захищав нас від правди» [60]. У 2004 р. Р. Кіз опублікував книгу «Ера постправди: безчесність та обман у сучасному житті», у якій він стверджував, що сучасну епоху характеризує дедалі більше розмивання кордонів між істиною і брехнею, фактом і фікцією, чесністю і лицемірством [52].

У тому ж році британський політичний філософ К. Крауч запровадив споріднений термін «постдемократія», під яким розумів політичні системи, що мають зовнішні ознаки демократії (наприклад, регулярні та конкурентні вибори), які, щоправда, нагадують пусту оболонку [39]. У постдемократії змагання відбувається між PR-спеціалістами та політтехнологами за те, хто ефективніше зманіпулює громадською думкою, а не між ідеями розвитку суспільства. Демократичні інститути в такій системі існують не для вираження «Vox populi» «знизу», а радше для махінації ним елітами «зверху». У книзі Л. Макінтайра «Пост-правда» (2018 р.) автор визначив це явище як «відстоювання ідеологічної переваги, завдяки якому її послідовники

намагаються заставити когось повірити у щось усупереч фактам» [59, с. 12]. На думку автора, хоча приклади такого ухилення були завжди, низка особливостей, таких як загальна недовіра до науки, поширення упереджених ЗМІ, ефект «інформаційних бульбашок» в інтернеті та постмодерністське переконання у відносності істини, роблять «постправду» скоріше сучасним явищем. Префікс «пост-» вказує на «після або пізніше у часі». Коли мова йде про суспільні явища, його використовують для опису чинників, які раніше лежали в основі важливих соціальних розділень, але більше ними не є. Наприклад, у боротьбі проти расової дискримінації у 1960-х роках люди мріяли про «пострасове» суспільство. У такому суспільстві, звісно, все ще будуть люди різних расових груп, але раса більше не визначатиме їхній політичний, соціальний чи економічний статус. Отже, поняття «постправда» вказує на суспільство, де правда все ще існує і не забороняється відкрито (на відміну від пропаганди минулого століття), але вона втрачає свою значущість [169].

Л. Дорош зазначає, за доби постправди фейкові новини, які подаються як достовірні, та теорії змови, частиною яких є перші, створюють альтернативну «реальність» для окремих груп суспільства і слугують пропагандистським цілям. Постправда подається тими людьми, які вірять своїй, вигаданій правді, та використовується ними, щоб переконати в ній інших. До творців і поширювачів постправди можемо додати всіх тих, чия думка здатна в певний спосіб впливати на вибір інших людей. Головними причинами, чому постправда так швидко поширюється в масах, є такі: відсутність застосування логічних знань, критичного мислення та посилення шаблонного мислення, а також їхній наслідок – небажання людей перевіряти факти. Відтак у світлі зазначеного вважаємо необхідним з'ясувати те, як чинник освіти може допомогти подолати деструктивні соціальні впливи, поширювані політичною та інформаційною практикою постправди [136].

Частиною явища постправди є штучне формування інформаційних бульбашок та їхня адаптація до свідомості конкретних користувачів із метою

маніпулювання. Наприклад, діяльність британської компанії «Cambridge Analytica» встановлювала зв'язок між персональними характеристиками користувачів соціальних мереж та їхніми політичними переконаннями, використовуючи точно налаштовану політичну рекламу. Це призвело до ситуації, коли виборці бачили рекламу лише тих кандидатів та партій, яких вони підтримували (ефект «віддзеркалення»), і використання їхніх даних для чужих політичних цілей. «Постправа», як визначив Ч. Тейлор, означає поглинання політичної свободи «безмежною опікунською владою». Ми живемо в епоху, коли все більше рішень про людське життя ухвалюють автоматичними алгоритмами. Ситуація постправи, пов'язана з алгоритмічним вибором інформації на основі історії попередніх переглядів, є лише частиною проблеми, яка полягає в консолідації влади безособових та анонімних технологічних механізмів над людським життям. За словами Ю. Гарарі [169], «біотехнології разом з інформаційними технологіями дозволяють урядам і корпораціям систематично зламувати мільйони людей. Ми дуже близькі до тієї точки, коли уряди й корпорації достатньо оволодіють біологією та зосередять у своїх руках достатньо даних й обчислювальних потужностей, щоб пізнати людей краще за них самих. І тоді, озброївшись новими потужними алгоритмами, вони зможуть не лише передбачати наш вибір, а й маніпулювати нашими бажаннями й продавати нам все, що їм заманеться – як товари, так і політиків».

Отже, у підрозділі надано визначення інформаційної гігієни як сфери наукових досліджень, що вивчає взаємодію між людьми та інформаційними технологіями, а також розробляє методи та засоби гарантування безпеки, збереження та оптимізації роботи з інформацією в цифровому середовищі, запобігання негативних наслідків від користування інформаційними технологіями. Уточнено поняттєво-категорійний апарат; зокрема на основі дослідження сутності та специфіки інфогігієни розширено поняття інформаційного простору, інформаційної безпеки, деструктивних впливів, стратегічних комунікацій; розуміння деструктивних впливів, таких як

маніпуляції, дезінформація, фейки, пропаганда, тролінг тощо; наукове визначення поняття «нетократія», «інфократія», «медіаактивізм», «слайктивізм», «кліктивізм». Проаналізовано новітні технології контролю інформаціо-комунікаційним простором, а саме спіндокторинг, гейткіпінг, боти-ферми, тролінг та інші.

1.2. Наукові розвідки стратегічних комунікацій

Вчені вважають, що активізація досліджень у галузі стратегічних комунікацій в Україні значною мірою є результатом гібридної війни, яку розпочала Російська Федерація у 2014 році проти України та всього цивілізованого світу. Починаючи з моменту фактичного та формального розпаду СРСР і аж до сьогодні, між Україною та Росією триває цивілізаційне протистояння «свій-чужий», яке впливає з історичного прагнення України до незалежності та намагань Росії відновити свою світову гегемонію, втрачену з розпадом Радянського Союзу. У стратегії Росії Україна відіграє ключову роль: без її повного підпорядкування Росії, успішне продовження агресивного зовнішнього курсу РФ, на думку багатьох політиків-практиків та політологів-науковців, є неможливим. За думкою науковців О. Васюти та С. Васюти, основна мета російської агресії проти України полягає у фактичному перетворенні України на сателіт Росії при збереженні її формальної політичної незалежності. Головним інструментом досягнення цієї мети, починаючи з 2014 року, Росія обрала спеціальні операції в інформаційному, політичному, духовному та економічному просторах, що мали забезпечити прикриття збройної агресії Росії проти України, спричинити технічний колапс у деяких галузях економіки української держави та сприяти зміні політичних еліт окремих країн Заходу та міжнародних організацій на лояльні до Росії [91].

Для своїх загарбницьких цілей Росія використовує різний спектр стратегічних комунікацій, маніпуляції та дезінформацію: застосування

міфологем так званого «руського міра» та пропагування образу «іншого / чужого», «європейського ворога»; колабораційну діяльність проросійських партій в Україні; історичні нарації; релігійний чинник, зокрема УПЦ МП як «п'яту колону» РФ в Україні; маніпуляції з мовним питанням; порушення інформаційної гігієни та дезінформацію в інфопросторі України тощо [72].

Саме потреба в ефективних методах протидії агресору змусила Україну та інших міжнародних учасників, які вже відчували агресивний тиск російського неоімперіалізму, удосконалювати внутрішні та зовнішні стратегічні комунікації. Це означає намагання нейтралізувати вплив інформації, що походить від Росії та спричиняє дестабілізацію міжнародних відносин та контенту, який викликає значні спірні ситуації в міжнародному та внутрішньому контексті стратегічних комунікацій, порушує світовий та регіональний порядок денний. З цього кута зору дослідження стратегічних комунікацій виявляється надзвичайно важливим.

За іншими твердженнями, терористичні атаки 11 вересня значно підштовхнули політичних та військових лідерів до широкого й загального застосування стратегічних комунікацій. Д. Дубов наголошує, що 2001 рік почав активну дискусію, а 2002–2004 роки стали етапом виходу проблематики на системний рівень. У цьому процесі ключову роль відіграла Оборонна наукова рада Міністерства оборони США, а також її оперативні групи [139].

Поняття стратегії в сучасних міжнародних відносинах має мультидисциплінарне значення, натомість у минулому поняття стратегії більше використовувалося в контексті аналізу перебігу військових операцій. Одне з найпопулярніших визначень стратегії представив К. фон Клаузевіц, для якого стратегія – «...це спосіб поєднання наявних цілей і доступних ресурсів ... для отримання певної вигоди» [68]. Зовнішньополітична стратегія означає планування, спрямоване на визначення поточного стану та майбутньої ролі держави в міжнародних відносинах, встановлення пріоритетів у взаємодії з іншими учасниками світової спільноти та основних напрямків діяльності, а

також методів реалізації цієї стратегії. Мета зовнішньополітичної стратегії залежить від політичного режиму, економічного стану, географічного розташування, історії, культури та традицій держави, а також її взаємодії з іншими країнами. Це включає в себе рішення про ключові позиції в міжнародних питаннях, встановлення стратегічних цілей та співробітництво з провідними державами. Реалізація зовнішньополітичної стратегії лежить на плечах спеціалізованих державних органів, дипломатичних місій, а також інших установ, що працюють у сфері міжнародних відносин.

Це також можна описати як «мистецтво керівництва суспільними процесами» або «мистецтво керівництва, засноване на правильних та довгострокових прогнозах». За словами В. Власова, це передбачення взаємозв'язку між силами й засобами, якими володіє держава, визначення ключових етапів досягнення цілей та усвідомлення специфіки кожного етапу.

Основні завдання зовнішньополітичної стратегії полягають у визначенні принципів позицій держави щодо ключових міжнародних питань, встановленні довгострокових стратегій діяльності та основних напрямків зовнішньої політики. Ця стратегія використовує різні методи, зокрема мирні та немирні, для досягнення своїх цілей, вибір фундаментальних співробітництва та протистояння, а також розробку шляхів розвитку взаємин з ключовими державами [111, с. 10–11].

Зовнішньополітична стратегія країни визначається як система широкомасштабних політичних рішень, які ухвалює керівництво держави. Ці рішення вказують напрямок зовнішньої політики та визначають перспективи її розвитку. Основною метою зовнішньополітичної стратегії є захист національних і державних інтересів у міжнародних відносинах.

Термін «стратегічні комунікації» та «стратегічна комунікація» почали ширше використовуватися в 1990-х роках. До недавнього часу ця проблематика досліджувалася переважно в США в наукових, політичних і комерційних колах. Багато дослідників вважають, що відсутній консенсус щодо універсального

визначення стратегічних комунікацій, оскільки вони використовуються у державному управлінні, міжнародних відносинах, корпоративному секторі та неформальних організаціях. Учені зазначають, що існують різні трактування стратегічних комунікацій, зокрема щодо транслявання та взаємодії інформації, інформування та впливу, а також основ стратегічної комунікації.

Поняття «стратегічні комунікації» використовувалося в американській військовій думці та практиці впродовж довгого часу та набувало різних визначень на історичних етапах. Цей термін був згаданий ще в дослідженнях US Army College 1966 року, але згодом ним послуговувалися в інших контекстах. Наприклад, у 2002–2003 роках він означав забезпечення стратегічного рівня зв'язку під час великих воєнних конфліктів.

У 2004 році Оборонна наукова рада Міністерства оборони США публікувала новий звіт під назвою «Остаточний звіт Оперативної групи Оборонної наукової ради зі стратегічних комунікацій». У цьому звіті стратегічні комунікації визначено як «різноманітні інструменти, які використовуються державою для формування розуміння глобальних відносин та культур, залучення до діалогу ідей між людьми та інституціями, консультування тих, хто ухвалив рішення, дипломатів та військових лідерів щодо можливих впливів політичних рішень на суспільну думку та на відносини й поведінку за допомогою комунікативних стратегій» [281].

Ключове твердження звіту полягає в тому, що «стратегічні комунікації є життєво важливими для національної безпеки США та її зовнішньої політики». Також в звіті визначені основні складники системи стратегічних комунікацій: публічна дипломатія, публічні відносини, послуги міжнародного мовлення, інформаційно-психологічні операції [17], які, будучи різними за формою та застосованими засобами, мають бути підпорядковані спільним діям і цілям.

Основними «традиційними» компонентами стратегічних комунікацій є публічна дипломатія, міжнародні зв'язки з громадськістю, синхронно / координовано. Очевидно, що публічна дипломатія й міжнародний PR будуть

більш актуальними для мирного часу, а в період конфлікту чи війни більшу вагу матимуть операції інформаційно-психологічної боротьби, спрямовані на протидію гібридним загрозам, коли «... державні та недержавні актори використовують різноманітні засоби й інструменти для впливу на різні форми ухвалення рішень, підривають довіру громадян до демократичних процесів та інститутів, посилюють політичну поляризацію й поширюють плутанину в геополітичних подіях, маючи на меті дестабілізувати жертву, зміцнюючи при цьому політичне бачення та цінності правопорушника» [42]. Зазначені складники стратегічних комунікацій реалізуються більшою чи меншою мірою за допомогою медіа, зокрема соціальних мереж [284].

З інструментального погляду, дослідниця визначає такі блоки стратегічних комунікацій [172], як: 1) інтерактивний: публічна дипломатія; залучення ключового лідера; відносини зі ЗМІ, з органами державної влади, з громадськістю; внутрішня комунікація; 2) інформаційно-психологічний: інформаційні, психологічні та спеціальні операції; 3) технічний: кібербезпека, протидія в електромагнітному просторі; 4) військовий: блок військового та цивільно-військового співробітництва; документування подій, безпека операцій, заходи активного впливу.

Стратегічні комунікації – це сплановані, коротко- та довгострокові зусилля з комунікації, спрямовані на поширення інформації, ідей, цінностей та дій серед широкої аудиторії з метою досягнення попередньо визначеної цілі, такої як роз'яснення та просування національних інтересів, формування й підтримка позитивного іміджу уряду, держави, армії, а також протидія деструктивним інформаційно-психологічним впливам. У контексті медіапростору, зокрема в умовах конфлікту, стратегічні комунікації переживають трансформацію, що виявляється в посиленні деяких їхніх компонентів, зменшенні інших або їхній відсутності. Аналіз інтернет-комунікацій важливо розглядати як частину стратегічного управління

комунікаціями, включену в процес стратегічного планування оборони та безпеки країни [207].

Як зазначають науковці Б. Юськів, Н. Карпчук, О. Пелех [284], дослідження медіаповідомлень Telegram-каналу Insider Ukraine вказує на те, що в медіапросторі України присутні всі аспекти стратегічних комунікацій, пов'язаних з нею. Згідно з аналізом емпіричних даних, структура стратегічних комунікацій у воєнний час включає комунікаційні компоненти, що стосуються як України, так і противника (Росії). Складники, пов'язані з українською державою, є більш суттєвими та численними, ніж ті, що стосуються Росії. Найбільший вплив мають інтерактивні комунікації, які містять зв'язки з громадськістю та публічну дипломатію, переважно в контексті пошуку міжнародної підтримки та взаємин з урядовими структурами, що є типовим для демократичних країн у глобалізованому світі. Оперативні комунікації, зокрема психологічні операції, займають друге місце, тоді як позаоперативні комунікації, що включають наслідки військових операцій, стоять на третьому місці. Щодо Росії, то основними є оперативні (наслідки воєнних дій) та позаоперативні комунікації (спецоперації).

Науковці [284] вказують на сталість структурних компонентів разом із їхньою варіативністю. Сталість укажує на незмінність або постійність компонентів структури навіть при зміні умов, таких як ситуація в країні, розвиток бойових дій, міжнародні події тощо. З іншого боку, варіативність залежить від конкретної ситуації: деякі теми можуть залучати більше уваги, ніж інші, і не всі аспекти будуть відображені в медіа. Наприклад, компоненти та підкомпоненти стратегічних комунікацій у воєнний час є сталими і використовуються в будь-якій ситуації збройного конфлікту, але це може бути перевірено лише шляхом подальших досліджень.

Місії стратегічних комунікацій, зокрема у сфері безпеки й оборони, передбачають підтримку, захист і досягнення національних інтересів та цілей національної держави. Ці завдання розподіляються за різними періодами:

- мирний час: досягнення стратегічного стримування в регіоні та отримання стратегічного статусу в міжнародній системі;
- стан кризи: здобуття довіри в міжнародній системі, спрямоване на підвищення легітимності й довіри до держави;
- період війни: досягнення внутрішньої та зовнішньої легітимності в міжнародній системі з метою забезпечення можливості діяти вільно та ефективно [284].

Аналіз інтернет-комунікацій необхідно розглядати як частину стратегічного управління комунікаціями, включену в процес стратегічного планування оборони та безпеки країни [172, 284].

Розглядаючи процеси глобалізації та інтеграції, які активно розвиваються в останнє десятиліття, стає очевидним надзвичайний розвиток регіональних міжурядових організацій, які об'єднують все більше країн та переходять до наднаціональних повноважень. З розвитком інформаційно-комунікаційних технологій та соціальних мереж, а також із поширенням повноважень держав, міжнародні організації починають активно зацікавлюватися в способах сприйняття себе в інших регіонах та країнах, формуванні іміджу своїх політичних лідерів серед населення інших країн та їхніх інтеграційних об'єднань. Це призводить до зростання важливості питань розвитку публічної дипломатії, а міжнародні організації все активніше використовують методи публічної дипломатії в своїй діяльності, створюючи окремі підрозділи в структурах управління [261].

У звіті робочої групи зі стратегічних комунікацій при Раді з питань науки Міністерства оборони США за 2004 р. указано: «Стратегічна комунікація є життєво важливим компонентом національної безпеки США. Вона перебуває в кризі, і її потрібно трансформувати з такою силою, щоб вона відповідала нашій відданості дипломатії, обороні, розвідці, правоохоронним органам і національній безпеці. Президентське лідерство й двопартійна політична воля Конгресу є надзвичайно важливими. Необхідна співпраця між урядом і

приватним сектором у безпрецедентному масштабі. Крім того, стратегічні комунікаційні зусилля повинні посилювати ключові теми й повідомлення та постійно оцінюватися відповідно до визначених цілей. Як результат, необхідно вносити корективи й притягувати до відповідальності осіб, відповідальних за реалізацію. Це свідчить про те, що «зусилля» у сфері стратегічних комунікацій є життєво важливим компонентом національної безпеки США» [44].

У системі НАТО еволюція поняття «стратегічні комунікації» пройшла три етапи [283, с.39]: спочатку стратегічні комунікації розглядалися як зв'язки з громадськістю (англ. Public Affairs), що представляли собою проактивне керівництво відносинами між органами влади та громадянським суспільством. Цей підхід був характерним для певних національних інституцій, але не став загальним стандартом у НАТО. Наступний етап – розглядання стратегічних комунікацій як битви наративів. Він властивий для попереднього підходу НАТО. Сучасний підхід НАТО визначає стратегічні комунікації як інтегровану форму системних дій в інформаційному просторі, яка не обмежується лише зв'язками з громадськістю.

Європейський Союз розглядає стратегічні комунікації як ефективний інструмент протидії гібридним загрозам, спрямованим на підірив демократичних цінностей і свобод сучасних держав, а також на використання їхніх вразливих сторін у цілях третіх суб'єктів. У межах цього підходу Європейський Союз активно співпрацює з НАТО на засадах відкритості та автономії ухвалення рішень кожною організацією. Зокрема, у 2015 році ЄС створив East StratCom Task Force – робочу групу зі стратегічних комунікацій, яка готує матеріали для пояснення політики ЄС у Білорусі, Молдові та Україні, колишніх радянських республіках на Кавказі. Однак основна місія цієї групи полягає в протидії антизахідній російській пропаганді.

Для протидії радикалізації в арабському світі була створена міжвідомча група Arab StratCom Task Force, яка активно працює над зміцненням діалогу та поваги між європейською та арабською спільнотами. Ця група також бере

участь у проведенні інформаційно-просвітницьких заходів і програм підтримки журналістів і блогерів.

У реалізації заходів стратегічних комунікацій важливу роль відіграє «План дій зі стратегічних комунікацій» [7]. Його розроблено та представлено в червні 2015 р. у співпраці з наднаціональними інституціями ЄС і державами-членами. У документі окреслено координаційні та моніторингові заходи щодо питань, пов'язаних зі Східним партнерством та за його межами, а також зусиль ЄС стосовно підтримки свободи засобів масової інформації й зміцнення спільного медіасередовища [94].

Сучасні дослідники та практики зосереджуються на широкому й інтенсивному впровадженні концепції стратегічних комунікацій у державній практиці. Програма партнерства зі стратегічних комунікацій між Україною та НАТО, підписана у 2015 році, є прикладом такого розвитку. Проводяться наукові та освітні заходи, присвячені аналізу питання стратегічних комунікацій у контексті гібридної війни.

Створення та впровадження системи стратегічних комунікацій у секторі безпеки й оборони України визначається Указом Президента від 14 березня 2016 р. № 92/2016 «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 4 березня 2016 р. «Про Концепцію розвитку сектору безпеки і оборони України»» [223], Концепцією стратегічних комунікацій Міністерства оборони України та Збройних сил України, яка була затверджена наказом Міністерства оборони України від 22.11.2017 р. № 612. У документі зазначено, що «узгоджене та своєчасне застосування стратегічних комунікацій має вирішальне значення в протистоянні загрозам в інформаційному просторі, стає джерелом активного розповсюдження інформації у засобах масової інформації та реагування на поширення неправдивої інформації» [221].

Важливими документами є розпорядження Голови Верховної Ради України від 05.02.2016 р. № 47 «Про деякі заходи щодо забезпечення відкритості процесу роботи Верховної Ради України, її органів, народних

депутатів України та Апарату Верховної Ради України», яким з метою створення сприятливих умов для реалізації Декларації відкритості парламенту та підвищення якості українського парламентаризму шляхом здійснення заходів, спрямованих на забезпечення прозорості та передбачуваності у діяльності Верховної Ради України, її органів, народних депутатів України та Апарату Верховної Ради України затверджено План дій з реалізації Декларації відкритості парламенту та склад Моніторингового комітету з питань Декларації відкритості парламенту. Його метою є забезпечення більш прозорої роботи парламенту та залучення громадян до парламентських процесів відповідно до принципів Декларації відкритості парламенту» [219]. Розпорядженням Голови Верховної Ради України від 21.11.2017 № 486 «Про додаткові заходи з реалізації Декларації відкритості парламенту» було затверджено Комунікаційну стратегію Верховної Ради України на 2017–2021 роки [220].

Отже, у підрозділі досліджено концепт «стратегічних комунікацій» як важливої складової управління складними соціальними системами, такими, як держава, міністерства, адміністративні регіони, міжнародні організації, бізнесові корпорації, політичні та громадські структури, фінансові установи тощо; інтегрованого використання різноманітних комунікативних інструментів для просування й захисту інтересів системи у довгостроковій перспективі відповідно до її місії та стратегічних цілей. Розглянуто трактування, яке використовують НАТО, ЄС, українські державні структури щодо терміну стратегічні комунікації.

1.3. Джерельна база та методологія дослідження інформаційної гігієни в системі стратегічних комунікацій

Оскільки значення інформаційних ресурсів для людей постійно зростає, а рівень використання інформаційно-комунікаційних технологій стає ключовим чинником сучасного способу життя й мислення, очевидно, що проблема

інформаційної гігієни потребує постійної і більш глибокої уваги. К. Пол вважає, що «дії говорять гучніше, ніж слова» [67]. На його думку, це твердження становить основу ефективних стратегічних комунікацій. Він зауважує, що будь-яка стратегічна комунікація, що обмежується лише традиційними методами, такими як обмін повідомленнями, пресрелізи тощо, вважається неуспішною. Це стосується навіть ситуацій, коли застосовуються нетрадиційні засоби масової інформації, такі як інтернет або технології нових медіа чи індивідуальна участь. Щоб бути успішними, стратегічні комунікації повинні включати в себе комунікативний зміст політики й сигнали дій та зображення.

Українські аналітики відзначають, що поняття стратегічних комунікацій стає все більш поширеним у нормативних та аналітичних документах на різних рівнях в Україні. У «Воєнній доктрині України» наведено таке визначення стратегічних комунікацій: «Скоординоване і належне використання комунікативних можливостей держави – публічної дипломатії, зв'язків із громадськістю, військових зв'язків із громадськістю, інформаційних та психологічних операцій, спрямованих на просування цілей держави».

Дослідники вважають, що стратегічна комунікація – це системна комунікація, спрямована на встановлення довгострокових взаємозв'язків між організацією, її зовнішніми і внутрішніми аудиторіями з метою досягнення організаційних цілей. Така комунікація орієнтована на встановлення довгострокового взаєморозуміння й ефективної взаємодії з цільовими групами, а не тільки на задоволення короточасних потреб аудиторій.

К. Пол, доктор філософії та соціолог, який працює в RAND Corporation в Піттсбурзі (США), описує стратегічні комунікації як «координовані дії, повідомлення, зображення та інші форми сигналів або участі, спрямовані на інформування, вплив чи переконання цільової аудиторії для підтримки національних цілей». Він наголошує, що стратегічні комунікації є важливою, але не єдиністю, національної стратегії, а скоріше служать її підтримкою [67].

Автор книги «Переконання та сила: мистецтво стратегічних комунікацій» Д. Фарвел визначає стратегічні комунікації як «використання слів, дій, зображень або символів для впливу на поведінку та думки цільової аудиторії з метою просування інтересів чи політики або досягнення поставлених цілей». Він також зауважує про символічний вплив на цільову аудиторію для досягнення визначених цілей [37].

С. Тейтем, бойовий командир та спеціаліст з інформаційних операцій, описує стратегічні комунікації як «систематичну серію послідовних та узгоджених заходів на стратегічному, оперативному та тактичному рівнях, які дозволяють зрозуміти цільову аудиторію та визначити ефективні канали для просування та підтримки певних типів поведінки» [77].

Угорський науковець Д. Немет подає таке визначення стратегічних комунікацій: «Цілісне мислення, де домінуючим є свідомий обмін інформацією для переконання, впливу або інформування цільової аудиторії з метою зміни їхньої поведінки відповідно до наших інтересів» [65].

У широкому розумінні, стратегічні комунікації представляють об'єднання елементів піару, публічної дипломатії, психологічних та інформаційних операцій, спрямованих на вплив на цільову аудиторію з метою отримання підтримки для досягнення національних цілей. Традиційні засоби комунікації, такі як масмедіа, радіо, телебачення та соціальні мережі, використовуються для забезпечення взаємодії між суспільством та політичними лідерами для формування суспільної думки й захисту національних інтересів [247].

У другій половині 2010-их років в Україні вийшли нові видання, що досліджують питання стратегічних комунікації ЄС та України. Так, у 2018 р. вийшла друком колективна монографія «Стратегічне партнерство в міжнародних відносинах» [246], у 2019 р. – монографія «Стратегічні комунікації в міжнародних відносинах» [247], у 2020 р. – монографія «Глобальні тренди міжнародних відносин» [121]. У цих важливих дослідженнях розглянуті концептуальні та практичні аспекти стратегічних

комунікацій як інноваційного інструментарію в міжнародних відносинах, а також проаналізована роль стратегічних комунікацій у дипломатичній практиці провідних міжнародних акторів та України. Авторські колективи складаються з відомих науковців, які працюють у різних наукових та освітніх закладах України, таких як Інститут міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Національний інститут стратегічних досліджень, Служба інформаційної безпеки Апарату РНБО України, Волинський національний університет імені Лесі Українки та інші.

Феномену стратегічних комунікацій стосуються наукові доробки зарубіжних науковців, зокрема таких, як Д. Андерсон, Р. Брукс, С. Бьорд, Ф. Денс, К. Йорк, М. Лінч, К. Ларсон, Дж. Магоні, Д. Мерфі, С. Патерсон, Д. Псакі, К. Халлахан, Б. Гамільтон, С. Татхем, К. Пол. та ін. Сьогодні стратегічні комунікації залишаються складним концептом, що набуває змісту в різних напрямках. Так, Г. Почепцов займається питаннями соціальних комунікацій [217-218]. Сучасне розуміння стратегічних комунікацій вбачаємо в розвідках Н. Піпченко [205-211]. В. Ліпкан виокремив основне завдання стратегічних комунікацій – гарантування реалізації національних інтересів [170-172]. О. Кушнір дослідив участь стратегічних комунікацій у формуванні української державності. Д. Дубов висвітлює питання концептуалізації стратегічних комунікацій [139]. До розгляду національної ідеї як інструменту деструктивних стратегічних комунікацій звертається Є. Макаренко [174-177]. Н. Карпчук, Б.Юськів аналізує стратегічні комунікації України та ЄС [160, 94, 283-284]. Серед вітчизняних дослідників необхідно відзначити В. Бебика, С. Даниленка, Карпчук Н., В. Копійку, Є. Макаренко, І. і Г. Мінгазутдінових, М. Ожевана, Є. Тихомирову, О. Шевченко, Юськіва Б. та ін. У їхніх працях висвітлено загальні питання розвитку системи стратегічних комунікацій і специфічні складові цієї сфери.

Наше дослідження виконано в рамках участі науковців факультету міжнародних відносин ВНУ ім. Лесі Українки протягом 2022–2025 рр. у

проекті «Стратегічні комунікації Європейського Союзу: протидія деструктивним впливам» (ERASMUS+ JEAN MONNET MODULE № 101047033 – EUSCCDI – ERASMUS-JMO-2021-HEI-TCH-RSCH). «Strategic Communications of the European Union: Combating Destructive Influences» (ERASMUS + JEAN MONNET MODULE № 101047033 – EUSCCDI – ERASMUS-JMO-2021-HEI-TCH-RSCH).

Серед українських дослідників у сфері зовнішньої політики та стратегічних комунікацій необхідно виокремити В. Копійку, який виклав власне уявлення про стратегічні комунікації в міжнародних відносинах. Він зауважує, що сучасна логіка формування нового світового порядку ґрунтується на інформації й комунікації, а нова міжнародна практика націлена на моделювання соціального середовища як всередині, так і поза межами національної території. Ця мета породжує стійкі комунікаційні стратегії, які мають змінити поведінку або ставлення інших акторів на рівні спілкування як режиму соціального управління [267].

Т. Сивак досліджує міжнародний досвід формування та використання стратегічних комунікацій як інструменту реалізації внутрішніх і зовнішніх політик, а також досвід використання стратегічних комунікацій у ЄС та НАТО, визначаючи основні аспекти їх інституціоналізації. Вона зазначає, що публічна дипломатія як складова стратегічних комунікацій є ефективним інструментом реалізації зовнішньої державної політики, міжнародних відносин та відкритого політичного діалогу. Забезпечення стратегічних комунікацій як у міждержавних організаціях і союзах, так і в окремих країнах здійснюється за допомогою відповідного нормативно-правового та структурно-організаційного забезпечення, чітко визначених мети, напряму та розробленої стратегії [236].

Під час дослідження історії, доктрини та практики стратегічних комунікацій у США Є. Макаренко зосереджується на концептуальних основах стратегічних комунікацій в американському науковому дискурсі, зокрема на теоріях міжнародних систем, міжнародного порядку, міжнародної безпеки, а

також теоріях комунікацій і комунікативістики. Вона наголошує на тому, що ефективність та сучасність інструментарію стратегічних комунікацій змушують США включати їх до зовнішньої та безпекової політики й національних програмних документів для представництва держави в міжнародній взаємодії. Це відбувається через використання інноваційних комунікативних технологій, які сприяють забезпеченню міжнародних та національних інтересів у сучасному турбулентному світі. Є. Макаренко також звертається до аналізу національної ідеї як інструменту деструктивних стратегічних комунікацій, які вона визначає як тенденційно спрямований пропагандистський контент проти критично важливих аспектів життєдіяльності й функціонування міжнародного співтовариства. Вона підкреслює необхідність створення міжнародного механізму протидії та попередження інформаційно-пропагандистського втручання в діяльність міжнародних акторів у межах політичної компетенції міжнародних та національних інституцій [176].

Т. Сивак аналізує пріоритети стратегічних комунікацій у сфері зовнішньої та безпекової політики ЄС. Вона стверджує, що специфіка стратегічних комунікацій ДАІШ та Росії вимагає протидії з боку окремих європейських СтратКомів, що вже діють в арабському та східному регіонах європейської політики сусідства. Вона також закликає до розширення діалогу, співробітництва та координації дій між ЄС і НАТО у сфері стратегічних комунікацій на східному та південному напрямках [236].

О. Шевченко зосереджує увагу на стратегічних комунікаціях ЄС щодо кліматичних змін. Вона стверджує, що більшість європейських інформаційних кампаній у рамках стратегічних комунікацій зі зміни клімату зосереджена на роз'ясненні причин, загроз та наслідків глобальних кліматичних змін. Вона визначає лідерство ЄС у цьому питанні та наголошує на необхідності більш активного залучення громадськості інших європейських країн – не членів ЄС, особливо на проведенні в цих державах інформаційної роботи й формуванні

обізнаності щодо кліматичних цілей, визначених Паризькою угодою та зафіксованих в основних стратегічних документах ЄС [274].

І. Мінгазутдінов і Г. Мінгазутдінова провели аналіз стратегічних комунікацій кількох європейських країн, зокрема Великої Британії, Франції та ФРН. Вони прийшли до висновку, що управління інформацією для формування суспільної думки всередині країни є стратегічним підходом до розкриття важливої публічної інформації. Цей підхід дозволяє урядам країн впливати на цільову аудиторію (громадян) та формувати їхнє ставлення до актуальних питань у сфері міжнародних відносин і суспільно-політичного життя. Зміни в ресурсах, використовуваних для реалізації стратегічних комунікацій у Західній Європі, можуть призвести до змін у виконанні державної політики в цілому. Дослідники стверджують, що для країн Західної Європи важливою є як реалізація заходів колективної безпеки в рамках структур Європейського Союзу, так і гарантування індивідуальної безпеки держав-членів ЄС [229].

В. Бебик провів дослідження зовнішньополітичних, економічних та безпекових аспектів стратегічних комунікацій Китайської Народної Республіки (КНР). Він акцентував увагу на особливій ролі КНР у здійсненні інформаційної політики за кордоном, зокрема через Центральний комітет Комуністичної партії Китаю та Міжнародний відділ ЦК КПК. Вчений наголошує на системній координації діяльності державних органів та інституцій КНР, спрямованій на захист національного інформаційного простору та підтримку глобального лідерства КНР у міжнародному середовищі [103-104].

Н. Піпченко дослідила стратегічні комунікації України та прийшла до висновку, що комунікативні технології можуть відігравати важливу роль у налагодженні зв'язку між владою та громадянами, управлінні громадською думкою та організації дій різних політичних, соціальних та культурних груп. Це сприятиме ефективному державному управлінню та підтримці національних інтересів в умовах глобальних інформаційних викликів [207].

С. Даниленко провів професійний аналіз концепції стратегічних комунікацій. Він вважає, що зусилля фахівців у цій сфері мають бути спрямовані на перегляд нормативних актів щодо підготовки спеціалістів із комунікацій у вищих навчальних закладах. Це дозволить оновити систему навчання фахівців відповідно до сучасних вимог та підвищити їхню роль у цій сфері на державному рівні [128].

Формування інформаційного суспільства у найбільш розвинутих державах та перші його паростки в інших країнах супроводжуються дедалі зростаючим потоком наукової літератури, присвяченої аналізу проблем цього вже незворотного й безальтернативного процесу. Утім, майже не дослідженими залишаються теоретико-методологічні засади аналізу інформаційного суспільства, переваги й недоліки основних його концепцій і теорій з позиції деструктивних впливів. Проблематиці інформаційного суспільства, інформаційній політиці ЄС, співпраці України державами «великої сімки» присвячена чимала кількість праць. Здебільшого ми послуговувалися розвідками таких фахівців та науковців: Р. Арон, Т. Адорно, Ж. Бодрійяр, З. Бжезинський, М. Маклюен, Г. Маркузе, Х. Ортега-і-Гассет, М. Фуко, Д. Белл, Е. Тоффлер, М. Кастельс, Н. Луман, К. Разлогов, В. Савчук, А. Федоров, Я. Ван Куїленбург, Д. Мак Куаїл, К. Камп, С. Віттл, Й. Бардоел, А. Бикова, Е. Вартанова, С. Михайлов, А. Пую, С. Корконосенко, С. Ніконов, В. Сидоров, М. Вершинін, М. Назаров, Г. Почепцов, Є. Прохоров, І. Яковлев, В. Дрожжинов, Ф. Широков, М. Парфенюк, С. Здіорук, М. Кияк, Ю. Палагнюк, Ю. Габермас, М. Маклюен тощо [57]. Тема інформаційної політики та інформаційної безпеки досить широко представлена в наукових розвідках, але саме проблематиці інформаційної безпеки та політичної співпраці цих держав присвячено одиничні праці, що й зумовило актуальність нашого дослідження.

Одним із вчених, які спеціалізуються на вивченні зазначених проблем, є британський дослідник Ф. Уебстер. Серед основних його наукових творів найвідомішою стала праця «Теорії інформаційного суспільства» [92], яка була

видана 1995 року й перевидана у 2002 році в Лондоні та Нью-Йорку. В Україні питань теоретико-методологічних засад аналізу інформаційного суспільства побіжно торкалася невелика кількість учених, зокрема, І. Арістова [97], О. Баранов [99], О. Голобуцький та О. Шевчук [276], Л.Дорош [134-136], М. Згуровський [145], О. Зернецька [146], А. Колодюк [162], Є. Макаренко [174], Т. Сидорук, В. Павлюк [239] та деякі ін.

Дослідженню методологічних основ національної інформаційної безпеки присвячені праці багатьох науковців. Особливе місце займають напрацювання Е. Беляєва, М. Бусленка, С. Гриняєва, О. Данильяна, Г. Ємельянова, В. Лопатіна, О. Позднякова, Л. Сергієнка, В. Циганкова, М. Чеснокова, О. Бабкіної, В. Бебика, В. Горбатенка, О. Заславської та інших дослідників.

Експерти, такі як Е. Тоффлер, Т. Стоун'єр, О. Бард та Я. Зодерквіст, провели аналіз концепцій формування нових еліт – нетократії та інфократії, які пов'язані з проблемами трансформації політичної влади в умовах становлення інформаційного суспільства. Вони представили свої роздуми щодо «метаморфоз влади», «інфократії» та «нетократії». Українські дослідники, такі як В. Кравченко, В. Савка та М. Головатий визначили інфократію як владу інформації, що виникає зі зростанням ролі інформації в сучасному житті. Нетократія – нова форма управління суспільством, де основною цінністю є інформація, а не матеріальні ресурси. Ми розглядаємо медіократію, нетократію та інфократію як засоби реалізації влади, а не як самостійні форми влади.

Питання соціальних мереж як ефективного ресурсу здійснення цифрової дипломатії розглянуто в працях як зарубіжних, так і вітчизняних науковців, а саме З. Бжезинського, Г. Кіссінджера, Р. Кеохейна, А. Лінченко, Н. Піпченко, М. Рижкова, М. Розумного, Є. Тихомирової, О. Шевчука, Г. Яригіна. Більшість згаданих учених репрезентують політологічний погляд на цифрову дипломатію, розглядаючи її виключно у сфері міжнародних відносин. Значно менше науковців досліджують цифрову дипломатію як

складний комунікаційний процес, який об'єднує декілька суб'єктів інформаційної взаємодії [235].

Науковці О. Булатова, Н. Резнікова, О. Іващенко [106], досліджуючи питання нових вимірів глобальних асиметрій соціально-економічного розвитку і міжнародної торгівлі в умовах техноглобалізму з проблемами цифрового розриву та цифрової нерівності, зазначають, що цифровий розрив, який виник у середині 1990-х років у США і був вперше зафіксований в офіційному документі Національного управління телекомунікацій та інформації Міністерства торгівлі США, є явищем, що в основному обговорюється в контексті соціальної та інформаційної нерівності. Отже, поняття «цифрова нерівність» частіше використовується в контексті економічної та технологічної нерівності. Згідно з Т. Елк'єром і Я. Дамгаардом [28], цифровий розрив і цифрова нерівність пов'язані з техноглобалізмом, який проявляється у злитті процесів глобалізації, цифровізації та інновації в усіх сферах виробництва і є рушійною силою переформатування міжнародних ринків товарів та асиметричного перерозподілу міжнародних потоків капіталу.

Дослідники Б. Валраве М. Тальмар, К. Подойніцина, А. Ромме, Г. Вербонг [83] вивчають прояви цифрового розриву шляхом аналізу потенціалу цифрових платформ, які, сприяючи координації автономних агентів, підвищують спроможність протидіяти на упередження руйнівним інноваціям, вирішуючи дилему Клейтона Крістенсена [16]. Останній розрізняє дві групи інновацій: підтримувальні (що дозволяють компаніям розвивати свої продукти в межах наявних траєкторій) та підривні (інновації, що змінюють ринки, які існують). Ці інновації стають одним із тригерів цифрової нерівності. Більшість досліджень із питань «цифрового розриву» зосереджуються на проблемах цифрової трансформації в країнах, що розвиваються [40, 14, 66].

Широкий підхід до аналізу процесів цифрової трансформації запропоновано К. Краусом і Н. Краусом, які на теоретико-методологічному

рівні схарактеризували реалії та перспективи диджиталізації як нового тренду глобального розвитку [164-165].

Деструктивні стратегічні комунікації є технологією підтримки гібридних загроз й основою для низки способів / методів ведення війни, серед яких – традиційні засоби; нетрадиційні засоби; нерегулярні формування; терористичні акти (тотальне насильство та примус); незаконні перешкоди з боку як державних, так і недержавних суб'єктів [41]. Г. Почепцов узагальнює здійснення деструктивних стратегічних комунікацій до півтора десятка технологій [217]:

1. Тоталітарна диктатура посилюється інформаційним монополізмом, де неконтрольована інформація стає самостійним гравцем, а засоби масової пропаганди впливають на ідеологію суспільства, обмежуючи доступ до інших джерел інформації.

2. Перерозподіл інформаційної ваги гравців призводить до інформаційних втручань у світогляд цільової аудиторії.

3. Створення керованих масових спільнот дозволяє утримати цільову аудиторію в межах призначеного порядку денного, маніпулюючи інтерпретацією подій.

4. Керування сприйняттям полягає в свідомому заплутуванні цільової аудиторії замість передання фактів.

5. Керування героїкою передбачає зміну сприйняття світу шляхом трансформації героїки або утримання старих поглядів на фоні нової реальності.

6. Керування ворогами дає можливість виправдати будь-які дії проти тих, хто визначений як ворог, створюючи необхідність у ворогах для існування героїв.

7. Маніпуляція джерелами інформації намагається підсунути свою інформацію як знання.

8. Керування за допомогою великих масивів інформації використовує різні канали комунікації для досягнення своєї мети.

9. Керування парадоксальністю блокує раціональність, привертаючи увагу й заважаючи критичному мисленню.

10. Керування фреймами подій змінює спосіб представлення подій, використовуючи епізодичний або тематичний фрейм.

11. Керування розважальністю приховує прикладні цілі інформаційних продуктів.

12. Керування сакральністю використовує символічні та соціальні об'єкти для побудови сакральності.

13. Керування технологіями для здійснення пропаганди та маніпуляцій.

14. Керування історією шукає позиції, з яких можна створювати нові історії держави.

Л. Дорош вважає, що ключовим механізмом протидії деструктивному впливу інформаційної політики постправди на людину є посилення уміння пересічного громадянина, який перебуває «на передовій» боротьби з дезінформацією, осмислено опрацьовувати інформацію та декодувати її. Це те, що, на думку дослідників, потрібно практикувати розумному споживачу новин, щоб розпізнати правду та / або іншу інформацію, яку він споживає [43]. За свідченням деяких науковців, для розв'язання епістеміологічних проблем, які існують на сучасному «ринку ідей» потрібні такі умови: 1) аби громадянин мав здібності розпізнавати неправдиві твердження, 2) існував надійний механізм боротьби з неправдивими твердженнями – «редагування таких тверджень ще до їх поширення» [13, 136].

Гостро піднімається питання масового продукування фейків та сучасна індустрія маніпуляцій у книзі Д. Кулеби «Війна за реальність: як перемагати у світі фейків, правд і спільнот» [167], а також цю проблему вивчають Т. Савчук [231], І. Парфенюк [201], А. Шуляк [277-280], Є. Тихомирова [254-260]. Аналіз впливу та використання соціальних мереж у російсько-українському інформаційному протистоянні чітко прослідковуємо в розвідках І. Матвіїшиної [181], В. Малинка [178] та О. Довженко [133]. Про специфіку

пропагандистської лексики, використання негативних наративів пишуть В. Кондратова [163].

Дослідження інформаційної гігієни в системі стратегічних комунікацій України вимагає комплексного підходу та застосування відповідної методології. Ефективними при цьому є методи, що використовуються у філософському пізнанні наукових проблем, загальнонаукові та спеціальні методи й підходи. У нашій науковій праці послуговуємося такими методами, як аналіз, синтез, дедуктивний метод, а також міждисциплінарний та концептуальний підходи. Цей комплексний підхід дозволив виявити тенденції та закономірності в дотриманні інформаційної гігієни, передбачити наслідки й можливий розвиток інформаційного простору та стратегічних комунікацій під час деструктивних впливів. Аналіз сприяв розкриттю основних тенденцій розвитку інформаційної гігієни в контексті сучасного інформаційного середовища, синтез – узагальненню та систематизації отриманих даних, а дедуктивний метод дозволив висунути обґрунтовані висновки на основі аналізу фактів та аргументів.

У дослідженні також використано структурно-функціональний підхід, що передбачає аналіз предмета з погляду взаємозв'язку елементів, які утворюють його структуру, та їхніх функцій. Цей підхід допоміг розглянути інформаційну гігієну в системі стратегічних комунікацій як систему зі структурними компонентами, кожен із яких виконує свої функції. Аналіз структурних компонентів допоміг отримати глибше розуміння функціонування системи стратегічних комунікацій та її впливу на процеси інформаційного взаємодії в сучасному світі.

Політико-системний аналіз, який також застосовувався, надав можливість комплексно дослідити політичний простір як систему комунікативних зв'язків. Застосування методу систематизації та класифікації дозволило систематизувати концепт інформаційної гігієни, виокремити основні принципи та підходи до її забезпечення.

Здійснено теоретичний огляд літератури та наукових джерел, досліджень і публікацій, що стосуються інформаційної гігієни та стратегічних комунікацій. Застосовано компаративний аналіз під час зіставлення практики інформаційної гігієни та стратегічних комунікацій в Україні з країнами ЄС. На основі отриманих даних узагальнені та розроблені рекомендації для дотримання правил інформаційної гігієни в системі стратегічних комунікацій.

Для аналізу внутрішніх проблем, зовнішніх чинників та наслідків, пов'язаних із недотриманням інформаційної гігієни, був використаний метод SWOT-аналізу. Цей метод дозволив ідентифікувати сильні та слабкі сторони системи стратегічних комунікацій, а також визначити можливості для подальшого розвитку й загрози, які можуть вплинути на її функціонування, з урахуванням правил інформаційної гігієни.

Отже, у підрозділі проаналізовано джерельну базу дослідження. У роботі використано різноманітні методи, такі як аналіз, синтез, дедуктивний метод, а також філософські та загальнонаукові підходи. Застосування комплексної методології дозволило виявити тенденції та закономірності формування інформаційного суспільства й передбачити можливий розвиток політичних подій залежно від інформаційного контексту.

Висновки до розділу 1

Створення інформаційного суспільства базується на використанні сучасних інформаційних, телекомунікаційних та зв'язкових технологій. Нові технології сприяють розповсюдженню глобальних інформаційних мереж, що відкривають нові можливості для обміну інформацією. Цифрова конвергенція на початку 90-х років ХХ століття зумовила значний прогрес для інформаційного суспільства, стимулюючи різні галузі економіки й створюючи потенціал для нових продуктів і послуг у ХХІ столітті. Деякі прогнозують подальший перехід від інформаційної економіки до суспільства знань, що призведе до зростання уваги до навчання протягом життя та інвестицій в освіту.

Проведено аналіз концептуально-теоретичних основ дослідження поняття «інформаційна гігієна». Також запропоновано визначення інформаційної гігієни – це сфера наукових досліджень, що вивчає взаємодію між людьми та інформаційними технологіями, а також розробляє методи та засоби гарантування безпеки, збереження та оптимізації роботи з інформацією в цифровому середовищі, запобігання негативним наслідкам від користування інформаційними технологіями, зокрема захистом від шкідливих впливів інформаційного середовища на здоров'я людини, психологічним комфортом, забезпеченням конфіденційності та безпеки особистих даних в інтернеті, збереженням інформаційної етики тощо.

У розділі розглянуто концепцію стратегічних комунікацій, яка включає інформаційну гігієну й спрямована на вплив на інших учасників за допомогою інформаційних операцій, таких як електронна боротьба, операції в комп'ютерних мережах і військова омана. Виявлено, що стратегічні комунікації важливі для управління складними соціальними системами, такими як держава, бізнесові корпорації та інші. Сфера застосування стратегічних комунікацій, також відома як інформаційна безпека суспільства, сприяє вільному здійсненню конституційних прав і захищає від деструктивного впливу інформації. Інформаційна політика, що регулює діяльність в інформаційному полі, важлива для всіх сфер життя суспільства і включає в себе заходи з виробництва, поширення, обміну та охорони інформації.

РОЗДІЛ 2

ХАРАКТЕРИСТИКА ТЕНДЕНЦІЙ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ГІГІЄНИ В СИСТЕМІ КОМУНІКАЦІЙ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДЕРЖАВИ

2.1. Інформаційна держава: етапи, безпека, медіа

Концепція «інформаційна безпека» виникла разом із появою засобів комунікації та усвідомленням людиною ризиків, які створює можливість впливу на ці засоби та інформаційний обмін між членами суспільства. У вузькому розумінні, ця категорія включає надійність роботи комп'ютерів, захист цінних даних та конфіденційності електронного листування.

Інформаційна безпека розглядається як складник національної безпеки та глобальна проблема, що містить захист інформації, інформаційного простору та інформаційного суверенітету країни. Головною загрозою в цьому контексті є гібридні війни, які використовують різні методи, такі як маніпулювання, дезінформація, хакерські атаки для досягнення своїх цілей. Інформаційна безпека передбачає можливість вільного доступу до інформації для громадян та безперешкодну реалізацію їхніх прав на інформаційний обмін. Це поняття також охоплює створення безпечних умов для розвитку наявних інформаційних технологій й інфраструктури держави, які включають заходи із захисту інформації та безпеки інформаційного ринку [197].

Основною метою системи інформаційної безпеки є такі дії: [188]

1. Вчасне виявлення й усунення загроз безпеці, які можуть призвести до фінансових, матеріальних або моральних збитків для організації шляхом впливу на її інтереси.

2. Створення механізму та умов для оперативного реагування на загрози національній безпеці та негативні тенденції у функціонуванні підприємства.

3. Ефективне припинення будь-яких спроб доступу до ресурсів та загроз персоналу через використання правових, організаційних та технічних засобів безпеки.

4. Створення умов для максимально можливого відшкодування та локалізації завданої шкоди внаслідок незаконних дій фізичних або юридичних осіб і зменшення негативного впливу порушень безпеки для досягнення цілей організації.

5. Запобігання – створення захисних процедур і безпечного вебсередовища, що запобігає спробам вторгнення зловмисників і знижує потенційний ризик або втрати.

6. Виявлення – відстеження дій, виконаних в інтернеті, для негайного виявлення змін у подіях, пов'язаних із безпекою.

7. Реагування – виконання заходів із контролю або припинення шкідливих дій при виявленні атаки або вторгнення.

Запобігання включає створення захисних процедур і безпечного вебсередовища для уникнення спроб вторгнення зловмисників та мінімізації потенційних ризиків і втрат.

Виявлення означає відстеження дій, які відбуваються в інтернеті, з метою негайного виявлення змін у подіях, пов'язаних із безпекою.

Реагування полягає в проведенні заходів контролю або припинення шкідливих дій при виявленні атак або вторгнень.

З метою виконання цих завдань система інформаційної безпеки має виконувати такі функції [147, 177]:

- Оцінка стану інформаційної безпеки в країні, встановлення пріоритетів згідно з інтересами в інформаційній сфері та збалансування їх у конкретних умовах.
- Виявлення й облік джерел внутрішніх і зовнішніх загроз, моніторинг та класифікація їх.

- Визначення основних напрямів запобігання загрозам або мінімізації збитків від їхньої реалізації.

- Організація досліджень у сфері гарантування інформаційної безпеки.

- Розроблення та ухвалення законів та інших нормативних правових актів.

- Створення єдиної системи ліцензування, сертифікації, експертизи та контролю в цій сфері.

- Страхування інформаційних ризиків.

- Підготовка фахівців у галузі інформаційної безпеки, зокрема співробітників правоохоронних і судових органів.

- Інформування громадськості про реальну ситуацію у сфері гарантування інформаційної безпеки та роботу державних органів в цій галузі.

- Вивчення практики гарантування інформаційної безпеки, узагальнення та поширення передового досвіду в регіонах.

- Захист прав та інтересів громадян, суспільства й держави у сфері інформаційної безпеки.

- Організація навчання методів і способів самозахисту фізичних осіб від основних загроз в інформаційній сфері.

- Сприяння розробленню та ухваленню норм міжнародного права в цій галузі.

- Встановлення стандартів і нормативів у сфері забезпечення інформаційної безпеки.

Гарантування інформаційної безпеки в цілому може бути досягнуто лише під час вирішення трьох взаємопов'язаних проблем [119]:

- 1) захист знаходиться в системі інформації від дестабілізуючого впливу зовнішніх і внутрішніх загроз інформації;

- 2) захист елементів системи від дестабілізуючого впливу зовнішніх і внутрішніх інформаційних загроз;

3) захист зовнішнього середовища від інформаційних загроз з боку цієї системи.

Проблеми інформаційної безпеки є похідними щодо більш загальних проблем інформатизації. Тому зміст проблем інформаційної безпеки повинен формуватися відповідно до змісту проблем інформатизації, а концептуальні підходи до їх вирішення мусять бути пов'язаними з концепціями інформатизації.

Макаренко Є. пропонує такі етапи розвитку інформаційної безпеки: [177]

I етап (до 1816 року) – у цей період основне завдання інформаційної безпеки полягало в захисті відомостей про події, факти, майно, місцезнаходження та інших даних, що мають для людини особисто або співтовариства, до якого він належав, життєве значення.

II етап (з 1816 року) – пов'язаний із початком використання штучно створюваних технічних засобів електро- і радіозв'язку. Для забезпечення прихованості й перешкодозахищеності радіозв'язку необхідно було використовувати досвід першого періоду інформаційної безпеки на більш високому технологічному рівні, а саме: застосування кодування повідомлення (сигналу) з наступним декодуванням прийнятого повідомлення (сигналу).

III етап (з 1935 року) – пов'язаний із появою радіолокаційних і гідроакустичних засобів. Основним способом забезпечення інформаційної безпеки в цей період було поєднання організаційних і технічних заходів, спрямованих на підвищення захищеності радіолокаційних засобів від впливу на їхні приймальні пристрої активними (маскують) і пасивними (імітують) радіоелектронними перешкодами.

IV етап (з 1946 року) – пов'язаний із винаходом і впровадженням у практичну діяльність електронно-обчислювальних машин (комп'ютерів). Завдання інформаційної безпеки вирішувалися в основному методами й способами обмеження фізичного доступу до обладнання засобів добування, перероблення й передавання інформації.

V етап (з 1965 року) – зумовлений створенням і розвитком локальних інформаційно-комунікаційних мереж. Завдання інформаційної безпеки також вирішувалися передовсім методами й способами фізичного захисту засобів добування, перероблення й передавання інформації, об'єднаних у локальну мережу шляхом адміністрування та управління доступом до мережевих ресурсів.

VI етап (з 1973 року) – пов'язаний із використанням ультрамобільних комунікаційних пристроїв із широким спектром завдань. Загрози інформаційної безпеки стали набагато серйозніші. Утворилися спільноти людей – хакерів, які мали за мету нанесення шкоди інформаційній безпеці окремих користувачів, організацій і цілих країн. Інформаційний ресурс став найважливішим ресурсом держави, а гарантування його безпеки – найважливішою й обов'язковою складовою національної безпеки. Формується інформаційне право – нова галузь міжнародної правової системи.

VII етап (з 1985 року) – пов'язаний зі створенням і розвитком глобальних інформаційно-комунікаційних мереж із використанням космічних засобів забезпечення. Можна припустити що черговий етап розвитку інформаційної безпеки буде пов'язаний із широким використанням ультрамобільних комунікаційних пристроїв зі спектром завдань і глобальним охопленням в просторі й часі, забезпечуваним космічними інформаційно-комунікаційними системами. Для вирішення завдань інформаційної безпеки на цьому етапі необхідне створення макросистеми інформаційної безпеки людства під егідою провідних міжнародних форумів.

Ми в свою чергу пропонує продовжити періодизацію 1991–2024 рр.

Перший етап розвитку України після здобуття незалежності в 1991 році характеризувався лібералізацією та демократизацією, включаючи перехід до парламентської форми правління. У цей період оголошено зобов'язання демократичного розвитку, вільного суспільства й свободи слова. Журналістика в Україні відчула свободу слова, але також зіштовхнулася з фінансовими

труднощами та перекваліфікацією кадрів. Деструкція старої системи економічного існування преси призвела до змін у її фінансуванні та залежності. Цей період також був визначений появою інтернет-сайтів, блогів та інших нових форм ЗМК, що сприяло зменшенню обсягів традиційних ЗМІ. Незважаючи на це, друковані ЗМІ залишалися популярними та авторитетними.

Другий період розвитку України після кінця 1990-х років і до 2004 року відомий екстенсивним розвитком, але водночас став періодом стагнації та одержавлення масмедіа з боку влади. У цей час кількість приватних видань та друкованих ЗМІ збільшилася вдвічі, але телерадіопростір залишився майже без змін. Від 2000 до 2003 року були спроби формування технократичної моделі інфодемократії для підвищення прозорості влади та поінформованості громадян, але це не врятувало країну від «кольорової революції» через відставання від соціального запиту суспільства на участь у владі.

У третьому періоді модернізації інформаційного простору України (2005–2010 роки) відбувся швидке відновлення свободи слова, яке було втрачено в попередні роки, зокрема через Помаранчеву революцію та зміну влади. Цей період став вирішальним у розвитку країни, де ЗМК отримали важливу роль як інструмент для утримання та отримання влади місцевими представниками. Формування та розвиток державної інформаційної політики включало координацію міжорганих дій, впровадження інформаційних технологій, забезпечення доступу громадян до інформаційних ресурсів, захисту інформації та розвиток національного культурного надбання. Ці заходи сприяли становленню процесуальної та консультативної моделей в управлінні інформаційними ресурсами [189].

У період 2010–2013 років у розвитку інформаційного простору в Україні було досягнуто певних успіхів у виконанні плану заходів, що сприяло формуванню нормативно-правової бази. Зокрема видали низку розпоряджень та наказів, які стосувалися розвитку електронного урядування та впровадження технічних специфікацій для електронного цифрового підпису. Увага також була

зосереджена на забезпеченні консультативної моделі управління. Було розроблено Національну систему індикаторів розвитку інформаційного суспільства, що враховувала специфіку України та міжнародні стандарти. Схвалено Стратегію розвитку інформаційного суспільства в Україні до 2020 року, яка визначала мету, стратегічні цілі та основні напрями розвитку інформаційного суспільства в країні [189].

У період із 2014 по 2022 роки інформаційне суспільство України було позначене кількома основними тенденціями. У цих роках відбувалася активна цифрова трансформація у всіх сферах суспільства, передовсім в економіці, освіті, охорони здоров'я, транспорту та державного управління. Збільшення використання інформаційно-комунікаційних технологій сприяло зростанню продуктивності та ефективності. Висока популярність інтернету та соціальних мереж українського населення стимулювала розвиток онлайн-комунікацій, цифрової культури та активної участі громадян у віртуальному просторі. У зв'язку з інформаційною війною та загрозами кібербезпеці, Україна активно займалася захистом від кіберзлочинності та боротьбою з дезінформацією, зокрема за допомогою створення спеціальних органів та законодавчих ініціатив. Влада працювала над впровадженням електронних послуг та електронного урядування для забезпечення більшої доступності й ефективності державних послуг для громадян та бізнесу. З появою нових технологій та платформ для поширення інформації зросла кількість онлайн-медіа, блогів, відеоконтенту та інших інформаційних ресурсів, що змінила медіаландшафт країни. Узагальнено інформаційне суспільство України в період 2014–2022 років відзначалося активним розвитком цифрових технологій, зростанням онлайн-активності громадян та організацій, а також впровадженням нових форм комунікації та способів обміну інформацією.

Із 2022 р. розпочався новий етап, який ми не аналізуємо, оскільки російсько-українська війна не завершена, вона має низку специфічних рис як війна нового типу – гібридна й потребує детального аналізу після завершення.

У цілому інформаційне суспільство України в період 2024–2030 років буде спрямоване на подальший розвиток цифрових технологій та їх інтеграцію в усі сфери суспільного життя з метою покращення якості послуг для громадян та підвищення ефективності державного управління.

Чинники, що ставлять питання інформаційної безпеки на передній план у системі гарантування національної безпеки, можна описати так:

1. Національні інтереси, їх загрози і захист від цих загроз часто виявляються через взаємодію з інформацією та інформаційною сферою. Рішення з питань національної безпеки значною мірою базуються на інформаційному підході.

2. Людина, її права, інформація та інформаційні системи є не лише об'єктами інформаційної безпеки, але й ключовими складниками всіх аспектів безпеки у всіх сферах.

3. Проблема національної безпеки має яскраво виражений інформаційний аспект, оскільки безпека країни тісно пов'язана зі збереженням та захистом інформації в її інформаційному просторі.

У концепції національної безпеки держави, зміцнення інформаційної безпеки визначено як одне з головних довгострокових завдань. Роль інформаційної безпеки в системі національної безпеки країни визначається також тісною взаємодією державної інформаційної політики з політикою гарантування національної безпеки через систему інформаційної безпеки. Остання виступає важливим зв'язком усіх основних компонентів державної політики, що допомагає їм працювати як єдине ціле.

Отже, інформаційна безпека означає захищеність національних інтересів у сфері інформації від внутрішніх та зовнішніх загроз. Системний підхід до інформаційної безпеки передбачає визначення суб'єктів, засобів й об'єктів, джерел небезпеки, спрямованості небезпечних інформаційних потоків та принципів гарантування цієї безпеки.

Завдяки розвитку інформаційних технологій держава може забезпечувати інтереси суспільства та громадян, використовуючи інформаційно-телекомунікаційні технології. Це відкриває нові можливості для взаємодії державних органів із громадськістю, підвищуючи ефективність управління. У такій інформаційній державі органи влади використовують ПСТ для покращення роботи та взаємодії з громадськістю, що дозволяє розглядати концепцію публічного управління [185].

На постіндустріальному етапі розвитку людської цивілізації важливим чинником є формування відкритого інформаційного середовища з мережевою інфраструктурою, що базується на новітніх інформаційно-комунікаційних технологіях. Одне з ключових завдань політичної системи та інфраструктури цього середовища – забезпечити вільний та доступний масовий обмін інформацією та комунікацією. Транспортна основа мережевої інфраструктури представлена національними телекомунікаційними мережами, які об'єднують різноманітні джерела, депозитарії та споживачів інформації, утворюючи різноманітні інфокомунікаційні системи та мережі.

Впровадження сучасних технологій створення, накопичення та поширення інформації, а також використання засобів обчислювальної техніки та телекомунікацій у всіх сферах людської діяльності призводить до створення нових цифрових та модернізації традиційних інфокомунікаційних систем і мереж. Ці зміни призводять до постійного росту обсягів інформації, що циркулює в таких системах і стає ключовим ресурсом для економічного, соціального та політичного розвитку суспільства й держави.

У телекомунікаційному середовищі глобальної мережі інтернет виникають нові норми поведінки, етичні принципи та форми спілкування, які відрізняються від тих, що існують у реальному житті. Розширення інтернету свідчить про позитивні зміни в цьому напрямі. Одночасно проблема забезпечення доступу до інтернету для окремих груп населення, зокрема для осіб з особливо вразливих категорій, є актуальною для державної

інформаційної політики. Ця політика спрямована на подолання внутрішнього цифрового розриву й потребує особливої уваги. Цю проблему можна вирішити різними шляхами, зокрема через створення спеціалізованих фондів.

Однією з найбільш популярних рис інтернету є відносна дешевизна поширення інформації. Порівняно з традиційною «вертикальною» структурою засобів масової інформації, «горизонтальна» структура мережі інтернет дає змогу кожному користувачеві бути виробником та споживачем інформації, а також спілкуватися з іншими. Такий підхід має потенціал протидіяти «однобокості» та «ідеологічній маніпуляції», характерним для великих новинних корпорацій та урядових джерел. Це також може створити однакові можливості для розповсюдження ідей окремих осіб і малих груп, незалежно від їхнього розміру або фінансових ресурсів.

Проте на практиці виявляється, що хоча передача інформації стає простішою й доступнішою, вартість її отримання залишається високою. Малі незалежні джерела не завжди можуть конкурувати з великими корпораціями щодо якості інформації, а просування вебсайту його відомості стає викликом [201].

Загальне визначення інформаційних інтеракцій як комунікативного процесу «взаємодії двох та більше суб'єктів, метою й основним змістом якої є зміна наявної інформації хоча б в одного з них» [47], що відбувається завдяки обміну інформацією, має як симетричний, так і асиметричний характер, але так чи інакше головна ознака цього процесу – наявність форм зворотного зв'язку (у вигляді виборів, очікуваної поведінки, потреб, запитів й ін.).

Різноманітними є форми участі у виробництві контенту. Це не лише традиційні листи та дзвінки. Тепер це й участь аудиторії в різноманітних форумах, конференціях, що проводяться на сайтах, у ЗМІ; публікація оригінальних матеріалів, вибір кращого матеріалу дня й ін. різні форми інформаційної активності (традиційні та нові). На сьогодні, із погляду нашого дослідження, найбільше значення має активність аудиторії на таких

інтерактивних платформах, як персональні блоги; блоги журналістів (незалежні від ЗМІ); блоги, форуми, можливості коментування на сайтах онлайн-ЗМІ; локальні інформаційні користувальницькі портали; блоги політичних організацій та окремих політиків.

Громадські медіа завжди пов'язані з громадськими комунікаціями та можуть мати різні форми, стосуватися різних груп людей і бути пов'язаними з великою кількістю різних напрямів. Водночас громадські медіа – засіб для створення дискусії та залучення звичайних громадян, що об'єднані певними цілями. Головна риса громадських медіа полягає в тому, що вони не залежать від комерційних тенденцій і популярних тем для обговорення. Це дає змогу створювати різні моделі громадських медіа, які можуть пропонувати відкриту редакційну політику або більше сфокусовану на залучення громадян.

Громадські медіа в сучасному світі відіграють важливу роль у формуванні суспільної думки, забезпеченні вільного доступу до інформації та сприянні демократизації суспільства. Ключовими елементами громадських медіа є такі [168]:

1. Свобода слова і відкритість. Громадські медіа забезпечують свободу виразу думок та ідей, не обмежуючись політичними або комерційними інтересами. Вони надають платформу для різноманітних голосів і перспектив, що сприяє формуванню розмаїтості думок у суспільстві.

2. Участь громади. Громадські медіа активно залучають громадськість до процесу створення та поширення інформації. Вони надають можливість усім людям стати журналістами, надсилаючи свої звіти та свідчення про важливі події.

3. Об'єктивність і різноманітність поглядів. Громадські медіа прагнуть до об'єктивності та розглядають різні кути зору на проблеми. Вони стимулюють дебати та дискусії, сприяючи розвитку критичного мислення в громадян.

4. Трансмісія інформації. Громадські медіа швидко та ефективно поширюють новини та інформацію про події, що відбуваються в суспільстві.

Вони грають важливу роль у виявленні та висвітленні проблем та викликів, з якими стикається суспільство.

5. Вплив на політику та суспільство. Громадські медіа можуть впливати на ухвалення рішень у політиці та суспільному житті. Вони можуть піднімати гострі питання, викривати корупцію та недоліки в діяльності влади, стимулюючи реформи та покращення.

6. Інновації та експерименти. Громадські медіа часто стають лабораторіями для новаторських підходів до журналістики та інформаційних технологій. Вони впроваджують нові ідеї та формати, щоб привернути увагу глядачів та читачів.

У цілому громадські медіа відіграють важливу роль у формуванні відкритого, демократичного та інформованого суспільства, де кожен може мати можливість висловити свою думку та впливати на суспільні процеси.

Н. Піпченко визначає такі ключові елементи, що належать до громадських медіа: блогосфера (анг. *blog* від *web log* – мережевий журнал або щоденник подій), мікроблоги – схожі на традиційні блоги, проте основна відмінність – можливість використовувати лише малу кількість символів, характерним прикладом є Twitter; подкасти – аудіо- (рідше – відео) записи, що створюють із метою пояснення позиції автора з певного питання чи просвітницькими цілями; Wiki-технології – інформаційне середовище для взаємодії між різними особами з метою створення цілісних інформаційних продуктів, що містять більш-менш виважені та перевірені дані, які підтверджуються відповідними посиланнями на першоджерела (Wikipedia, Intellipedia; меш-ап (англ. Mash-Up) – сервіси, що повністю або частково використовують джерела інформації інших сервісів, надаючи користувачу нову функціональність для роботи; соціальні мережі (англ. social network) – поєднують більшість із зазначених елементів громадських медіа [211].

Мережеві шоу, подкасти та вікі-технології більше спрямовані на відповідність інформатизації, ніж на інформаційні взаємодії. Тому ми ретельно

розглянемо соціальні мережі, блоги та мікроблоги. Громадяни активно використовують блоги як інструмент громадських медіа для реалізації своїх прав і виконання певних обов'язків. Сьогодні всі активні користувачі інтернету ведуть блоги, які є новим засобом комунікації, включаючи політичну комунікацію. Блог представляє собою вебсайт, головний зміст якого полягає в регулярному публікуванні записів, зображень або мультимедійного контенту. Відмінності між блогом та традиційним щоденником зумовлені середовищем: блоги зазвичай публічні й передбачають наявність сторонніх читачів, які можуть вступати в публічні дискусії з автором (через коментарі до запису або у своїх власних блогах) [189].

Професор Гарвардської школи права Л. Лессіг так описав сутність блогів і діяльність блогерів: «Є такі, хто використовує їх для того, щоб просто розповідати про своє приватне життя. Але багато людей зайняті тим, що читають публічні лекції, обговорюють питання суспільної важливості, критикують інших за помилкові погляди, обговорюють політиків за ухвалені рішення, пропонують рішення очевидних для всіх проблем. Блоги створюють відчуття віртуального особливого віче, де ми необов'язково сподіваємося зібратися всі відразу, де розмови можуть бути й незв'язаними. Блоги є, можливо, найважливішою формою не режисованого громадського полілогу з усіх, які ми маємо» [60]. Л. Лессіг вважає, що сама архітектура блогу розв'язує одну з цих проблем. Люди роблять записи, коли їм того хочеться, і читають постінги, коли забажають. Найскладніше – це синхронізація. Технології, що забезпечують асинхронні повідомлення, такі як електронна пошта, розширюють можливості комунікації. Блоги забезпечують можливість організувати суспільні дискусії без потреби збирати публіку в одному місці.

Досвід «блогерних революцій» у Тунісі, Єгипті та Ємені переконливо свідчить про необхідність зосередженої уваги держави і її спеціальних служб на діяльності та розвитку громадських медіа. Проте ця увага повинна бути синергією із захистом прав людини, закріплених у законодавстві, і базуватися

на принципах конструктивної співпраці між органами державної влади та новими мережевими спільнотами.

Зазвичай, активність соціальної мобілізації деструктивного спрямування, а також протестні дії та ініціативи, організовані за допомогою соціальних мереж (рухи, демонстрації, флеш-моби, блокування доріг тощо), є наслідками відсутності ефективного зворотного зв'язку між такими мережевими спільнотами та владою (яка, безпосередньо або опосередковано, є адресатом більшості цих дій). Це підкреслює важливість створення каналів для вибуття накопичених конфліктних ситуацій, розвитку конструктивного діалогу та своєчасної реакції на суспільні вимоги.

Соціальні мережі також дозволяють швидко реагувати, формувати віртуальні спільноти, які згодом перетворюються на реальні, попередньо обговоривши акцію та розробивши стратегію та тактику. Цей досвід важливо враховувати органам влади, оскільки він може призвести до позитивних результатів у побудові діалогу між владою та громадськістю.

Громадські медіа користуються надзвичайно високим рівнем довіри аудиторії, і ця особливість активна в бізнесі, політиці та сфері державного управління. Соціальні мережі та блогерство вважаються найефективнішими серед громадських медіа.

Кількість користувачів глобальних громадських медіа продовжує стрімко зростати і наразі становить близько 60 % усіх користувачів інтернету. Глобальний розвиток громадських медіа та мережеспільнот все ще перебуває на стадії кількісного зростання, зокрема у «запізнілих» регіонах, таких як країни Центрально-Східної Європи та деякі частини Азії.

Отже, громадські медіа є важливою складовою інформаційного простору, яка демонструє зміну потреб та бажань у сучасному інформаційному суспільстві. Коли мова йде про сучасні громадські медіа, ми маємо на увазі соціальні мережі та їхні технологічні та комунікаційні можливості.

Як зазначає В. Дем'яненко [131], у сучасному світі інформацію можна отримати миттєво: державні та політичні лідери активно присутні в соціальних мережах, сигнали про «екстрені повідомлення» звертають на себе увагу користувачів щодня, навіть кожну годину. Проте, для перевіряння новин щодо псевдофактів, перекручень або відкритої брехні потрібен час, якого часто бракує. Епоха "пост-правди" свідчить про інформаційне перенасичення, коли об'єм інформації настільки великий, що немає сенсу перевіряти її.

Інтернет, здавалося б, мав надати людям можливість необмеженого пошуку інформації та доступу до альтернативних кутів зору. Проте, соціальні мережі тільки збільшили тенденцію до обмеження в інформаційному просторі. Алгоритми Facebook чи Google формують індивідуалізовану новинну стрічку, позбавляючи користувача доступу до альтернативних думок, оскільки сервіс вважає, що вони можуть не сподобатись. На відміну від телебачення, де можна перемикнути канал, у Facebook це не можливо.

Розвиток соціальних медіа призвів до ситуації, коли кожен, здається, знає все. Це можна розглядати як кризу експертного середовища, кризу медіакратії. Лідерами думки стали люди, які проявляють харизму та здатність захопити аудиторію, вони часто вагоміші, ніж експерти [131].

Попри безумовну цінність інформації та інформованості, звертаємо увагу на інший акцент – інформаційний шум як явище сучасного розвитку інформаційного простору, яке характеризується наявністю надлишку інформації в комунікаційному середовищі. Адже це викликає труднощі для споживача в отриманні корисної й достовірної інформації та знижує її цінність. Тут можна звернутися до статті американського економіста Г. Саймона «Рациональність як процес і продукт мислення» [232], у якій він доводить, що інформація є безсумнівним благом лише в світі, де її мало. За великої кількості різноманітної інформації вона часто відволікає людей від істотного, відіграючи таким чином негативну роль. В умовах інформаційного шуму утруднюється ухвалення раціонального рішення внаслідок стрімкого збільшення обсягу

надлишкової інформації. Складністю стає вже не факт отримання інформації, а можливість її якісної обробки.

2.2. Тенденції інформаційної гігієни та медіаграмотності в Європейському Союзі

Європейський Союз, використовуючи багаторівневий, кроссекторальний підхід, поступово нарощує свої захисні сили, особливо стосовно модерних нетрадиційних загроз. Сучасні гібридні / деструктивні загрози не обмежені часовими рамками, тому відповіді на них та зусилля з метою підвищення стійкості повинні стати постійною особливістю зовнішньої та внутрішньої діяльності ЄС. Як зазначає Л. Дорош, особливу вагу на сучасному етапі відіграє виявлення та усунення поточних викликів, а також спостереження за новими вразливими ситуаціями та міжнародними акторами, для яких використання інструментів більш масштабної гібридної кампанії є вже стандартним. З іншого боку, важливо визнати, що ефективність заходів ЄС у протидії дезінформації залишається маловідомою й потребує докладного вивчення, у тому числі з урахуванням чинників впливу внутрішнього та зовнішнього походження. Проте, створення та координація інституцій об'єднання у цій сфері, розроблення політичних механізмів та прийняття стратегічних документів, а також вчасна та ефективна реакція ЄС – це кроки, що зміцнюють співтовариство. Для України, яка зазнає наслідків гібридної війни, вкрай важливо залучати досвід використання окремих інструментів, розроблених у рамках ЄС, у боротьбі з дезінформацією та забезпеченні стійкості до гібридних загроз [134].

Медіаграмотність, що означає вміння критично оцінювати, розуміти та ефективно використовувати інформацію, є ключовою навичкою в епоху інформаційної перенасиченості. Вона виявляється у здатності розрізняти достовірні та недостовірні джерела інформації, розуміти контекст та

призначення різних медійних форматів, а також умінні комунікувати та висловлювати свої думки в цифровому середовищі. Однією з ключових складових медіаграмотності є розвинуте критичне мислення. Медіаграмотні люди здатні систематично аналізувати інформацію, визначати її об'єктивність та достовірність, а також виявляти можливі приховані аспекти чи перекручення фактів. Критичне мислення допомагає відокремлювати факти від думок, аналізувати приховану мету та емоційний вплив, що стає важливим у наведеному інформаційному потоці [182].

З моменту появи цифрових технологій медіаграмотність передбачає не лише здатність працювати з традиційними формами ЗМІ, але й цифрову грамотність. Це означає вміння ефективно користуватися різноманітними цифровими інструментами, від роботи з онлайн-платформами до здатності визначати та уникати цифрових загроз, таких як шахрайство чи кібератаки.

Медіаграмотність визначає рівень освіченості та обізнаності суспільства. Освічені громадяни, які володіють цією навичкою, можуть бути активними учасниками суспільного життя, здатними аналізувати політичні, соціальні та економічні події, розуміти різні думки та ухвалювати обґрунтовані рішення. Медіаграмотність формує критично мисляче суспільство, яке вміє визначати власні цінності та зберігати відкритий діалог. Медіаграмотність також здатна впливати на психологічний стан особистості. Люди, які розуміють, як медіа може впливати на їхні емоції та сприйняття світу, можуть бути більш усвідомленими споживачами інформації. Здатність розпізнавати медійний вплив дозволяє формувати більш об'єктивне ставлення до подій і не залишатися під впливом маніпуляцій чи стереотипів [182-183].

Освіта відіграє визначальну роль у формуванні медіаграмотності. Шкільні та позашкільні програми повинні включати елементи, спрямовані на розвиток критичного мислення, вміння аналізувати медійні повідомлення та розпізнавання маніпуляцій. Важливо, щоб освітні програми охоплювали не

лише теоретичний аспект, але й надавали практичні навички використання медіа в різних контекстах.

Візьмемо за приклад концепції ЄС щодо інформаційної гігієни та медіаграмотності, оскільки вважаємо, що це найкращі практики для аналізу та, зважаючи на прагнення України вступу до ЄС, варто переймати досвід цих держав та співдружності загалом.

ЄС має низку стратегій та ініціатив у сфері інформаційної та цифрової гігієни. Однак не існує окремої політики та регулювання, присвячених винятково цьому питанню. Натомість інформаційна гігієна розглядатиметься через низку стратегій та ініціатив ЄС, спрямованих на сприяння безпеці та конфіденційності в Інтернеті, кібербезпеці та розвитку електронних навичок.

Серед науковців, політиків і практиків зростає визнання важливості медіаграмотності та інформаційної гігієни в цифрову епоху. Медіаграмотність – це насамперед розвиток здатностей людини сприймати, створювати, аналізувати, оцінювати медіатексти, розуміти соціокультурний і політичний контексти функціонування медіа та чинити спротив маніпуляціям, пропаганді, фейковим новинам, роботі «фабрик тролів» тощо.

Поширення фейкових новин, мови ненависті в Інтернеті та інших форм цифрової дезінформації підкреслило необхідність того, щоб люди вміли критично оцінювати та інтерпретувати інформацію, з якою вони стикаються у віртуальному світі. Крім того, зростання впливу соціальних мереж та інших онлайн-просторів створила нові виклики для приватності та безпеки, які вимагають від людей усвідомлення ризиків і вживання заходів для свого захисту [281].

Незважаючи на те, що існує багато поточних ініціатив, спрямованих на просування медіаграмотності та інформаційної гігієни, існує потреба в подальших дослідженнях і розробках у цій сфері. Це зумовлює вивчення нових та інноваційних підходів до просування медіаграмотності, таких як використання гейміфікації та інших інтерактивних стратегій, а також

розроблення нових інструментів і ресурсів для підтримки людей в управлінні та перевірці інформації в інтернеті.

Крім того, існує потреба в посиленні співпраці та координації між різними секторами та зацікавленими сторонами, зокрема освітою, медіа, громадянським суспільством та урядом. Медіаграмотність та інформаційна гігієна є складними та багатогранними питаннями, які потребують скоординованої та спільної відповіді із залученням широкого кола суб'єктів та поглядів, чим зумовлена актуальність нашого дослідження.

Європейський Союз має розвинену інформаційну політику, спрямовану на забезпечення високого рівня доступності та якості інформації для громадян ЄС, а також сприяння розвитку інформаційного суспільства. Одним із найважливіших документів, що регулюють інформаційну політику ЄС, є Загальний регламент захисту даних (GDPR) [79] – найсуворіший закон про конфіденційність і безпеку у світі. У ньому передбачено стягнення суворих штрафів, які сягають десятків мільйонів євро, з тих, хто порушує стандарти конфіденційності та безпеки, штрафи. Положення набуло чинності 25 травня 2018 р. У цьому документі комісія визначила п'ять основних принципів, які повинні бути в основі європейської інформаційної політики:

1. Доступність: ЄС вживає заходів для забезпечення того, щоб інформація про європейські справи була доступна для всіх громадян, незалежно від мови, віку, освіти або місця проживання. Наприклад, на офіційному сайті ЄС є можливість вибору з 24 мов, щоб отримати інформацію.

2. Якість: ЄС визнає необхідність надання точної, зрозумілої та актуальної інформації громадянам. Для досягнення цієї мети Євросоюз встановлює стандарти, які мають бути дотримані під час підготовки та поширенні інформації про європейські справи.

3. Розмаїття: ЄС ставить перед собою завдання надання інформації про всі аспекти життя та про дії на міжнародній арені, а також про різноманітність поглядів та інтересів у межах ЄС.

4. Діалог: ЄС прагне створювати можливості для громадян висловлювати свої погляди та брати участь в процесі ухвалення рішень. Наприклад, комісія ЄС проводить консультації з громадськістю з приводу нових законодавчих ініціатив.

5. Партнерство: ЄС встановлює співпрацю з іншими суб'єктами, такими як медіа, громадські організації, національні та регіональні органи влади та інші зацікавлені сторони, для забезпечення ефективного поширення інформації про європейські справи.

Європейська інформаційна політика також спрямована на підтримку розвитку інформаційного суспільства в ЄС. Євросоюз фінансує проекти з розвитку інтернету, електронної адміністрації та електронної комерції, а також забезпечує навчання громадян у галузі цифрових технологій. Одним із найважливіших інструментів інформаційної політики є офіційний сайт ЄС [35], який забезпечує доступ до інформації про інституції, структуру та функції, законодавство, новини та іншу корисну інформацію.

Забезпечення доступності й якості інформації про європейські справи є ключовим чинником для забезпечення того, щоб громадяни мали можливість добре розуміти політичні та соціальні процеси в ЄС. Загалом, медіаграмотність можна визначити як здатність отримувати доступ, аналізувати, оцінювати та створювати медіаконтент критично та усвідомлено. Вона передбачає розвиток навичок і знань, необхідних для орієнтації у складному та постійно мінливому медіаландшафті, включаючи розуміння того, як виробляється, поширюється і споживається медіаконтент, а також усвідомлення соціальних і культурних наслідків медіарепрезентацій і практик.

За визначенням ЮНЕСКО у Паризькій програмі-рекомендаціях з медіаосвіти від 22 червня 2007 р. медіаграмотність є обов'язком і правом споживача інформаційного продукту як частини прав на самовираження та інформацію й належить до основних прав і свобод людини. Поширення медіаграмотності в суспільстві нерозривно пов'язане з процесами цифрової

освіти широких кіл громадян, насамперед людей старшого віку, освоєння ними навичок комунікації і взаємодії у цифровому суспільстві [183] (мал.1).

ІНДЕКС МЕДІАГРАМОТНОСТІ ГРОМАДЯН КРАЇН ЄС



Мал.1. Індекс медіаграмотності громадян ЄС 2021 р. [225]

Одним з основних інструментів підвищення медіаграмотності є критичне мислення. Громадяни повинні оцінювати інформацію, яку вони отримують із різних джерел. Європейська інформаційна політика має на меті підвищення критичного мислення та здатності громадян розрізняти правдиву інформацію від неправдивої [65]. Офіційний сайт ЄС містить інформацію про те, як розпізнати фейкові новини та як перевіряти достовірність інформації з різних джерел. Крім того, інформаційна політика ЄС спрямована на підтримку медіа, які забезпечують надійну та достовірну інформацію про європейські справи. ЄС фінансує різні проєкти в галузі медіа, які сприяють підвищенню рівня журналістики та забезпеченню надійної та об'єктивної інформації.

У світі, де соціальні мережі та інші онлайн-ресурси стали важливими джерелами інформації для громадськості, підвищення медіаграмотності стає все більш важливим. Оскільки людина частіше піддається впливу медіаконтенту, медіакомпетентність стала важливим аспектом у сучасному житті. Визнаючи роль ЗМІ, ЄС розробив стратегії, спрямовані на розвиток медіакомпетентності в усьому регіоні. Перш за все, комісія переглянута

Директиву про аудіовізуальні медіапослуги (AVMSD) [70], яка посилює роль медіаграмотності, спрямована на забезпечення глобального підходу до медіаграмотності. Обмеження включають розробку навчальних програм із медіакомпетентності, які адаптовані до різних вікових груп та освітніх рівнів.

Завданням Європейського Союзу є сприяння зростанню медіакомпетентності серед широких верств населення. Це передбачає навчання та допомогу педагогам і професіоналам у сфері ЗМІ з метою підвищення їхньої медіакомпетентності та сприяння розвитку медіакомпетентності в громадах, де вони живуть. ЄС також співпрацює з медіаорганізаціями з метою сприяння доброчесній та моральній роботі ЗМІ, сприяти розвитку навичок медіадизайну. У документі також визначено ключові сфери медіаграмотності, такі як просування медіаграмотності в школах, на роботі, на рівні суспільства в цілому.

Це також передбачає надання фінансової підтримки та допомоги в розробленні інструментів і ресурсів для виробництва медіа, а також заохочення використання відкритого та вільного програмного забезпечення для ширшого доступу до інструментів для виробництва медіа. Крім того, політика ЄС у сфері медіаграмотності також спрямована на подолання цифрового розриву та забезпечення доступу до цифрових технологій і вміння ефективно ними користуватися [230]. Це особливо важливо для просування цифрової інклюзивності та зменшення нерівності в суспільстві.

Вартою уваги ініціативою в рамках політики Європейського Союзу щодо медіаграмотності є проєкт «Медіаграмотність для всіх» [60, 212]. Мета цього проєкту – розробка та оцінка впливу заходів із підвищення медіаграмотності в різних країнах Європи. Цей проєкт зосереджений на кількох основних сферах, таких як медіаграмотність у школах, медіаграмотність дорослих та медіаграмотність на роботі. Існує також низка фінансових можливостей для підтримки політики ЄС у сфері медіаграмотності. До них належить програма «Креативна Європа» [18], яка сприяє розвитку культури та креативного сектору в усьому Європейському Союзі, включаючи ініціативи з медіакомпетентності.

Бюджет програми «Креативна Європа» на 2021–2027 роки становить 2,44 млрд євро, порівняно з 1,47 млрд євро попередньої програми (2014–2020 рр.). «Креативна Європа» інвестує в дії, які зміцнюють культурне розмаїття та відповідають на потреби та виклики культурного й творчого секторів. Основними завданнями програми є захищати, розвивати та просувати європейське культурне та мовне розмаїття й спадщину; підвищення конкурентоспроможності та економічного потенціалу культурного й креативного секторів, зокрема аудіовізуального сектору. Новинки програми сприятимуть відновленню цих секторів, зміцнюючи їхні зусилля, аби стати більш інклюзивними, цифровими та екологічно більш стійкими.

Програма «Цифрова Європа» [20] також надаватиме фінансування для розвитку цифрового потенціалу, зокрема медіакомпетентності. Конкурси програми спрямовані на розвиток передових цифрових навичок, впровадження цифрових технологій на підприємствах, розбудову цифрової інфраструктури та на ще більшу доступність цифрових послуг для громадян і державних інституцій країн Європейського Союзу та асоційованих до програми країн.

Зазначимо, що політика ЄС з медіаграмотності – це глобальні та скоординовані зусилля, спрямовані на просування медіакомпетентності в усьому регіоні. Її цілі відображають важливість розвитку критичного мислення, сприяння відповідальній етичній медіапрактиці та подолання цифрового розриву. Політика підтримуватиметься за допомогою низки механізмів нагляду та оцінки, фінансових можливостей та ініціатив. Політика ЄС щодо медіаграмотності є важливою частиною зусиль ЄС, спрямованих на сприяння електронній інклюзії, зменшення нерівності та є безцінною моделлю для наслідування іншими країнами й регіонами.

Необхідно зазначити, що політика ЄС у сфері медіаграмотності не обійшлася без викликів. Основним викликом, з яким стикається сучасний світ, є швидка зміна медіа, технологій та політики, що вимагає постійного оновлення та коригування політики. Існує також потреба в підвищенні обізнаності та

розумінні значення медіаграмотності в різних секторах, а також серед верств населення. Ще один виклик полягає в необхідності більшої співпраці та координації між різними секторами та країнами. Ініціативи з медіаграмотності часто є фрагментарними й локально обмеженими, тому необхідно розширювати обмін передовим досвідом і розвивати партнерство для сприяння медіаграмотності на регіональному та глобальному рівнях.

Сприяючи розвитку навичок створення медіапродукції, політики прагнуть дати людям можливість не бути пасивними споживачами, а брати активну участь у медіасередовищі. Ця зміна в бік більш інклюзивного інформаційного середовища відображається в ширших ініціативах ЄС, спрямованих на сприяння залученню та участі громадян, як-от ініціатива Європейського Союзу з питань освіти, науки та культури (ЕСІ) [5]. Навіть якщо реалізація цієї політики пов'язана з певними труднощами, вона є корисною моделлю для наслідування іншими країнами та регіонами у сприянні розвитку медіаграмотності та цифрової інклюзії. Крім того, політика ЄС щодо медіакомпетентності відображає ширші зміни в напрямі більшої участі та демократії в медіасередовищі, а також підкреслює роль, яку медіакомпетентність відіграє як інструмент громадянської участі.

Політика ЄС щодо медіаграмотності також має підтримку низки суб'єктів, таких як організації громадянського суспільства, представники медіаіндустрії та експерти в галузі освіти. Політики визнають необхідність співпраці та партнерства між цими суб'єктами й заохочують появу спільних ініціатив, спрямованих на розвиток медіакомпетентності в різних галузях і контекстах. Крім того, політика ЄС щодо медіаграмотності пов'язана з ширшими ініціативами на рівні ЄС, спрямованими на зміцнення соціальної згуртованості та зменшення соціальної нерівності. Шляхом подолання цифрового розриву та сприяння цифровій інклюзії політика зосереджена на зменшенні нерівності в доступі до інформації, освіти та можливостей, а також на розширенні прав окремих осіб та громад для повноцінної участі в цифровому житті.

В «Ініціативі Європейського Союзу з питань освіти, науки та культури» також підкреслено, що політика ЄС у сфері медіакомпетентності впливає на регулювання інформаційного контенту та безпеку в інтернеті. Сприяючи підвищенню медіакомпетентності, політика спрямована на те, щоб люди могли критично оцінювати медіаконтент, а також виявляти та уникати шкідливої або оманливої інформації. Це може сприяти зменшенню поширеності дезінформації, шкоди в інтернеті та просуванню відповідальної, етичної медіапрактики. Однак важливо знайти рівновагу між підвищенням медіакомпетентності та збереженням свободи вираження власної думки і доступу до різних джерел.

Високий рівень медіаграмотності є важливим чинником, що дозволяє громадянам ухвалювати обґрунтовані рішення в епоху цифрових технологій. Медіаграмотність є необхідною умовою для живої сучасної демократії. Європейський тиждень медіаграмотності – це ініціатива Європейської комісії, спрямована на просування навичок медіаграмотності та проєктів у всьому ЄС. Зацікавленим сторонам медіаграмотності на національному рівні пропонується організувати власні заходи протягом або близько цього тижня, щоб та обговорювати аспекти медіаграмотності. У 2019 році відбувся перший Європейський тиждень медіаграмотності [32].

Застосовуючи цілісний підхід у сфері цифрової політики, громадяни ЄС гарантують, що вони можуть безпечно й відповідально орієнтуватися у світі цифрових технологій, користуючись при цьому можливостями, які пропонує цифрова економіка. Важливою ініціативою ЄС у сфері інформаційної гігієни є Європейська стратегія даних [31], прийнята в 2010 році, спрямована на розкриття повного потенціалу інновацій, заснованих на даних, і підвищення конкурентоспроможності ЄС у глобальній цифровій економіці, одночасно захищаючи права, цінності та інтереси своїх громадян. Стратегія передбачає низку ключових заходів, зокрема створення Спільного європейського простору даних, розроблення механізмів обміну даними та сприяння інтероперабельності

та стандартизації даних. Вона також передбачає заходи, спрямовані на збільшення інвестицій в інформаційну інфраструктуру і технології, а також на розвиток цифрових можливостей і талантів. З нормативно-правовою базою, запропонованою в лютому 2022 року, очікується, що нові правила створять 270 мільярдів євро додаткового ВВП для держав-членів ЄС до 2028 року шляхом вирішення юридичних, економічних і технічних питань, які призводять до недостатнього використання даних [19].

Важливо, що Стратегія наголошує на необхідності забезпечення відповідального збору, оброблення та використання інформації з дотриманням етичних норм. З цією метою Стратегія передбачає низку заходів, спрямованих на зміцнення довіри до інформаційних технологій, передбачаючи створення Європейської ради з питань інновацій у сфері даних і розроблення Європейського кодексу поведінки щодо обміну даними. Крім того, були зроблені кроки, щоб переконатися, що розгортання штучного інтелекту буде прозорим і підзвітним, а також етично обґрунтованим.

Ці стратегії та ініціативи є життєво важливими для забезпечення того, щоб люди та організації були повністю обізнані та володіли навичками й знаннями, необхідними для безпечного та відповідального управління викликами та ризиками цифрової ери. Серед інших ініціатив, пов'язаних з інформаційною гігієною в ЄС, можна назвати такі. Стратегія кібербезпеки ЄС [78], ухвалена на засіданні Комісії ЄС у 2013 році, спрямована на посилення захисту кібербезпеки Союзу та сприяння співпраці між державами-членами. Вона складається з кроків, спрямованих на збільшення досліджень і розробок у сфері кібербезпеки, покращення можливостей реагування на інциденти та підвищення обізнаності про кіберзагрози. Європейське агентство з кібербезпеки (Enisa) [29] – спеціалізоване агентство ЄС, яке допомагає державам-членам вдосконалювати свої зусилля з кібербезпеки – пропонує рекомендації з кібербезпеки, проводить дослідження, аналіз і заохочує передовий досвід і статичну співпрацю. Рамки спрямовані на зміцнення довіри до цифрових

продуктів та послуг, гарантуючи, що вони відповідають мінімальним стандартам кібербезпеки [6].

Стратегія єдиного цифрового ринку [30], прийнята в 2014 році, спрямована на створення єдиного цифрового ринку послуг і товарів ЄС. Вона включатиме заходи, спрямовані на посилення транскордонної електронної комерції, сприяння цифровим інноваціям та захист споживачів у цифровій економіці. Стратегія єдиного цифрового ринку ЄС побудована на трьох стовпах: доступ – кращий доступ для споживачів і компаній до цифрових товарів і послуг по всій Європі; навколишнє середовище – створення належних умов і рівних умов для процвітання цифрових мереж та інноваційних послуг; економіка та суспільство – максимізація потенціалу зростання цифрової економіки.

Регламент Європейського Союзу про електронну ідентифікацію та електронну довіру, прийнятий у 2015 році, гарантує загальну основу для забезпечення взаємного визнання послуг електронної ідентифікації та електронної довіри на всій території Європейського Союзу. Його метою є спрощення транскордонного електронного урядування та електронної комерції шляхом встановлення єдиного стандарту щодо електронного підпису, печаток та позначок часу.

Європейський Союз вжив заходів для того, щоб цифрові платформи та агенти несли відповідальність за контент, розміщений на їхніх платформах. Закон про цифрові послуги 2020 [21] року містить положення, які зобов'язують операторів онлайн-платформ вживати заходи, спрямовані на запобігання поширенню незаконного контенту, такого, як пропаганда тероризму або мова ворожнечі. Закон також містить заходи, спрямовані на підвищення прозорості, підзвітності в рекламі та забезпечення більшого контролю користувачів над своїм досвідом в інтернеті.

Загальний регламент захисту даних є одним з найважливіших заходів у контексті інформаційної гігієни. Це масштабний регламент щодо захисту

даних, який встановлює правила збору, використання та зберігання особистої інформації європейських громадян. Він зобов'язує організації отримувати явну згоду фізичних осіб до збору їхніх персональних даних, а також надає особам право на доступ до їхніх даних та їхнє видалення.

Важливим документом у контексті інформаційної гігієни є Директива про мережеву та інформаційну безпеку [80] (NIS), яка набула чинності в травні 2018 року. Вона встановлює стандарти кібербезпеки та вимоги щодо повідомлення про інциденти для організацій, що надають основні послуги, такі як енерго- та водопостачання, банківські та медичні послуги. Держави-члени також повинні запровадити національну політику кібербезпеки та механізм співпраці, щоб гарантувати скоординоване реагування на кіберзагрози. Крім того, ЄС має низку ініціатив або програм, спрямованих на розвиток електронних навичок та електронної безпеки. Наприклад, програма «Безпечний Інтернет» [12] – це програма, що передбачає безпеку дітей в інтернеті. Програма забезпечує фінансування досліджень, підвищення обізнаності та надання ресурсів педагогам і батькам, щоб допомогти їм у навчанні дітей безпечної діяльності у всесвітній мережі.

2022 рік був оголошений Європейським Союзом Європейським роком молоді. Упродовж нього акцентовано увагу на важливості розширення можливостей молоді для побудови кращого майбутнього – екологічного, інклюзивного та цифрового. У контексті року молодих європейців заохочували ділитися своїми баченнями, зустрічатися з особами, які ухвалюють рішення, і брати участь у діяльності по всій Європі, надаючи перспективи для постпандемічної Європи (мал. 2).

ЄС також запустила у 2015 р. Коаліцію за цифрові компетенції та робочі місця [26] спрямовану на підвищення цифрової компетентності та грамотності серед громадян Європи. Коаліція об'єднує підприємства, організації та органи влади для обміну найкращими практиками та розробки ініціатив з цифрової грамотності. Хоча Європейський Союз не має спеціальної політики,

присвяченої винятково інформаційній гігієні, існує низка стратегій та ініціатив, спрямованих на сприяння безпеці та конфіденційності в інтернеті, кібербезпеці та розвитку електронних навичок.

Better Internet for Kids

Review of the year 2022



Мал.2. Ініціативи ЄС в рамках Європейського року молоді 2022 [12]

На додаток до вищезгаданих стратегій та ініціатив, створено інтернет-форум ЄС [34] – платформу з багатьма учасниками, що об'єднує інтернет-бізнес, держави-члени, правоохоронні органи та організації громадянського суспільства для боротьби з розповсюдженням незаконного онлайн-контенту. Метою форуму є розробка та реалізація заходів з протидії терористичним пропагандистам, мові ненависті та будь-якому іншому незаконному контенту в інтернеті. Європейська обсерваторія цифрових медіа [33], створена у 2020 році, діє для того, щоб допомогти перевіряти факти та боротися з дезінформацією в онлайні.

Загалом стратегії та ініціативи ЄС у сфері інформаційної гігієни є широкими та різноманітними. Вони спрямовані на сприяння співпраці між

зацікавленими сторонами зі спектру питань, пов'язаних із безпекою в інтернеті, конфіденційністю, кібербезпекою та електронними навичками. Ці стратегії та ініціативи мають вирішальне значення для гарантування того, щоб Європа могла ефективно протистояти викликам і можливостям цієї цифрової епохи, а також для забезпечення того, щоб наші громадяни могли безпечно й відповідально орієнтуватися в цифровому світі.

Європейський Союз також вжив заходів для того, щоб його політика, ініціативи та практики в галузі інформаційної гігієни відповідали міжнародним стандартам і передовим практикам. Відповідно до Принципів захисту даних ОЕСР розробляють міжнародні стандарти з кібербезпеки, за участі таких організацій, як Міжнародна організація зі стандартизації та Міжнародна комісія з електротехніки та електроніки. ЄС також співпрацює з іншими з метою сприяння глобальному цифровому співробітництву.

Для підтримки партнерства академічних кіл, науково-дослідних інститутів, фахівців із перевірки фактів, медіаорганізація надає інструменти, ресурси та засоби, необхідні для виявлення, аналізу та боротьби з дезінформацією. У 2017 році розроблено План дій Європейського Союзу з цифрової освіти [140]. Він включає заходи, спрямовані на заохочення розроблення цифрових освітніх матеріалів, сприяння використанню технологій у сфері освіти, а також навчання та допомоги вчителям.

Євросоюз також ужив заходів для заохочення цифрових інновацій та підприємництва, зокрема для малих і середніх підприємств. Наприклад, у межах програми Європейського Союзу «Горизонт 2020» [51] фінансуються цифрові науково-дослідні проєкти, а центри цифрових інновацій ЄС надають допомогу й ноу-хау малим і середнім підприємствам, які бажають використовувати цифрові технології.

«Горизонт 2020» є восьмою рамковою програмою ЄС із досліджень та інновацій на період 2014–2020 років із бюджетом майже 77 мільярдів євро. Програма розроблена, щоб стимулювати економічне зростання та створювати

робочі місця шляхом поєднання досліджень та інновацій з акцентом на науці, промислового лідерстві та вирішенні суспільних проблем. Загальна мета полягає в тому, щоб зробити внесок в основну стратегію ЄС щодо робочих місць і зростання шляхом сприяння розбудові суспільства та економіки, заснованої на знаннях та інноваціях, у всьому ЄС; шляхом залучення додаткового фінансування досліджень, розробок та інновацій; а також сприяння досягненню цілей досліджень та інновацій, включаючи ціль інвестування 3 % ВВП у дослідження та інновації в усьому Союзі.

2022–2023 роки внесли нове явище у сферу медіаграмотності та інформаційної гігієни – штучний інтелект. Європейська Комісія запропонувала першу в історії нормативно-правову базу щодо штучного інтелекту (ШІ), яка охопить ризики ШІ та позиціонуватиме Європу провідним світовим гравцем. Нормативна пропозиція має на меті представити розробникам, операторам та користувачам ШІ чіткі вимоги та зобов'язання щодо конкретного використання. Пропозицію щодо регулювання ШІ висунула Європейська Комісія у квітні 2021 року, а в другій половині 2022 року очкувалося, що вона набуде чинності в рамках перехідного періоду. Друга половина 2024 року – це найближчий час, коли нові правила регулювання можуть набути повної чинності [226]. ЄС запропонував закон про штучний інтелект [117], який забезпечить основу для розроблення та використання ШІ в усьому Європейському Союзі. Закон містить положення, які передбачають високий ризик, людський нагляд і перевірку штучного інтелекту, а також заходи, які забезпечать інформування людей, якщо вони взаємодіють зі штучним інтелектом.

Однак законодавці ЄС ведуть суперечку щодо обмежень майбутнього закону ЄС про штучний інтелект. Генеральний директор GitHub сказав, що нова політика регулювання штучного інтелекту може «створити прецедент для того, як саме світ регулюватиме ШІ. Вона має бути справедливою та збалансованою для спільноти з відкритим кодом. Тягар відповідності повинен лягти на

компанії, які постачають продукцію. Розробники програм з відкритим кодом часто є просто волонтерами. Багато з них працюють на двох х, вони любителі та науковці, академіки та лікарі, професори та студенти університетів, і вони зазвичай не отримують прибутку від своїх внесків. У них точно немає великих бюджетів чи власного відділу контролю відповідальності» [142].

Директива 2016 року про кібербезпеку та інформаційну безпеку (NES) [132] зобов'язує держави-члени ЄС розробити національні стратегії з кібербезпеки та призначити національні агентства для гарантування безпеки критичної інфраструктури. Директива зобов'язує компанії, що працюють у певних секторах, таких як енергетика, транспорт і фінанси, вживати заходів для гарантування безпеки інформаційної системи та повідомляти про інциденти безпеки на національному рівні. ЄС також створив низку агентств та організацій для посилення кібербезпеки, а також для підтримки зусиль держав-членів у сфері кібербезпеки. Наприклад, Агентство ЄС з кібербезпеки надає державам-членам ЄС експертизу, підтримку та допомогу в галузі кібербезпеки, а ЕСЗ підтримує зусилля держав-членів у боротьбі з кіберзлочинністю.

Європейський Союз також вживає заходи для сприяння міжнародному співробітництву в галузі кібербезпеки. Інструментарій кібердипломатії ЄС 2017 року визначає низку інструментів і заходів, які Союз може застосувати для посилення кібербезпеки, а також для протидії кіберзагрозам. Він включає такі заходи, як дипломатичні контакти, розбудова спроможностей, а також міжнародне співробітництво у сфері правоохоронної діяльності. Нарешті, ЄС визнав необхідність розвитку потенціалу і ноу-хау своїх громадян у сфері кібербезпеки.

Євросоюз вживає заходів для боротьби з дезінформацією та забезпеченням збереження інформаційної цілісності. У 2018 році ЄС створив Цільову групу зі східної стратегії Служби зовнішніх справ для виявлення та боротьби з дезінформаційними кампаніями, спрямованими проти ЄС та країн-членів. Цільова група працює у тісній співпраці з інституціями ЄС, державами-

членами та іншими сторонами в моніторингу та реагуванні на дезінформацію, а також у навчанні, підтримці та допомозі репортерам та професіоналам у ЗМІ [281].

Важливим елементом політики ЄС у сфері інформаційної гігієни є захист приватності та збереження персональної інформації. Європейський Союз визнає недоторканність приватного життя одним з основних прав людини і зауважує, що захист особистої інформації має вирішальне значення для процвітання цифрової економіки.

ЄС створив низку агентств та органів для реалізації Загального регламенту про захист даних та сприяння захисту приватного життя та приватності. Їхнім обов'язком є забезпечення однакового використання загального регламенту про захист даних на всій території Європейського Союзу та сприяння співпраці та однаковості між національними DPA. Агентство Європейського Союзу з основних прав підтримує просування та захист основних свобод інституціями та державами-членами ЄС, таких як недоторканність приватного життя, недоторканність приватного життя та недоторканність приватного життя. Крім того, ЄС також співпрацює з іншими партнерами з метою посилення захисту приватності, недоторканності приватного життя та приватності в усьому світі [281].

Європейський Союз веде постійні дискусії щодо передавання даних через кордони та питань конфіденційності даних з іншими країнами світу та регіонами, такими як США. Він визнав необхідність просування цифрових юридичних прав у більш широкому сенсі. Хартія про основні права ЄС містить набір правил, що стосуються цифрових прав, таких як право на доступ до інформації та вираження поглядів, а також право на особисту інформацію. Європейський Союз також бере участь у поточних дебатах щодо цифрових прав на міжнародному рівні, зокрема у форумах ООН з управління інтернетом та інших.

План дій з цифрової освіти, ухвалений у 2018 році, передбачає заходи з розвитку цифрової грамотності та навичок серед громадян ЄС, які включають медіаграмотність. План був спрямований на те, щоб до 2020 року кожен громадянин ЄС володів цифровими навичками та вміннями, необхідними для повноцінної участі в цифровій економіці. ЄС також співпрацює з низкою зацікавлених груп, таких як медіаорганізації, навчальні заклади та організації громадянського суспільства, з метою сприяння розвитку медіакомпетентності та критики. Наприклад, з метою обміну найкращими практиками та надання рекомендацій щодо підвищення медіакомпетентності, експертна група ЄС з питань медіакомпетентності об'єднує експертів з усього ЄС [281].

Європейський Союз визнає життєво важливу роль соціальних платформ у формуванні публічних дебатів та сприянні розширенню можливостей ЗМІ. Кодекс поведінки ЄС щодо дезінформації 2018 року забезпечує факультативну основу, спрямовану на сприяння більш прозорій та підзвітній взаємодії між соціальними платформами для боротьби з дезінформацією. Кодекс включатиме заходи з розроблення інструментів для виявлення та видалення фальшивих акаунтів, а також сприятиме розвитку медіанавичок користувачів. Він визнає необхідність сприяння прозорості та підзвітної онлайн-реклами. Директива ЄС про аудіовізуальні медіапослуги 2018 року встановлює правила прозорості, підзвітності та відкритості онлайн-реклами, зокрема вимоги щодо чіткого маркування спонсорського контенту та антипідпільних заходів.

Європейською Комісією у низці актів профільного характеру було вироблено «європейський підхід» до регулювання штучного інтелекту, що знаменувало собою чи не єдину у всьому світі реальну спробу врегулювати питання, пов'язані з нормативно-правовим забезпеченням застосування штучного інтелекту на практиці [148].

Центральним нормативно-правовим актом у питанні штучного інтелекту стали пропозиції до Регламенту Європейської комісії щодо правового регулювання застосування штучного інтелекту. Йому передувала Резолюція

Європейського Парламенту з рекомендаціями Комісії з питань цивільно-правових норм щодо робототехніки (2017), «Біла книга про штучний інтелект: європейський підхід до досконалості та довіри» (2020) (англ. «White Paper on Artificial Intelligence. A European approach to excellence and trust») [203]. Комісія запропонувала створити правові засади для штучного інтелекту, засновані на «досконалості й довірі»: досконалість як політична основа для дій на європейському, національному та регіональному рівнях, які мають перетворитися на партнерство між приватним і державним секторами, а мобілізація діяльності повинна полягати у всьому ланцюжку дій – від досліджень до створення стимулів для ухвалення рішень; довіра як забезпечення відповідності правилам ЄС, разом із правилами, що захищають основні права й права споживачів у випадках наявності високих ризиків застосування систем штучного інтелекту [148].

Н. Микольська, член наглядової ради Центру Trade +, TechUkraine, SheExports і Укргідроенерго, проаналізувала основні моменти стратегії [184]:

- штучний інтелект є одним з основних чинників у досягненні цілей зі сталого розвитку;
- створення європейського простору, єдиного ринку даних, щоб розблокувати невикористані дані, та дозволити їх вільний рух у межах ЄС та різних секторів;
- створення європейських пулів даних, що дозволяють формувати довіру в межах ЄС;
- Єврокомісія стежитиме за політикою третіх країн, що обмежує рух даних, і ставитиме питання про необґрунтовані обмеження на двосторонніх торговельних переговорах та в рамках Світової організації торгівлі;
- ЄС повинен значно збільшити свої інвестиції в ШІ: орієнтація на державно-приватні партнерства дозволить мобілізувати приватні та державні інвестиції;

- запустити Європейський інвестиційний фонд у розмірі 100 млн євро у 2020 р. для фінансування стартапів;
- об'єднання різних центрів розвитку компетенцій та навичок для підвищення конкурентоспроможності;
- розробити програму розвитку штучного інтелекту, щоб здійснювати державні закупівлі систем ШІ;
- заклик до створення міцної європейської регуляторної бази для розвитку продуктів та послуг на базі ШІ з високим ступенем довіри;
- спеціальний режим для ШІ з високим рівнем ризику, якщо його технології застосовуються у сфері охорони здоров'я, транспорту, енергетики, державного сектору та для використання ШІ, що створює юридичні чи значні наслідки для прав фізичних чи юридичних осіб, а також технологій, які можуть мати ризик отримання травм, смерті чи значних матеріальних / нематеріальних збитків.

Однак законодавці ЄС ведуть суперечку щодо обмежень майбутнього закону ЄС про штучний інтелект. Генеральний директор GitHub сказав, що нова політика регулювання штучного інтелекту може «створити прецедент для того, як саме світ регулюватиме ШІ. Вона має бути справедливою та збалансованою для спільноти з відкритим кодом. Тягар відповідності повинен лягти на компанії, які постачають продукцію. Розробники програм із відкритим кодом часто є просто волонтерами. Багато з них працюють на двох х, вони любителі та науковці, академіки та лікарі, професори та студенти університетів, і вони зазвичай не отримують прибутку від своїх внесків. У них точно немає великих бюджетів чи власного відділу контролю відповідальності» [142].

Пропонуючи нові правила, ЄС прагне зберегти за собою лідерство в розвитку цієї сфери й одночасно забезпечити повагу до цінностей і універсальних свобод, на яких ґрунтується все європейське суспільство, безпечність технологій штучного інтелекту в умовах їх широкого застосування. Зокрема, запропоновані правила передбачають критерії з оцінки ризиків

використання технологій штучного інтелекту. До першої категорії «неприйнятної ризику» будуть віднесені всі системи штучного інтелекту, які спричиняють загрозу для безпеки, способу життя або для прав людей, наприклад, системи або додатки, які дозволяють маніпулювати поведінкою людей, або технології, що дозволяють владі сегментацію суспільства за ознакою вироблених системами штучного інтелекту «соціальних рейтингів». Використання таких технологій прямо забороняється. До другої категорії належать технології штучного інтелекту «високого ризику», які застосовуються у сферах громадського транспорту та в інших об'єктах критичної інфраструктури, у сфері освіти та професійної підготовки, у сфері безпеки та працевлаштування, громадського порядку, міграції й притулку, правосуддя та інших, які прямо зачіпають безпеку особи або права людини, зокрема на отримання адекватних соціальних послуг, якісної освіти або забезпечення права на гідну працю. До такого роду послуг застосовуватиметься особливо прискіпливий контроль перед тим, як допустити їх використання на європейському ринку, з метою мінімізувати потенційні ризики для життя, здоров'я та фундаментальних прав громадян країн ЄС [108].

Отже, Європарламент готує жорсткі заходи щодо штучного інтелекту. Депутати Європарламенту близькі до узгодження низки пропозицій, які стануть частиною європейського закону про штучний інтелект. Серед заходів – зобов'язання розробників таких продуктів, як ChatGPT від OpenAI, декларувати, чи використовується захищений авторським правом матеріал для навчання їхніх ШІ-моделей, що дозволить творцям контенту вимагати оплату. Депутати Європарламенту також хочуть, щоб відповідальність за зловживання програмами штучного інтелекту покладалася на розробників, таких як OpenAI, а не на менші компанії, які ними послуговуються. Суперечки викликала заборона на використання розпізнавання облич у громадських місцях за будь-яких обставин [15].

Протягом майже двох років депутати Європарламенту активно ведуть боротьбу за контроль над штучним інтелектом. Успіх їхнього узгодження вирішально вплине на початок широкомасштабних переговорів щодо законодавства про штучний інтелект. Запропонований закон міститиме одні з найжорсткіших правил для розвитку штучного інтелекту. Після узгодження позицій в парламенті, держави-члени, Європейська комісія та Європарламент спільно працюватимуть над остаточним варіантом законопроекту з метою його прийняття до кінця поточного скликання Європарламенту у 2024 р.

Отже, необхідність поглиблення та розвитку медіаграмотності та інформаційної гігієни в цифрову епоху є нагальним викликом, що має важливі наслідки для окремих осіб, громад та суспільства в цілому (Додаток Г). Незважаючи на постійні зусилля з просування медіаграмотності та інформаційної гігієни, існує потреба в подальших дослідженнях, розробках і співпраці в цій сфері для вирішення складних і мінливих викликів цифрового медіаландшафту. Політика ЄС щодо медіаграмотності визнає її важливість для сучасного світу і прагне сприяти розвитку навичок критичного мислення у людей під час споживання ними медіаконтенту. Цілями політики є сприяння освіті з медіаграмотності, розвиток медіаграмотності серед широких верств населення та розвиток можливостей медіадизайну.

Стратегії ЄС для досягнення цих цілей передбачають розробку глобальних рамок для навчання медіакомпетентності, підтримку освітян і професіоналів у сфері медіа та просування відповідальної медіаетики. Зважаючи на посилену взаємозалежність глобального медіаландшафту, медіаграмотність та цифрова інклюзія стають дедалі важливішими як для окремих людей, так і для суспільства в усьому світі. Політика ЄС щодо медіаграмотності є безцінним прикладом для наслідування іншими країнами та регіонами, вона наголошує на ролі медіаграмотності в розвитку критичного мислення, відповідальної медіапрактики та цифрової інклюзії. Стратегії та ініціативи ЄС у сфері інформаційної гігієни є різноманітними та

широкомасштабними, що відображає відданість Комісії просуванню цифрових прав, захисту даних громадян та гарантуванню безпечного цифрового середовища. Стратегії та партнерства ЄС спрямовані на вирішення мінливих викликів цифрової епохи, а також на сприяння міжнародному співробітництву та поширенню передового досвіду в галузі цифрових технологій. Розвиток кібербезпеки також є важливим елементом політики інформаційної гігієни ЄС [284].

Стрімке зростання та поширення цифрових медіаплатформ і технологій докорінно змінили спосіб споживання та взаємодії людей з інформацією. Хоча цей технологічний прогрес приніс багато переваг, таких як розширення доступу до інформації та можливостей для соціальних зв'язків і громадянської активності, він також створив нові виклики та ризики. Одним із найнагальніших викликів є необхідність поглиблення та розвитку медіаграмотності та інформаційної гігієни серед широких верств населення.

У 2024 р. у межах «Всеохопної інформаційно-просвітницької кампанії з протидії дезінформації» за фінансової підтримки Європейського Союзу розпочалася реалізація спецпроєкту про досвід найбільш медіаграмотних країн Європи [244]. За результатами проєкту сьомий рік поспіль лідером у рейтингу є Фінляндія, яка почала свою політику щодо медіаграмотності в 1990-х роках. Розглянемо особливості цієї держави у сфері реалізації програм медіаграмотності. У 1990-х роках Міністерство освіти і культури опублікувало відповідний документ «Медіаосвіта у Фінляндії», пізніше у 2013 р. Міністерство освіти і культури розробило національні керівні документи щодо медіаграмотності, зокрема такі, як «Цифрова програма Фінляндії 2011–2020» та «Програма політики щодо дітей та молоді 2012–2015». Уже у 2019 р. Фінляндія опублікувала нову стратегію, що була описана в документі «Медіаграмотність у Фінляндії», який визначає нові цілі та завдання для медіаграмотності в країнах, зокрема важливість розвитку медіаграмотності для всіх громадян, незалежно від їхнього віку, соціального статусу чи місця проживання.

За медіаграмотність на національному рівні у Фінляндії відповідає Національний аудіовізуальний інститут (KAVI) – державний орган, який опікується розвитком медіаграмотності, підтримкою дітей і молоді в цифровому середовищі та створенням безпечного медіасередовища для дітей. У Фінляндії діє Центр безпечного інтернету (Safe Internet Centre) – частина міжнародної мережі Insafe, яка займається медіаосвітою та онлайн-безпекою. У Центрі безпечного інтернету можна отримати інформацію про безпечне використання всесвітньої мережі, захист від онлайн-злочинів, протидію дезінформації, розвиток медіаграмотності.

Навчальна програма є частиною унікальної, широкої стратегії, розробленої урядом Фінляндії після 2014 року, коли країна вперше стала мішенню для фейкових новин від свого російського сусіда, і уряд зрозумів, що він перейшов до постправдивої ери. У Фінляндії медіаграмотність – це не окрема дисципліна, а частина загальної освіти. Наприклад, на уроках математики вони дізнаються, як статистичні дані можуть бути використані для маніпулювання громадською думкою. На уроках мистецтва вони вивчають, як зображення можуть бути використані для пропаганди або дезінформації. Програми медіаосвіти доступні для всіх, незалежно від віку, освіти та соціального статусу. Наприклад, «Медіаграмотність для малюків» для дітей віком від 0 до 6 років; «Медіаграмотність для юнаків і дівчат» від 13 до 18 років; «Медіаграмотність для дорослих» від 18 років і старше. Ці програми охоплюють різноманітні заходи, такі як лекції, семінари, тренінги, онлайн-курси та інші. Близько 100 урядових та неурядових організацій проводять заходи з медіаграмотності, які залучають державний сектор, освіту та громадянське суспільство [244].

Фінляндія проводить Тиждень медіаграмотності. У лютому всі державні установи, організації об'єднуються для підвищення рівня медіаграмотності. Попри епідемію коронавірусу, у 2021 році до Тижня медіаграмотності було проведено понад 30 різноманітних заходів, майстер-класів та кампаній, які

заохочують всіх критично ставитися до медіа. Ігровий тиждень Фінляндії (Game Week Finland) – щорічна подія, яка проводиться також у лютому. Мета Тижня – підвищити обізнаність про відеоігри та їхню культурну цінність. Під час Тижня проводяться різноманітні заходи, такі як конкурси, покази відеоігор, дискусії, освітні заходи. До 2030 року країна ставить амбітну мету – стати найбільш медіаграмотною нацією у світі. За словами Національного агентства освіти, така багатогранна грамотність підвищить здатність функціонувати в сучасному суспільстві.

Довгострокова перемога України вимагатиме її інтеграції в Європейський Союз. Уряд України подав офіційну заявку на членство в ЄС, і країна отримала статус держави-кандидата. Майбутня безпека ЄС залежить від успіху Києва, оскільки Україна має міцні зв'язки з багатьма європейськими економіками. Програма сприяння ЄС відбудові України може бути включена до ширшого плану вступу України до Європейського Союзу [76]. Успіх на цьому шляху залежатиме від виконання Україною вимог ЄС, зокрема й у питаннях інформаційної гігієни та безпеки. Незважаючи на те, яким буде результат війни в Україні, майбутня роль Росії в Європі залишається невизначеною. Однак малоймовірно, що Росія відновить контроль у Східній Європі і не вийде з цієї війни зміцненою. Путінський режим продовжить прагнення стати великою державою, що викликає геополітичні проблеми в політичному плані. Ця реальність змінює міркування про безпеку європейських країн. Очевидно, що поглиблення трансатлантичних зв'язків, зміцнення й подальше розширення НАТО, збільшення видатків на оборону Європи є частиною відповіді на цю нову ситуацію у сфері безпеки.

2.3. Деструктивні явища керування інформаційно-комунікаційним простором

Як зазначає О. Свідерська, завдяки сучасним методам маніпуляції й психологічного впливу на масову свідомість індивідів, трансформуються не тільки політичні переконання та цінності, нівелюється здатність фільтрувати отриману інформацію; перенасичення інформаційним простором мають наслідком симуляції. У цілому варто наголосити на тому, що маніпуляція масовою свідомістю трансформувалася з малопомітного явища в потужну технологію влади, своєрідну інформаційну зброю, яка широко використовується масмедіа, політичними партіями, корпораціями та іншими організованими угрупованнями у своїх, часто корпоративно-егоїстичних цілях. Спрощені моделі поведінки й думки приводять до нівелювання загальнолюдських цінностей. Руйнування й заміна макрокультурного середовища чимось аморфним, як правило, може призвести до деградації суспільства загалом [234].

Інтернет-технології сьогодення мали б виконувати інформаційну роль, базуючись на правдивих фактах і прозорих подіях, що сприяло б формуванню політичних цінностей у суспільстві. Проте ми спостерігаємо створення штучних політичних образів та видовищ за допомогою інтернету. Ці політично ангажовані наративи мають сумнівну легітимацію і слід сприймати їх не як інформацію, що надходить від ЗМІ, а як елементи публічного явища, яке громада приймає на віру. Це спричиняє ефект мас, коли людям важко виділити правду, а також вони можуть навіть не бажати її чути. Більше того, у них майже немає пам'яті, що робить колишню брехню непотрібною, оскільки вона забувається, і немає бажання її розкрити. Цей стан суспільної амнезії створюють як цілеспрямовані маніпуляції свідомістю, так і природні особливості епохи гіперреальності, де інформаційні потоки дозволяють людині переходити від однієї новини до іншої, не даючи їй можливості застосувати

критичне мислення та вникнути в суть проблеми. Це може здатися парадоксальним, але прогрес у сфері інформаційних технологій призводить до зменшення рівня інформованості [62].

П. Померанцев, аналізуючи суспільство після правди, підкреслює, що нові медіа з потоком трансляцій, інформаційних вкидів роблять реальність настільки фрагментованою, що її стає неможливо досягнути. Людина, що прагне психологічного комфорту, намагається втекти від неї до віртуальної реальності і фантазій. Фрагментація в поєднанні з дезорієнтацією, спричиненою глобалізацією, залишає людей із почуттям сильного прагнення до більш захищеного минулого, що породжує ностальгію. Цитуючи філософа С. Бойм, зазначаємо: «Двадцять перше століття характеризується не пошуком новизни, а поширенням ностальгії: ностальгійні націоналісти й ностальгійні космополіти, ностальгійні любителі природи й ностальгійні «любителі міст» обмінюються піксельними пострілами в блогосфері». Ось чому армія путінських інтернетних тролів згодує публіці мрії про відновлену Російську імперію й Радянський Союз; Д. Трамп пише у твіттері, що «США знову здобудуть велич»; прихильники Брекзиту прагнуть у фейсбуці утраченої Британії; а вірусні снаффільми ІДІЛу прославляють міфічний Халіфат. «Відновлювальна ностальгія, – стверджує С. Бойм, – прагне відбудувати втрачену батьківщину з «параноїдальною цілеспрямованістю», уявляє себе «правдою й традицією», зациклена на символах величі та «відкидає критичне мислення на користь емоційних зв'язків... У крайніх випадках вона може породжувати фантомну батьківщину, заради якої ці люди готові вмирати чи убивати. Неосмислена ностальгія може породжувати монстрів» [214].

Прихід епохи «постправди» підтверджує, що люди – не лише раціональні істоти, а й емоційні, і їхні дії визначаються не тільки розумом, а й переконаннями, які часто важко керувати й пояснити. Сучасні інтернет-технології не забезпечують ефективну відповідь на цей феномен. Поява «постправди» свідчить про те, що ми розуміємо, що відбувається, але поки не

знаходимо ефективних рішень. Заходи з національної безпеки, такі, як припинення мовлення російських каналів або блокування російських соціальних мереж, можуть бути мінімально виправданими. Щодо обмеження впливу популістів, то етичні та освітні засоби можуть бути корисними. Важливо змінити підходи до освіти, щоб люди навчилися критично мислити та обробляти інформацію. На особистісному рівні важливо розвивати звички дотримуватися правил інформаційної гігієни: концентруватися на суттєвих питаннях, перевіряти авторитетність джерел інформації, зіставляти факти та знайти час для аналізу перед ухваленням рішення. [131].

Інформація та знання набувають особливого значення, стають найважливішим ресурсом і капіталом розвитку країн Європейського співтовариства, визначають прогрес не тільки у високотехнологічних сегментах економіки, але й у культурі. Вони формують характер трансформації суспільного розвитку, різних політичних структур та інститутів. Зокрема, нову класократію, теоретичні концепції й практичні дії якої підпорядковане виділенню в суспільстві нової елітної соціальної групи (класу) – інфократії, обґрунтуванню їх авангардної, провідною, панівної ролі у відносинах з іншими групами суспільства, громадянами і державою в цілому [188].

У зв'язку з цим простежуємо тенденцію до формування нової еліти, яка через ІКТ та володіння інформацією й доступом до неї, впливає на процес ухвалення рішень, тоді як більшість населення відсторонена від нього [186, с. 637–642]. Шведські вчені А. Бард і Я. Зодерквіст політичну еліту нового типу суспільства називають «нетократією» [11]. Поява нетократії пов'язана передусім із виникненням всесвітньої мережі – важливого інструменту спілкування й співпраці на відстані. Дослідники відзначають не лише формування меншості (еліти) в одній державі, а й поширення глобальних мереж, які формуються на основі спільних поглядів між людьми різних держав. Розвиток технологій у всіх сферах знання забезпечує однаковий рівень життя

більшості людей незалежно від їхніх фінансових доходів. Саме це зумовлює зміну цінностей: інформація стає важливішою за гроші [269].

Очевидно, що поява нового класу правління спостерігається в той самий час, коли формується нова технологічна база його влади, що строго визначається появою нового джерела матеріального багатства, яке він має намір експлуатувати. Отже, перша ознака нетократії – це джерело матеріального багатства. Виникнення нетократії в певному розумінні пов'язане зі зміною природи влади. Влада – це мобільний феномен без внутрішньої цінності, нейтральне поняття, яке передбачає володіння ексклюзивною інформацією та здатність привертати увагу. Вона виникає з нестабільних альянсів і не має чітко визначеного джерела, «не локалізується». Відповідно, проти такої влади неможливо боротися або критикувати її. У свою чергу, розвиток глобальних мереж зміцнює структуру влади над самою владою, іншими словами, «соціальна морфологія домінує над соціальною дією» [129].

Новий клас лідерів з'являється на політичній сцені одночасно з формуванням нової технологічної бази їх влади, яка суворо визначена появою нового джерела матеріального багатства, яке вони експлуатують. Перша ознака нетократії – це джерело матеріального добробуту [243]. Поява нетократії пов'язана зі зміною характеру влади. Влада – це рухоме поняття без внутрішньої цінності, нейтральне поняття, яке означає володіння ексклюзивною інформацією та здатність привертати увагу. Вона виникає з нестабільних альянсів і не має чітко визначеного джерела, «не локалізується». З цією владою неможливо боротися й критикувати її. Зростання глобальних мереж зміцнює саму владу, створюючи «соціальну морфологію», що переважає над соціальною дією.

Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій приносить значні зміни в політичному житті європейського суспільства. Наприклад, тепер можливий оперативний доступ максимальної кількості людей до текстів законопроектів ще на стадії їхньої розробки, а також до обширної аналітичної

інформації з цього питання. Революційні нововведення полягають в можливості політиків і громадян звернутися до необмеженої аудиторії, обговорити нагальні проблеми і висловити свої думки з мінімальними витратами.

Ці зміни відображені на таких об'єктивних показниках:

- миттєвий і глобальний обмін інформацією, що усуває значення відстаней і державних кордонів;
- зростання можливостей збору, оброблення, зберігання та передавання інформації;
- зростання значення доступу до інформації для розвитку різних сфер людської діяльності;
- збільшення проблеми інформаційної нерівності та бідності;
- формування нових видів зайнятості, зокрема збільшення кількості людей, які займаються інформаційно / інтелектуально орієнтованими ми;
- збільшення кількості особистих та корпоративних контактів на локальному та глобальному рівнях.

Ці зміни створюють умови для активної участі громадян у керівництві державою через «громадянський семінар», під час якого вони можуть обговорювати нагальні проблеми і визначати основні тенденції для ухвалення рішень. Нові технології інформаційного віку вперше створили можливість формування ідеальної інформаційної сфери, де громадяни можуть отримувати повну інформацію і брати участь у керівництві полісом.

Участь значної кількості громадян у керівництві державою вже не загрожує перетворенням на охлократію, тобто владу та політику, контрольовані тільки масами. Цю форму активної громадянської участі можна порівняти з «громадянським семінаром», під час якого обізнані особи шляхом обговорення визначають не лише остаточне рішення, але й основні тенденції, які має враховувати це рішення. Завдяки новим інформаційним технологіям створено можливість відтворити ідеальну інформаційну сферу, подібну до Агори Давньої

Греції, де громадяни могли отримати повну інформацію й активно брати участь в управлінні полісом.

Коли освічені громадяни починають відчувати, що вони не можуть впливати на рішення, ухвалені державою або місцевою владою, це значно підвищує напруженість у суспільстві. Крім того, коли влада повністю делегує право градуювати проблеми за їх важливістю і невідкладністю абстрактним «державним апаратам», це призводить до того, що глобальні проблеми, які стосуються кожного індивіда, але не є пріоритетними для «апарату», відступають на задній план політики, як місцевої, так і міжнародної.

Основним завданням адгократії і її визначальною рисою є пошук інноваційних підходів у вирішенні суспільних проблем. Інноваційна діяльність передбачає відступ від звичайних шаблонів, тому адгократія не може обмежуватися жодною формою стандартизації і має уникати можливих пасток бюрократичних структур та переважання формальності. За словами Е. Тоффлера, адгократії часто змінюють свій формат, створюючи та розпускаючи великі структури, а її функціонування полягає в постійній зміні та переорганізації. Політична еліта, що працює в таких умовах, складається з команд, кожна з яких формується з політиків, експертів і менеджерів-інтеграторів [262].

Кожна команда розробляє проекти рішень, серед яких обирають найкращі. Процес ухвалення рішень й обмін інформацією відбувається неформально та гнучко, що сприяє ефективному створенню інновацій. Політична еліта працює як одне ціле, без однозначного лідера, де кожен учасник цінується за його внесок у команду. Ефективність роботи залежить від тісного співробітництва з експертами, які мають спеціальні знання та навички.

О. Дацаківська зазначає, що політика та прийняття політичних рішень – не просто накопичення інформації, а вмiле поєднання та генерація нових знань, апробація нових методів та технік управління. Отже, адгократія – це тип політичної еліти, яка базується на компетентності, інноваціях, взаємодії та

координації, а керування суспільством відбувається через установаження горизонтальних зв'язків між суспільними групами [129].

Живучи в епоху індустріалізації, ми звикли до того, що доступ до технологій майже завжди означає доступ до конкретних пристроїв, машин і апаратів. Але друга ознака нетократії свідчить про те, що у постіндустріальному суспільстві з'являється зовсім інша ідеологія щодо забезпечення технологічного прогресу. Тепер доступ до новітніх технологій базується винятково на можливості взаємодії з фахівцями, які мають ключові технологічні знання.

Влада осіб, які намагаються приватно контролювати потоки інформації, а також ухвалювати контроль над інформаційно-комунікаційними ресурсами країни, спадаючи ці ресурси як загальнонаціональну цінність, створену й накопичену суспільством протягом багатьох років розвитку. Сьогодні ми починаємо відчувати наслідки таких спроб, які виявляються у концепціях і діях деяких представників влади. Ці дії недвозначно становлять загрозу національній безпеці, що спонукає громадян розвивати принципи громадянського суспільства, власну юридичну науку та впливати на становлення технологій у сфері обробки інформації [46, с. 157].

У суспільстві і державі інфократія виявляється як використання інформації для маніпулювання громадською думкою з метою установаження соціального контролю. Збільшувана вага інформації стає визначальним ресурсом, що вимагає ретельних дій від влади для забезпечення рівноваги й інтеграції суспільства. Однією з важливих нових політичних проблем є те, чи сприяє процес інформатизації посиленню авторитарних тенденцій, чи може призвести до диктатури.

Розповсюдження інфократії значно прискорюється завдяки електронним ЗМІ. Супутникове телебачення, що все більше поширюється, долає національні кордони й перетворює частину населення на велику телеаудиторію, яка спільно споживає одні й ті ж фільми та телепередачі. Іншим чинником поширення

інфократії є сучасні інформаційні технології, такі як інтернет та мультимедіа, які дають можливість транснаціональним організаціям розміщувати складники виробничого процесу в різних країнах.

Світовий фінансовий ринок тепер інтегрований в глобальну систему, яку чітко координують миттєві телекомунікації. Різні види діяльності можна реалізувати в будь-якій частині світу за допомогою супутникового зв'язку або інтернету. Глобальна інформаційна система формує загальні потреби й інтереси, які є спільними для жителів усіх країн [216]. Рівень креативності є визначальним чинником у становленні мережевої еліти. У випадку реального переходу суспільства у так зване століття інформації мережева еліта має всі шанси стати елітою громадянською, а тому й політичною.

Отже, інформація та знання визначають характер трансформації суспільного розвитку та різних політичних структур й інститутів. Особливу увагу привертає нова класократія, що містить нетократію та інфократію, які створюють нову елітну соціальну групу і розвивають свою авангардну, провідну роль у відносинах з іншими суспільними групами, громадянами та державою.

В. Дем'яненко, аналізуючи інформаційну гігієну в епоху постправди, зазначає, що серед всіх політичних режимів демократія найсприятливіша для політичного існування меншості. Однак на сьогодні створені умови, за яких меншість може отримати всю владу завдяки інформаційній боротьбі. Соціальні мережі та масові ЗМІ дають змогу будь-якій невеликій групі формувати позицію виборця. У цьому контексті спостерігається зміна медійного дискурсу від простого викладу фактів до більш емоційних розповідей. Це призводить до тотальної інформаційної війни, де меншості переходять від захисту своїх інтересів до боротьби за загальну владу [131].

Нову форму демократії (інформаційну демократію), про яку пише А. Митко, запропонував французький політик і політолог М. Рокар, що вважає серцевиною демократії реальність взаємозв'язків між виборними особами,

засобами масової інформації та виборцями. Новизна цієї форми демократії полягає в тому, що її складниками є загальне виборче право і вільна інформація. При цьому дотримується умова, що обидві сторони застосовуються чесно, без маніпуляцій і політичного обману політтехнологів (спіндокторингу, гейткіпінгу тощо). Природно, що народ може реалізувати своє право вибору тільки в умовах вільного поширення інформації, коли відсутні політичні заборони й політичний терор. Якщо раніше демократія будувалася винятково на виборчих бюлетенях, то тепер між виборцем і його актом вибору знаходиться інформація. Інформація прямо визначає демократичні дії громадян [189]. Інформаційна демократія розглядається як форма політичного самоврядування громадян у масштабах держав (а в перспективі – і в загальнонаціональному масштабі), яка будується на повсюдному використанні інформаційно-комунікаційних та інтернет-технологій, тобто форма демократії, яка природно й логічно виникне з розвитком мережного суспільства. Матриця інформаційної демократії складається з таких елементів: «електронна демократія», «теледемократія», «кібердемократія», «віртуальна демократія», «цифрова демократія» й ін.

Різноманітні методи агітації, пропаганди та реклами, якими сьогодні користується суспільна комунікація, призводять до перенасичення інформацією, що викликає захисні реакції в аудиторії. Люди, захищаючись від інформації, що виходить за межі їхнього звичайного досвіду, відхиляють її як фоновий шум, віддавши перевагу тій, яка викликає сильні емоційні реакції. Особливо раціональна політична інформація не завжди викликає емоційний відгук. Така інформація часто ігнорується або витісняється відверто сугестивними або видовищними повідомленнями. Це створює умови для функціонування політичних систем без активного внеску більшості населення.

За умов, коли політичні системи привертають лише «мінімальну усвідомлену увагу», вони можуть представляти свою політику в загальних категоріях, таких як свобода, справедливість, ефективний економічний

розвиток, соціальне забезпечення, боротьба зі злочинністю та корупцією тощо. Це додатково послаблює здатність громадян до критичного мислення і спричиняє дезорієнтацію їхньої політичної мотивації. У результаті цього демократичні громадяни перетворюються на пасивних спостерігачів або німіють, подібно до рабів та іноземців у полісній демократії, втрачаючи здатність до мови й спілкування [131].

Дослідник демократії Д. Дзолу зауважує, що дія ЗМІ має негативний вплив не лише на пересічних громадян, але й, можливо, переважно на тих, хто має великий вплив на суспільну думку. Дефіцит політичної інформації стає відчутним навіть серед висококультурних верств, де апатія й абсентеїзм, які раніше були характерними переважно для сільського населення та менш освічених класів, тепер стають поширеними серед молоді в Європі та США.

Нові інформаційно-комунікаційні технології, які контролюють та управляють інформаційним суспільством, містять спіндокторинг та гейткіпінг. Спіндокторинг – це процес формування громадської думки або керування іміджем шляхом маніпулювання подіями або інформацією з метою впливу на сприйняття громадськості. Спіндоктори працюють у політиці, бізнесі або громадській сфері, щоб створити сприятливий образ або вплинути на враження від певних подій чи осіб. Спіндокторинг отримав підвищену увагу з 1980-х років у Європі, оскільки зросла роль масмедіа в суспільному житті, з'явилися нові можливості для маніпулювання громадською думкою через різноманітні канали комунікації. Спіндоктори зазвичай реагують на спотворення образу подій у ЗМІ після того, як вони набули негативного враження [187].

У зв'язках із громадськістю спіндокторинг є методом пропаганди, який використовується для інтерпретації подій або кампаній із метою впливу на громадську думку на користь або проти певної організації чи особи. На відміну від традиційних методів зв'язків із громадськістю, які засновані на об'єктивних фактах, спіндокторинг часто використовує нещирі, обманливі або

контрольовані тактики. Це може включати маніпуляцію громадською думкою з боку політиків із метою досягнення своїх цілей.

Часто спіндокторинг асоціюється з пресконференціями, особливо з урядовими, інколи порівнюючи їхнє середовище з територією спіндокторингу. Едвард Бернайс, відомий як «батько» спіндокторингу, відіграє ключову роль у розвитку цієї практики. Один із головних аспектів роботи спіндокторингу – це формування очікувань аудиторії, що особливо важливо в кризових ситуаціях, коли необхідно представляти актуальну, чесну та достовірну інформацію в ЗМІ та масмедіа. Спіндокторинг може використовувати різні моделі, зокрема тоталітарну, яка передбачає повний контроль над інформацією у ЗМІ, і демократичну, що ґрунтується на інтелектуальному змаганні і більшій динамічності. У демократичній моделі заборонені заходи застосовуються лише в екстремальних ситуаціях [279]. Тема використання спіндокторингу під час інформаційної гігієни дуже актуальна в сучасному світі, де ми оточені величезним потоком інформації, яка постійно намагається впливати на наше мислення та переконання.

Інформаційна гігієна – це концепція, яка визнає важливість свідомого вибору та оброблення інформації, що надходить до нас. Вона покликана забезпечити отримання правдивої, об'єктивної й корисної інформації, уникнення маніпуляцій і фейкових новин. Спіндоктори, які використовуються для керування іміджем і формування громадської думки, можуть порушувати ці принципи інформаційної гігієни. Вони вміло маніпулюють фактами, змінюючи їхній контекст або вибираючи тільки ті, що підтримують їхній кут. Вони також можуть використовувати емоційне збурення або створювати штучні кризи, щоб відволікти увагу від справжніх питань або цілей [152].

Під час інформаційної гігієни важливо розвивати критичне мислення та аналітичні навички, щоб розпізнавати такі маніпуляції. Слід перевіряти джерела інформації, шукати різноманітні думки, а не обмежуватися одним джерелом, яке може мати певну прихильність або інтереси. Важливо також

пам'ятати про власні емоції та бути готовими до того, що деякі інформаційні повідомлення спрямовані на виклик певного емоційного сплеску для досягнення певних цілей.

Отже, використання спіндокторингу під час інформаційної гігієни може бути негативним, оскільки це порушує принципи об'єктивності, достовірності та свободи вибору інформації. Розвиток критичного мислення та уважне вибирання джерел інформації є основними аспектами забезпечення того, щоб ми отримували правдиву й корисну інформацію, не піддаючись маніпуляціям спіндокторів.

Застосування гейткіпінгу є дуже актуальним в епоху цифрових технологій, коли доступ до інформації легкий, але водночас інформаційний шум і недостовірність стають серйозними проблемами для громадськості. Гейткіпінг (англ. *gatekeeping*, *gates* – ворота) – це процес фільтрування інформації для поширення публікації через інтернет або інший вид комунікації. Перші дослідники вивчення відбору новин коцентрувалися на суб'єктивних чинниках, таких як журналістське рішення. Наступні дослідження показали, що обрана новина – не завжди результат незалежного вибору однієї особи. Ці автори також приділяли увагу й іншим чинникам, таким як політика власника, медіашаблони, позиція урядових установ та представників великих компаній [187].

У 1947 р. термін «гейткіпінг» увів у науковий ужиток психолог К. Левін. Науковець відомий як експериментальний психолог, який робив акцент на «теорії поля» чи груповій динаміці, що вивчає поведінку людини залежно від від її зв'язку з певною групою. К. Левін прихильник гештальт-психології, яка стверджувала, що люди є «відкритою системою», що вступає в «активну взаємодію з навколишнім світом». Ця позиція є важливою, оскільки більшість теорій масової комунікації вважають своєю основою гештальт-психологію. Дотепер теорія гейткіпінгу використовується в масовій комунікації та журналістиці. Уперше її застосовано до вивчення новин одним з асистентів

К. Левіна – Д. Вайтом. У 1950 р. він вивчав статті, представлені в маленькій міській щоденній газеті протягом одного тижня. Редактор газети обґрунтував висвітлення інформації у матеріалах щодо того, чому вони були знехтувані. Д. Вайт зазначив, що процес ухвалення рішення щодо не / опублікування надзвичайно суб'єктивний. Теорія Вайта отримала багато критичних зауважень, але все-таки й нині враховується в теорії комунікації. Особливо актуальною вона є для політичної комунікації [277].

Ідеї, висвітлені Д. Вайтом, підхопив В. Шрам, сфокусувавши увагу на особі, яка виконує функції гейткіпінгу, ввів поняття «суб'єктивного поля гейткіпінгу». Ця концепція послужила основою для складнішої моделі, запропонованої Дж. Макнеллі щодо опису процесу багатоступеневого оброблення повідомлень за участю не одного, а декількох «гейткіперів», які поетапно коригують інформаційний потік на його шляху від події, що реально сталася, до «кінцевого споживача» інформації – читача газети, радіослухача і так далі.

Деякі дослідники зосереджували свою увагу на самому повідомленні, яке ставало вторинним після відповідного оброблення, тоді як інші акцентували увагу на результаті гейткіпінгу, зокрема на змісті новини, яка доходила до кінцевого споживача інформації та могла бути спотвореною реальністю. Кожен із цих підходів відкривав нові можливості для подальших досліджень, перетину та комбінації індивідуальних елементів. Теорія гейткіпінгу слугувала трампліном для розвитку нових теорій зв'язку, вона стала основою для удосконалення концепцій «порядку денного», семантики та використання мови.

Гейткіпери виступають на основних точках комунікативного ланцюга, перетворюючи первинний потік реальності на медіаобрази через фільтрацію та оброблення інформації. Створення інформації є функцією гейткіпера. У більшості випадків вони діють як ретранслятори, фільтри або перетворювачі первинної реальності чи вже обробленої інформації на медіаобрази реальності. Гейткіпери визначають, яка інформація пройде через систему, а яка – ні.

Іншими словами, у соціальній системі вони зауважують, які продукти (матеріали, товари чи інформацію) необхідно вводити в систему. Гейткіпери можуть керувати знаннями громадськості та фактичними подіями, дозволяючи деяким даним пройти через систему або блокуючи їх. Гейткіперами можуть бути індивідуальні особи, установи чи організації, що в урядових структурах використовуються для регулювання доступу до позицій влади та регулювання потоку інформації та її політичного впливу [187].

Застосування гейткіпінгу під час інформаційної гігієни може мати як позитивний, так і негативний вплив на споживачів інформації. З одного боку, гейткіпінг може допомагати забезпечити якість і достовірність інформації, яку споживачі отримують. Шляхом впровадження фільтрів, експертні команди можуть відокремлювати надійні джерела від недостовірних або маніпулятивних, створюючи таким способом користувачам доступ до об'єктивної інформації. З іншого боку, гейткіпінг може призвести до цензури або обмежень свободи слова, якщо використовується зловживаннями влади або корпорацій. Відсутність доступу до різноманітних думок може призвести до виникнення «інформаційного бульбашки», де люди отримують інформацію, яка підтверджує їхні власні упередження та погляди, ігноруючи інші думки та докази.

Однак важливо зазначити, що гейткіпінг може бути корисним інструментом, коли він використовується з урахуванням етичних стандартів та дотриманням принципів об'єктивності, діалогу та свободи слова. Збалансований підхід до гейткіпінгу може допомогти забезпечити отримання споживачами якісної, достовірної та різноманітної інформації, не зазнаючи впливу недостовірних або маніпулятивних джерел.

Отже, застосування спіндокторингу та гейткіпінгу під час інформаційної гігієни вимагає уважного балансу між захистом від недостовірної інформації та забезпеченням свободи слова й доступу до різноманітних джерел інформації.

Важливо, щоб гейткіпери діяли в інтересах громадськості й дотримувалися принципів об'єктивності, прозорості та етики у своїй діяльності.

2.4. Інформаційна нерівність та цифрові прірви як проблеми дотримання інформаційної гігієни

Тривожною особливістю сучасного стану «цифрової нерівності» є те, що не простежено ознак реального подолання гігантської прірви між країнами – лідерами розвитку інформаційних технологій і країнами аутсайдерами, навпаки цей розрив посилюється.

І. Педак зауважує, що раніше проблему цифрової нерівності розглядали як проблему, яка виникає лише в Сполучених Штатах, але з часом цей погляд став більш широким і тепер розглядається як проблема загальної інформаційної нерівності. Основною метою ООН, яка була визначена в Декларації тисячоліття, є зменшення бідності на планеті: до 2015 року зменшити вдвічі частку людей, щоденний дохід яких становить менше одного долара США. У зв'язку з боротьбою з бідністю ООН також ставить перед собою завдання подолання інформаційної нерівності, що є зрозумілим, оскільки базовими формами нерівності є економічна, соціальна та культурна. Інформаційна нерівність є лише одним із найболучіших проявів цих базових нерівностей. Без подолання інформаційної нерівності неможливий або процес глобалізації, або ефективний розвиток інформаційного суспільства, або впровадження електронних урядів [202, с. 181].

Крім того, країни шукають інші шляхи досягнення цифрової рівності. Деякі інвестують у доступ до Інтернету для населення, інші розробляють програми для створення доступу до мережі в громадських місцях, залучаючи фінансування з приватного сектору. Оскільки розвиток інформаційних технологій потребує значних фінансових вкладень, які не можуть повністю бути покриті державним бюджетом, країни розглядають можливості залучення

приватного капіталу. Ці витрати спрямовані на забезпечення доступу населення до персональних комп'ютерів, зокрема в суспільно доступних місцях, таких як поштові відділення та публічні бібліотеки, а також на створення програм і центрів для навчання населення користуванню Інтернетом.

Інформаційне відставання пов'язане як з економічними, так і з технологічними чинниками доступу різних користувачів до інформаційних ресурсів, а також із рівнем освіти в країні, увагою до виховання, адаптованого до сучасних вимог, та конкурентоздатної молоді. Це містить низку гуманітарних питань, які можуть допомогти подолати інформаційне відставання в країнах, що розвиваються, і країнах третього світу від розвинених європейських країн та США. Інформаційне відставання в основному зумовлене інформаційною нерівністю. Класифікація інформаційної нерівності часто пов'язується із соціальною складовою цієї проблеми. Така нерівність має три виміри: перший – нерівномірний розподіл інтернет-вузлів за регіонами світу порівняно з розподілом чисельності населення, другий – нерівномірне створення інформаційного та програмного продукту, більшість якого виробляється англійською мовою, тоді як значна частина населення не володіє цією мовою або не використовує її у повсякденному житті, а третій – інформаційна нерівність в межах окремих країн. Технологічні зміни призводять до того, що певні групи населення відокремлюються від елітної частини населення ще більше [268, с. 14].

Проаналізувавши запропоновані виміри, вважаємо, що інформаційне відставання – це розрив між різними суб'єктами з різним ступенем розвитку економіки та соціального забезпечення, що породжує нерівність у використанні інформації, інформаційних продуктів та інформаційного сервісу. Поділяємо думку О. Сосніна, який виділяє чинники, що посилюють інформаційний розрив, а саме [243]: інформаційна, зокрема лінгвістична культура особистості, інформаційна компетентність, освіченість, а також мотивація людини, її прагнення до пізнання й самонавчання, розвитку своїх інтелектуальних

здібностей. Якщо людина не має бажання бути активним членом інформаційного суспільства, то ніяка техніка їй не допоможе.

Інформаційний розрив, пов'язаний з технологічним відставанням між розвинутими та менш розвинутими країнами, має свої наслідки. Спільне зростання ролі сучасних технологій у суспільному житті супроводжується збільшенням соціальної нерівності між окремими особами, соціальними групами та верствами. Деякі з них обмежені у доступі до сучасних технологій, знань та інформації, тоді як інші мають вільний доступ до них. Швидкі темпи цифрового розвитку сприяють зростанню інформаційного відставання та інтелектуального розриву між розвиненими технологічно та інформаційно країнами й тими, що їм відстають. У загальному, соціальна нерівність людей ще більше поглиблюється через те, що деякі мають достатні знання для розуміння та використання новітніх технологій та адаптації до суспільних змін, тоді як інші не мають необхідного рівня знань для цього [98, с. 335–336]. Утворюються так звані інформаційні прірви, що накладають негативний вплив на розвиток політичних інститутів та процесів, що пов'язано з отриманням інформації, яка є необхідною для ефективного керування політичною системою.

Цифровий розрив є однією з ключових проблем розвитку інформаційного простору та суспільства. Вимірюється він за умовною шкалою, яка включає п'ять характеристик: фізичний доступ (можливість користуватися інфраструктурою, програмним забезпеченням та обладнанням), фінансовий доступ (здатність оплачувати інформаційні послуги), когнітивний доступ (можливість здійснювати пошук, отримувати та обробляти інформацію), доступ до значущої інформації (можливість знаходити та використовувати корисні дані, у тому числі володінням необхідними мовами), та політичний доступ (можливість населення впливати на політичний процес та розподіл суспільних благ). Нерівний доступ до інформаційних та комунікаційних технологій зумовлений зростанням поляризації сучасного суспільства на інтелектуальному, соціальному, економічному та політичному рівнях.

Інформаційний та виниклий через нього цифровий розрив становлять одну з головних та найбільш актуальних соціальних проблем сучасності [187].

Проблема доступності цифрового контенту та інформаційних послуг є однією з важливих проблем, яку стикаються багато країн у розвитку. Багато користувачів не мають достатніх навичок для активної участі в Інтернеті та не розуміють розширених можливостей пошуку інформації. Це частково пояснюється відсутністю ініціативи та необхідних навичок у деяких користувачів, які віддають перевагу рішенням, запропонованим іншими. Наприклад, деякі люди встановлюють свою домашню сторінку за замовчуванням, обрану їхнім провайдером, а не ту, яка найкраще відповідає їхнім потребам.

Говорячи про формування кіберкультури та мережевого лібералізму, важливо враховувати проблеми, які супроводжують цей процес. Одна з основних проблем – це протиріччя між ідеєю вільного доступу до мережі та реальною можливістю використання її лише обмеженим відсотком населення. Це особливо помітно в країнах зі слаборозвиненою телекомунікаційною інфраструктурою, що призводить до обмежень не лише у фінансовому плані для користувачів, але й у технічних аспектах, що ускладнює поширення всесвітньої мережі. Отже, інтернет диференціює населення на тих, хто може ним користуватися, та тих, хто не має такої можливості, що призводить до розколу суспільства на дві великі групи – «віртуальний клас», тобто «техноінтелігенцію з учених – представників фундаментальних наук, інженерів, комп'ютерників, розробників відеоігор і всіх інших спеціалістів у галузі комунікації» [55, с. 15], і клас аутсайдерів, до яких увійдуть некваліфіковані робітники, різного роду маргінальні меншини, загалом усі ті групи, які знаходяться на найнижчих щаблях соціальної драбини.

Ще однією важливою темою для уваги є те, що у майбутньому різні типи доступу до всесвітньої мережі будуть відповідати різним моделям користування, що дозволить молоді входити в мережу в будь-якому місці, у

будь-який час та з будь-якою метою. Цю концепцію можна описати як «інформаційне суспільство для всіх» й одночасно «особисте інформаційне суспільство для кожного». У цьому контексті уряд відіграє ключову роль як головний інститут, що забезпечує інформаційну демократію загалом.

Це явище має як позитивні, так і негативні аспекти. З одного боку, воно підвищує відкритість національних інформаційних систем, а з іншого – може призвести до втрати контролю над змістом інформації та ускладнень у проведенні цілеспрямованої інформаційної політики. Зростає усвідомлення політиків та державних діячів про те, що інформаційний стан суспільства стає визначальним чинником економічного та соціального розвитку, обороноздатності та суверенітету країни.

Тому вже сьогодні на високих рівнях державної влади проводиться активна боротьба за пріоритети у глобальній інформаційній інфраструктурі, створення та розвиток національного інформаційного простору. Масмедіа відіграють провідну роль у цих системах, регулюючи роботу національного інформаційного простору та поширюючи інформацію на велику аудиторію споживачів [126].

Соціальна боротьба в інтернеті – нове явище XXI ст.: віртуальна мережа поступово стає головним фронтом майбутніх конфліктів. Традиційні арени зіткнень між народом й урядом (вулиці, площі, підприємства і под.) доповнилися віртуальним середовищем. «Кіберактивісти» намагаються перенести громадянську непокору у кіберпростір через «електронний протест» замість традиційних методів (перекриття автодоріг, блокування урядових установ тощо). Хактивізм є певним тандемом: громадські та політичні активісти опановують методи кіберборотьби, а класичні хакери долучаються до соціальної боротьби.

Хактивізм як нова форма соціально-політичного протесту синтезувала соціальну активність (із метою протесту проти чогось) і хакерство (використання інтернет-технологій із метою заподіяння шкоди комп'ютерним

мережам і їх користувачам). Інтернет виступив віртуальним майданчиком для організації та проведення соціально-політичних протестів. Філософія хактивізму ґрунтується на ідеї про високу ефективність належного використання технологій у протестному русі і, зокрема, акціях громадян. непокори. Саме ідеологічна мотивація активістів є основною відмінністю хактивізму від кіберзлочинності.

Хактивізм (англ. *hacktivism*; від *hack* – розрубати; *activism* – активізм) – синтез соціальної активності та хакерства; використання комп'ютерів і комп'ютерних мереж для просування політичних ідей, свободи слова, захисту прав людини та забезпечення свободи інформації. Хактивізм – це «перенесення актів громадянської непокори в комп'ютерні мережі» (К. Деннінг), «ненасильницьке легальне та нелегальне використання електронних приладів у політичних цілях» (А. Самюель). У багатьох тлумаченнях поняття «хактивізм» акцент робиться на його «ненасильницькому» характері, що відрізняє хактивізм від кіберзлочинності. Появу терміна «хактивізм» пов'язують із хакером Omega, який у 1996 р. уперше вжив його на позначення «використання хакерства у політичних цілях» [189].

Комп'ютер стає зряддям протесту, особливо починаючи від «Арабської весни» (наприклад, у січні 2011 р. організація «Anonymous» блокує роботу сайтів урядів Тунісу та Єгипту на підтримку народних рухів проти діючих політичних режимів), хоч і раніше було чимало акцій хактивістів (наприклад, у квітні 1998 р. повністю заблоковано роботу сайту президента Мексики). Дебатуються мотиви хактивістів: від кримінальних до некримінально-політичного характеру хактивізму. В Україні будь-яка хакерська активність отримує кримінально-правову кваліфікацію: держава не розмежовує кіберзлочинність і хактивізм, тобто ігнорується його існування саме як неотику політичного протесту.

Виділяють такі види хактивізму: спотворення (псування) сайтів, переадресування сайтів, відмова в обслуговування, крадіжка інформації,

крадіжка та розповсюдження інформації, створення сайтів-пародій, віртуальні страйки та акти саботажу, розроблення спеціального програмного забезпечення, віддзеркалення сайтів, «бомбування» електронних адрес, анонімні блоги тощо. Для блокування роботи сайтів та організації віртуальних страйків найпоширенішим є використання DDoS атак.

Ідеологія хактивізму охоплює широкий спектр соціально-політичних проблем і відрізняється відповідно до соціального складу організацій хактивістів. Відомими організаціями хактивістів, політичні акції яких відрізняються масштабністю, є такі: «Anonymous», «Cult of the Dead Cow», «Jester», «milw0rm», «Chaos Computer Club», «1984 network liberty alliance», «LulzSec», «Telecomix». Прикладом вітчизняного хактивізму слугує «Anonymous Ukraine». Серед причин, які змусили хакерів вдатися до «сили мишки», виділяються утиск української мови (заява до адміністрації сайту «Вконтакте»), обмеження свободи слова та спроби контролю над інтернетом з боку держави.

Поєднавши традиційне хакерство з політичною активністю, хактивізм є якісно новою формою політичної участі, ефективним інструментом впливу на процес ухвалення політичних рішень як на національному рівні, так і в міжнародному і глобальному масштабі.

У межах вирішення проблеми доступу до сучасних ІКТ основними пріоритетами органів влади та місцевого самоврядування повинні бути такі: по-перше, забезпечити вільний доступ до нових засобів комунікації шляхом обмеження державного регулювання в цій сфері, що веде до лібералізації ринку та зниження цін. По-друге, гарантувати безпеку громадян і компаній у кіберпросторі. По-третє, сприяти створенню та розповсюдженню контенту, необхідного для розвитку та інтеграції мобільного та широкосмугового зв'язку. По-четверте, сприяти розвитку електронної комерції, особливо залученню до неї дрібного та середнього європейського бізнесу. По-п'яте, сприяти подоланню

«цифрової прірви», надавши всім рівні можливості доступу до нових засобів комунікації та навчання ними користуватися.

Висновки до розділу 2

У розділі розглянуто концепцію інформаційної держави, що передбачає використання урядом інформаційних технологій для ефективного управління країною та підвищення якості життя громадян. Вона орієнтується на забезпеченні доступу до державних послуг та ресурсів через сучасні технології з метою створення управління прозорішим та ефективнішим. Ця концепція також сприяє цифровій трансформації різних сфер економіки та суспільства, підтримуючи розвиток інновацій та технологій. Основні принципи містять доступність інформації, захист персональних даних, ефективне управління та співпрацю між державними та недержавними структурами з метою досягнення стратегічних цілей розвитку.

Розвиток інформаційного суспільства та інформаційної держави в Україні передбачає такі пункти на сьогодні: становлення інформаційного суспільства, Україна активно працює над переходом до інформаційного суспільства, де доступ до інформації та її оброблення стають ключовими; формування цифрових технологій, впровадження цифрових технологій у всі сфери життя сприяє ефективнішому управлінню та розвитку; посилення медіаграмотності, розвиток навичок критичного мислення та аналізу інформації допомагає громадянам розрізняти правдиву інформацію від маніпуляцій та дезінформації; впровадження європейських стандартів, Україна активно працює над адаптацією європейських практик щодо інформаційної гігієни та медіаграмотності.

Громадські медіа та соціальні мережі є важливою складовою комунікацій та можуть набувати різних форм, спрямованих на різні аудиторії та цілі. Вони сприяють дискусіям та залученню громадян у спільні справи, дозволяючи розвивати різні моделі, які можуть бути відкритими або більш зосередженими

на залученні громадян. При цьому важливе обережне застосування гейткіпінгу та спіндокторингу в контексті інформаційної гігієни, важливо забезпечити баланс між регулюванням доступу до інформації та формуванням образу подій у громадському суспільстві. Зловживання цими практиками може призвести до приховування важливих подій або маніпулювання інформацією, що порушує принципи свободи слова та доступу до інформації.

РОЗДІЛ 3

ІНФОРМАЦІЙНА ГІГІЄНА ПІД ЧАС ДЕСТРУКТИВНИХ ВПЛИВІВ В УКРАЇНІ

3.1. Інформаційна гігієна під час COVID-19

COVID-19 як глобальна пандемія став випробуванням не лише для суспільства та економіки, а й для стратегічних комунікацій. Спритність у веденні комунікаційної стратегії в таких умовах стала критичною для керівництва, органів охорони здоров'я та громадськості.

Перш за все, стратегічні комунікації вимагали чіткості та консистентності. Зміни в рекомендаціях щодо безпеки та стратегії протидії поширенню вірусу потребували постійного оновлення та пояснення громадськості. Керівництво має бути відкритим та прозорим у своїх діях та рішеннях, щоб забезпечити довіру громадськості. Другий важливий складник – це емпатія. Керівництво та органи охорони здоров'я повинні проявляти розуміння та підтримку до тих, хто постраждав від ковіду або втратив близьку людину. Емпатія сприяє підтримці громадськості у складних часах та зміцнює сприйняття владних органів. Крім того, стратегічні комунікації повинні базуватися на наукових доказах та експертному аналізі. Досягненням такого підходу є забезпечення достовірної інформації та запобігання поширенню міфів та дезінформації. Відкритий доступ до даних та регулярні брифінги сприяють усвідомленню суспільства та ефективному ухваленню рішень. Нарешті адаптивність є ключовою у веденні стратегічних комунікацій під час пандемії. Швидкі зміни в ситуації вимагають оперативності та гнучкості в плануванні та виконанні комунікаційних стратегій. Готовність до невизначеності та здатність адаптуватися до нових обставин – це основа успішного управління кризовими ситуаціями [278].

У підсумку стратегічні комунікації під час COVID-19 виявилися вирішальним чинником у керуванні кризовою ситуацією та мінімізації наслідків для громадського здоров'я та економіки. Чіткість, емпатія, наукова обґрунтованість та адаптивність стали основними принципами ефективних стратегічних комунікацій у цей складний період.

Комунікація пандемії COVID-19 охопила всі верстви суспільства. Щоб максимально ефективно використати стратегії комунікації, необхідно адаптувати їх до різних цільових груп. Зокрема можна виділити три основні аудиторії, які мають важливе значення для успішної комунікації [278].

По-перше, це особи, які ухвалюють рішення. Для досягнення комунікаційних цілей важливо забезпечити тісну співпрацю та обмін інформацією між зацікавленими сторонами. Ці сторони повинні домовлятися про спільні цілі, ролі та повідомлення для досягнення успішних результатів.

По-друге, медичний персонал. Ця група важлива з двох причин: вони відповідають за надання медичної допомоги та мають значний вплив на думку громадськості.

По-третє, це широка громадськість. Хоча це різноманітна група, важливо звернути увагу на основні принципи комунікації з цією аудиторією.

Крім того, слід враховувати значення засобів масової інформації, оскільки вони мають значний вплив на формування думок та ставлення громадськості до пандемії.

У зв'язку з переобліком інформації в інтернеті, комунікаційним експертам важливо розпізнавати ключові форми дезінформації та допомагати громадськості розрізнити правдиву інформацію від хибної.

Дослідження показують, що люди легко довіряють посиланням у соціальних мережах, які поділяють їхні друзі та родичі. Важливо не вводити людей в оману, якщо ви не впевнені в достовірності інформації. Європейська комісія надала корисні факти про те, як розпізнати міфи про COVID-19 та боротися з ними [22]. У цьому звіті представлено приклади з практики,

отримані під час інтерв'ю з експертами, які можна використовувати як зразок та натхнення під час планування подібної комунікаційної діяльності в Україні.

У листопаді 2021 р. вийшов «Звіт про досвід та найкращі практики комунікації з питань COVID-19 у Європі» [144]. У цьому звіті подано огляд найкращих практик, пов'язаних із комунікацією з питань COVID-19, що застосовуються в європейських країнах. У звіті описано декілька підходів до ефективної кризової комунікації загалом та висвітлено найактуальніші теми, характерні для реагування на пандемію COVID-19. Теоретична частина охоплює ключові принципи, етапи та цільову аудиторію під час пандемії та дає розуміння деяких найактуальніших тем, характерних для цієї кризи, у тому числі феномену втоми від пандемії, боротьбу з дезінформацією та неоднозначну роль соціальних мереж. Інформація в цьому звіті ґрунтується на досвіді кількох європейських експертів, що надали коментарі щодо COVID-19 у межах опитування під час підготовки цього звіту. Звіт склали та підготували автори, які мають власний професійний досвід роботи кризової комунікації щодо COVID-19 у Фінляндії [278].

Важливо підкреслити, що навіть при зміні епідемічної ситуації та її комунікаційних вимог щоденно існують кілька основних принципів, на які слід завжди звертати увагу під час взаємодії щодо COVID-19. Ключові принципи комунікації щодо COVID-19 такі [278]:

– *Відкритість і прозорість.* Суттєво надавати контекст для нової інформації та активно обмінюватися інформацією щодо невизначеностей. Важливо розповсюджувати пояснювальні матеріали під час ухвалення рішень

– *Здобуття та підтримання довіри.* Сприяти побудові та підтримці мереж, яким довіряють, до, під час та після кризи. Важливо враховувати занепокоєння та сподівання зацікавлених сторін під час комунікації.

– *Проактивність і своєчасність.* Планування та підготовка до етапів комунікації є основою для ефективного обміну повідомленнями. Варто підготуватися до ризиків і реагувати на них своєчасно. Важливо, щоб

організації та їхні спеціалісти з комунікацій співпрацювали для забезпечення однорідності повідомлень та збереження чіткості у визначенні відповідальності.

Медіаіунітет [204] сьогодні став реальною частиною імунітету організму. І саме тут найбільш затребуваними є знання з нової галузі соціальних наук – медіапсихології. Фахівці ВООЗ навіть вводять новий термін «інфодемія» [151] – вибухове зростання недостовірної інформації під час спалахів й утруднення отримання чіткої достовірної і корисної інформації в умовах інформаційного шуму.

Поширеними медіапсихологічними феноменами карантинного життя стали:

- тривожний інформаційний вир
- перенасиченість медіапотокami,
- поляризація й консервація негативного спілкування.

Л. Найдьонова наголошує на важливості феномену тривожного інформаційного виру, що є складною проблемою для суспільства, оскільки він може викликати серйозні наслідки для психологічного стану окремих людей та загальної емоційної атмосфери в суспільстві. Негативний вплив тривожного вірусного контенту може бути особливо шкідливим для людей, які мають вразливі психічні стани, наприклад, людей із тривожними розладами, депресією чи посттравматичними стресовими розладами. Для багатьох осіб довіра до медій може бути підірвана, коли вони стикаються з інформацією, яка є очевидно необ'єктивною або змінюється залежно від політичних чи економічних інтересів. Це може привести до загострення дискусій та поглиблення розколів у суспільстві. Отже, важливо, щоб медійні компанії та журналісти розуміли свою відповідальність за те, яку інформацію вони публікують та як вони її представляють. Необхідно прагнути до балансу та об'єктивності, а також до збереження довіри глядачів, читачів [196].

Сидоренко Ж. та Слободянюк О., аналізуючи підвищену тривожність як ознаку порушення психологічного здоров'я особистості в умовах пандемії

Covid-19, підкреслюють, що умови, які виникають під час пандемії, створюють ідеальне середовище для медійного буму. Інформація, яка викликає тривогу, залучає більше глядачів, які залежать від телебачення або інтернету. У медіа поширюється величезна кількість повідомлень, багато з яких є недостовірними або містять містифікації, що ускладнює пошук важливої та корисної інформації. Негативні повідомлення стають постійним подразником для глядачів, які звикають до них. Щоб знову привернути їх увагу, медіа починають публікувати ще більше негативних, шокуючих та вражаючих повідомлень. Це створює інформаційний вир, який сам себе підтримує та збільшує. Глядачі формують динамічну самоорганізовану інформаційну структуру, яка нагадує «вирву», у яку потрапляє інформація про вірус, карантин, рішення влади та дії людей [237].

Другий феномен, що ми спостерігаємо, – це інформаційне пересичення – виснаження, зумовлене надмірним перебуванням у контакті з медіа. Чітка інформація про ризики, тривалість загрози, алгоритми дій і пошуку допомоги й підтримки – все це зменшує тривогу й сприяє мобілізації на дії, необхідні для подолання негараздів і небезпек. Звертаючись до медіа, людина часто отримує шквал зовсім інших, емоційно забарвлених повідомлень, які лише підсилюють тривогу й страх пропустити важливу інформацію. Але, як і будь-яка компенсація, інформаційна активність здатна вичерпуватися й втрачати цю свою тимчасову функцію. І все це в свою чергу змінює базові мобілізаційні стани, знижує працездатність, витривалість, виснажує, а зрештою підриває той імунітет, який потрібен організму для здолання вірусів [195].

Поляризація є ще одним інформаційним феноменом, який пов'язаний із медіапрактиками в соціальних мережах і дистанційних формах навчання й роботи. У часи пандемії з'являються нові приклади групової поляризації, яких у такому масштабі раніше не існувало, наприклад, прихильники носіння масок і бравування їхньою відсутністю, нехтуванням гігієнічними засобами; прихильники і супротивники прихильники певних технічних платформ [137].

Консервація негативних емоцій у період карантину також набуває ознак інформаційного феномену, адже відбувається в соціальних мережах та інтернет-комунікації. У звичному особистому спілкуванні спостерігається взаємозараження, поділення спільних емоцій, циркуляція емоцій у групі, адже зазвичай емоція – це дуже динамічне утворення [227].

Але аналіз медіапсихологічних феноменів карантинної доби, які дослідила науковця Л. Найдьонова, демонструє й позитивні тенденції розвитку суспільних медіапрактик: в інтернеті сьогодні сформувалася дуже потужна практика надання дистанційної психологічної фахової допомоги й підтримки, спостерігається бум дистанційної освіти й перенесення в онлайн індивідуальних психологічних консультацій, розвиток груп взаємопідтримки, налагодження практики вебінарів, відеоконференцій, з'являються нові комплексні формати [194].

Розумні реакції на будь-які новини та події, перевірка достовірності інформації та дотримання простих правил інформаційної та цифрової безпеки – усе це стосується інформаційної гігієни. У світлі поширеного й постійного потоку новин дотримання інформаційної гігієни може захистити людину не лише від маніпулювання, а й від його наслідків.

Україна передбачає адміністративну відповідальність за поширення чуток та фейків. Під час гострої епідемії коронавірусу люди більше, ніж зазвичай, схильні до паніки та негативних емоцій, тому правила того, як себе поводити та фільтрувати інформацію, особливо важливі. Управління інформаційною безпекою в Україні покладено на СБУ. Спецслужби також відповідають за розповсюдження неправдивої інформації в країні та притягнення порушників до відповідальності.

У квітні 2020 року протягом місяця карантину Служба безпеки виявила 154 агітатори, що поширювали фейки про коронавірус, і заблокувала понад 2 тисячі інтернет-сторінок із неправдивими відомостями. СБУ публікувала звіт про це на своєму офіційному ресурсі. Кіберспеціалісти постійно аналізують

інтернет-контент, що поширюється з російського інформаційного простору. Він часто спрямований на створення штучної паніки або містить заклики до порушення умов карантину. Слідчі СБУ розпочали кримінальні провадження за статтями, що стосуються дій, спрямованих на насильницьку зміну чи повалення конституційного ладу, захоплення державної влади та посягання на територіальну цілісність і недоторканність України.

Першим правилом інформаційної гігієни є перевірка джерел інформації. Достовірні відомості про ситуацію з коронавірусом рекомендували отримувати на офіційних сторінках держустанов: Telegram-канал «Коронавірус_інфо» про COVID-19 в Україні (bit.ly/39DEYQm), сторінка МОЗ України (bit.ly/2Q5UHQu), сторінка Центру громадського здоров'я України (bit.ly/2IAGyXm).

Спецслужби також створили ресурс для спростування фейків, доступний на сторінках відомства за хештегом #фейкCOVID19. Крім того, журналісти й незалежні дослідники заснували платформу «По той бік пандемії» (<https://coronafakes.com>), де оперативно перевіряють сумнівну інформацію про Covid-19. На даний момент на ресурсі зібрано багато перевірених матеріалів про коронавірус. Усі вони класифіковані як фейки, маніпуляції або правдиві відомості про пандемію. Авторка дослідницької ініціативи А. Романюк розповідає про платформу й найпоширеніші вигадки про коронавірус: «З початку карантину ми отримуємо від підписників десятки повідомлень у день з проханням перевірити, чи це не фейк. Велика частина фейків пов'язана з регіонами, частина – з ліками, частина – з теоріями змови і нагнітанням паніки. Я зрозуміла, що нашою командою ми не зможемо спростувати і перевірити все, тому попросила колег про допомогу. Коли перевірених небилиць стало більше, ніж пів сотні, ми вирішили запустити спільну платформу, де будуть зібрані усі перевірені публікації і спростовані фейки» [273].

Навіть якщо людина не знає, що поширює фальшиве повідомлення, це не звільняє її від відповідальності. Надавати коментарі до відомо неправдивої

інформації також не рекомендується, оскільки це підвищує її рейтинг у соціальних мережах і створює додатковий «інформаційний шум», привертаючи нових користувачів.

Під час карантину значно збільшилася кількість людей, які проводять майже увесь свій час онлайн. Тому особливу увагу варто приділяти безпеці у всесвітній мережі та цифровій гігієні. Цифрова гігієна передбачає розумне використання інформації та дотримання базових правил кібербезпеки: використання різних паролів для різних акаунтів, застосування двофакторної автентифікації, регулярне створення резервних копій та оновлення програм. Також важливо вміти розрізняти фішингові листи від справжніх. Фішинг – це спроба шахраїв отримати особисту інформацію користувачів в інтернеті, зазвичай шляхом підроблення електронних листів, оголошень або вебсайтів.

У XXI столітті, в епоху технологій, які далеко не завжди використовуються на благо, інформаційна гігієна є важливим елементом безпеки та здоров'я. Прості правила можуть врятувати життя – це не лише політичне гасло, а заклик до розумних виборів та відповідальності за них.

3.2. Дотримання інфогігієни під час російсько-української війни

Інформація може одночасно сприяти стабільності держави, її соціально-економічному та політичному розвитку, але й приносити загрозу національним інтересам. Україні варто бути більш уважною та обережною у вирішенні питань захисту національного інформаційного простору, зокрема слід дбати про інформаційну гігієну. Тому стратегічні комунікації будь-якої держави, яка є суверенною, демократичною, правовою та економічно стабільною учасницею міжнародних відносин, мають бути спрямовані на забезпечення умов гарантування національної інформаційної безпеки всіх суб'єктів інформаційних відносин. Важливо інституціоналізувати процес дотримання інформаційної

гігієни. Особливо в ситуації воєнних дій, які зараз тривають на території України як результат агресії РФ, потрібні швидкі та ефективні рішення.

У момент вторгнення Росії в Україну у 2014 році, питання членства України в НАТО не було актуальним, оскільки в 2010 році був ухвалений закон України про засади внутрішньої та зовнішньої політики, який закріпив її позаблоковий статус. Замість цього, Україна підписувала Угоду про асоціацію з ЄС, що з часом невідворотно зменшувало вплив Росії в Україні. Абсолютно погоджуємося з думкою [239], що Путіна лякало не НАТО, а те, що українці висловлювали бажання мати живу демократію та більш тісні зв'язки з європейською спільнотою. Як слушно зауважив Прем'єр-міністр Латвії Артурс Кріш'яніс Каріньш, «Москва не боїться сил НАТО, а української демократії» [27]. Переконанням Кремля є те, що демократія, навіть якщо неідеальна, але така, де нація має можливість змінити президента та склад депутатів за допомогою виборчого процесу, є смертельною загрозою для путінського авторитаризму.

Після вторгнення Росії підтримка ідеї членства України в НАТО зросла з 25 % у 2014 році до 62 % у лютому 2022 року [270]. Російська агресія лише посилила прагнення українців зберегти незалежність та спрямувати свою політику в Європу. Після анексії Криму в 2014 році та початку війни на сході України Росія стала головною зовнішньою загрозою українській безпеці та суверенітету. Ті, хто стверджує, що Путін об'єднав Україну та спонукав її до наближення до Заходу, мають певну підставу [239]. Найбільшою загрозою сучасній інформаційній безпеці України є гібридна війна РФ – конфлікт, що об'єднує різні типи та способи його ведення, які нехтували загальнолюдськими цінностями та принципами ведення сучасних війн із метою досягнення своїх цілей.

Українська віртуальна армія становить нашу перевагу перед ворогом, який не має чогось подібного. Росія масово запускає мільйони ботів, що поширюють меседжі в соціальних мережах, але вона не може мобілізувати

мільйони живих людей, які від щирого серця розповідали б світу про те, що справді бачать, переживають і відчувають. В інформаційному війську існують три важливі фронти [282]:

1. *Глобальний / західний*. Надавати світові інформацію про напад Росії на Україну, висвітлювати українські потреби та прохання про допомогу, закликати до посилення санкцій та міжнародної ізоляції агресора. У перші тижні війни Україна була на перших шпальтах всіх видань та в перших сюжетах усіх новин, але з часом увага світу може зменшитися. Тому листи, повідомлення та підписи під петиціями будуть необхідні, щоб зберегти цю увагу. Для цього вже створено чимало ресурсів, таких як «We Are Ukraine» та багатомовний «Post to Stop War in Ukraine».

2. *Російський*. Ламати плани російської влади, що створила вигадану реальність за допомогою кремлівської пропаганди, у якій суспільство має існувати. Цей фронт приносить українцям чимало розчарувань, оскільки росіяни часто виявляються безнадійними.

3. *Український*. Поширювати важливу та правдиву інформацію, допомагати владі, військовим та волонтерам працювати й координуватися, піднімати бойовий дух і гасити паніку. У ситуації постійного стресу, небезпеки та невизначеності здорова комунікація є помітною й необхідною для людей [285].

Масштабна війна значно вплинула на медійний пейзаж України. По-перше, телевізійні канали ввели політику одного голосу, а більшість новинних служб об'єдналися в телемарафон «Єдині новини». По-друге, у зв'язку з динамічним і часто трагічним розвитком подій, попит на інформацію значно зріс. У липні Центр масових комунікаційних ініціатив на замовлення ОПОРИ провів соціологічне дослідження, що висвітлює зміни в інформаційному споживанні українців. Опитування було проведене серед осіб віком від 18 років на територіях, які Україна контролювала станом на 23 лютого 2022 року, але не взяло до уваги осіб, що після цього дати евакуювалися в інші регіони або

виїхали за кордон. Метод: телефонні інтерв'ю з використанням комп'ютера; вибірка – 1000 учасників, похибка – до 3,4 %.

Дослідження [156] (Додатко В) показало, що телебачення як джерело інформації поступилося лідерськими позиціями інтернету. 59 % респондентів до топ-2 джерел інформації зараховують соціальні мережі (а загалом за останні 7 днів отримували інформацію з них 69 %). «Єдині новини» зараховують до топ-2 джерел інформації 43 % (загалом його дивилися 57 %). Соцмережі цінують за зручність (36 %), різні точки зору (24 %), оперативність (20 %), хоча достовірність відзначають тільки 26 %. У «Єдиних новинах» зворотні показники: достовірність (68 %), зручність (13 %), різні точки зору (6 %), оперативність (10 %). 88 % респондентів користуються інтернетом, зокрема 79 % роблять це щодня або майже щодня. Серед соціальних мереж найпопулярніші Telegram, YouTube, Facebook. 41 % сумарного часу споживання новин українці використовують на Telegram, 37 % – на YouTube, 12% – на Facebook, 6 % – на Viber. 62 % надають перевагу коротким відео; 61 % – коротким інформаційним повідомленням. Лонгриди цікавлять тільки чверть українців.

Зберігається вікова різниця, зумовлена різною технічною грамотністю і забезпеченням смартфонами. Загалом 75 % українців мають смартфон, але серед молоді до 30 років це 96 %, а серед осіб віком 60+ років – 49 %. У першій групі 87 % зараховують соціальні мережі до топ-2 своїх джерел інформації, а 28 % – телемарафон «Єдині новини», а в другій ці показники відповідно 34 % і 61 %.[156].

Також є певна різниця в популярності соцмереж серед мешканців сіл і великих міст (49 % і 67 %). Телемарафон «Єдині новини» має найвищий рівень довіри – 57 % (не довіряють йому 6 %). Політику одного голосу в телеефірі схвалюють 65 % респондентів, засуджують – 17 %. Водночас 60 % вважають, що на телебаченні потрібна обґрунтована критика влади. Російські джерела інформації все ще привертають увагу 13 % українців, але з них 89 % пояснили

це тим, що хотіли перевірити, як інформацію подають у РФ, і лише 2 % сумніваються в українських джерелах. 16 % українців вважають, що російські ЗМІ дають альтернативний погляд для балансу, але для 77 % інформації з українських ЗМІ достатньо для повноти картини. Серед користувачів соціальних мереж 39 % підписані на офіційні канали органів влади та посадовців. 48 % – на президента, 17 % – на ЗСУ, 9 % – на Олексія Арестовича, 6 % – на Валерія Залужного, 5 % – на Віталія Кіма. [156].

Респондентів також попросили назвати 5 «лідерів думок». 56 % змогли навести принаймні одне прізвище. Володимира Зеленського назвали 29 %, Олексія Арестовича 14 %, Олега Жданова 12 %, Валерія Залужного і Сергія Притулу – по 9 %, Віталія Кіма і Михайла Подоляка – по 4 %, Олексія Резнікова, Дмитра Гордона і Юрія Бутусова – по 3 %.[156].

У боротьбі за захист України від Росії також важливу роль відіграє «інформаційне військо», яке сприяє нашим військам у кіберпросторі. Інформаційні війська – це група збройних сил або окрема військова організація, спеціалізована на інформаційній війні та використанні інформаційних технологій для досягнення військових цілей. Це може включати в себе розроблення та поширення дезінформації, кібератаки, маніпуляцію соціальними мережами, використання засобів масової інформації для психологічної воєнної дії та інші заходи, спрямовані на зниження ефективності військового противника. Інформаційні війська України – це групи активних українців, які об'єднуються для захисту України від агресивної інформаційної пропаганди російських спецслужб. Вони відстежують інформаційні провокації проти України, розкривають брехню російських ЗМІ та поширюють контрпропаганду. Діяльність таких військ містить [282]:

1. Національний координаційний центр кібербезпеки, відповідальний за інформаційну безпеку, захист критичної інфраструктури та розвідку.

2. Функціонування чат-ботів державних структур, органів влади та місцевого самоврядування, які збирають інформацію про злочини проти

цивільного населення України, допомагають у зборі доказів воєнних злочинів для Гаазького трибуналу та повідомляють про рухи окупанта чи його військової техніки, щоб допомогти нашим військам.

3. Діяльність Центру протидії дезінформації при РНБО України та інших структур та інститутів, які ефективно функціонують під час війни. Активісти створили Telegram-боти, де можна «здавати» ворога, а також волонтерити чи шукати допомогу із житлом, ліками, транспортом. У Міністерстві цифрової трансформації був складений перелік корисних чат-ботів у період війни [101].

Про формування на початку ХХІ століття нового роду військ – інформаційно-комунікаційних військ, руйнівний потенціал яких є не менш вражаючим, ніж руйнівний потенціал класичних родів військ: сухопутних, військовоморських, військово-повітряних та ін. (на думку В. Бебика). Учений вказує на те, що в умовах формування глобального інформаційного суспільства не відбувається нічого нового в способах і методах війни. Так само, як і раніше, спостерігається руйнування державних, політичних, соціальних інститутів, знищення економіки та інфраструктури, деформація культури і суспільної моралі, руйнування системи виховання і людської психіки, а також проведення заходів зі зменшення здатності народу до спротиву агресії ворога. Одночасно, інформаційно-комунікаційні та гібридні війни, які стали реальністю на межі ХХ і ХХІ століть, змінили зміст основних базових понять і категорій класичної військової науки. Серед таких базових понять є поняття театру військових дій, який традиційно розглядався військовою наукою в територіальному та географічно-ландшафтному сенсі, що визначало специфіку ведення військових дій сухопутними військами, військово-морськими та військово-повітряними силами [104].

Інформаційно-комунікаційна війна, як правило, розпочинається задовго до реального відкриття звичайних бойових дій. Це відбувається в глобальному інформаційно-комунікаційному просторі, а також в національному

інформаційно-комунікаційному просторі країни-агресора та просторі його майбутнього ворога [245].

З одного боку, необхідно з ідеологічного, політичного та соціально-психологічного погляду підготувати населення своєї країни до війни, створивши через систему пропаганди і медіаманіпуляцій образ ворога і переконавши власне населення та збройні сили в необоротній природі наближення війни.

З іншого боку, необхідно здійснити ідеологічну, політичну та соціально-психологічну атаку на суспільну свідомість майбутнього ворога (масову, групову, індивідуальну) і максимально дезорганізувати його ідеологічний, політичний і морально-психологічний стан. Паралельно з цим здійснюються кібератаки на державні установи і організації, об'єкти критичної інфраструктури, а також проводяться терористичні і саботажні акти проти складів озброєнь, підприємств військово-промислового комплексу і таке інше.

Проте інформаційно-комунікаційна війна також розгортається в глобальному інформаційному просторі. Основна мета – дискредитація «запланованого» ворога в глобальному інформаційному просторі, глобальних медіа та соціальних мережах, національних інформаційних просторах інших країн, а також у міжнародних (урядових і неурядових) та регіональних організаціях.

О.Дорош зазначає, Росія володіє величезним потенціалом для посилення її гібридного впливу, враховуючи всі вищевказані інструменти та механізми. Ворог має низку конкурентних переваг у сфері м'якого впливу, включаючи елементи історико-цивілізаційної спадщини. Це російська мова як мова міжнародного спілкування, культурні досягнення всесвітнього значення, унікальний і універсально значимий ціннісний комплекс православної традиції. До переваг належать ефективна діяльність профільних організаційних структур державного та недержавного типів – «Росспівробітництво», фонд «Русский мир» тощо, які сьогодні працюють задля поширення російської мови та

російських інтернет-проектів у глобальній мережі, зарубіжне мовлення російського англомовного каналу, організація в Росії подій, що мають загальносвітову значимість – Олімпіади, Чемпіонату світу з футболу, найбільших міжнародних дипломатичних форумів тощо. Над зміцненням російської м'якої сили працюють створені експертні майданчики й аналітичні центри, такі як: Російська рада з міжнародних справ, Міжнародний дискусійний клуб «Вал дай», Фонд підтримки публічної дипломатії імені О. М. Горчакова. У РФ також була виконана успішна з розширення російської гуманітарної присутності у світі. Російське керівництво посилює російську присутність у глобальному інформаційному просторі: створений міжнародний канал RT («RussiaToday»), активізовано міжнародне мовлення оновленого агентства «Россия сегодня», запущений новий мультимедійний інформаційний центр «Супутник». Проте на ділі активність російських ЗМІ в міжнародному інформаційному полі межує із пропагандою і, по суті, є контрпродуктивною та деструктивною у вимірі гібридності. Варто наголосити, що м'який вплив РФ є значно політизованим, а відповідно набуває характеристик гібридності та проявляється через активізацію та застосування комплексу інструментів і ресурсів, які виявляють свою дієвість у сучасному світі в контексті глобалізації, проте у світлі ворожої та ізоляційної політики РФ залучення інструментів громадської дипломатії досягнуло б набагато більших результатів. Сьогодні Росія для більшості західної громадськості залишається авторитарною, загарбницькою та корумпованою країною на чолі з диктатором [134].

В. Бебик указує на те, що в контексті інформаційно-комунікаційних та гібридних воєн противники активно використовують різноманітні суспільні структури, які мають значний вплив на глобальну та національну суспільну свідомість країни або країн, що стали об'єктом атаки [198, 104]:

– Засоби масової комунікації, такі як телебачення, радіо, супутникові та кабельні мережі, а також інтернет-зв'язок через супутник, мобільний,

мережевий відео та аудіо, а також соціальні медіа мережі, веб-сайти, паперові та електронні видання, журнали та книги.

– Різноманітні суспільні організації, такі як релігійні, журналістські, правозахисні, профспілкові, культурологічні, екологічні та інші.

– Дипломатичні структури, включаючи Міністерство закордонних справ, посольства та представництва в міжнародних та міжурядових організаціях.

– Розвідувальні структури, які діють через таємних або легалізованих агентів у засобах масової інформації, міжнародних та суспільних організаціях/

Нами проаналізовано та запропоновано чат-боти, де можна дізнатися, як ступити в територіальну оборону, як вижити цивільному та що робити у кризовій ситуації:

– «Джгут 2.0. Перша допомога». Пояснює, що робити, якщо ви не знаєте чи забули алгоритми дій при інфаркті, інсульті, зупинці серця, а також дає інші поради першої медичної допомоги;

– «SaveUA». Бот допоможе вам знайти волонтерів у вашій області або навпаки – дасть можливість запропонувати власну допомогу;

– «Друг». Державна служба України з надзвичайних ситуацій 1 березня запустила інформаційний чат-бот у ватсап із важливими оновленнями, достовірною інформацією та інструкціями про процедури реагування на надзвичайні ситуації. Інститут когнітивного моделювання разом із кафедрою медичної психології, психосоматичної медицини та психотерапії та фахівцями проекту «Друг» запустили телеграм-бот першої психологічної допомоги «Друг. Перша допомога» (@friend_first_aid_bot);

– «Розкажи мені». Інститут когнітивного моделювання, Міністерство охорони здоров'я та Офіс президента України запустили цю цілодобову платформу психологічної допомоги.

– «Нам по дорозі». Цей бот допоможе українцям з автівками та людям, яким немає чим їхати, знайти одне одного.

– «Прихисти українців». Представлений бот допомагає людям, які потребують притулку, знайти тих, хто може його надати,

Міністерство цифрової трансформації та Corezoid запустили в телеграмі та вайбері для ВПО, військових і територіальної оборони чат-бот «Турботник», який цілодобово допомагає українським переселенцям отримати тимчасову домівку та необхідні речі у ЦНАПах, що працюють як пункти турботи.

Для збору об'єктивної інформації та доказів воєнних злочинів створено чимало чат-ботів, зокрема такі:

– «Народний месник». Кіберполіція запустила чат-бот у телеграмі «Народний месник» (@ukraine_avanger_bot). Сюди українці зможуть надсилати інформацію про ворожі мітки на дорогах країни та пересування загарбницьких сил РФ.

– «TRIBUNAL.UA». Цей чат-бот СБУ збирає фото- й відеодокази для юридичних позовів. Наразі кожен українець – свідок війни. Усі випадки скоєння злочину мають бути зафіксовані та використані в юридичній площині на міжнародній арені задля того, аби побачити Володимира Путіна в Гаазі. Фіксуються докази вбивства та насильства цивільних чи військових осіб (вбивства, катування (побиття, згвалтування, каліцтво), утримання у заручниках чи у полоні; докази використання зброї та військової техніки РФ (обстріли зі стрілецької зброї, артилерії чи повітря, використання вогнепальної зброї, пересування та застосування військової техніки); докази грабежу, заволодіння та руйнування майна цивільних та держави (привласнення та руйнування майна, транспорту, пального, руйнування культурних пам'яток); персональні дані ворога (персональні дані, документи, паспорти, позивні та псевдоніми, розпізнавальні знаки). Усі надіслані матеріали буде зібрано та використано в справі проти Росії.

– «eВорог». Це чат-бот ЗСУ, за допомогою якого українці можуть повідомити про пересування окупанта чи його ворожої техніки і таким способом допомогти нашій армії. Основна перевага цього бота – авторизація

через «Дію». Завдяки цьому диверсанти не можуть спамити фейковими фото чи відео, а військові отримують правдиву інформацію [102]. Пізніше у боті «ЄВорог» запустили нову функцію, за допомогою якої можна повідомити про вбивць у Бучі, Ірпені та Гостомелі.

– «STOP Russian War. У цей чат-бот СБУ необхідно повідомляти про пересування ворожої техніки, російських диверсійно-розвідувальних груп, військ та техніки РФ. Він також має функції, за допомогою яких можна повідомляти про виявлені вибухові пристрої та техніку, яку покинули російські окупанти. 10 березня 2022 р. СБУ розширила канали отримання інформації від громадян про воєнні злочини російських окупантів на території України. Відтепер до чат-бота у Telegram додали «гарячі» телефонні лінії, електронну пошту та інші месенджери. СБУ також запустила сервіс «Vachu.info», за допомогою якого можна повідомляти про пересування російських військ та техніки навіть за відсутності інтернету.

– StopRussia. За допомогою боту можна заблокувати канали у Telegram і YouTube, Facebook-групи, Instagram-профілі, які поширюють дезінформацію, а також «зливають» місця дислокацій ЗСУ.

– «FindOkupant». СБУ, фонд «Повернись живим» і волонтери запустили ще один сервіс для збору даних про переміщення російських військових. Громадянська мережа «Опора» запустила збір доказів воєнних злочинів Росії для надання їх міжнародному прокурору в Гаазі.

– «SmartNews». ІТ-компанія KitSoft запустила цей телеграм-бот, у якому з офіційних джерел зібрано новини. Їх можна відфільтрувати за ключовими словами. Державна екологічна інспекція створила бот та сайт оперативного Штабу – Shtab.gov.ua, через який можна повідомляти про екологічні злочини Росії. В Україні запустили застосунок про першу домедичну допомогу TacticMedAid.

– «Dovidka Info». Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки при Міністерстві культури та інформаційної політики запусив бот у

Telegram і Viber. Бот «Dovidka Info» дає поради, як підготуватися та як діяти в надзвичайних ситуаціях.

Така кількість чат-ботів органів влади та структур, що діють на захисті інформаційного фронту, свідчить про неабияку підтримку зі сторони населення та злагодженні дії інституцій, що оберігають інфопросторі. Такими діями максимально досягаються цілі інформаційної гігієни під час війни. Вона передбачає уміння критично мислити, аналізувати тексти та вміти їх створювати, варто розуміти природу інформації та техніки її впливу на нас та оточення.

«Stopfake Україна» – сайт для перевірки фактів Stopfake.org був запущений 2 березня 2014 р. Ініціаторами його створення стали викладачі, випускники та студенти Могилянської школи журналістики та програми для журналістів і редакторів Digital Future of Journalism. До проєкту приєдналися журналісти, редактори, програмісти, перекладачі, тобто ті, кому була небайдужа доля України і її народу під час окупації Криму і війни на Донбасі. На початку основною метою спільноти була перевірка й спростування перекрученої інформації і пропаганди про те, що відбувається в Україні, яка поширюється в ЗМІ. Надалі проєкт перетворився в інформаційний хаб, де аналізується таке явище як кремлівська пропаганда у всіх аспектах і проявах. Крім впливу пропаганди на Україну, також відбувається дослідження її впливу і на інші країни і регіони – Європейський Союз і країни колишнього Радянського Союзу. Команда «Stopfake» постійно зростає, до них приєднуються медіапрофесіонали, які перевіряють, редагують, перекладають і поширюють інформацію 11 мовами: російською, англійською, іспанською, румунською, болгарською, французькою, італійською, голландською, чеською, німецькою та польською мовами [248].

Контент «Stopfake» можна читати на сайті, дивитися в інтернеті і на місцевих телеканалах в Україні, слухати подкасти та радіопрограми, читати в газеті «Твоє право знати», а також спілкуватися в соціальних мережах. Проєкт

ніяк не пов'язаний і не підтримується фінансово урядовими організаціями України. Це журналістська організація, головна мета якої – верифікація інформації, посилення медіаграмотності аудиторії і боротьба за чітке розмежування між журналістикою фактів і пропагандою. Цього досягають не тільки через спростування окремих фейків, але також через створення архіву пропаганди, аналізу цієї інформації, проведення тренінгів з верифікації інформації для різних зацікавлених груп, участь у конференціях і семінарах. Спочатку проєкт існував як волонтерський, потім продовжив діяльність завдяки краудфандингу – надходженням пожертв від читачів. Крім того, фінансову підтримку проєкту в 2015–2017 рр. надавали Міжнародний фонд «Відродження», «Національний фонд на підтримку демократії», Міністерство закордонних справ Чехії і Посольство Великобританії в Україні, «The Sigrid Rausing Trust»[271].

У 2023 році інформаційна гігієна отримує нові виклики [157]. У геополітичному контексті нові процеси та конфлікти, пов'язані з розширенням інтернет-простору та використанням інформаційних технологій, займають якісно нову роль. У сучасних умовах інформаційна революція породила цілий ряд нових категорій геополітичного аналізу, серед яких центральними є «інформаційна війна», «гібридна війна», «сміслова війна» та «інформаційна зброя». Одним із головних завдань сучасної інформаційної війни є створення сприятливого середовища для проведення геополітичних та гео економічних операцій. Інформаційна війна може розглядатися як протистояння, у якому використовуються інформаційні технології, системи та ЗМІ для здійснення інформаційного впливу на системи управління супротивника, його політичне, військове керівництво та суспільство в цілому, а також для впливу на інформаційну інфраструктуру за умови одночасного захисту власного інформаційного простору [158]. Основні методи інформаційної війни включають блокування або спотворення інформаційних потоків та процесів прийняття рішень супротивника. Це може охоплювати збір тактичної

інформації, гарантування безпеки власних інформаційних ресурсів, поширення пропаганди або дезінформації для деморалізації військ та населення супротивника, а також піддрив якості інформації супротивника. Часто в інформаційних війнах використовуються різноманітні методи та форми, такі як спеціальна пропаганда, психологічний тиск, дезінформація, диверсифікація суспільної свідомості та поширення чуток. Інформаційна війна ведеться в комплексі з кібер- та психологічною війнами, а також використовує радіоелектронну боротьбу та мережеві технології. Така війна в умовах інформаційної революції іноді називається техноцентричною або мережецентричною [258].

Під час воєнних подій активно використовуються операції інформаційної психології (ІПСО) або Psychological Operations (PSYOP) англ. Термін цей в останні часи активізувався. Суть ІПСО полягає в систематичних заходах для впливу переважно на іноземні аудиторії з метою зміни їхніх почуттів, мотивів та поведінки відповідних урядів, організацій, груп чи індивідів. Основні суб'єкти ІПСО включають керівництво іноземних держав, спецслужби іноземних країн та їхні агентурні структури, засоби масової інформації (іноземні та вітчизняні), неурядові організації (іноземні та вітчизняні), а також інтернет-ресурси.

До методів інформаційно-психологічних операцій відносяться дезінформація, пропаганда, перебільшення певної інформації або її пригнічення, диверсії в тилу та кібератаки. У сутності ІПСО – це такі дії супротивника, за якими вас, наприклад, спонукають робити щось на користь противника, при цьому ви вважаєте, що дієте за своїм бажанням. Це перший типовий приклад ІПСО, але далеко не завжди тут працюють стандартні схеми та інструменти. Зараз ще зарано обговорювати дії українських спецслужб, проте ми повинні розуміти, що вони відбуваються, і враховуючи загальний хід бойових дій, ми працюємо не гірше за ворога.

Інформаційна війна завжди означає маніпулювання інформацією, якою об'єкт довіряє, без його відома, з метою, щоб об'єкт ухвалював рішення, що протистоїть його власним інтересам, але сприяє інтересам того, хто веде інформаційну війну. У грамотній кампанії ми не дізнаємось, коли інформаційна війна почалася, наскільки вона сильна або руйнівна і коли закінчується. Ми побачимо тільки її наслідки, якщо її буде поєднано з війною звичайною. Структуровано це – маніпулювання масами, мета якого найчастіше полягає у такому:

- внесенні у суспільну та індивідуальну свідомість ворожих, шкідливих ідей та поглядів;
- дезорієнтації та дезінформації мас;
- послабленні певних переконань, звичаїв задля виставлення як єдиноправильних власних;
- залякуванні свого народу образом ворога;
- допоміжна або супровідна у звичайній війні;
- залякуванні супротивника своєю могутністю.

Інформаційна війна, яка передувала повномасштабному вторгненню в Україну, а також подіям 2014 року, має своє коріння ще з часів подій 2004 року. Навіть перед тим, як влада Януковича була повалена у 2014 році, почали циркулювати міфи про «бандерівців», які, за легендою, збиралися знищувати російськомовне населення. Росія активно розпочала інформаційну війну проти України вже після подій 2004 року, і вже в 2007 році Путін фактично оголосив війну тодішньому світовому порядку на Мюнхенській конференції, вчинивши це під час захоплення спочатку Грузії, а потім і України, і, ймовірно, не обмежившись лише цими державами.

Розглядаючи атаку на Україну в лютому 2022 року, відзначаємо її схожість з операцією коаліції, очолюваною США під назвою «Шок і трепет». Ця військова доктрина, розроблена ще в 1996 році, передбачала стрімку атаку з одночасним використанням усіх доступних засобів для досягнення переваги.

Суть полягає в тому, що ціллю є не лише поразка військ противника, а й зміна психології всього суспільства. Інформаційна війна спрямована на кілька аудиторій: власну, противника та міжнародну спільноту. Спочатку всі три аудиторії підготовлюються до воєнних дій, вважаючи їх неминучими та обґрунтованими. США використовували звіти про наявність зброї масового знищення в Іраку, а Росія маніпулювала інформацією про «нацистів» в Україні, які, як стверджувалося, знищували «мирний Донбас». Це лише один із численних прикладів дезінформації, яку ворог розпочав проти України в цей період [152].

Після формування нарративу про неминучість воєнних дій для всіх аудиторій, відбувається сама атака – швидка та стрімка, з використанням усіх наявних видів озброєння та засобів впливу (крім неконвенційних). У військових діях важливо реалістично оцінювати стійкість супротивника, його психологічні особливості та прогнозувати його реакції, як індивідуальні, так і колективні. За розрахунками Кремля, керівництво України мало б втекти, армія мала почати здаватися, а населення – прийняти позицію, яка принаймні не була б ворожою. Однак в перші тижні повномасштабного вторгнення українці на окупованих територіях проводили масові протести, виступали проти військової техніки та активно виражали свою незгоду [153].

Ми всі пам'ятаємо часи інформаційної протидії, коли наш народ демонстрував свою стійкість перед ворогом, часто використовуючи гумор та абсурд. Наприклад, це стосувалося історій про банку з огірками, яка «збила» російський дрон, а також чуток про циганів і фермерів, які, за легендою, «віджимали» російську техніку. Деякі з цих історій мали під собою правдиву основу, а деякі були просто міфами. Незважаючи на те, що на території Києва не було жодного російського танка чи іншої бронетехніки, відомо, що «троєщинські пацани» насправді «віджали» техніку.

Ця контрпропаганда робила ворога комічним, недолугим та слабким (наприклад, банка з огірками, що «збила» дрон), тому його не вважали

настільки страшним, щоб йому потрібно було давати відсіч. Українці успішно втілили цю стратегію.

Інформаційно-психологічні операції під час війни або для підготовки відбуваються на різних «аудиторіях»:

- на власній армії з метою забезпечення її психологічної готовності та емоційної стійкості;
- на військах противника для формування їхньої неготовності до виконання бойових завдань;
- на мирному населенні власної країни та країни противника з метою забезпечення підтримки або нейтралітету;
- на керівництві та населенні інших країн для забезпечення підтримки або нейтралітету.

Під час активних бойових дій кожен із нас стає важливим джерелом інформації, яке слід уважно контролювати, оскільки за нами стежать як власні, так і ворожі сили. Тому важливо дотримуватися правил воєнної інформаційної гігієни, які включають:

- отримання інформації винятково з офіційних джерел;
- стеження за звітами ЗСУ, військово-цивільних адміністрацій та українським єдиним телебаченням;
- перевірку інформації в кількох джерелах;
- співпрацю з фактчекінговими організаціями, такими як «StopFake».

Мета противника – посіяти страх, паніку та невпевненість. Тому важливо усвідомлювати це та бути обережними під час отримання та поширення інформації. Якщо ви володієте навичками фільтрації інформації та дотримуетесь вищезазначених принципів, поширюйте ці знання у вашому оточенні, щоб захистити його від інформаційних атак ворога [113].

Свобода слова – невіддільне право кожної людини, одне з найважливіших громадянських свобод. Проте право на висловлення своїх думок, яке дають

світові ЗМІ експертам з полярним кутом зору, часто стає правом на пропаганду та підтримку зла.

Медіаресурс «Фільтр» проаналізував сучасний інструмент російських маніпуляцій в ефірах – так звані закордонні експерти [107]. Серед американської політичної еліти можна виділити кілька експертів, які займають високі посади, публікуються в національних провідних ЗМІ та цитуються іноземними медіа. Це включає економіста та викладача Колумбійського університету Д. Сакса, колишнього кореспондента журналу «The National Interest» з питань національної безпеки М. Епіскопоса та колишнього президента Центру національних інтересів Д. Саймса. На перший погляд, вони мають відповідну кваліфікацію, проте важливо розуміти, чиї інтереси насправді вони представляють та які аспекти їхньої біографії залишаються прихованими¹.

¹ *Джеффри Сакс — американський економіст, випускник Гарварду, викладач Колумбійського університету. Співпрацював з ООН, розробляючи план боротьби з бідністю у світі. Отримав орден Почесного легіону за указом президента Республіки Франція та орден Хреста від президента Естонії. У 1990-х роках консультував уряди Польщі та Росії після розпаду СРСР в період їхньої адаптації до ринкової економіки. Тоді американських консультантів путін звинувачував у роботі на ЦРУ, але не Джеффри Сакса. Бо Сакс навпаки жалкував, що західні країни виділили мало коштів для допомоги Росії. Тобто тісні зв'язки з РФ у економіста вже десятиліттями. До початку повномасштабної війни його статті публікували провідні українські видання, але вже тоді позиція Сакса була досить сумнівною. У статті 2021 року він пише, що Україна «має право на суверенітет і захист від російського вторгнення», але вона «не має права одночасно підривати безпеку Росії». Джеффри Сакса цитують The Guardian, The New Yorker, Euronews, ООН, Global Times, Die Zeit та інші авторитетні іноземні ЗМІ. Його біографія розміщена у Стенфордській бібліотеці. Під час повномасштабного вторгнення Росії Сакс неодноразово брав участь у телешоу Соловйова, казав, що саме експансія НАТО на Схід спровокувала Росію розпочати війну проти України ще у 2014 році, називав умови Володимира Зеленського для миру «абсолютною нісенітницею», а також повідомив, що «величезна кількість» американців «бажає вийти з конфлікту в Україні». В інтерв'ю російському ЗМІ RTVI він заявив, що вважає Росію великою державою, а в статті 2023 року пише, що «Україна глибоко розділена етнічно та політично між націоналістами, які ненавидять Росію, на заході України та етнічними росіянами на сході України та в Криму». І таких проросійських наративів у нього дуже багато.*

Марк Епіскопос — колишній автор американського журналу The National Interest з питань національної безпеки, молодший науковий співробітник Центру національних інтересів та аспірант Американського університету. Його статті публікували такі американські видання як RealClearPolitics та американський аналітичний центр Responsible Statecraft. До 24 лютого 2022 року його також активно цитували й українські ЗМІ, публікували переклад статей (в яких він, зокрема, давав сумні погрози про те, що в разі повномасштабної війни Україна програє). Після початку повномасштабного вторгнення його риторика децю змінилась — він тепер, наприклад, пише, що небезпечно визнавати Росію «терористичною державою», адже це зменшить перспективи швидкого припинення «конфлікту» (не війни) та створить низку нових обтяжливих викликів для політиків США. Утім, він називає війну «війною», пише про те, що Росія обстрілює цивільну інфраструктуру, а окупаційну владу називає «окупаційною владою». Водночас Марк часто бере участь в етерах Соловйова, де просуває антиамериканські меседжі про те, що відкриті дебати в США придушено, американська економіка зруйнована, а також заявляв, начебто більшість американців не бажають «надсилати ще один мільярд у Київ».

Дмитрій Саймс — генеральний директор американського журналу The National Interest (той, в якому працював і Марк Епіскопос). Президент США Річард Ніксон призначив його директором Центру національних інтересів у 1994 році. Його статті публікували Foreign Affairs, Foreign Policy, він брав участь у дискусії про відносини України з Росією в Atlantic Council. Але Дмитрій не американець, а Росіянин, який народився в Москві у

Подібні експерти, безпосередньо чи опосередковано, впливають на підтримку України серед академічної спільноти, політиків та великих корпорацій. Їхнє навчання та викладання в провідних вишах світу, а також регулярні колонки для світових видань, сприяють формуванню їхнього іміджу як поважних західних експертів. Їхні думки «валідуються» попереднім досвідом та академічними званнями, що дозволяє їм впливати на громадську думку.

Такі експерти добре розуміють нюанси комунікації у своїх середовищах, тож їхні заяви часто не є прямою пропагандою. Вони представляються як думки поважних спікерів та авторитетів, але при цьому можуть навіть невідомим чином наголошувати на певних позиціях, які підтримують інтереси Росії та заперечують право України на незалежність і самовизначення.

Ще одним інструментом впливу є тролі (Додаток Б). У сучасній російсько-українській війні для створення фейкової реальності Росія активно залучає інтернет-тролів. Це не прості користувачі соціальних мереж, а професійні робітники, організовані в спеціальні підпільні офіси, які називаються «тролі». Троль – це акаунт, який може бути справжнім або фейковим, керований людиною, а не програмою. Головне завдання троля – написання провокативних коментарів або дописів, що допомагають спотворювати дискусії та поширювати неправдиву інформацію, виконуючи інформаційні атаки на інших користувачів [84].

Сьогодні, коли говорять про тролів, мають на увазі колективний образ, який складається з різних характеристик. Вони функціонують у великих групах, відомих як «фабрики тролів». Хоча сама практика нав'язування інформації та пропаганди через тролів існує давно, термін «фабрика тролів» з'явився приблизно на початку 2010-х років. Це поняття стало неофіційною назвою

1947 році, навчався там, а емігрував у 1973 році. Нині він активно просуває російську пропаганду в Америці. З 2018 року разом з онуком Молотова – В'ячеславом Ніконовим веде пропагандистське ток-шоу «Большая игра» на російському «Первом каналі». Дмитрій часто бере участь в шоу російських пропагандистів, відкрито підтримує путіна. Після одного з візитів Володимира Зеленського до США Саймс сказав російським глядачам, що «це був огидний виступ», що в команді Президента України — «представники нацистської ідеології», що українські війська стріляють по цивільних та ще багато іншої пропагандистської брехні.

однієї з викритих штаб-квартир тролів у Санкт-Петербурзі. Зараз термін «фабрика тролів» вважається загальним визначенням структур, які працюють із метою розповсюдження пропаганди в соціальних мережах.

Використання терміну «фабрика тролів» набуло піку своєї популярності після розслідувань інформаційних кампаній, пов'язаних із використанням російської дезінформації. У 2013 році було викрито одну з найбільш популярних фабрик тролів. Вона зосереджувалася в невеликому районі Ольгіно (Санкт-Петербург) під офіційною назвою ТОВ «Агенство інтернет-досліджень». Засновником фабрики є всім відомий Є. Пригожин. Згодом «Ольгінськими тролями» стали називати працівників усіх фабрик, причетних до просування вигідної Кремлю пропаганди. Пізніше ми розкриємо цікаві деталі роботи тролів у «Агенстві інтернет-досліджень». Ви дізнаєтеся про рівень заробітної плати «троля», умови праці та вимоги до працівників [87].

Російських тролів часто звинувачують у причетності до інформаційних атак в Америці у 2016 році. Це відбувалося під час передвиборчої кампанії, коли Д. Трамп боровся за президентське крісло. Тоді тролі під керівництвом інформаційних агенцій RT та Sputnik поширювали вигідну для них пропаганду. Втручання фабрик у політичне життя різних країн стає все більш поширеною практикою. Детальніше про це ми розглянемо в наступному випуску спецпроекту.

Масштаб поширення пропаганди фабриками тролів часто вражає. З початку існування таких офісів журналісти різних країн докладали багато зусиль, аби потрапити до залаштунків роботи фабрик. Низка таких матеріалів була опублікована протягом 2010–2020-х років. У 2015 році вийшла актуальна стаття американського журналіста Адріана Чена для «The New York Times Magazine», у якій він розкрив секрети функціонування фабрики тролів в Ольгіно². Матеріал Адріана Чена допоміг усвідомити масштаби роботи

² Журналіст відправився в Санкт-Петербург та запитав колишню співробітницю фабрики про особливості роботи організації. На фабриці тролей люди працювали 12 годин: з 9 ранку до 9 вечора. Тролі мали 2 вихідних на тиждень. Робітників було близько 400 людей. Бюджет організації становив мінімум 400 тисяч доларів у місяць. Офіс складався з багатьох відділів, кожен з яких відповідав за контент для конкретної

«фабрик тролів». Звичайно кожен офіс різниться специфікою діяльності, але всіх тролів поєднує спільна мета – поширення неправдивої інформації та розпал вигідних дискусій. Про діяльність тролів писав і британський журналіст Пітер Померанцев. Він особисто зустрівся з колишньою працівницею фабрики. Автор поділився деталями їхньої розмови в книзі «Це не пропаганда. Подорож на війну проти реальності».

Сьогодні терміни «кремлеботи», «російські тролі», «ольгінські тролі» та інші схожі назви стали відомими як позначення фейкових акаунтів у соціальних мережах, які пропагують російську інформаційну політику в інтернеті. На перший погляд вони можуть здаватися звичайними користувачами, але насправді є частиною гібридної війни, що впливає на суспільну думку, втручається у вибори, підтримує сепаратистські рухи та поширює ідеї, що підтримують російські інтереси. Головне завдання таких «фабрик тролів» - активне участь у відомих форумах, особливо тих, які є ідеологічними опонентами. Тема України часто переважає, тому особлива увага «тролів» прикута до подій, пов'язаних з Україною. Основною метою діяльності таких «Агентств інтернет-досліджень» вважається поширення дезінформації про світові події, зокрема в Україні та США, а також дискредитація України та українців у цілому [85].

Російська інформаційна війна проти України триває з 2014 року і вона використовує широкий спектр засобів впливу в соціальних мережах, схожих на ті, якими послуговувалися під час виборів у США, Каталонського референдуму та Brexit. Це включає поширення фейкових акаунтів для підтримки певних кандидатів, фінансування політичної реклами в соціальних мережах,

соціальної мережі. За оцінкою колишньої робітниці тролі займали близько 40 кабінетів. Кількість людей в кімнаті варіювалася в залежності від специфіки роботи відділу. Близько 10 працівників знаходилися в кабінетах, де займалися написанням проросійських коментарів у мережі. Деяко менше людей було в «елітних» відділах. Такими називалися кабінети, де робітники видавали себе за реальних персонажів. Амплуа однієї людини могло бути різним водночас. Наприклад, троль міг писати власний блог від імені ворожки та пророкувати путіну перемогу. Щоденна норма виконаної роботи теж залежала від типу відділу. Елітні тролі повинні були писати 5 політичних дописів, 10 аполітичних і залишати 150-200 коментарів під публікаціями користувачів мережі та під дописами своїх колег. План роботи на фабриці був ідентичним кожного дня. Спочатку тролі підключалися до, так званого, проксі-сервера, який приховував IP-адрес користувача. Потім робітники отримували список пропагандистських тем, які треба було поширювати в мережі. Зарплата була доволі високою. У 2010-х працівники фабрики тролів отримували близько 40 тисяч рублів на руки.

поширення неправдивої або компрометуючої інформації про інших кандидатів, фейкових новин, а також створення контенту з метою спровокувати невдоволення населення та підбурити його до акцій протесту [255].

Згідно зі звітом компанії «Mythos Labs» [8] кількість акаунтів кремлівських тролів у Twitter зросла більш ніж у 12 разів з кінця 2021 року [266]. За дослідженням американської організації «ProPublica», «рік тому акаунти тролів мали найбільший успіх на платформі TikTok. Сторінка проплаченого коментатора в Instagram може мати понад 50 тисяч підписників, а у Twitter — навіть, синю галочку».

Румунський центр російських студій указує, що в серпні 2021 року Telegram був другим за популярністю додатком для обміну повідомленнями в Росії (WhatsApp був на першому місці, а Viber – на третьому). Після 24 лютого 2022 року йому вдалося обійти WhatsApp через обмеження та санкції. Восени 2022 року невідомі хакери отримали доступ до понад 1 млн документів, що належали структурам керівника ЧВК «Вагнер» Є. Пригожина. Цей витік даних отримав назву #Wagnerleaks. Після аналізу архівів у березні 2023 року Російський Центр «Досьє» опублікував розслідування про діяльність кремлівських тролів у соціальних мережах.

У своїй статті для видавничого дому «Високий замок» С. Фурса зібрав підбірку тез, які найбільш імовірно поширювали російські тролі в Україні на початку 2023 року:

- «Співпраця з американцями призвела в наш дім війну».
- «Корупція в Україні процвітає, а Зеленський нічого не робить, щоб розв'язати внутрішні проблеми».
- «Україна продає органи своїх солдатів на чорних ринках? Інакше чому хлопці приходять у закритих трунах?»
- «Може, якщо провести переговори, ми зможемо встановити в Україні мир?»

– «Готуємо протигази, здається, Зеленський всерйоз має намір вмовити американців ударити по росії та розпочати Третю світову війну».

Дослідження показало, що коментатори Пригожина в Telegram оплачували вигідні публікації в різних каналах, таких як «Медіатехнолог», «Как-то вот так», «Караульный» та «338». Тролі також керували каналами в Telegram, покупали місця в рейтингах та замовляли послуги накрутки підписників. Виявилося, що працівники фабрики Пригожина мають цілу мережу Telegram-каналів.

За даними медіа «Geartice», кремлівські тролі розповсюджували дезінформацію в Telegram-каналі, який налічував близько 100 000 підписників. Коли почалося повномасштабне вторгнення Росії в Україну, генеральний директор Telegram П. Дуров звернувся до користувачів платформи з проханням бути обережними щодо будь-яких даних, які поширюються в Telegram. Проте представники Telegram не надали офіційних заяв щодо розробки механізмів боротьби з проплаченими Росією коментаторами. Нині платформа залишається однією з найбільш вразливих до розповсюдження пропаганди соціальних мереж.

У 2022 р. представники компанії Instagram [61] заявили, що знешкодили російську «фабрику тролів», яка випускала фальшиві дописи про війну в Україні. Проплачені коментатори мали 1037 облікових записів Instagram. Пропаганда тролів фокусується не лише на українцях. Через декілька тижнів після початку повномасштабного вторгнення газета «Високий замок» [116] зазначила, що в Польщі стався інформаційний наступ російських тролів. Вони створили облікові записи, які викликали паніку серед поляків, наголошуючи на підвищенні цін та загрозі біологічної зброї, яку, за їхніми словами, розробляє Україна. Проплачені коментатори діяли через фейкові акаунти в Instagram, видаючи себе за регіональні польські медіа. Проте виявилося, що всі ці акаунти мали спільний шаблон і були зареєстровані на

електронні адреси з доменом «.ru». Головна мета цих дій тролів – посіяти ворожнечу між поляками та українцями, підірвати польську підтримку.

«Ельфи проти російських інтернет-тролів» – група, сформована у балтійських країнах у 2014 році, є ініціативою добровольців, які протистоять російським інтернет-тролям та виявляють їх на мережі, борючись з ворожими маніпуляціями. Це активні громадяни, що діють у сфері виявлення дезінформації в інтернеті. Термін «ельфи» походить зі скандинавської міфології, де вони стоять на противагу троям, аналогічно до того, як балтійські «ельфи» протистоять інтернет-тролям, що поширюють дезінформацію та проросійську пропаганду. Росія вважає країни Балтії зоною свого впливу, тому рух «ельфів» був створений там для опонування російським троям. У Литві ельфи використовуються для протидії фальшивим троям в мережі, що є частиною інформаційної війни. Вони усвідомлюють, що розділення суспільства та поширення екстремізму є свідомими діями, спрямованими на служіння інтересам інших держав, та виступають проти цього як вороги демократичних цінностей. Литовські ельфи – це не міфічні істоти, а справжні громадяни, які діють як патріоти, об'єднані спільною метою протидіяти дезінформації та пропаганді. Вони є воїнами у віртуальному просторі, захищаючи громадянську свідомість та цінності, що зміцнюють литовське суспільство [255, 85, 84].

Індивідуальні чи організовані «Ельфи» стежать за джерелами дезінформації в інтернет-ЗМІ, телевізійних каналах та соціальних мережах, аналізуючи їх вміст у будь-який час. Вони можуть попереджати про дезінформацію інших «Ельфів», медіаспільнот або державні органи. Технічно освічені користувачі платформи Demaskuok.Lt реагують на кожен випадок дезінформації, аналізуючи та коментуючи статті, висловлюючи свої аргументи для виявлення підроблених новин [84].

«Балтійські ельфи» щоденно працюють над викриттям російської пропаганди. Вони проводять розслідування, намагаються детально розібратися та розкрити тролів, підроблені облікові записи та цілі дезінформаційні кампанії.

Проте, вони також запускають власні кампанії, використовуючи позитивні емоції та гумор, щоб поширювати позитивні історії. Урядові організації підтримують їх активно. Добровольці співпрацюють з журналістами, ретельно перевіряючи факти.

Головною метою балтійських ельфів є боротьба з «гібридними троями» – тими, хто поширює певні повідомлення на замовлення конкретних держав та використовує інформаційну війну як інструмент. Це відрізняє їх від звичайних приватних спамерів, чия мета полягає в шокуванні або залякуванні.

Під керівництвом Річардаса Савукінаса литовські «ельфи» розкривають тролів Кремля в мережі балтійських держав. Еліти та неурядові організації Литви об'єдналися для спільного проєкту боротьби з дезінформацією Кремля. Активний рух опору в Литві, у якому бере участь понад 5000 добровольців, відомий як «литовські ельфи», активно протистоїть проросійським троям в інтернеті. Деякі з їхніх заходів включають викриття проросійських тролів, підроблених інтернет-рахунків, пропаганди та дезінформації, а також допомогу журналістам у перевірці джерел нових дезінформацій [84].

Боротьба литовських ельфів з російськими троями у соціальних мережах – це лише один аспект протистояння. Новинні сайти й телеканали також долучаються до цієї боротьби. Пропагандистські атаки менш помітні, ніж військові операції, але вони мають широкий спектр цілей. Тролі засипають інформаційний простір такою великою кількістю теорій змови, що навіть розумні люди можуть почати сумніватися [84-85].

У 2022 році компанія Meta опублікувала квартальний звіт, де наголосила на інформаційних загрозах для Facebook та Instagram. Керівник політики безпеки Натаніель Глейчер висловив надію, що, розкривши ці загрози, користувачі Meta зможуть краще захиститися від таких атак. Крім того, Instagram представив оновлення, яке полегшує блокування акаунтів тролів. Тепер можна блокувати всі облікові записи, які створить проплачений коментатор у майбутньому.

На початку 2022 року американська організація Mythos Labs опублікувала звіт про активність російських тролів у Twitter [8].

Виявилося, що кількість облікових записів проплачених коментаторів значно зросла з 58 у листопаді 2021 року до 697 на початку січня 2022 року. Кількість опублікованих повідомлень на цих профілях значно збільшилася на 3270 %. Крім цього, перед повномасштабним вторгненням проплачені коментатори змінили свою тактику, акцентуючи на англомовній аудиторії. Кількість твітів англійською мовою на облікових записах тролів зросла до 57 % у грудні з 34 % у листопаді. Також спостерігалися зміни в наративах. Тролі зменшили кількість повідомлень, спрямованих на дискредитацію України, та збільшили кількість закликів до припинення втручання в «конфлікт між Україною та Росією» з боку Заходу [8].

Результати звіту також свідчать про активність кремлівських тролів у просуванні закордонних осіб із проросійськими поглядами. Наприклад, проплачені акаунти, підтримуючи дописи конгресмена М. Гетца у Twitter, сприяли його відгукам, що закликали США не втручатися у війну Росії проти України, інформацію яку розповсюдили понад 2600 разів. Серед репостів було виявлено 12 акаунтів тролів.

Додатково настороженість викликає той факт, що проплачені коментатори купують сині галочки у Twitter, щоб виглядати більш авторитетними. Про це було заявлено на початку 2023 року в публікації «The Washington Post» [71] з посиланням на дослідження організації Reset. Декілька днів після розпочатку повномасштабного вторгнення, представники Twitter оголосили про заборону «розширення» для твітів від російських державних медіа. Це означає, що такі твіти не будуть включатися до рекомендацій, сповіщень та інших місць платформи. Проте Twitter залишив за собою право не застосовувати цю політику до облікових записів російського уряду. У результаті, близько 60 облікових записів було видалено за порушення політики стосовно маніпулювання платформою та спаму. Однак, представники Twitter не

надали докладної інформації про механізми боротьби з російською пропагандою.

Попри стрімкий розвиток нових соціальних мереж, Facebook залишається головною платформою для діяльності російських тролів. У 2022 році одна з найбільших груп у Facebook, що допомагала українським біженцям зв'язуватися з приймаючими родинами у Великобританії, стала об'єктом атаки російських тролів. Перед цим група «Room for Ukrainians in the UK» налічувала понад 12 тисяч учасників. Засновниця групи Діана Шор зазначила, що вони регулярно стикалися зі спробами російських тролів проникнути до групи та розповсюджувати образливі коментарі. Метою цих дій було негативно вплинути на британську громадську думку щодо українців. Засновниця групи висловила занепокоєння стосовно безпеки її учасників [71].

Спостереження за діяльністю проплачених коментаторів виявилось постійним викликом для Facebook. Компанія раніше отримувала критику за повільну реакцію на політичну дезінформацію. У 2019 році Facebook змінив деякі правила спільноти, щоб запобігти втручанню тролів у вибори в Україні та ЄС, заборонивши розміщувати передвиборчу рекламу тільки рекламодавцям, що знаходяться у країні виборів. У кварталному звіті 2022 року Meta обіцяє, що продовжуватиме вдосконалювати політику спільноти, аби убезпечити користувачів від пропаганди та дезінформації. Крім того, компанія надалі періодично публікує заяви про видалення сторінок російських тролів з платформи Facebook [71].

Проект ProPublica звернув увагу на активність тролів у TikTok, яка стала значною станом на початок 2022 року. З'ясувалося, що мережа кремлівських тролів у цій платформі налічувала близько 100 акаунтів. Успіх проплачених користувачів на TikTok був дивовижним: деякі облікові записи мали сотні тисяч підписників. За даними дослідників ProPublica, 12 сторінок тролів разом зібрали понад 250 мільйонів переглядів та 8 мільйонів лайків на їх публікаціях.

Ці відео сприяло розповсюдженню заяв російського уряду, дискредитуванню української влади та критиці іноземних партнерів України [71].

Наприклад, коли президент США Джо Байден помилився в наголосі, вимовивши слово «українці» під час свого виступу, кілька проплачених акаунтів розмістили відео на TikTok та висміяли його. Російські тролі часто виглядають як європейці, публікуючи контент німецькою, англійською та італійською мовами, і розповсюджують пропагандистський матеріал про війну в Україні. Це сприяє маніпулюванню громадською думкою та здобуттю підтримки з боку європейської аудиторії проплаченими коментаторами.

За даними американської компанії Bloomberg, TikTok періодично співпрацює з фахівцями з перевірки фактів. Це сприяє розробці вказівок для модераторів контенту щодо виявлення та видалення відео з дезінформацією. Крім того, компанія додала мітку до облікових записів, які належать контрольованим державою медіа. Представники TikTok зазначили, що платформа «активно працює з нашими партнерами з перевірки фактів для виявлення конкретних тенденцій дезінформації в країнах та розробки спеціальних локалізованих кампаній медіаграмотності з метою боротьби з цими тенденціями» [71].

У 2022 році в Росії стрімко виріс рівень бідності. Згідно зі службою державної статистики РФ, за межею бідності живе 15,3 млн або 10,5 % населення Росії. Лише в першому кварталі 2022 року кількість росіян, які живуть за межею бідності, становила 20,9 млн осіб. Це аж на 69 % більше, ніж наприкінці 2021 року [240]. Попри складний економічний стан країни та високий показник бідності, РФ витрачає неймовірні кошти на ведення війни проти України, а також на пропаганду. У 2020 році в бюджеті РФ на підтримку державних (пропагандистських) ЗМІ в Росії було виділено 1,3 млрд євро. Найбільше грошей, згідно із даними EUvsDisinfo, того року виділили на пропаганду російського журналіста Д. Кисельова – 339 млн євро. Ці кошти отримала Всеросійська державна телевізійна й радіомовна компанія, де

Кисельов є заступником гендиректора. На пропаганду RT (Russia Today) було закладено 325 млн євро, а на «Первый канал» – 92 млн євро. З початком повномасштабної війни Росії проти України витрати на пропаганду значно збільшилися. Відповідно до дослідження аналітиків проєкту Debunk, у 2022 році Кремль витратив на пропаганду 1,9 млрд доларів, хоча в бюджеті заклали 1,5 млрд доларів. Тобто реальні витрати перевищили заплановані аж на чверть [240]..

Аналітики з DebunkEU.org зауважують, що рівень пропаганди в Росії досяг небаченого рівня з часів сталінського Радянського Союзу. Витрати на пропаганду значно зросли в першому кварталі 2022 року, коли Росія витратила на неї втричі більше, ніж у відповідний період 2021 року. У бюджеті на 2023 рік було передбачено 1,6 мільярда доларів США на ці цілі, більшість коштів (понад 51 %) припадає на три основні агентства: Всеросійська державна телевізійна і радіомовна компанія, RT (Russia Today) і «Россия сегодня». Згідно з розслідуванням видань «Медуза» та «Важливі історії», у 2023 році Інститут розвитку Інтернету (ІРІ), пов'язаний з адміністрацією Путіна, планує витратити на створення «патріотичного» контенту 20 мільярдів рублів (близько 224 мільйонів доларів США). У 2024–2025 роках планується виділити ще 52 мільярди рублів (понад 582 мільйони доларів США). У 2021 році ІРІ отримав лише 10 мільярдів рублів (близько 112 мільйонів доларів США) з держбюджету РФ. У червні 2023 року російське видання «Агенство» повідомило, що Росія планує виділити майже 80 мільйонів рублів (понад 987 тисяч доларів) на підкуп іноземних журналістів із метою залучення їх до «об'єктивного» висвітлення гуманітарних проєктів з участю Росії, трансляції «позитивного порядку денного» для зміцнення впливу Росії та підвищення рівня інформованості іноземців про роль і участь Росії в проєктах, «спрямованих на поліпшення якості життя населення». Крім того, Китай також сприяє поширенню прокремлівських наративів. Д. Рубін, координатор Центру глобальної взаємодії Державного департаменту США, вказав, що Пекін спрямовує «мільярди

доларів по всьому світу на поширення отруйної дезінформації, включаючи повідомлення, які повністю збігаються з публічною позицією Росії щодо України» [240].

Стратегічні комунікації передбачають постійний та динамічний обмін інформацією з цільовою аудиторією. Ключовим аспектом їхньої ефективності є розповсюдження інформації у формі чіткого та однозначного повідомлення, що усуває можливість двозначності та маніпуляцій. Контексти повідомлень мають бути зрозумілими, особливо у сфері безпеки та оборони. Співпраця та взаємодія між різними учасниками процесу є ключовою для досягнення стратегічного успіху та визначення правильного напрямку. Дуже важливо дотримуватися інформаційної гігієни, оскільки ми щодня стикаємося з величезним потоком інформації з різних джерел, таких як телебачення, радіо, газети та інтернет, особливо з розвитком технологій [247]. Велика частина цієї інформації має негативний характер. СММ намагаються подавати інформацію максимально об'єктивно, але часом використовують шокуючі елементи та докладні описи. Отже, нашим завданням є вчасно розпізнавати та зупиняти неконтрольований потік інформації, а також захищати себе від щоденних ризиків. Соціальні мережі є основними майданчиками для поширення такої інформації, а фейки – це інструмент для неправдивої, недостовірної інформації, що поширюється з метою дезінформації аудиторії. Інформаційна гігієна також є важливим елементом стратегічних комунікацій у сфері віросповідання та релігії, оскільки релігійні громади можуть ворогувати протягом багатьох століть через недостовірну інформацію та недотримання правил інформаційної гігієни [4].

Досить часто, незважаючи на норму Конституції України про відокремлення держави від церкви, релігію в Україні сприймають як державну – це віровчення, офіційний статус якого підтверджено цією державою. Термін «державна церква», як правило, має на увазі християнство, тобто одну з конфесійних форм державної релігії. Ми можемо підкреслити активний вплив релігійного чинника на базові підсистеми сучасного

українського суспільства. У межах політичної підсистеми йдеться про формування тандему влада-церква (публічна взаємна підтримка стосовно соціальних, політичних та економічних питань, входження церковних ієрархів до лав провладної партії, активна агітація церкви на користь влади тощо) з метою використання релігійних переконань населення [280].

Релігія, зокрема іслам, може впливати на формування поглядів громадян, особливо у країнах, де вона має велике значення. Іслам як одна з найважливіших релігій у світі передає свій глобальний характер і часто визначає тенденції у міжнародних відносинах. Ця релігія, яка переймається не лише вірою, але й способом життя, а навіть основою цивілізації, активно розширює свої впливові сфери, виходячи за межі географічних та політичних меж. При цьому іслам залишається відданим світовому розвитку сучасності, що підтверджується значним зростанням кількості його прихильників. З погляду інформаційної гігієни це набір правил і рекомендацій, які сприяють збереженню психологічного та фізичного здоров'я при використанні різних інформаційних технологій. Ці правила допомагають людям уникати негативного впливу інформації на їхній добробут [280].

Засновниця ініціативи «Як не стати овочем» О. Мороз визначає кілька важливих напрямків в інформаційній гігієні в релігійному векторі. Один із них – це з літніми людьми, які мають велику проблему з інформаційною гігієною, бо їх цього ніхто не вчив. У час турбулентності моральний дух і згуртованість працівників багато в чому залежать від того, у якому інформаційному полі вони перебувають. Коли людина читає сміттярки зі «зрадою» і маніпуляціями, у такому ж хаосі вона й житиме. Пояснити їй щось буде складно. Тому однією з таких організацій може стати саме церква. «Коли почався карантин, до мене звернулась Українська греко-католицька церква, аби я провела лекцію для їхніх вірян. Я здивувалась і детальніше з'ясувала, чим займається їхня церква. Вони мають системний підхід до освіти й розвитку вірян. Такі аполітичні партнери нам потрібні» [127].

У церковних колах питання інформаційної гігієни може розглядатися як один із складників збереження духовного здоров'я. Церква може надавати рекомендації щодо того, як використовувати інтернет, як спілкуватися в соціальних мережах та інших електронних сервісах без того, щоб впасти в залежність від цих технологій або стати об'єктом шкідливих впливів. Однак із погляду релігійної спільноти церква може мати власні підходи до інформаційної гігієни, які базуються на їх віровчених переконаннях та традиціях [192]. Наприклад, у деяких церковних громадах можуть приймати рішення про постійну відмову від використання технологій, які є стандартними для сучасного світу, таких як телебачення, інтернет та соціальні мережі. Інші церковні спільноти можуть вважати, що інформаційна гігієна полягає в тому, щоб контролювати те, що людина переглядає, читає та слухає, з метою уникнення можливого негативного впливу. Деякі церковні спільноти навіть можуть підкреслювати важливість чистоти мислення та духу, що може включати уникнення «негативної» або «забрудненої» інформації.

Крім того, духовні лідери можуть надавати підтримку людям, які стали жертвами негативного впливу інформації. Наприклад, вони можуть проводити консультації або допомагати тим, хто став залежним від інтернету, соціальних мереж або інших електронних сервісів.

Звичайно, підходи до інформаційної гігієни можуть відрізнятися залежно від конкретної церковної спільноти та її релігійних переконань. Однак, загалом, інформаційна гігієна може бути корисною для всіх, незалежно від їхньої віри, і церква може відігравати важливу роль у підтримці інформаційної гігієни та збереженні духовного здоров'я своїх прихожан.

У таких обставинах українцям важливо докласти максимум зусиль для протидії російській пропаганді. Ми повинні зробити все можливе, щоб іноземці дізнавалися правду про війну в Україні, а не вірили у кремлівські маніпуляції.

3.3. Рекомендації та правила інформації гігієни та медіаграмотності

Активна участь користувача в процесі споживання інформації є основою для збереження інформаційного здоров'я. Це означає не лише прийняття інформації, а й активний вибір та участь у цьому процесі. Вміння ставити запитання, перевіряти факти та аналізувати контекст допомагають зберегти ясність розуму та правильно сприймати інформацію. Інформаційна гігієна також передбачає здатність до збереження власної цифрової безпеки. Захист від маніпуляцій, зловживань та інших цифрових загроз є необхідною частиною підтримки нашого інформаційного здоров'я [182]. У світі, де інформація переповнює нас, і новини розгортаються миттєво, ключовим стає розвиток навичок навігації через цей масив інформації, щоб уникнути втоми й перенасичення. Аби навчитися цьому, можна використовувати кілька стратегій:

1. *З'ясуйте свої інтереси.* Почніть з визначення своїх основних інтересів та питань. Зосереджуйтеся на суттєвих темах, які вас цікавлять, щоб уникнути надмірного шуму інформації.

2. *Установіть фільтри та обмежте час.* Оберіть авторитетні джерела і встановіть обмеження часу для перегляду новин, щоб уникнути втоми та зберегти продуктивність.

3. *Розвивайте критичне мислення.* Навчіться ставити запитання до джерел новин, перевіряти факти й розрізняти між ними та думками. Це допоможе стати об'єктивним споживачем інформації.

4. *Користуйтеся кількома джерелами інформації.* Уникайте однобокості, шляхом отримання інформації з різних джерел, що дозволяє отримувати більш об'єктивну картину подій.

5. *Забезпечте собі відпочинок.* Періодичні перерви від потоку новин допоможуть уникнути втоми та стресу, зберегти ментальну свіжість.

6. *Розвивайте медіаграмотність.* Вивчайте, як працюють різні медійні платформи. Навчіться визначати достовірність інформації, щоб уникнути впливу фейків та маніпуляцій.

7. *Дотримуйтеся балансу.* Збалансуйте час, відведений на інформацію, з часом для розваг, щоб зберегти свою психічну гігієну.

Працювати над навичками медіаграмотності необхідно із самого дитинства. Варто знати і про те, що маніпулятори застосовують технологію OSINT (Open Source Intelligence) – це пошук інформації з відкритих джерел. Методи OSINT часто використовують журналісти у своїх розслідуваннях. У відкритих джерелах можна знайти багато інформації, зокрема дані про діяльність, проекти, відомості про осіб, а також про шахрайські схеми чи випадки відмивання грошей. Інформація про власність, участь у судових процесах і публічні скандали також можуть бути доступні. Соцмережі надають інформацію про спосіб життя. Таку інформацію можуть замовляти підприємства, щоб перевірити репутацію та професійний фон потенційних співробітників або партнерів. У статті «Staying safe online – a cyber hygiene primer» [153] надано основні правила інформаційної безпеки, які важливо знати й розповісти дітям і підліткам, щоб уникнути такого збору інформації з подальшим контролем особи:

1. Не діліться своїм телефоном з незнайомими людьми, які заявляють, що терміново потрібно зателефонувати.

2. Використовуйте складні та надійні паролі, а також біометричну або двофакторну аутентифікацію, особливо для фінансових операцій.

3. Обмежуйте розголошення особистої інформації в інтернеті і оберігайтеся від небезпечних знайомств.

4. Будьте обережні з прийняттям запрошень на дружбу в соціальних мережах від незнайомих осіб.

5. Постійно оновлюйте програми та операційні системи на своїх пристроях, щоб уникнути вразливостей.

6. Уважно перевіряйте електронні листи та уникайте відкривання листів із невідомих джерел.

7. Оберегайтеся від використання ненадійних мереж Wi-Fi, особливо при використанні банківських послуг.

8. Контролюйте покупки вашої дитини в інтернеті та використовуйте вбудовані інструменти для цього.

Важливо навчити дітей цих правил, щоб вони могли захищати себе в онлайн-середовищі. Завжди проявляйте цікавість, щоб з'ясувати, звідки автор допису отримав інформацію, яку він пропонує. Чи спостерігав він події особисто, чи використовував документи, чи цитував інших людей? Тому під час читання, прослуховування або перегляду будь-якого матеріалу постійно ставте собі запитання: «Хто це сказав?» або «Звідки це відомо?». Якщо ви не отримуєте відповідей, не довіряйте цьому матеріалу. Але якщо відповіді є, і ви знаєте, звідки було взято інформацію, перевірте її джерело. Таким способом ви переконаєтесь, що інформація подана коректно.

Перевіряйте експертність, адже якщо серед експертів вказані представники соціологічних компаній, організацій чи інституцій, яких не існує насправді, якщо посади не вказані або використані загальні формулювання типу «експерти / вчені вважають», ймовірно, ви маєте справу з фейком. Не робіть висновків на основі заголовків новин або будь-яких інших матеріалів, оскільки в заголовку може бути інформація, яка суперечить суті матеріалу або спотворює її. Якщо в заголовку наведено цитату, обов'язково переконайтеся, у якому контексті це сказано: що сказала людина, яку цитують, до і після цих слів, що опинилися в заголовку [159].

З особливою увагою ставтеся до інформації, яка викликає сильні емоції. Якщо після прочитання новини ви відчуваєте обурення, паніку, злість, розчулення і т. д., пригальмуйте і перевірте її достовірність в інших джерелах. Не розповсюджуйте інформацію, яка на вас сильно впливає емоційно, доки не переконаєтесь в її правдивості.

Звертайте увагу на дату публікації або події, описані в матеріалі. Часом у соцмережах поширюються матеріали про давні і вже неактуальні події. Якщо в матеріалі не вказано дату публікації, ставтеся до нього особливо обережно.

Ці прості дії допоможуть зберегти вашу репутацію в соцмережах, уникнути використання як інструменту маніпуляцій та знайти надійний опорний пункт у світі фейків та «альтернативної правди».

Крім державних органів, підтримку в розвитку інформаційної гігієни надають різні приватні та громадські ініціативи. Один із таких проєктів – «Фільтр», який є національним проєктом з медіаграмотності, започаткований Міністерством культури та інформаційної політики України у 2021 році. Його мета – об'єднати зусилля держави, громадського сектору, міжнародних організацій та медійної громадськості для покращення рівня медіаграмотності українського населення. Стратегічні напрямки проєкту включають: сприяння ефективній співпраці та створенню умов для виникнення нових проєктів із медіаграмотності в Україні, а також інтеграція теми критичного мислення в повсякденне життя та культуру українців; інформування про проєкти з медіаграмотності в Україні та ознайомлення цільової аудиторії з корисними матеріалами для повсякденного життя та стратегічних завдань бізнесу й держави; сприяння появі досліджень у сфері медіаграмотності та активізація наукової роботи навколо цієї теми шляхом залучення різних стейкхолдерів; у формуванні державної політики та реалізації державних ініціатив щодо розвитку медіаграмотності.

Після введення воєнного стану в Україні кількість фейків значно зросла. Артпроєкт «ARTEFACT» об'єднує міжнародних та українських митців, щоб звернути увагу суспільства на проблему маніпулювання інформацією, фейкових новин та постправди. Проєкт не несе під собою комерційної основи або інтересів політичних сил та реалізується за підтримки Українського культурного фонду, Державного агентства України з управління зоною відчуження, Міністерства інформаційної політики України, Міністерства

культури України, Міністерства екології та природних ресурсів України. Пропозиції ARTEFACT для підвищення рівня медіаграмотності суспільства [155]:

Перевіряйте джерела перед тим, як вірити новинам з першої ліпшої стрічки або репостити їх. Запам'ятайте, що фейки розповсюджуються швидше за правду. Довіряйте лише офіційній інформації.

Тимчасово відправляйте сенсаційні новини в «карантин». Часто заголовки, які викликали хайп, можуть бути фейковими або перебільшеними, а сама інформація – спростованою через деякий час.

Зменшуйте паніку. Не розповсюджуйте «зраду», не шукайте теорії змови і не підбадьорюйте друзів до нервування. Зберігайте спокій, оскільки паніка ніколи нікому не допомагала.

Не перечитуйте одну й ту ж новину з різними словами. Не залишайтеся зациклені. Зробіть перерву. Займіться чимось іншим. Візьміть себе в руки.

Почитайте нейтральні іноземні ЗМІ. Якщо натрапите на російську пропаганду, краще заблокуйте такий пост, пожалійтеся на нього або просто спростуйте в коментарях. Уникайте втягнення в гнівні розмови.

Утримуйтеся від політичних дискусій у коментарях із незнайомими людьми. Соцмережі заповнені троями та ботами, тому конструктивної дискусії з ними не вийде.

Розрізняйте думку експертів від думок пересічних людей, публікуючи інформацію. Будьте обачні щодо емоційних та маніпуляційних висловлювань.

Заспокойтеся перед тим, як писати щось у стані афекту. Необхідно дати своїм думкам час перетравитися. Якщо емоції спадуть, але ви все ще бажаєте поділитися своєю думкою, то зробіть це.

Спробуйте заспокоїти близьких, які піддалися паніці, пропонуючи їм почитати блоги про медіаграмотність та маніпулювання ЗМІ. Нехай розуміють, що не все, що ми чуємо з екранів, є правдою.

Не поширюйте сумнівні пости або неперевірену інформацію про воєнний стан або ситуацію в країні.

Поширюйте офіційні оголошення та інформацію з перевірених джерел про можливість надання допомоги волонтерам тощо. Стежте за оновленнями та можливими спростуваннями новин, особливо тих, у які ви вірите та поширили.

Не створюйте контент на основі непідтверджених фактів про війну. Навіть якщо дуже хочеться поділитися «сенсацією».

Російські ЗМІ, навіть ті, які називають себе «демократичними», часто поширюють дезінформацію. Будьте обережні.

Не сліпо довіряйте «політологам», «політтехнологам», «політэкспертам». Перевіряйте їхню незалежність та незаангажованість.

Науковці також долучилися до розроблення правил дотримання інформаційної гігієни під час деструктивних впливів.

Президент Української асоціації організаційних психологів та психологів праці, дійсний член НАПН України, професор Л. Карамушка виступила на каналі «SOS. Штаб громадянської оборони». У доповіді на тему «Як забезпечувати інформаційну гігієну під час війни?» [154] зацентувла увагу на таких моментах:

1. Регулюйте кількість інформації, яку ви споживаєте, не занадто занурюючись у неї, переглядаючи новини два-три рази на день.

2. Використовуйте достовірні джерела інформації, такі як загальнодержавні та офіційні медіа, які стежать за об'єктивністю та позитивним спрямуванням під час війни.

3. Не дозволяйте телефону відволікати вас від продуктивної роботи, уникайте постійного присутності в онлайні.

4. При переїзді в інше місто або село користуйтеся місцевими медіа для оптимізації свого життя та включення у волонтерську діяльність.

5. Для збереження зв'язку з колегами та участі в актуальних ініціативах вашої організації в дистанційному режимі скористайтеся інтернет-ресурсами вашої компанії.

6. Використовуйте вебчати та телеграм-чати мешканців будинків для підтримки безпеки та допомоги військовим, якщо ви далеко від свого дому.

7. Підтримуйте позитивний тон інформаційного обміну в родині та уникайте спілкування з токсичними людьми.

8. Висловлюйте свою думку з обережністю щодо актуальних питань, обдумавши, для кого вона буде цікавою та що ви вносите нового в дискусію.

Науковці з Донецького національного університету Ю. Мазур та В. Крижановський рекомендують правила інформаційної гігієни під час війни, враховуючи активність агресивної пропаганди з боку Російської Федерації та прагнення паніки в суспільстві [173]. Інформаційна гігієна полягає у вмінні фільтрувати отриману інформацію, щоб уникнути перенасичення голови фейками, запобігти шахрайству та уникнути непотрібних помилок у періоди паніки.

Головне завдання інформаційної гігієни – це захист національного інформаційного простору від зовнішнього впливу та втручань інформаційної політики інших країн, а також від нав'язування громадянам нетипових моделей поведінки (політичної, суспільної, ідеологічної) [2]. Згідно зі статистикою за 2020 рік, лише 54 % користувачів Facebook дотримувалися базових принципів інформаційної гігієни. Оскільки 2020 рік був роком пандемії, найбільше фейків поширювалося на тему коронавірусу. Загалом ці 54 % користувачів розділялись таким способом [158]: 34 % публікували маніпулятивні заголовки та матеріали, 29 % поширювали посилання на сміттєві сайти, 13 % публікували фейки, а 10 % пройшли тести, які використовувалися для викрадення персональних даних.

Якщо ж брати минулий 2021 рік, то відсоток користувачів, що порушують інформаційну гігієну, зріс до 73 %, з яких [152] 61 % користувачів публікували матеріали із сайтів-сміттярок, 39 % – матеріали, що містять

маніпулятивну інформацію, 26 % – поширювали фейки, 25 % – публікували результати тестів, ігор, опитувань чи проходили тести.

Точних даних за 2022 рік не опубліковано, але ми можемо зробити припущення, що відсоткова кількість користувачів, що порушують інформаційну гігієну, не зменшився. Навпаки з початком повномасштабного вторгнення розповсюдження фейкової інформації збільшилось, адже з'явилася дуже велика пропаганда, почалась велика інформаційна війна та, звичайно, зросла кількість атак на різні державні установи, що потягло за собою здійснення кібератаки для розповсюдження фейкової інформації. Зважаючи на те, що на сьогодні фейки поширюються зі швидкістю звуку, варто вміти їх розпізнавати.

Авторами наведено 9 найпоширеніших ознак фейкових новин [264].

1. *Використання яскравого емоційного мовлення.* Професійні журналісти уникають використання таких виразів, як «Шок!» чи «Сенсація!», оскільки вони надають неправильне емоційне забарвлення події.

2. *Неспівпадіння емоційного заголовка зі змістом статті.* Чим більш емоційний заголовок, тим вища ймовірність, що читачі перейдуть за посиланням, що може збільшити кількість переглядів та прибуток для пропагандистів.

3. *Ненадійні джерела інформації.* Якщо стаття не має посилання на первинне джерело, краще утриматися від довіри до цієї новини.

4. *Припущення та оцінки, які не підтверджені фактами.* Не слід вірити у припущення, оскільки це може призвести до створення ілюзій, які потім не підтвердяться, що може підірвати моральний дух населення.

5. *Поширення стереотипів та застосування ярликів* – це частина практика пропаганди.

6. *Теорії змови.* Якщо стаття містить в собі теорії змови, наприклад «Масони домовились з інопланетянами», краще утриматися від довіри та читання цієї новини.

7. *Упереджене та однобічне представлення події.* Якщо в статті розглядається конфлікт, важливо переконатися, що вона містить коментарі обох сторін.

8. *Помилки в публікаціях.* Важливо звертати увагу на помилки в словах, недостовірні фотографії та відео, щоб перевірити їх правдивість.

9. *Недостовірні дата та час публікації.* Потрібно перевіряти, чи вказано дату публікації та час, а також чи актуальні дані на даний момент, чи є це переопубліковані матеріали.

Міністерство культури та інформаційної політики України також розробило 10 порад, яких варто дотримуватись:

1. Утримайтеся від поширення дезінформації. Майте самоконтроль і уникайте розповсюдження емоційно забарвленої інформації в соціальних мережах.

2. Наша країна активно захищає свою територію. Будьте певні, що будь-яка інформація, яка протилежить цьому, є неправдивою.

3. Не вірте та не розповсюджуйте інформацію із сумнівних джерел. Довіряйте лише інформації з офіційних джерел та державних каналів масової інформації.

4. Будьте обережні з інформацією про рух українських військ. Не розголошуйте цю інформацію.

5. Повідомлення про обстріли мирного населення українськими військами є неправдою. Наш ворог намагається підірвати вашу довіру до власних захисників.

6. Агресор поширює чутки не лише про бійців, але й про військове керівництво. Не вірте ворогові.

7. Інформація на приватних акаунтах може бути недостовірною. Не діліться нею.

8. Ворог буде поширювати наклепи та «зраду» через свої офіційні або контрольовані канали. Перевіряйте інформацію, особливо якщо вона здається патріотичною, але сумнівною.

9. Зберігайте єдність та підтримку один одного.

10. У разі перебоїв з інтернетом або виходу з ладу вебсайтів державних органів звертайтеся до «Суспільного мовлення». Якщо телебачення не працює, скористайтеся абонентською радіоточкою. Запам'ятайте, що наш мозок також потребує відпочинку. Дайте йому цю можливість хоча б двічі-тричі на день і не розповсюджуйте фейки. Не довіряйте сумнівним джерелам і допоможіть перемогти ворога на інформаційному полі бою.

Інститут масової інформації та «Детектор медіа» створили онлайн-мапу рекомендованих медіа [179] та і перевірених джерел [180] у 2022 році, сподіваючись, що вони стануть корисними для всіх, хто хоче краще орієнтуватися в медіаландшафті. До онлайн-мапу рекомендованих медіа потрапили 101 інтернет-медіа, 24 радіо та 48 телеканалів з усіх регіонів України. Їх оцінювали за трьома критеріями: прозорість, дотримання професійних стандартів і журналістської етики. [149]. Щоб потрапити на мапу Інституту масової інформації (ІМІ) та «Детектор медіа», локальним медіа необхідно було заповнити заявку. Експерти та юристи ухвалювали рішення, чи додавати медіа на мапу, перевіряючи такі особливості: принципи прозорості в медіа включають в себе зазначення редакційних політик, які вони дотримуються у своїй роботі, наявність власного контенту (принаймні 20 % новин та 80 % великих матеріалів), дотримання професійних стандартів (не менше 85 % новин без порушень журналістських норм), забезпечення балансу в інформаційному висвітленні, а також достовірності (кожен факт повинен мати вказівку на ідентифіковане та надійне джерело), відокремлення фактів від коментарів, точність у відображенні подій, уникнення мови ворожнечі та сексизму, відсутність матеріалів з ознаками замовності, гороскопів та антинаукових тверджень, а також відхилення від проросійських матеріалів.

Організатори провели аналіз понад 10 тисяч матеріалів, щоб оцінити відповідність медіавимогам. Усього було подано заявки 200 українських медіа. За даними ІМІ, найпоширенішою негативною тенденцією серед локальних ЗМІ є зловживання прихованим піаром, де частина ЗМІ критикує або хвалить окремих осіб, не посилаючись на джерела інформації, використовуючи надмірно емоційні вислови. Кожне третє медіа не має інформації про кінцевого власника. Однак, експерти відзначають позитивну тенденцію, де багато медіа уникли займатися прихованим піаром політиків та орієнтуються на потреби власного споживача, публікуючи релевантну інформацію для місцевої аудиторії [149].

Отже, із розвитком інформаційних технологій з'явилася потреба в дотриманні правил, які б допомогли фільтрувати інформацію. Інформаційна гігієна – це фільтрація отримуваної інформації, що допомагає не засмічувати голову фейками, протистояти шахрайству та ворожій пропаганді [158-159]. У сучасному світі XXI століття на фоні розповсюдження технологій, які далеко не завжди використовуються для користі, інформаційна гігієна стає не лише важливим аспектом безпеки та здоров'я, але й закликом до обережності та свідомості щодо власного вибору. Метою інформаційної гігієни є запобігання негативному впливу інформації на психічне, фізичне та соціальне благополуччя людини, груп населення та суспільства в цілому, а також профілактика захворювань, пов'язаних з інформацією.

Одним з основних принципів інформаційної гігієни є перевірка джерел інформації. Потoki інформації, які переважно містять негатив, можуть призвести до збільшення тривожності та виснаження організму. Це часто спричиняє панічні атаки, аритмію та інші психосоматичні реакції.

Недостатній інформаційний імунітет у людей є серйозною проблемою. Згідно з дослідженнями, 61 % громадян розміщують у соціальних мережах матеріали з ненадійних джерел. Лише 3 % українців можуть відрізнити правдиві новини від фейкових. Головними джерелами отримання інформації

для українців є телебачення (60,5 %), соціальні мережі (майже 54 %) та інтернет (приблизно 49 %), у той час як до радіо (34 %) та друкованих ЗМІ (23 %) виявляють менше довіри. Близько 5 % опитаних не довіряють ніяким джерелам інформації.

Громадська організація «Детектор медіа» провела дослідження, щоб визначити рівень медіаграмотності українців та їхні навички користування медіа. Результати порівняли з показниками попередніх досліджень. Дані зіставили з показниками першої та другої хвилі дослідження 2020/2021 років [215]. У кількісному опитуванні взяли участь 1200 респондентів України, віком від 18 до 65 років. Це були інтерв'ю обличчя-до-обличчя за допомогою планшета за стандартизованим опитувальником (CAPI).

Рівень загального індексу медіаграмотності українців значно змінився за два роки – з 2020 по 2022 рік. Частка аудиторії з вищим за середній рівнем показника зросла з 55 % до 81 %. Середнє значення показника зросло з 4,8 балів у 2020 році до 5,9 балів у 2022 році. Частка аудиторії з високим рівнем компетентності зросла вдвічі в таких категоріях: розуміння ролі ЗМІ в суспільстві (з 45 % до 72 %), цифрова компетентність (з 49 % до 64 %) та чутливість до спотвореного контенту (з 56 % до 66 %). Цілком передбачуваним є високий рівень медіаграмотності у молоді 18–25 років (у них особливо добре розвинені цифрові компетенції) і низький серед старшої вікової групи 56–65. На рівень медіаграмотності впливає наявність вищої освіти. 33 % людей з загальною середньою освітою мають нижчий за середній рівень медіаграмотності. А серед тих, хто має вищу освіту, таких лише 10. Матеріальний статус теж має вплив на рівень медіаграмотності. Наприклад, люди, яким грошей вистачає лише на їжу (низький рівень добробуту), 27 % мають нижчий рівень медіаграмотності. У той час, як серед опитаних, яким вистачає на все і які заощаджують кошти (добробут вищий за середній), ця частка становить лише 12 % [215].

Більше українців почали розуміти роль медіа в суспільстві. За останній рік цей показник зріс з 54 % до 69 %. У той же час кількість українців, для яких важлива розважальна функція медіа, зменшилася більш ніж удвічі: з 25 % до 12 %. Це пов'язано з головною темою у ЗМІ протягом останнього року – війною. Частка тих, хто констатує вплив ЗМІ на емоційний стан, збільшилася на 10 % (20/22: 33 %/43 %)[215].

Частка українців, які вважають, що медіа працюють в інтересах держави та суспільства, збільшилась за два роки відповідно з 8 % до 31 % та з 8 % до 15 %. 61 % аудиторії вважають формат телемарафону цілком виправданим під час війни. Кожен другий українець (45 %) схильється до думки, що трансляція єдиної офіційної точки зору не є припустимою навіть у такий час. 70 % констатують, що через брак різних кутів зору на події в телемарафоні, вони шукають інформацію в інших джерелах. Абсолютна більшість (78 %) підкреслює важливість існування суспільних ЗМІ, адже вони працюють в інтересах усього суспільства, а не власника (56 %); висвітлюють теми, які не цікавлять комерційні ЗМІ, – суспільні проблеми, культуру, науку (10 %); крім того суспільні медіа не зацікавлені в маніпуляціях (12 %). На думку 13 % опитаних, медіа не може бути незалежним, лише 4 % вважають, що суспільні ЗМІ програють комерційним у якості та професійності. Частка українців, які зацікавлені в існуванні редакційно незалежних медіа, за 2 роки збільшилась на 10 % [215].

За останній рік українці почали більше цікавитись саме українським контентом (почали чи стали споживати частіше 63 %); контентом, присвяченому українській історії та культурі (48 %); продуктами суспільно-політичної тематики (48 %), українською популярною музикою (61 %) а також матеріалам від військових експертів (65 %). Разом із цим від 68 % до 81 % повністю відмовилися від медіа продуктів російського виробництва (зокрема, музики), офіційного та опозиційного суспільно-політичного контенту.

Порівняно з 2020 роком, у 2022-му аудиторія соціальних медіа зросла з 50 % до 61 %. Частка українців, які користуються інформаційними інтернет-ресурсами також збільшилась з 24 % до 32 %. 41 % складає аудиторія національного телемарафону «Єдині новини». Збільшилось і прослуховування радіо. Якщо у 2020 році радіопрограми суспільно-політичного контенту більше 1 години слухала лише третина (31 %), то в 2022 вже 44 % [215].

Лише 8 % українців не користуються інтернетом (у 2020 році ця частка була вдвічі більшою – 15 %). 88 % є інтенсивними користувачами мережі – звертаються до інтернету щодня або майже щодня. Це на 17 % більше ніж у 2020 році. Основними мотивами користування інтернетом залишається пошук необхідної інформації (70 %) та знайомство з новинами (76 %). Зменшилася частка аудиторії, яка використовує інтернет для перегляду / прослуховування розважального контенту, покупок, онлайн-ігор. З 11 % до 17 % збільшилася аудиторія онлайн-курсів, тренінгів [215].

Значущість проблеми дезінформації підкреслюють 61 % аудиторії (порівняно з 57 % у 2020 році). 24 % зазначили, що завжди можуть відрізнити фейки і не звертати на них уваги. Аудиторія стає більш компетентною у відстеженні фейкової інформації. Так, лише 18 % порівняно з 32 % (2020 р.) вирішують, наскільки можна довіряти повідомленню інтуїтивно. Зросла частка українців, хто виявляє дезінформацію, шукаючи посилання на джерело в матеріалі (39 % vs 28 %), орієнтується на відео / фотопідтвердження (32 % vs 26 %), наявність різних кутів зору на подію (31 % vs 26 %). Кількість українців, які перевіряють інформацію на достовірність, зросла майже вдвічі з 24 % до 47 %. 20 % не стільки перевіряють, скільки шукають повнішу, деталізовану інформацію; не перевіряє медіаконтент менше за третину аудиторії (31 %). Проблема маніпуляції в ЗМІ актуальна для більш ніж половини української аудиторії (56 %; для 57 % у 2020 р.) аудиторії; 21 % вважають її не актуальною; 18 % вперше чують про маніпуляції в ЗМІ, а 6% не змогли визначитись. Суттєво зросла чутливість української аудиторії до маніпуляцій.

Лише 17 % (27 % – 2020 р.) визначають маніпулятивне повідомлення інтуїтивно[215].

Актуальність проблеми замовних матеріалів в ЗМІ залишається актуальною для половини аудиторії. 52 % підозрюють «джинсу» (приховану рекламу), коли в матеріалі висвітлено лише позитивні чи негативні аспекти персони, групи або товару. До більшості медіа українці ставляться підозріло – довіряють лише частково (від 58 % до 84 %). Але якщо у 2020 році рейтинг недовіри очолювало телебачення, то в 2022 році частка тих, хто довіряє цьому джерелу зросла втричі (з 10 % до 30 %). Суттєво зросла довіра до радіо: з 23 % до 40 % та подкастів з 18 % до 25 %[215].

З ініціативи Міністерства цифрової трансформації України за підтримки швейцарсько-української програми «EGAP», що виконується Фондом Східна Європа та фінансується Швейцарією, також проведено дослідження цифрових навичок українців. Третя хвиля дослідження має на меті відстежити динаміку в розвитку діджитал-навичок населення України та проаналізувати вплив суспільно-економічної ситуації на рівень цифрової безпеки в 2023 р. Можливість порівняння результатів ґрунтується на структурних питаннях-індикаторах, що були складовою частиною комплексного дослідження.

За основу визначення рівня володіння цифровими навичками взято методологію Європейської комісії для розрахунку Індексу цифрової економіки та суспільства [DESI], а саме індикатор цифрових навичок [DSI, методологія 2017 року], що ґрунтується на Рамці цифрових навичок [Digital competence Framework]. Відповідно до цього індикатора, рівень володіння цифровими навичками містить чотири сфери компетенцій: інформаційні навички [Information skills]; комунікаційні навички [Communication skills]; навички розв'язання життєвих проблем [Problem solving skills]; навички створення цифрового контенту [Software skills for content manipulation].

На основі рівнів у кожній сфері компетенцій розраховується загальний рівень цифрових навичок населення. Рівень цифрових навичок є одним із

ключових показників ефективності в контексті «цифрового десятиліття», що визначає амбіції Європи в галузі цифрових технологій, а саме – до 2030 року щоб не менше 80 % громадян (визначено як частку осіб віком від 16 до 74 років) мали хоча б базові цифрові навички. Вивчення динамічного цифрового середовища потребує постійного оновлення та адаптації наявної методології дослідження з метою збереження актуальності та релевантності отриманих даних. За результатами роботи Європейської комісії у 2019–2022 роках, інтегральний показник цифрових навичок [DSI] 2022 року модернізовано та адаптовано відповідно до нових концептуальних основ цифрового розвитку європейського суспільства й технологічного прогресу. Індикатор цифрових навичок 2.0 [DSI] є складовим показником, заснованим на окремих видах діяльності, пов'язаних із використанням інтернету або програмного забезпечення: інформаційна грамотність та грамотність у роботі з даними; комунікація та співробітництво; навички створення цифрового контенту; навички розв'язання життєвих проблем; навички безпеки в інтернеті. Передбачається, що особи, які виконали певні дії, мають відповідні навички [138].

З 2019 до 2023 року частка інтернет-користувачів у загальній структурі населення збільшилася на 8 % і становить 94 %. Частота практик користування інтернетом має прямий зв'язок із віком респондентів. Серед найстаршої категорії (60–70 років) щодня інтернет використовує 71 % опитаних, а серед наймолодшої категорії дорослих (18–29 років) цей показник сягає 96 %. Із тим, що доступ до інтернету є однією з базових потреб сучасної людини, на рівні доступу до харчування, безпеки тощо, погоджуються 91 % дорослих українців, 84 % людей із порушеннями слуху і 92 % підлітків [138].

Динаміка частки дорослого населення із рівнем цифрових навичок нижче базового



Джерело [138]

Рівень цифрових навичок населення має тенденцію до сталого зростання. Це проявляється в скороченні частки дорослих без цифрових навичок і збільшенні населення із рівнем навичок «basic» і вище. Станом на 2023 рік цифрові навички має: 93 % дорослого населення України 18–70 років (+8 % з 2019 року); 95 % підлітків віком 10–17 років¹; 99 % людей з порушеннями слуху 18–59 років (+15 % за 4 роки).

Підвищення рівня цифрових навичок мотивує населення для активного поглиблення знань та саморозвитку. Це проявляється в зростанні частки населення, яке має актуальний запит на навчання, зі збільшенням рівня цифрової грамотності (від 22 % серед «no skills» до 77 % серед «above basic skills», серед дорослого населення (18–70 років). Результати фокус-групових дискусій вказують на багатоманіття підходів різних вікових груп до самоосвіти онлайн та вибору платформ для підвищення обізнаності в певних темах. Підлітки віддають перевагу використанню освітнього контенту за конкретним запитом, зокрема через месенджери, YouTube та короткі відео в соцмережах. Молодь використовує YouTube, Prometheus та Go IT. Люди елегантного віку, вибираючи самоосвіту, зазвичай користуються пошуковими системами, не обмежуючись конкретними платформами чи соціальними мережами. Практики користування цифровими технологіями мають такі тенденції: популярність інтернет-банкінгу зросла для кожної із цільових груп; дорослі все частіше

користуються технологіями для громадської й політичної участі, а підлітки стали більше цікавитися новинами; підвищується актуальність онлайн-навчання для дорослих (зокрема, для людей з порушеннями слуху); зростає значущість цифрових технологій у робочій сфері для людей із порушеннями слуху [138].

Перелік дій, спрямованих на захист інформації, і частота їх виконання залежать від рівня цифрових навичок. Що вищий рівень цифрової грамотності, то більше різноманітних заходів для убезпечення даних в інтернеті застосовує людина. Так, для рівня «no skills» характерне в середньому виконання 1 дії, а для рівня «above basic skills» – до 5 різноманітних дій. За останні 2 роки збільшилася частота виникнення проблем безпеки даних в інтернеті. Серед категорії дорослого населення (18–70 років) 60 % мали хоча б один випадок порушення безпеки даних протягом 12 місяців, що на 14 % більше, ніж 2021 року [138].

В. Майданюк, представник Фонду сприяння демократії, зауважує, що з настанням широкомасштабної агресії основним джерелом інформації для українців став месенджер Telegram, за яким слідує YouTube, де анонімність авторів контенту та відповідальність за інформацію є на мінімальному рівні. Дослідник рекомендує враховувати основні принципи інформаційної гігієни:

- Перевіряйте джерело інформації завжди.
- Перевіряйте експертність інформації.
- Не робіть висновки на основі заголовків. Статистика показує, що 96 % людей оцінюють новини лише за заголовками, які можуть містити інформацію, що суперечить основній меті матеріалу чи спотворює його суть.
- Вимикайте емоції. Якщо новина викликала страх, паніку чи обурення, варто перевірити цю інформацію в інших джерелах перед поширенням.
- Дізнайтеся, хто власник ЗМІ. Розумійте, які інтереси переслідує власник інформаційного ресурсу, оскільки це може вплинути на об'єктивність та достовірність інформації.

– Оцініть різні кути зору на одну проблему. Дослідіть різні інтерпретації інформації в різних джерелах, особливо тих, що мають різну редакційну політику. Це допоможе вам зрозуміти сутність проблеми та уникнути спотвореної інформації.

– Оберіть кілька перевірених джерел інформації. Варто формувати інформаційний кошик із кількох джерел, які вам довіряють.

– Сформууйте свій «білий список ЗМІ». Це медіа, які дотримуються базових журналістських стандартів, таких як баланс думок, достовірність, повнота, точність та відокремлення фактів від коментарів.

О. Шкарпова, керівниця проєкту «VoxCheck», рекомендує враховувати ті критерії під час перевірки експертів, яким можна довіряти:

1. Пошукайте резюме експерта онлайн, оскільки вчені часто публікують свої дані у вільний доступ або на власних сайтах. Додатково проведіть пошук в інтернеті, щоб дізнатися про досвід та кваліфікацію експерта, а також перевірити, скільки часу він чи вона працюють у своїй сфері, щоб оцінити їхню актуальність і експертність. Не забувайте розглядати освіту експерта: хоча не завжди потрібно мати спеціальну освіту для експертного аналізу, наявність профільної освіти може свідчити про вищий рівень професійності.

2. Завжди слід звертати увагу на місце роботи експерта. Навіть якщо вони зазначають дослідницький центр на своїй фейсбук-сторінці, це не завжди означає, що такий центр існує насправді або що в центрі працює багато експертів, окрім самого суб'єкта. Крім того, багато аналітичних центрів публікують свої аналітичні звіти та коментарі в онлайні, щоб підтвердити свій авторитет.

3. Також важливо звернути увагу на прозорість структури власності та фінансування. Хороші експертні центри завжди вказують, звідки отримують фінансування та публікують річну звітність на своєму сайті, як це роблять VoxUkraine, CASE Ukraine та інші.

4. Справжні експерти часто працюють у дослідницьких центрах, мають наукові ступені та публікують дослідження. Якщо їх цитують у західних наукових х або їхні роботи публікуються у великих наукових журналах, ви можете знайти ці роботи на сайті Google Scholar. Там можна переглянути кількість цитувань та публікацій автора.

5. Кращі експерти зазвичай спеціалізуються на вузькому колі тем, оскільки, щоб розібратися в одній тематиці, потрібно досвід та час. Тому експерти, які цінують свою репутацію, завжди відмовляються коментувати теми, що їм не знайомі або в яких вони не експерти.

6. Хороші експерти завжди обережно роблять висновки, намагаючись представити всі можливі кути зору та врахувати всі чинники. Вони розуміють, що несуть відповідальність за свої слова, оскільки вони можуть вплинути на життя багатьох людей.

Кросчек – завжди варто перевірити минулі прогнози чи дослідження експерта на предмет їх правдивості та висновків. Телевізійні шоу й особливо дебати містять величезну частку маніпуляцій як на рівні модерування, так і при доборі гостей. Борис Бахтеев зазначає декілька основних рис маніпулювання на ток-шоу, зроблених за подобою шустерівських:

– Добір політичних учасників дискусій часто є упередженим. Прихильники певної позиції можуть переважати над опонентами, яких вибирають таким чином, щоб вони були або радикалами-догматиками, які висловлюють лише гасла, або емоційними особистостями.

– Постійне залучення тих самих політиків. На більшості ток-шоу з'являються одні й ті самі політики, які в основному є чинними або колишніми. Така практика призводить до збереження політичної еліти, запобігає соціальним змінам та відповідає інтересам олігархів.

– Сумнівні експерти. Бачимо, що одні й ті ж експерти з'являються на багатьох різних програмах, що нагадує штучне збільшення їх популярності.

Бракує вузьких фахівців, які мали би специфічні знання з державного або конституційного права, міжнародного права тощо.

– Нерівна поведінка ведучих стосовно до різних учасників. Дозволяють деяким порушувати правила, а іншим – ні, допускають образливі висловлювання в адресу опонентів лише в деяких випадках, а іноді переривають одних, а інших – ні.

– Хамство учасників, яке стає нормою на більшості ток-шоу. Це створює враження, що їх запрошують саме для того, щоб «оживити» обговорення та збільшити аудиторію.

– Голосування публіки в залі. Вони не є представниками соціологічних опитувань, але використовуються для маніпуляцій. Правдивість результатів неможливо перевірити, оскільки критерії голосування не визначені.

Служба безпеки України також рекомендує загальні правила інформаційної безпеки та попереджає від використання російських поштових сервісів, таких як mail.ru і yandex, а також соціальної мережі VK. Не рекомендується використання робочих поштових скриньок для особистого листування. При здійсненні операцій в інтернеті важливо звертати увагу на заходи захисту ресурсів: «Https://», що свідчить про додаткові заходи безпеки сайту, тоді як «http://» вказує на відсутність безпеки. Кіберспеціалісти рекомендують захищати свої соціальні сторінки складними паролями, обмежувати розкриття особистої інформації та контролювати доступ сторонніх осіб до неї. Важливо також дотримуватися «гігієни гаджетів»: регулярно робити резервне копіювання важливих файлів, оновлювати системи захисту пристроїв, завантажувати додатки тільки з офіційних ресурсів.

Сьогодні тролі не лише стають більш активними, але й модернізують свій підхід до діяльності, що значно ускладнює процес їх ідентифікації. Вони можуть приховувати свою справжню особистість та вдаються до маскуванню під інших людей. Однак є кілька ознак, які можуть вказувати на те, що ми маємо справу з тролем: зазвичай тролі використовують провокаційні образи та

коментарі, спрямовані на виклик негативної реакції у користувачів. Вони активно залучаються до обговорень суперечливих тем, де вже існують полярні кути зору, щоб керувати суспільною думкою. Тролі часто висловлюють свою незгоду без будь-яких конструктивних аргументів та можуть порушувати правила форумів чи соціальних мереж. Вони намагаються створити негативну атмосферу, розпалюючи конфлікти та порушуючи довіру. Тролі також можуть приховувати свою справжню ідентичність, використовуючи псевдоніми та чужі фотографії. Важливо пам'ятати, що ці ознаки можуть вказувати на можливу присутність тролів, але не є абсолютними показниками. Для впевненості у їх ідентифікації можуть знадобитися додаткові дослідження та аналіз їхньої активності в інтернеті. У випадку серйозних образ або загроз варто повідомити адміністраторам відповідних соціальних мереж. Щоб уникнути потрапляння в пастки тролів, важливо розвивати критичне мислення та фільтрувати отриману інформацію.

Висновки до розділу 3

У світі, насиченому інформацією та взаємозв'язками, деструктивні впливи стають серйозним викликом для суспільства та індивідуумів. Ці впливи можуть мати різноманітні форми, починаючи від війни та конфліктів, закінчуючи соціальними нормами та технологічними засобами. Одним із найбільш деструктивних явищ є воєнні конфлікти. Вони призводять до людських жертв, фізичного та психологічного знищення міст, інфраструктури та культурних цінностей. Втрата життя, порушення прав людини та руйнування екології – це лише частина наслідків, які війна залишає після себе. З розвитком технологій та медіа деструктивні впливи можуть поширюватися швидко та масштабно. Фейки, дезінформація та кібербулінг – це лише деякі приклади того, як негативні інформаційні впливи можуть шкодити індивідам та суспільству в цілому. Деструктивні впливи мають серйозні психологічні наслідки для людей.

Вони можуть призводити до стресу, депресії, тривожних розладів та інших психічних проблем.

Пандемія COVID-19 принесла з собою не лише фізичні захворювання, але й низку деструктивних впливів, які поширюються на різні аспекти життя суспільства. Страх перед зараженням, соціальна ізоляція, втрата роботи та фінансова нестабільність можуть призвести до погіршення психічного здоров'я та збільшення випадків депресії, тривожних розладів та стресу. Обмеження діяльності підприємств, закриття магазинів та ресторанів, зменшення міжнародного туризму та інші обставини, пов'язані з пандемією, можуть спричинити економічний спад, безробіття та фінансові проблеми для багатьох людей. Обмеження соціальних контактів, закриття шкіл та університетів, відмова від традиційних соціальних зборів і заходів можуть породити відчуття відокремленості та відсутності підтримки в суспільстві. Пандемія стала супроводжуватися широким розповсюдженням дезінформації та конспірологічних теорій, що може призвести до погіршення ситуації, спричинення паніки та недовіри до медичних авторитетів. Загалом деструктивні впливи під час пандемії створюють серйозні виклики для суспільства та вимагають комплексного та координованого підходу для їх вирішення.

Гібридна війна РФ проти України має різноманітні деструктивні впливи на суспільство, політику та міжнародні відносини. Виділимо такі:

1. *Поширення дезінформації та фейкових новин.* Це один з основних інструментів інформаційної війни. Це може призвести до спотворення фактів, розпалювання міжетнічних та політичних конфліктів, а також підриву довіри до медіа та інформаційних джерел.

2. *Маніпуляція громадською думкою.* Інформаційна війна може використовувати різні техніки для маніпулювання громадською думкою, включаючи розповсюдження пропаганди, перекручення фактів та використання психологічних прийомів для впливу на переконання людей.

3. *Поширення ворожої риторики та конфліктів.* Інформаційна війна може сприяти появі ворожої риторики та загостренню конфліктів між різними країнами, політичними силами або соціальними групами. Це може призвести до загострення міжнародних відносин, провокацій та навіть збройних конфліктів.

4. *Атаки на інформаційну інфраструктуру.* Інформаційна війна може включати кібератаки на інформаційну інфраструктуру, таку як атаки на комп'ютерні системи, інтернет-ресурси та комунікаційні мережі. Це може призвести до порушень кібербезпеки, втрати даних та паралізування роботи важливих інформаційних систем.

5. *Поширення ідеологічних конфліктів.* Інформаційна війна може сприяти появі та посиленню ідеологічних конфліктів, які можуть розділити суспільство та спричинити соціальні напруження. Це може призвести до поглиблення розколів у суспільстві та зростання конфліктів між різними групами людей.

У світі, де деструктивні впливи є неодмінним складником, важливо приділяти увагу їх розпізнаванню та протидії. Це може включати розвиток критичного мислення, освіченість населення, дипломатію та міжнародне співробітництво для вирішення конфліктів та захисту прав людини. Тільки шляхом об'єднаних зусиль ми можемо протистояти деструктивним впливам та забезпечити стабільність і процвітання нашого суспільства. Враховуючи ці деструктивні впливи, важливо підтримувати критичне мислення, перевіряти достовірність інформації та працювати над підвищенням інформаційної грамотності суспільства. Також необхідно звертати увагу на заходи кібербезпеки та міжнародні угоди щодо боротьби з дезінформацією й інформаційною війною. Дотримання інформаційної гігієни важливо в умовах деструктивних впливів, оскільки це допомагає захистити себе від негативних наслідків інформаційних атак та маніпуляцій. Основні правила дотримання інформаційної гігієни такі: перш ніж вірити якій-небудь інформації, перевіряйте її достовірність та переконайтеся, що вона походить від надійного джерела; уникайте розповсюдження фейкових новин та дезінформації,

перевіряйте інформацію перед тим, як ділитися нею у соціальних мережах чи інших медіа; навчіться аналізувати інформацію критично та об'єктивно, розпізнавати маніпуляції та піддавати сумніву спірні твердження; віддавайте перевагу використанню надійних джерел інформації, таких як офіційні джерела, відомі новинні агентства чи авторитетні джерела наукової інформації; уникайте розголошення особистої інформації в мережі, будьте обережні з тим, яку інформацію ви ділитеся онлайн, та встановлюйте міцні паролі для захисту своїх облікових записів; розвивайте здатність впізнавати різні види маніпуляцій та психологічних технік, які використовуються для впливу на вашу поведінку та переконання; захищайте свої пристрої та дані в інтернеті, встановлюйте антивірусне програмне забезпечення, оновлюйте програмне забезпечення та уникайте натискання на підозрілі посилання чи завантаження файлів із невідомих джерел; додаткові інструменти захисту, такі як VPN (віртуальні приватні мережі), можуть допомогти захистити вашу приватність та анонімність в інтернеті. Дотримання цих правил допоможе вам захистити себе від негативних наслідків деструктивних впливів та зберегти вашу інформаційну безпеку.

ВИСНОВКИ

З розвитком глобальних інформаційно-комунікаційних технологій наприкінці минулого століття суттєво зросли загрози інформаційній безпеці, і тому виникла об'єктивна нагальна необхідність розроблення нових міжнародних критеріїв інформаційної безпеки. Виходячи із загальноприйнятого визначення інформаційної безпеки держави як стану захищеності життєво важливих інтересів особистості, суспільства й держави, йдеться про можливість запобігти шкоди населенню через такі чинники: неповноту, невчасність та невірогідність інформації, що використовується; негативний інформаційний вплив; негативні наслідки інформаційних технологій; несанкціоноване використання, поширення порушення цілісності, конфіденційності та доступності інформації.

Стрімке зростання та поширення цифрових медіаплатформ і технологій докорінно змінили спосіб споживання та взаємодії людей з інформацією. Хоча цей технологічний прогрес приніс багато переваг, таких як розширення доступу до інформації та можливостей для соціальних зв'язків і громадянської активності, він також створив нові виклики й ризики. Одним із найнагальніших викликів є необхідність поглиблення та розвитку медіаграмотності й інформаційної гігієни серед широких верств населення.

Інформація може одночасно сприяти стабільності в державі, її соціально-економічному та політичному розвитку, але також нести загрозу національним інтересам країни. Україні слід більш уважно та зважено підходити до вирішення питань захисту національного інформаційного простору, зокрема дбати про інформаційну гігієну. Формування інформаційної гігієни – це тривалий процес, проте для безпечного фільтрування інформації потрібно глибше зрозуміти, як працюють маніпулятори в цифровому світі.

Інформаційна гігієна стає важливою ключовою концепцією в час, коли суспільство стикається з великим потоком інформації з різних джерел. Ця

концепція охоплює широкий спектр принципів та практик, спрямованих на збереження нашого розумового та емоційного здоров'я в умовах інформаційного перенасичення. Початковим складником інформаційної гігієни є вміння ефективно відбирати інформацію. У світі, де новини, статті, та повідомлення з'являються зі швидкістю світлового променя, критерії відбору стають фільтром, який допомагає нам скеровувати свою увагу на дійсно важливе та корисне. Уміння визначати достовірність джерел, враховувати різні кути зору та здійснювати об'єктивний аналіз є важливими навичками для збереження нашої інтелектуальної чистоти.

Інформаційне засмічення може призвести до втрати концентрації та збитку здатності до розв'язання завдань. В інформаційно насиченому середовищі, важливо визначити момент, коли потрібно зробити паузу, уникнути надмірного споживання інформації та надати мозку можливість відновлення. Свідомий вибір щодо того, яку інформацію ми споживаємо, є ключем до збереження розумової гігієни. Інформаційна гігієна також націлюється на наш емоційний стан. Перевантаження негативною або стресовою інформацією може впливати на психічне здоров'я. Розвиток емоційної саморегуляції, використання прийомів релаксації та позитивних стратегій взаємодії з інформацією допомагає зберегти емоційний баланс.

Важливий елемент транспарентності та відкритості – стратегічні комунікації, які нині є життєво важливими для національної безпеки будь-якої держави та її зовнішньої політики, тому цій тематиці приділено багато уваги і в наукових колах, і в державних.

Стратегічні комунікації – важливий компонент управління складними соціальними системами, такими, як держава, міністерства, адміністративні регіони, міжнародні організації, бізнесові корпорації, політичні та громадські структури, фінансові установи тощо. Також це інтегроване використання різноманітних комунікативних інструментів для просування й захисту інтересів

системи в довгостроковій перспективі, відповідно до її місії та стратегічних цілей.

Стратегічні комунікації будь-якої держави як суверенного, демократичного, правового та економічно стабільного учасника міжнародних відносин повинні бути скеровані на умови гарантування національної інформаційної безпеки всіх суб'єктів інформаційних відносин; інституалізувати процес дотримання інформаційної гігієни. Особливо ситуація потребує швидких та результативних рішень під час воєнних дій, що нині тривають на території України і є результатом агресії РФ. Інформаційна безпека суспільства – це можливість безперешкодної реалізації суспільством та окремими його членами своїх конституційних прав, пов'язаних із можливістю вільного одержання, створення й поширення інформації, а також ступінь їхнього захисту від деструктивного інформаційного впливу. Максимально сприяти інформаційній безпеці покликана інформаційна політика – діяльність держави та її громадян у сфері виробництва, поширення, обміну, охорони інформації, її використання в управлінських процесах.

Концепція інформаційної держави відображає ідею про те, як уряд може використовувати інформаційні технології та інформаційні ресурси для ефективного управління країною, забезпечення розвитку суспільства й підвищення якості життя громадян. Ця концепція передбачає, що держава використовує сучасні технології для збору, аналізу та поширення інформації, а також для забезпечення доступу громадян до різних державних послуг та ресурсів. Інформаційна держава ставить перед собою завдання зробити управління більш прозорим, ефективним та відкритим для громадськості. Концепція також включає в себе ідею цифрової трансформації різних галузей економіки та суспільства, зокрема освіти, охорони здоров'я, транспорту, енергетики та інших. Інформаційна держава стимулює розвиток інновацій, підтримує створення та впровадження нових технологій, що сприяє загальному розвитку країни. Основними принципами концепції інформаційної держави є

доступність інформації, захист персональних даних, ефективне управління та співпраця між державними й недержавними структурами. Така держава прагне стати лідером у галузі використання інформаційних технологій для досягнення стратегічних цілей розвитку.

Запропоновано етапи розвитку інформаційного суспільства та поступ інформаційної держави України та схарактеризовані громадські медіа як невід'ємна частина громадських комунікацій, що можуть набувати різноманітних форм, спрямованих на різні аудиторії та відображаючи різні напрямки. Одночасно вони слугують засобом стимулювання дискусій та залучення пересічних громадян, об'єднаних спільними цілями. Ключова особливість громадських медіа полягає в їхній незалежності від комерційних тенденцій та популярних тем. Це дає можливість розробляти різні моделі громадських ЗМІ, які можуть мати відкриту редакційну політику або бути більш зосередженими на залученні громадян.

Серед науковців, політиків і практиків зростає визнання важливості медіаграмотності та інформаційної гігієни в цифрову епоху. Поширення фейкових новин, мови ненависті в інтернеті та інших форм цифрової дезінформації зумовило необхідність того, щоб люди вміли критично оцінювати та інтерпретувати інформацію, з якою вони стикаються у всесвітній мережі. Крім того, зростання впливу соціальних мереж та інших онлайн-просторів створило нові виклики для приватності й безпеки, які вимагають від людей усвідомлення ризиків і вживання заходів для свого захисту. Незважаючи на те, що існує багато поточних ініціатив, спрямованих на просування медіаграмотності та інформаційної гігієни, існує потреба в подальших дослідженнях і розробках у цій сфері. Це передбачає вивчення нових й інноваційних підходів до просування медіаграмотності, таких як використання гейміфікації та інших інтерактивних стратегій, а також розроблення нових інструментів і ресурсів для підтримки людей в управлінні та перевірці інформації в інтернеті.

Існує потреба в посиленні співпраці та координації між різними секторами та зацікавленими сторонами, зокрема освітою, медіа, громадянським суспільством та урядом. Медіаграмотність та інформаційна гігієна є складними та багатогранними питаннями, які потребують скоординованої та спільної відповіді із залученням широкого кола суб'єктів та поглядів, чим зумовлена актуальність нашого дослідження.

Необхідність поглиблення та розвитку медіаграмотності та інформаційної гігієни в цифрову епоху є нагальним викликом, що має важливі наслідки для окремих осіб, громад та суспільства в цілому. Незважаючи на постійні зусилля з просування медіаграмотності та інформаційної гігієни, існує необхідність у подальших дослідженнях, розробках і співпраці в цій сфері для вирішення складних і мінливих викликів цифрового медіаландшафту. Отже, політика ЄС щодо медіаграмотності визнає її важливість для сучасного світу і прагне сприяти розвитку навичок критичного мислення в людей під час споживання ними медіаконтенту. Цілями політики є розвиток освіти з медіаграмотності, навчання медіаграмотності серед широких верств населення та розвиток можливостей медіадизайну.

Стратегії ЄС для досягнення цих цілей включають розробку глобальних рамок для навчання медіакомпетентності, підтримку освітян і професіоналів у сфері медіа та просування відповідальної медіаетики. Зважаючи на зростаючу взаємозалежність глобального медіаландшафту, медіаграмотність та цифрова інклюзія стають дедалі важливішими як для окремих людей, так і для суспільства в усьому світі. Політика ЄС щодо медіаграмотності є безцінним прикладом для наслідування іншими країнами та регіонами, підкреслюючи роль медіаграмотності в розвитку критичного мислення, відповідальної медіапрактики та цифрової інклюзії. Стратегії та ініціативи ЄС у сфері інформаційної гігієни є різноманітними та широкомасштабними, що відображає відданість Комісії просуванню цифрових прав, захисту даних громадян та гарантуванню безпечного цифрового середовища. Стратегії та партнерства ЄС

спрямовані на вирішення мінливих викликів цифрової епохи, а також на сприяння міжнародному співробітництву й поширенню передового досвіду в галузі цифрових технологій. Розвиток кібербезпеки є важливим елементом політики інформаційної гігієни ЄС.

Взявши за приклад концепції Європейського Союзу з питань інформаційної гігієни та медіаграмотності, ми розглядаємо їх як найкращі практики для аналізу. З огляду на бажання України приєднатися до ЄС, вважаємо за доцільне адаптувати досвід цих держав та співдружності загалом. ЄС розвинув низку стратегій та ініціатив у сфері інформаційної та цифрової гігієни. Проте не існує окремої політики або регулювань, винятково присвячених цьому питанню. Замість цього питання інформаційної гігієни враховується в межах різних стратегій та ініціатив ЄС, спрямованих на підвищення безпеки та конфіденційності в інтернеті, кібербезпеки та розвитку цифрових навичок. Серед науковців, політиків і практиків зростає усвідомлення важливості медіаграмотності та інформаційної гігієни в цифрову епоху

Проаналізовано застосування гейткіпінгу та спіндокторингу в контексті інформаційної гігієни, що може мати значний вплив на сприйняття та розуміння інформації громадськістю. Гейткіпінг, або регулювання доступу до інформації, слугує інструментом контролю за тим, що потрапляє до громадськості. Це може включати вибір певних тем для обговорення, акцентування уваги на певних аспектах подій та відсів неперевіреної або неправдивої інформації. Однак зловживання гейткіпінгом часто призводить до приховування важливих подій або придушення альтернативних кутів зору, що підірвує принципи свободи слова та доступу до інформації. Спіндокторинг використовується для формування певного образу або інтерпретації подій у громадському суспільстві. Це передбачає активне використання медійних ресурсів для пропаганди певних ідей, приховування негативних аспектів або маніпулювання інформацією для досягнення поставлених цілей. Однак ця практика може призвести до втрати довіри громадськості та сприяти

поширенню дезінформації. Отже, важливо забезпечувати баланс між гейткіпінгом та спіндокторингом, гарантуючи доступ до об'єктивної та достовірної інформації, що дозволить громадськості самостійно формувати своє уявлення про події та явища в суспільстві.

У сучасному світі, насиченому інформацією та взаємозв'язками, деструктивні впливи стають серйозним викликом для суспільства й індивідуумів. Одним із найбільш деструктивних явищ є воєнні конфлікти, які призводять до людських жертв, фізичного та психологічного знищення міст, інфраструктури та культурних цінностей. Розповсюдження дезінформації та фейкових новин, маніпуляція громадською думкою, атаки на інформаційну інфраструктуру, поширення ворожої риторики й ідеологічних конфліктів – це лише деякі приклади деструктивних впливів, які спричиняють негативні наслідки для суспільства та індивідуумів.

Пандемія COVID-19 також принесла з собою низку деструктивних впливів, які впливають на різні аспекти життя суспільства. Страх перед зараженням, соціальна ізоляція, втрата роботи та фінансова нестабільність можуть призвести до погіршення психічного здоров'я та збільшення випадків депресії, тривожних розладів і стресу. Поширення дезінформації та конспірологічних теорій також може спричинити погіршення ситуації, розповсюдження паніки та недовіри до медичних авторитетів.

Тема ковіду та стратегічних комунікацій викликає значний інтерес, оскільки пандемія COVID-19 стала глобальною проблемою, на яку потрібно реагувати не лише медично, а й з погляду комунікаційної стратегії. У роботі розглянуто, як ефективні стратегічні комунікації можуть допомогти в боротьбі з пандемією, забезпечуючи інформаційну доступність, розуміння та сприяючи формуванню необхідних практик для збереження здоров'я громадян. Пандемія COVID-19 продемонструвала важливість стратегічних комунікацій в управлінні кризовими ситуаціями. Ключовою метою комунікаційних стратегій під час пандемії є гарантування доступності, достовірності та зрозумілості інформації

для громадян. По-перше, ефективні комунікаційні стратегії мають забезпечувати швидке поширення інформації про нові дослідження, рекомендації щодо заходів безпеки та оновлення щодо ситуації з COVID-19. Це дає змогу громадянам бути в курсі останніх подій і приймати обґрунтовані рішення щодо свого здоров'я. По-друге, стратегії комунікацій повинні бути адаптовані до потреб та особливостей різних аудиторій. Наприклад, інформація для молоді може бути подана у формі мемів або коротких відео, тоді як для літніх людей краще підійдуть традиційні канали, такі як радіо або телебачення. По-третє, важливо враховувати культурні та мовні особливості різних груп населення. Інформація повинна бути доступною на різних мовах та враховувати місцеві традиції та вірування.

Крім того, стратегії комунікацій повинні активно боротися з міфами та дезінформацією, які можуть призвести до неправильного розуміння пандемії та хибних дій. Це передбачає розроблення освітніх кампаній та співпрацю із засобами масової інформації для поширення достовірної інформації. Стратегії комунікацій повинні містити елементи підтримки психічного здоров'я. Постійний стрес та невизначеність, пов'язані з пандемією, можуть призвести до загострення проблем із психічним здоров'ям. Тому важливо надавати громадянам доступ до психологічної підтримки та ресурсів для самопомоги. У цілому стратегічні комунікації відіграють важливу роль у боротьбі з пандемією COVID-19, забезпечуючи доступність, достовірність та зрозумілість інформації для громадян. Відповідно до цього, правильно розроблені та реалізовані комунікаційні стратегії можуть значно збільшити ефективність заходів з контролю та запобігання поширенню COVID-19, а також сприяти збереженню життів та здоров'я громадян.

Найбільшою загрозою сьогоднішній інформаційній безпеці Україні є гібридна війна РФ – війна, яка поєднує принципово різні типи та способи її ведення, нехтуючи загальнолюдськими цінностями та принципами ведення сучасних війн задля досягнення поставлених цілей. Особливістю сучасної

російсько-української війни є створення та функціонування інформаційних військ. Інформаційні війська стали популярними в останні десятиліття, особливо у зв'язку з розвитком інтернету та соціальних мереж. Ці війська можуть використовувати різні методи та інструменти, такі як бот-мережі, фейки, спам, кібератаки, вебсайти-пастки та інші. Важливою подією війни 2022 р. стало створення інформаційних військ України – спільноти активних українців, що об'єднуються задля захисту держави від агресивної інформаційної пропаганди російських спецслужб, які відстежують інформаційні провокації проти України, брехню російських ЗМІ та поширюють контрпропаганду; діяльність Національного координаційного центру кібербезпеки через кібервійсько України, яке відповідає за інформаційну безпеку, захист критичної інфраструктури та розвідку; функціонування чат-ботів державних структур, органів влади та місцевого самоврядування, СБУ; діяльність Центру протидії дезінформації при РНБО України й ін. структур та інститутів, що ведуть ефективну діяльність під час війни.

Українська віртуальна армія – це наша перевага над ворогом, у якого нічого подібного немає. Росія запускає мільйон ботів, які поширюють у соцмережах меседжі, але не може мобілізувати мільйон живих людей, які від щирого серця розповідатимуть світу, що справді бачать, переживають і відчують. Важливо розуміти, що інформаційні війська можуть бути використані не тільки військовими організаціями, а й державними структурами, політичними партіями, групами злочинців та іншими. Застосування таких методів може стати як загрозою, так і користю для національної безпеки та демократичних процесів, тому важливо знати про це та бути обережними в інтернеті.

У світі, де деструктивні впливи є неодмінним складником, важливо приділяти увагу їх розпізнаванню та протидії. Дотримання інформаційної гігієни є одним із ключових аспектів захисту від негативних наслідків таких впливів. Умови війни часто супроводжуються не лише фізичною загрозою, але

й інформаційними викликами, що ставлять під сумнів навіть саму істину. У таких умовах інформаційна гігієна стає надзвичайно важливою, щоб зберегти здоров'я розуму та відсіяти дезінформацію від правдивої інформації. По-перше, важливо розуміти, що воєнний конфлікт може бути використаний як платформа для поширення дезінформації та пропаганди. Політичні та військові сили можуть активно послуговуватися засобами масової інформації, соціальними мережами та іншими каналами для маніпулювання громадською думкою. Тому важливо бути критичним до отриманої інформації та завжди перевіряти її достовірність. По-друге, громадяни повинні розвивати свої навички критичного мислення. Уміння аналізувати інформацію з різних джерел, порівнювати різні думки та визначати можливі мотивації за ними допоможе уникнути психологічних пасток, які можуть бути підготовлені для споживача інформації. По-третє, індивіди повинні використовувати надійні джерела інформації. Офіційні засоби масової інформації, міжнародні організації та інші довірені джерела можуть надати більш об'єктивну та достовірну інформацію, ніж анонімні джерела або соціальні мережі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 2018 Ranking of countermeasures by the EU28 to the Kremlin's subversion operations. Kremlin Watch Report.. This report has been consulted with 16 governmental and non-governmental experts from 12 European countries, URL: https://yle.fi/uutiset/osasto/news/aro_and_kankkonen_win_bonnie_journalism_prize/8748609 (дата звернення 13.06.2018)
2. 54% українців не дотримуються інформаційної гігієни в Facebook – дослідження. URL: <https://cutt.ly/dN5oqGv> (дата звернення 08.11.2022)
3. 755 000 твітів, або Як російська «Фабрика тролів» намагалась впливати на порядок денний в Україні. Дослідження. URL: <https://actual.today/755-000-tvitiv-abo-jak-rosijska-fabrika-troliv-namagalas-vplivati-na-porjadok-dennij-v-ukraini-doslidzhennja/> (дата звернення 05.12.2018)
4. 9 принципів особистої інформаційної гігієни. URL: <https://ishop.if.ua/novyny/9-pryncypiv-osobystoyi-informacijnoyi-gigiyeny> (дата звернення 18.11.2023)
5. A new European agenda for culture. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM:2018:267:FIN> (дата звернення 07.09.2018)
6. A trusted and cyber secure Europe Enisa. URL: <https://www.enisa.europa.eu/publications/corporate-documents/a-trusted-and-cyber-secure-europe-enisa-strategy> (дата звернення 08.06.2020)
7. Action Plan on Strategic Communication. European External Action Service. June 2015. URL: https://www.eeas.europa.eu/sites/default/files/action_plan_on_strategic_communication.docx_eeas_web.pdf (дата звернення 01.06.2019)
8. Analyzing Twitter Disinformation and Propaganda Related to Russian Aggression Against Ukraine. Part-2. URL: <https://mythoslabs.org/wp-content/uploads/2022/01/Part-2-%E2%80%93-Analyzing-Twitter-Disinformation->

[and-Propaganda-Related-to-Russian-Aggression-Against-Ukraine.pdf](#)

(дата

звернення 18.02.2022)

9. Arendt Hannah. Crises of the Republic; lying in politics, civil disobedience on violence, thoughts on politics, and revolution. Harcourt Brace Jovanovich, 1972, p. 4.

URL: <https://archive.org/details/crisesofofpublic00aren> .

10. Aro J., The Cyberspace War: Propaganda and Trolling as Warfare Tools. European View, June 2016, Volume 15, Issue 1, p.121-132.

11. Bard A., Soderqvist J. Netocracy: The New Power Elite and Life after. Capitalism. New Jersey: Pearson FT Press, 2002. 288 p.

12. Better Internet for Kids. Review of the year 2022. URL:

https://www.betterinternetforkids.eu/documents/167024/184597/BIK_Report2022_WEB.pdf/b18efc2c-8726-5290-d51b-fddfde00cd19?t=1675761162691

(дата

звернення 08.11.2022)

13. Bimber B., Gil de Zúñiga H. The Unedited Public Sphere. New Media & Society, 2020, №22(4), p.700–715.

14. Campbell D. Can the digital divide be contained? International Labour Review, 2001, №140 (2), pp. 119–141

15. ChatGPT: Європарламент розроблює жорсткий закон про штучний інтелект – ЗМІ. Gazeta.ua. URL:

https://gazeta.ua/articles/edu-and-science/_evroparlament-rozroblyuye-zhorstkij-zakon-pro-shtuchnij-intelekt-zmi/1140478 (дата звернення 14.04 2023)

16. Christensen C. M. The innovator's dilemma: when new technologies cause great firms to fail. Boston, MA: Harvard Business Review Press, 1997

17. Cornish P., Lindley-French Ju., Yorke C. Strategic communications and national strategy. Chatham House Report. 2011. URL:

<https://www.chathamhouse.org/sites/default/files/r0911stratcomms.pdf>

18. Creative Europe. URL: <https://culture.ec.europa.eu/creative-europe/about-the-creative-europe-programme> (дата звернення 15.02.2024)

19. Data Act URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/data-act> (дата звернення 15.02.2024)
20. Digital Europe. URL: <https://www.digitaleurope.org/> (дата звернення 15.02.2024)
21. Digital Services Act . URL: <https://tinyurl.com/2er3xa66> (дата звернення 15.02.2024)
22. Disinformation: how to recognise and tackle Covid-19 myths. 30.03.2020. URL: <https://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/society/20200326STO75917/disinformation-how-to-recognise-and-tackle-covid-19-myths> (дата звернення 15.02.2024)
23. Dorosh L., Astramowicz-Leyk T., Turchyn Ya. The impact of post-truth politics as a hybrid information influence on the status of international and national security: the attributes of interpretation and the search for counteraction mechanisms, European Politics and Society. Volume 23, 2022, Issue 3. P.340-363.
24. Dorosh L., Turchyn J., Ivasechko O. Comparative analysis of the hybrid tactics application by the Russian Federation in conflicts with Georgia and Ukraine. Central European Journal of International and Security Studies (CEJISS). 2019. Vol. 13, iss. 2. P. 48–73.
25. Douglas Mark Rushkoff Media Virus: Hidden Agendas in Popular Ballantine Books, 1994, 338 p.
26. DSJC Value Proposition: draft messages for pledgers. URL: https://digital-skills-jobs.europa.eu/system/files/2022-10/DSJC_Value_proposition_October_2022.pdf (дата звернення 15.02.2024)
27. Edelman E. S., Kramer D. J. Keep NATO's Door Open to Ukraine. Washington Shouldn't Grant Putin the Sphere of Influence He Wants. Foreign Affairs. URL: <https://www.foreignaffairs.com/articles/ukraine/2022-01-31/keep-natos-door-open-ukraine> (дата звернення 31.01.2022)

28. Elkjaer T., Damgaard J. How Digitalization and Globalization have Remapped the Global FDI Network. 2018. URL: https://www.oecd.org/iaos2018/programme/IAOS-OECD2018_Elkjaer-Damgaard.pdf (дата звернення 15.04.2023)
29. Enisa. URL: <https://www.enisa.europa.eu/> (дата звернення 15.02.2024)
30. EU Digital Single Market. Enisa. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A52015DC0192> (дата звернення 15.02.2024)
31. European data strategy URL: https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/european-data-strategy_en. (дата звернення 15.02.2024)
32. European Media Literacy Week URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/events/european-media-literacy-week> (дата звернення 15.02.2024)
33. European Observatory of Digital Media. URL: <https://edmo.eu/> (дата звернення 15.02.2024)
34. European Union Internet Forum (EUIF) . URL: https://home-affairs.ec.europa.eu/networks/european-union-internet-forum-euif_en (дата звернення 15.02.2024)
35. European Union. URL: <https://european-union.europa.eu/select-language?destination=/node/1> (дата звернення 15.02.2024)
36. Falling Through the Net: Defining the Digital Divide. The Digital Divide: Facing a Crisis or Creating a Myth? 2001. URL: <https://ntia.gov/report/1999/falling-through-net-defining-digital-divide> (дата звернення 16.08.2021)
37. Farwell J. P. Persuasion and Power. The Art of Strategic Communication. Washington: Georgetown University Press, DC, 2012. 304 p.
38. Fedchenko Ye. Kremlin Propaganda: Soviet Active Measures by Other Means URL: <https://www.stopfake.org/en/kremlin-propaganda-soviet-active-measures-by-other-means/> (дата звернення 21.03.2016)

39. Five Minutes with Colin Crouch: A Post-democratic Society Is One That Continues to Have and to Use All the Institutions of Democracy, but in Which They Increasingly Become a Formal Shell. The London School of Economics and Political Science. 2013. URL: <https://blogs.lse.ac.uk/politicsandpolicy/five-minutes-with-colin-crouch/>.
40. Fong M. Digital Divide: The Case of Developing Countries. Issues in Informing Science and Information Technology, 2009, №6, pp. 471-478.
41. GAO-10-1036 R. Hybrid Warfare. United States Government Accountability Office Washington, 2010. URL: <https://www.gao.gov/assets/100/97053.pdf>
42. García Juan Pablo Villar, Quirós Carlota Tarín, Soria Julio Blázquez. Strategic communications as a key factor in countering hybrid threats. European Parliamentary Research Service, 2021. URL: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/656323/EPRS_STU\(2021\)656323_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/656323/EPRS_STU(2021)656323_EN.pdf) (дата звернення 16.08.2021)
43. Ghayrat Sh. Information War: The War for the «Truthful» High Ground. SAGE International. URL: [Microsoft Word - Information War.docx \(ethz.ch\)](#) (дата звернення 16.02.2017)
44. Guerrero-Castro, Cristian E. Strategic Communication for Security & National Defense: Proposal for an Interdisciplinary Approach. Connections: The Quarterly Journal. 2013. Vol. 12, No. 2. Pp. 27 – 51. URL: <http://connections-qj.org/article/strategic-communication-security-national-defenseproposal-interdisciplinary-approach>
45. Harsin Ja. Post-Truth and Critical Communication Studies. Oxford Research Encyclopedia. URL: <https://web.archive.org/web/20211008003440/https://oxfordre.com/communication/view/10.1093/acrefore/9780190228613.001.0001/acrefore-9780190228613-e-757> (дата звернення 20.12.2018)

46. Hill K. A., Hughes J. E. Cyberpolitics: Citizen Activism in the Age of the Internet. Oxford, UK Rowman & Littlefield Publishers Inc., 1998. 224 p.
47. Information Interaction URL: [http://www.glossary.ru/cgi-bin/gl_sch2.cgi?RI\(uwsg.outt:!ingosuklpxyio9](http://www.glossary.ru/cgi-bin/gl_sch2.cgi?RI(uwsg.outt:!ingosuklpxyio9) (дата звернення 16.08.2021)
48. Internet Trolling as a Hybrid Warfare Tool: The Case of Latvia, Riga: NATO Strategic Communication Centre of Excellence, 2015, URL: <https://www.stratcomcoe.org/internet-trolling-hybridwarfare-tool-case-latvia-0>.
49. Jeangène Vilmer J.-B., Escorcía A., Guillaume M., Herrera J., Information Manipulation: A Challenge for Our Democracies, report by the Policy Planning Staff (CAPS) of the Ministry for Europe and Foreign Affairs and the Institute for Strategic Research (IRSEM) of the Ministry for the Armed Forces, Paris, August 2018
50. Karpchuk N., Makar Yu. The practice of “embedded journalism” in Ukraine. Медіафорум, № 12. С. 191-204.
51. Key findings from the Horizon 2020 interim evaluation . URL: <https://cutt.ly/8818iDj> (дата звернення 16.08.2021)
52. Keyes R. The Post-Truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life. New York : St. Martin’s Press, 2004. 312 c
53. Koenig R. Tweet-errific. Ambassador, embassy adept at social media. Statemagazine, 2013, December, p. 14–16.
54. Kraus K., Kraus N. The nature of digital transformation. Energy of the economy. How to feel, understand and use it: Scientific monograph. Riga, Latvia: “Baltija Publishing”, 2023.
55. Kroker A., Weinstein M. Data Trash: the theory of the virtual class. New World Perspectives. Montreal, 1994. 160 p.
56. Król A. Obrona przestrzeni informacyjnej na przykładzie Litwy, Łotwy i Estonii. Raport: dezinformacja w Europie Środkowo-Wschodniej. The Warsaw Institute Review. Warszawa 2017, s.47-53.

57. Krugliy O., Kozak A., Fesyk O., Karpuk I., Morenchuk A., Yelova T., Shuliak N. The concept of strategic communications in ukrainian scientific research. AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research. Special Issu. 13/02-XXXII. 2023. P. 123-126. URL: http://www.magnanimitas.cz/ADALTA/130132/papers/A_22.pdf .
58. Lithuania Suspends Russian TV After Anti-U.S. Comments. URL: <https://www.rferl.org/a/lithuania-suspends-russian-tv-anti-american-comments/28124570.html> (дата звернення 17.11.2016)
59. McIntyre L. Post-Truth. Cambridge: MIT Press, 2018. 236 с.
60. Media literacy for all. URL: <https://rm.coe.int/cyprus-2020-media-literacy-for-all/1680988374>; (дата звернення 16.08.2021)
61. Meta takes down Russian troll farm - CBS News. URL: <https://www.cbsnews.com/news/meta-takes-down-russian-troll-farm/> (дата звернення 04.08.2022)
62. Monbiot G. The Need to Protect the Internet from «Astroturfing» Growsever More Urgent. URL: <http://www.theguardian.com/environment/georgemonbiot/2011/feb/23/> (дата звернення 21.02.2021)
63. Mytko A. Prospects and challenges in information democracy. Radīt nākotni: komunikācija, izglītība, bizness, (Rīga, 2013. gada 30. Maijs). Rīga: SIA «Biznesa augstskola Turība», 2013. P. 25–32.
64. Naisbitt J., Aburdene P. Megatrends 2000: Ten New Directions for the 1990's. Morrow, 1990, 384 p .
65. Nemeth J. L. Defining Strategic Communication: An Almost Impossible Challenge, But Perhaps There Is Still A Solution. Hadtudomány, 2021. PP. 162 – 172.
66. Ohemeng F. L. K., Ofosu-Adarkwa K. Overcoming the Digital Divide in Developing Countries: An Examination of Ghana's Strategies to Promote Universal Access to Information Communication Technologies (ICTs). Journal of Developing Societies, 2014, №30 (3), pp. 297–322.

67. Paul C. Strategic Communication: origins, concept, and current debates. Praeger, 2011. 240 p.
68. Paul D. The Genesis of Clausewitz's On War Reconsidered. British Journal for Military History. 2016. T. 2.
69. Paul C. Getting Better at Strategic Communication. RAND Corporation. Santa Monica, 18 p. URL: http://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/testimonies/2011/RAND_CT366.pdf (дата звернення 12.06.2011)
70. Revision of the Audiovisual Media Services Directive (AVMSD). URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/revision-avmsd> (дата звернення 12.06.2023)
71. Russian propgandists get Twitter verification two years in Ukraine war - The Washington Post URL: <https://www.washingtonpost.com/technology/2023/02/22/russian-propagandists-said-buy-twitter-blue-check-verifications/> (дата звернення 22.02.2023)
72. Shuliak A., Konstankevych I., Kunytskyu M. Use of "the other / alien" image in the strategic communications of the Russian Federation during the russian-ukrainian confrontation (2014-2021). Przegląd Strategiczny. Wydawnictwo Naukowe WNPiD UAM, Poznań, 2021. Issue 14. P. 195-210.
73. Silverman C., Kao J. Infamous Russian Troll Farm Appears to Be Source of Anti-Ukraine Propaganda. ProPublica URL: <https://www.propublica.org/article/infamous-russian-troll-farm-appears-to-be-source-of-anti-ukraine-propaganda> (дата звернення 11.03.2022)
74. Stopfake. Борьба с неправдивой информацией о событиях в Украине. URL: <https://www.stopfake.org/>.
75. Sydoruk T., Kukalets O., Tymeichuk I. China's Efforts at Influence in Europe, Targeting the Media and Public Opinion. European Journal of East Asian Studies, 20(2). 2020. P. 396-413.

76. Sydoruk, T., Pavliuk, V., Shuliak, A. Russia's war against Ukraine and the transformation of the Euro-Atlantic Security Architecture. *Politics in Central Europe*, 2023, 19(2), 305–323.
77. Tatham S. NATO Strategic Communication: More to be Done? National Defence Academy of Latvia; Center for Security and Strategic Research. Riga, 2014. 63 p. P.3. URL: https://www.naa.mil.lv/sites/naa/files/document/1_DSPP%20PP%201%20-%20NATO%20StratCom.pdf
78. The EU Cybersecurity Strategy. URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/cybersecurity-strategy> (дата звернення 12.06.2023)
79. The General Data Protection Regulation (GDPR). URL: <https://gdpr.eu/tag/gdpr/> (дата звернення 12.06.2023)
80. The NIS2 Directive. URL: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2021/689333/EPRS_BRI\(2021\)689333_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2021/689333/EPRS_BRI(2021)689333_EN.pdf) (дата звернення 12.06.2023)
81. Vozniuk Ye., Patlashynska I., Kachkovska L., Gavryliuk S., Sorokopud O., Shuliak A. The impact of the 4.0 technological revolution on the hybrid war of the russian federation in Ukraine. *AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research*. 2022, Special Issue (12/02-XXX). p. 159-164.
82. Voznyuk Ye., Vetrov K. Information Terrorism as a Modern Threat for Information Security of European States. *Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії*, 2019, №1(5), С. 34–42.
83. Walrave, B., Talmar, M., Podoyntsyna, K.S., Romme, A.G.L. and Verbong, G.P. A multi-level perspective on innovation ecosystems for path-breaking innovation. *Technological Forecasting and Social Change*, 2018, №136, pp. 103–113.
84. Wasiuta O. Elfy przeciwko rosyjskim internet-trollom. *Vademecum bezpieczeństwa informacyjnego*, (red.) O.Wasiuta, R.Klepka, Wydawnictwo AT-Libron. Kraków 2019, 1 tom – A-M, s. 352-358.

85. Wasiuta O. Rosyjska mass-medialna manipulacja informacją w wojnie hybrydowej przeciwko Ukrainie. *Vademecum bezpieczeństwa informacyjnego*, (red.) O.Wasiuta, R.Klepka, Wydawnictwo AT- Libron. Kraków 2019, 2 tom – N-Z, s.272-280.
86. Wasiuta O., Batorowska H., Klepka R. Media jako instrument wpływu informacyjnego i manipulacji społeczeństwem. Wydawnictwo Libron, Kraków 2019, 442 s.
87. Wasiuta O., Rosyjskie wojska do operacji informacyjnych. *Vademecum bezpieczeństwa informacyjnego*, (red.) O.Wasiuta, R.Klepka, Wydawnictwo AT-Libron. Kraków 2019, 2 tom – N-Z, s.289- 293.
88. Wasiuta O., Wasiuta S. Deepfake jako skomplikowana i głęboko fałszywa rzeczywistość. *Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis. Studia de Securitate*, 2019, nr 3. s.19-30; URL: <https://studiadesecuritate.up.krakow.pl/wp-content/uploads/sites/43/2019/10/Studia-de-Securitate-3-2019.pdf>
89. Wasiuta O., Wasiuta S. Wojna hybrydowa Rosji przeciwko Ukrainie. Arcana. Kraków 2017.
90. Wasiuta O., Wasiuta S., FakeApp jako nowe zagrożenie bezpieczeństwa politycznego i informacyjnego. *Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis. Studia de Securitate*, 2019, nr 3. s. 129-139; URL: <https://studiadesecuritate.up.krakow.pl/wp-content/uploads/sites/43/2019/10/Studia-de-Securitate-3-2019.pdf>
91. Wasiuta, O., Wasiuta, S. Kremlowska dezinformacja w Internecie i reakcja społeczeństw zachodnich. *Przegląd Geopolityczny*, 2020, tom 34, s. 136-147, URL: <https://przeglad.org/wp-content/uploads/2020/11/XXXIV-07-Wasiuta2.pdf>
92. Webster F. *Theories of the Information Society*. London: Routledge, 1995.
93. [Wirnitzer](#) J., Češi budují informační odboj. Pronikli jsme do sítí prokremelských trollů, hlásí skrytí elfové, URL: <https://denikn.cz/8842/cesi-buduji-informacni-odboj-pronikli-jsme-do-siti-prokremelskych-trollu-hlasi-skryti->

elfove/?fbclid=IwAR0ICkQV3SRJoMqbiTJS_4KGCEBdnahcDWtbWLmmNPmh_qZ3u6Hu3fKd3bU (дата звернення 12.06.2023)

94. Yuskiv B., Karpchuk N., Pelekh O. The Structure of Wartime Strategic Communications: Case Study of the Telegram Channel Insider Ukraine. *Politologija*, Vol. 107 (3), p. 90-119.

95. Zoria Y., Baltic “elves” launch online database of pro-Russian trolls to tackle propaganda. URL: <http://euromaidanpress.com/2018/01/20/baltic-elves-launch-vatnikas-online-database-of-pro-russian-trolls-to-tackle-propaganda/>. (дата звернення 20.01.2018)

96. Аналітична доповідь до щорічного послання Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2016 році». URL: http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/poslanya_new-cc2e3.pdf (дата звернення 12.06.2023)

97. Арістова І.В. Державна інформаційна політика: організаційно-правові аспекти / за заг. ред. О.М. Бандурки: монографія. Харків: УН-т внутрішніх справ, 2000. 368 с.

98. Архипова Є. О. Інформаційна нерівність як соціальна проблема сьогодення. *Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства*. С. 335–339.

99. Баранов О.А. Правові проблеми “електронної демократії”. *Інформація і право*, 2017, № 1(20), С. 28-38.

100. Баранюк К. Як зупинити тролінг в Інтернеті? URL: https://www.bbc.com/ukrainian/vert_fut/2016/03/160330_vert_fut_what_is_the_best_way_to_stop_internet_trolls_vr. (дата звернення 12.06.2023)

101. Барсукова О. Корисні Telegram-боти: куди "здавати" ворога, де шукати допомогу? Список Мінцифри. PRAVDA.COM.UA URL: <https://life.pravda.com.ua/society/2022/03/5/247686/> (дата звернення 05.03.2022)

102. Барсукова О. У чат-бот "єВорог" тепер можна повідомити про вбивць у Бучі, Ірпені та Гостомелі. УП. Життя. URL: <https://life.pravda.com.ua/society/2022/04/7/248140/> (дата звернення 07.04.2022)
103. Бебик В. Стратегічні комунікації КНР: зовнішньополітичні, економічні та безпекові аспекти Стратегічні комунікації в міжнародних відносинах: монографія. Київ: Вадекс, 2019. 442 с.
104. Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційні війни та інформаційно-комунікаційні війська. Інформація і право, 2023, № 3(46), С. 86-97.
105. Безумие кремлевских троллей URL: <https://www.svoboda.org/a/26913247.htm> (дата звернення 12.06.2023)
106. Булатова, О. В., Резнікова, Н. В., Іващенко, О. А. Цифровий розрив чи цифрова нерівність? Нові виміри глобальних асиметрій соціально-економічного розвитку і міжнародної торгівлі в умовах техноглобалізму. Серія: Економіка, 2023, №25, с. 45–57. URL: <https://doi.org/10.34079/2226-2822-2023-13-25-45-57>
107. В ефірі проросійські іноземні експерти. Як американці Сакс, Епіскопос, Саймс поширюють пропаганду. Фільтр. URL: <https://filter.mkip.gov.ua/yak-amerykanczi-saks-episkopos-sajms-poshyryuyut-propagandu/> (дата звернення 12.06.2023)
108. В ЄС розробили правила захисту людей від маніпуляцій штучного інтелекту. Укрінформ. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-technology/3232380-v-es-rozrobili-pravila-dla-zahistu-ludej-vid-manipulacij-stucnogo-intelektu.html> (дата звернення 15.05.2023)
109. Васюта О. „Ельфи” проти російських інтернет-тролів. Глосарій: навчальний енциклопедичний словник-довідник із питань інформаційної безпеки / Ред. Шуляк А. Київ, 2019, 580 с.
110. Васюта О. DeepFakes. Глосарій: навчальний енциклопедичний словник-довідник із питань інформаційної безпеки / Ред. Шуляк А. Київ, 2019, 580 с.

111. Власов В.Г. Зміст і механізми зовнішньої політики сучасної держави. 2015, URL: [file:///C:/Users/Windows%208.1/Downloads/2570-9319-1-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Windows%208.1/Downloads/2570-9319-1-PB%20(1).pdf) (дата звернення 12.06.2023)
112. Вовк Н. Явище тролінгу в Інтернеті як загроза інформаційному суспільству. Інформація, комунікація, суспільство: матеріали 2-ї Міжнар. наук. конф. ІКС-2013, 16-19 трав. 2013 р., Львів – Славське. Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2013. С. 104-105.
113. Военна інформаційна гігієна UChoose. URL: <https://uacrisis.org/uk/voyenna-informatsijna-gigiyena> (дата звернення 24.03.2022)
114. Вознюк Є. В. Європейський інспектор із захисту даних. Зелений і безпечний Європейський Союз: монографія / А. О. Бояр (кер. авт. кол.), І. В. Кицюк, Н. І. Романюк та ін.; за ред. А. О. Бояра, В. Й. Лажніка. Луцьк : Вежа-друк, 2023. 592 с.
115. Вознюк Є. В. Особливості поширення російських фейків в Україні Історико-політичні проблеми сучасного світу: Збірник наукових статей. Чернівці: Чернівецький національний університет, 2021. Т. 44. С. 52-63
116. Воронич А. Російські «інтернет-тролі» раптом «прокинулися»... Російські «інтернет-тролі» раптом «прокинулися»... Високий Замок. URL: <https://wz.lviv.ua/world/453838-rosiiski-internet-troli-raptom-prokynulysia> (дата звернення 09.03.2022)
117. Встановлення гармонізованих правил щодо штучного інтелекту, 2021. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A52021PC0206> (дата звернення 12.06.2023)
118. Гаврилюк С. Фейк. Глосарій: навчальний енциклопедичний словник-довідник із питань інформаційної безпеки / Ред. Шуляк А. Київ, 2019, 580 с.
119. Галамба М., Петрик В. Інформаційна безпека України: поняття, сутність та загрози. Юридичний журнал. 2006. № 11. С.11–18

120. Герасименко Р. Факт-чекінг для журналіста: соцмережі та «вкиди» як перевірка на професійність. URL:<http://ua.ejo-online.eu/2065/етика-та-якість/факт-чекінг-для-журналіста-соцмережі?print=print> (дата звернення 04.02. 2015)
121. Глобальні тренди міжнародних відносин: монографія. К.: Вадекс, 2020, 524с.
122. Глосарій: навчальний енциклопедичний словник-довідник із питань інформаційної безпеки / Ред. Шуляк А. Київ, 2019, 580 с.
123. Горбань Н. Інформаційна війна триває. Топ-5 фейків про Львів. URL:
http://tvoemisto.tv/news/informatsiyna_viyna_tryvaie_top5_feykiv_pro_lviv_68433.html (дата звернення 28.01.2015)
124. Гордієнко Т. Фантастичні фейки й де їх шукати. Як fakenews стало поняттям року. URL: https://ms.detector.media/trends/1411978127/fantastichni_feyki_y_de_ikh_shukati_yak_fake_news_stalo_ponyattyam_roku/ (дата звернення 12.06.2023)
125. Городенко Л. М. Цифрова та інформаційна нерівність у мережевій комунікації . Інформаційне суспільство, 2012, Вип. 16, С. 56–59.
126. Гриценко О. Природа інформаційного суспільства та розвиток світового ринку мас-медіа. Вісник Львів. ун-ту. Серія журн. 2009. Вип.32. С.214–222.
127. Громлюк І. Люди не ідіоти — з ними просто не працюють. Інтерв'ю з Оксаною Мороз, яка хоче навчити інформаційної гігієни мільйони українців. URL: <https://tinyurl.com/2g4mmtne>. (дата звернення 10.08.2020)
128. Даниленко С. І. Фаховий концепт стратегічних комунікацій: зарубіжна і українська освітня практика Стратегічні комунікації в міжнародних відносинах: монографія. Київ: Вадекс, 2019. 442 с.
129. Дащаківська О. Політична еліта в теоріях інформаційного суспільства: особливості діяльності та структури. Вісник Львів. ун-ту. Філософсько-політологічні студії. 2010, Вип.1., С. 237–246

130. Дворянин П. Інформаційна гігієна на українському телебаченні. Теле- та радіожурналістика, 2017, № 16, С.166-170. URL: <http://publications.lnu.edu.ua/collections/index.php/teleradio/article/view/1079>.
131. Дем'яненко В. М. Інформаційна гігієна в епоху «пост-правди». Молодий вчений. 2017, № 9.1, С. 46–50. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2017_9.1_14.
132. Директива про кібербезпеку та інформаційну безпеку. URL: <https://www.enisa.europa.eu/topics/cybersecurity-policy/nis-directive-new> (дата звернення 20.12.2023)
133. Довженко О. Фейковий Бойко як тест на адекватність журналістів. Детектор Медіа. URL: <https://detector.media/infospace/article/143389/2018-12-16-feikovii-boiko-yak-test-na-adekvatnist-zhurnalistiv/> (дата звернення 16.12.2018)
134. Дорош Л.О. Відповіді на гібридні загрози : особливості стратегії Європейського Союзу у боротьбі з дезінформацією. Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Історія. Політологія: збірник наукових праць. 2020. Вип. 27. С. 106–116.
135. Дорош Л.О. Інструменти гібридного впливу Росії: до проблеми систематизації. Вісник Львівського університету. Серія: Філософсько-політологічні студії. 2020, Вип. 33, с. 101–107.
136. Дорош Л. О. Роль освіти у подоланні негативних інформаційних впливів у епоху пост правди. Humanitarian Vision, 2021. Vol. 7, № 1, С. 33–38.
137. Досвід переживання пандемії Covid-19: дистанційні психологічні дослідження, дистанційна психологічна підтримка. Матеріали онлайн-семінарів 23 квітня 2020 року «Досвід карантину: дистанційна психологічна допомога і підтримка» та 15 травня 2020 року «Дистанційні психологічні дослідження в умовах пандемії covid-19 і карантину». URL: [dosvid_onl-sem_23-04-20_and_15-05-20_ncov19.pdf \(ispp.org.ua\)](https://ispp.org.ua/dosvid_onl-sem_23-04-20_and_15-05-20_ncov19.pdf)

138. Дослідження цифрових навичок українців. Третя хвиля 2023. URL: [8800-ua_cifrova_gramotnist_naselenna_ukraini_2023.pdf](https://diia.gov.ua/8800-ua_cifrova_gramotnist_naselenna_ukraini_2023.pdf) (diia.gov.ua) (дата звернення 15.02.2024)
139. Дубов Д. В. Стратегічні комунікації: проблеми концептуалізації та практичної реалізації. Стратегічні пріоритети. Серія: Політика. 2016. №4. С.9-23. С. 11. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sppol_2016_4_4.
140. Єврокомісія схвалила план дій щодо цифрової освіти . URL: <https://osvita.ua/school/82112/> (дата звернення 29.01.2021)
141. Журналісти дали пораду, як «вирахувати» фейкові новини. URL: <http://ukr.obozrevatel.com/politics/86319-zhurnalisti-dali-poradu-yak-virahuvati-fejkovi-novina.html> (дата звернення 12.06.2023)
142. Законодавці ЄС ведуть суперечку щодо обмежень майбутнього закону ЄС про штучний інтелект. р. URL: <https://tinyurl.com/2hvgorne> (дата звернення 21.02.2023)
143. Законодавці ЄС ведуть суперечку щодо обмежень майбутнього закону ЄС про штучний інтелект. URL: <https://tinyurl.com/2hvgorne> (дата звернення 21.02.2023)
144. Звіт про досвід та найкращі практики комунікації з питань COVID-19 у Європі, 2021, С.11-12. URL: <https://tinyurl.com/2zl2k7ka> (дата звернення 29.07.2021)
145. Згуровський М.З. Шлях до інформаційного суспільства – від Женеви і Тунісу. ZN.UA. 2005, № 34, 2-9 вересня. URL: https://zn.ua/ukr/EDUCATION/shlyah_do_informatsiynogo_suspilstva_id_zhenevi_do_tunisu.html.
146. Зернецька О. В. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини. К.: Освіта, 1999.351 с.
147. Зернецька О.В. Глобальна комунікація: монографія. Київ, Наукова думка, 2017. 350 с.

148. Іванов А. Г. Правове регулювання штучного інтелекту в ЄС: «європейський підхід» і виклики правам людини. Юридичний науковий електронний журнал. 2022, №10, С. 697-699.

149. ІМІ та Детектор Медіа створили другу в Україні мапу якісних медіа. Фільтр. URL: <https://filter.mkip.gov.ua/imi-ta-detektor-media-stvoryly-drugu-v-ukrayini-mapu-yakisnyh-media/> (дата звернення 20.09.2023)

150. Індекс медіаграмотності українців: 2020-2022. URL: <https://detector.media/infospace/article/210210/2023-04-18-indeks-mediagramotnosti-ukraintsiv-2020-2022-povna-versiya/> (дата звернення 20.09.2023)

151. Інфодемія» дезінформації про COVID-19 шкодить здоров'ю українців – з'ясовано в дослідженні на замовлення ООН. URL: <https://tinyurl.com/2jgkkg26> (дата звернення 03.03. 2021).

152. Інформаційна гігієна або як розпізнати неправдиві новини в інтернеті? Видавництво «Простір», Львів, 2019. 7 с.

153. Інформаційна гігієна в мережі (taslife.com.ua) URL: <https://taslife.com.ua/blog/information-hygiene> (дата звернення 20.09.2023)

154. Інформаційна гігієна під час війни. Поради науковця. Національний фонд досліджень України. URL: <https://nrfu.org.ua/news/informacijna-gigiyena-pid-chas-vijny-porady-naukovczya/>(дата звернення 20.09.2023)

155. Інформаційна гігієна під час війни: 15 правил. ARTEFACT URL: <https://artefact.live/%D1%96%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B0-%D0%B3%D1%96%D0%B3%D1%96%D1%94%D0%BD%D0%B0-%D0%BF%D1%96%D0%B4-%D1%87%D0%B0%D1%81-%D0%B2%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B8-15-%D0%BF/>(дата звернення 20.09.2023)

156. Інформаційна гігієна під час війни: які зміни відбулися в просторі українців – опитування URL: <https://www.5.ua/amp/suspilstvo/informatsiina->

[hihiena-pid-chas-viiny-iaki-zminy-vidbulysia-v-prostori-ukrainsiv-opytuvannia-289439.html](https://infolight.in.ua/2023/02/16/informatsijna-hihiena-u-2023-rotsi-novi-vyklyky-chastyna-persha/) (дата звернення 06.10.2022)

157. Інформаційна гігієна у 2023 році. Нові виклики: частина перша. InfoLightUA URL: <https://infolight.in.ua/2023/02/16/informatsijna-hihiena-u-2023-rotsi-novi-vyklyky-chastyna-persha/> (дата звернення 20.11.2023)

158. Інформаційна гігієна, або як Facebook став джерелом №1 брехні для українців. URL: <https://cutt.ly/dN5odWf> (дата звернення:08.11.2022)

159. Інформаційна гігієна: телебачення, радіо, друковані ЗМІ. InfoLightUA. URL: <https://infolight.in.ua/2022/10/31/informatsijna-hihiena-telebachennia-radio-drukovanii-zmi/>(дата звернення31.10.2022)

160. Карпчук Н.П. Оперативні групи стратегічних комунікацій ЄС: безпековий контекст. Стратегічні комунікації ЄС для протидії пропаганді екстремізму й радикалізму. Стратегічні комунікації ЄС: протидія деструктивним впливам: кол. моногр. / за заг. ред. д-ра політ. наук, проф. Н. Карпчук. Луцьк : Вежа-Друк, С. 210-259, 280-302.

161. Коваль З. Запровадження комплексних механізмів інформаційної гігієни як засобів забезпечення інформаційно-психологічної стійкості людини, суспільства, держави. Актуальні проблеми державного управління, 2017. Вип. 2. С. 62-67. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apdy_2017_2_14

162. Колодюк А. Інформаційне суспільство: сучасний стан та перспективи розвитку в Україні: дис. на здобуття наук. ступ. канд. політ. наук. К., 2004. 234 с.

163. Кондратова В. Донбасс –бандеровцям, или Спасти пропагандистку Скабееву. Фейк місяця с #Медиагигиена. Ліга.net. URL: <https://www.liga.net/politics/articles/donbass---banderovtsam-ili-spasti-propagandistku-skabeevu-feyk-mesyatsa-s-mediagigiena> (дата звернення 07.12.2019)

164. Краус, К. М., Краус, Н. М. та Штепа, О. В. Індустрія X.0 і Індустрія 4.0 в умовах цифрової трансформації та інноваційної стратегії розвитку

національної економіки. Ефективна економіка, 2021, №5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8901>

165. Краус, Н. М., Краус, К. М. та Осецький, В. Л. Шерингова економіка: інституціональний модус, універсумність і новелізація розвитку підприємництва на віртуальних цифрових платформах. Ефективна економіка, 2021, №4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8786>.

166. «Кремлеботи» як інструмент російського впливу в світі URL: <https://spa.ukma.edu.ua/kremleboty/?lang=en>. (дата звернення 20.09.2023)

167. Кулеба Д. Війна за реальність : як перемагати у світі фейків, правд і спільнот. Книголав, Київ, 2019. 384 с

168. Кушакова-Костицька Н.В., Сердюк І.В. Інформаційне суспільство: сутність та основні концептуальні підходи. Філософські та методологічні проблеми права. 2016. № 1. С. 139-153.

169. Ланюк Є. «Пост-правда» і «три недуги» західного суспільства: рецепція ідей чарльза тейлора в цифрову епоху Вісник Львівського університету. Серія філософські науки. 2021. Випуск 27, с. 33–43 33

170. Ліпкан В. А. Поняття та структура стратегічних комунікацій на сучасному етапі державотворення. Global Organisation of Allied Leadership, 2016. URL: <https://goal-int.org/ponyattya-ta-struktura-strategichnix-komunikacij-na-suchasnomu-etapi-derzhavotvorennya/>

171. Ліпкан В. А., Сопілко І. М., Кір'ян В. О. Правові засади розвитку інформаційного суспільства в Україні: моногр / за заг. ред. В. А. Ліпкана. К.: ФОП О. С. Ліпкан, 2015. 664 с.

172. Ліпкан В.А. Поняття та структура стратегічних комунікацій на сучасному етапі державотворення. URL: <http://lipkan.com/ponyattya-ta-struktura-strategichnih-komunikatsij-nasuchasnomu-etapi-derzhavotvorennya/> (дата звернення 20.09.2023)

173. Мазур Ю., Крижановський В. Г. Правила інформаційної гігієни під час війни. Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції

«Прикладні аспекти сучасних міждисциплінарних досліджень», 2022, С.146-149. URL: <https://jpasmd.donnu.edu.ua/article/view/12944>

174. Макаренко Є. А. Європейська інформаційна політика: Монографія. К.: Науково-видавничий центр «Наша культура і наука», 2000. 368 с.

175. Макаренко Є. А. Інформаційне суспільство: політика, право в програмній діяльності ЮНЕСКО: Монографія. К.: Науково-видавничий центр «Наша культура і наука», 2001. 384 с.

176. Макаренко Є. А. Стратегічні комунікації в міжнародних відносинах. Міжнародні відносини. Серія «Політичні науки». 2017, № 15. URL: [journals.iir.kiev.ua/HYPERLINK"http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/view/3117"index.php](http://journals.iir.kiev.ua/HYPERLINK)

177. Макаренко Є. Інформаційна безпека України в контексті сучасних викликів та загроз. Український науковий журнал «Освіта регіону». URL: http://www.socialscience.com.ua/jornalcontent/51/political_problems (дата звернення 20.09.2023)

178. Малинка В. Топ-10: фейки 2018 року. MediaSapiens URL: https://ms.detector.media/ethics/standards/pobrekhenki_roku_dobirka_sokovitikh_feykiv_2018go/ ((дата звернення 06.07.2021).

179. Мапа рекомендованих медіа URL: <https://filter.mkip.gov.ua/mapa/> (дата звернення 20.02.2024)

180. Мапа перевірених джерел URL: https://map.detector.media/?fbclid=IwAR2TjM8s_45z2UVTrNji8y_ugHLLz2N8mk8NIzi9fJTjGIJgFkEAWIb0gU4 (дата звернення 20.02.2024)

181. Матвіїшин І. Мемократія: як соцмережі впливають на політикув Україні. Новини Полтавщини 2019 URL: <https://rubryka.com/article/yak-sotsmerezhi-vplyvayut-na-polityku-v-ukrayini> (дата звернення 21.09.2021).

182. Медіаграмотність та інформаційна гігієна: що це і навіщо? URL: <https://ukr-day.com/media-literacy-information-hygiene-what-it/> (дата звернення 17.11.2023)

183. Медіаграмотність: що необхідно знати і вміти? URL: <https://library.vn.ua/news-and-events/novini/zhovten-2021/mediagramotnist> (дата звернення 20.09.2023)
184. Микольська Н. У погоні за штучним інтелектом. Де там Україна? URL: <https://nv.ua/ukr/opinion/shtuchniy-intelekt-yak-yogo-rozvivaye-yes-ta-ukrajina-ostanni-novini-50072007.html> (дата звернення 24.02.2020.)
185. Митко А. Комунікативні можливості громадських медіа. Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. №2 (327). Луцьк: Вежа-друк, 2016. № С. 75-81. (Серія «Міжнародні відносини»)
186. Митко А. М. Інформація і знання як ресурс нетократії в країнах Європейського Союзу. Integracja europejska: doświadczenie Polski i Ukrainy: колект. моногр. / за заг. ред. Н. В. Павліхи. Луцьк-Люблін: Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2013. С. 637–642.
187. Митко А., Шуляк Н. Деструктивні елементи цифрового контенту й інформаційних послуг у ракурсі впровадження і-демократії. Вісник Донецького національного університету імені Василя Стуса. Серія Політичні науки. Вінниця. 2017. №2. С.72-75.
188. Митко А., Шуляк Н. Специфіка формування нових політичних еліт в інформаційну епоху. Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії. № 2 (2). Луцьк: Вежа-друк 2017. С. 80-89.
189. Митко А.М. Інформаційна демократія: реалії та виклики часу: монографія. Луцьк: Вежа-Друк, 2014. 400 с.
190. Мінченко О. Страх і ненависть в мережі: огляд сайтів, що поширюють фейки та чутки. URL: <http://watcher.com.ua/2014/09/26/strah-i-nenavyst-v-merezhi-ohlyad-saytiv-scho-poshyryuyut-feykyta-chutky> (дата звернення 26.09.2014)
191. Могилко С.В. Тролінг як спосіб психологічної маніпуляції в Інтернеті. Актуальні проблеми природничих та гуманітарних наук у

дослідженнях студентської молоді «Родзинка – 2008»: X Всеукр. студ. наук. конф., ЧНУ ім. Б. Хмельницького. Черкаси: Вид-во ЧНУ ім. Б. Хмельницького, 2008. С. 57-60.

192. Мороз О. Інформаційна гігієна під час війни: як зберегти холодну голову і здоровий глузд. URL: <https://happymonday.ua/informatsijna-gigiyena-pid-chas-vijny> (дата звернення 02.05.22)

193. Мудра І. Поняття «Фейк» та його види у ЗМІ. Теле- та радіожурналістика. 2016. Вип. 15. С. 184-188.

194. Найдьонова Л. Медіапсихологічні феномени інфодемії досвід переживання пандемії COVID-19: дистанційні психологічні дослідження, дистанційна психологічна підтримка. Матеріали онлайн-семінарів 23 квітня 2020 року «Досвід карантину: дистанційна психологічна допомога і підтримка» та 15 травня 2020 року «Дистанційні психологічні дослідження в умовах пандемії covid-19 і карантину». URL: [dosvid onl-sem 23-04-20 and 15-05-20 ncov19.pdf \(ispp.org.ua\)](https://ispp.org.ua/dosvid-onl-sem-23-04-20-and-15-05-20-ncov19.pdf)

195. Найдьонова Л. Медіапсихологія карантину і дистанційна психологічна підтримка. Освіта і суспільство, 2020, № 2-3, С. 9. URL: <https://naps.gov.ua/ua/press/method/1878/>

196. Найдьонова Л.А. Тривожний інформаційний вир коронавірусу: як здолати? URL: <https://ispp.org.ua/2020/04/21/trivozhnij-informacijnij-vir-koronavirusu-yak-zdolati/> (дата звернення 21.04.2020)

197. Настюк В. Я. Формування системи інформаційного законодавства в Україні. Інформація і право. 2001, № 2(2), С. 27-31.

198. Національна безпека в умовах інформаційних та гібридних війн / за заг. ред. В. Куйбіди і В. Бебика: монографія. Київ: НАДУ, 2019. 384 с.

199. Павлов Д.М. Політична пропаганда: теорія та практика: Монографія. Дніпро: Акцент ПП, 2018. 454 с.;

200. Павлюх М. Застосування соціально-комунікаційних технологій у міжнародних відносинах. Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти, 2019, №4, р. 239–248.
201. Парфенюк, І. М. Псевдоподії в інформаційних війнах. Тези доповідей Міжнародного форуму з кризових комунікацій «Комунікаційно-контентна безпека в умовах гібридно-месіанських агресій путінської Росії» (Ред. В. Балабіна) ВІКНУ, Київ, 2016, С. 76-79.
202. Педак І. С. Інформаційна нерівність у соціальних системах як соціально-політичний чинник. Держава та регіони. 2011, № 2, С. 181–185.
203. Пилипчук В.Г., Баранов О.А., Гиляка О.С. Проблема правового регулювання у сфері штучного інтелекту в контексті розвитку законодавства Європейського Союзу. Вісник Національної академії правових наук України. 2022, Том 29, № 2, С. 35-62 .
204. Підмогильна Н. В., Дрозд А. Г. Інтернет-проекти як ресурс медіаосвіти. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації. 2020, Том 31 (70), № 3, Ч. 3, С. 222-228.
205. Піпченко Н. Соціальні медіа як механізм забезпечення інтернет-комунікації у сфері зовнішньої політики. Міжнародні відносини Серія "Політичні науки" (спецвипуск). 2017, №17. URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/view/3323
206. Піпченко Н. концептуально-теоретичні засади дослідження віртуальної дипломатії. Нова парадигма: журнал для наукових праць. 2006, №57, С. 117–124.
207. Піпченко Н. О. Стратегічні комунікації України. Стратегічні комунікації в міжнародних відносинах. Монографія. К.: Вадекс, 2019. С.343-368.
208. Піпченко Н. Презентація «Зовнішньо- та внутрішньоінституціональні комунікації ЄС». База даних навчальної і наукової інформації про ЄС Центру досконалості Жана Моне, проект «Поглиблений

розвиток європейських студій в Україні: міждисциплінарний підхід» (№611625-EPP-1-2019-1-UA-EPPJMO-CoE). URL: [3D Value Proposition Diagram Design \(iir.edu.ua\)](http://iir.edu.ua)

209. Піпченко Н.О. Європейські комунікації. К.: ВАДЕКС, 2021. 136 с.

210. Піпченко Н.О. Комунікативні тренди міжнародних відносин. Монографія. К.: Центр вільної преси, 2016. 614 с.

211. Піпченко Н.О. Соціальні медіа у структурі зовнішньої політики провідних міжнародних акторів: Монографія. К.: Центр вільної преси, 2014. 334с.

212. План-проспект ініціативи «Медіаграмотність для всіх». URL: <https://rm.coe.int/cyprus-2020-media-literacy-for-all/1680988374> (дата звернення 02.05.22)

213. Політологія: навч. енциклопед. словник-довідник / За наук. ред. Хоми Н. М. Львів : «Новий Світ-2000», 2014. 779 с.

214. Померанцев П. Після правди. Чому в сучасному світі брехня політиків не має значення. URL: <http://texty.org.ua/pg/article/editorial/read/69410/>. (дата звернення 26.07.2016)

215. Понад 80% респондентів мають вищий за середній рівень медіаграмотності. Детектор медіа – Фільтр. URL: <https://filter.mkip.gov.ua/detektor-media/> (дата звернення 19.04.2023)

216. Попов В. Ж. Інфократія. Енциклопедія Сучасної України. URL: http://esu.com.ua/search_articles.php?id=12447 (дата звернення 19.04.2023)

217. Почепцов Г. Пятнадцать технологий современной пропагандистской и информационной войны (часть 1). MS.DETECTOR.MEDIA. URL: <https://ms.detector.media/mediaanalitika/post/16671/2016-05-29-pyatnadsat-tekhnologyyusovremennoy-propagandystskoy-u-unformatsyonnoy-voyny-chast-1/> 74 (дата звернення 19.04.2023)

218. Почепцов Г. Стратегічні комунікації: стратегічні комунікації в політиці, бізнесі та державному управлінні. Київ: Альтерпрес, 2008. 216 с.

219. Про деякі заходи щодо забезпечення відкритості процесу роботи Верховної Ради України, її органів, народних депутатів України та Апарату Верховної Ради України: Розпорядження Голови Верховної Ради України від 5 лютого 2016 року № 47 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/47/16-%D1%80%D0%B3>

220. Про додаткові заходи з реалізації Декларації відкритості парламенту: Розпорядження Голови Верховної Ради України від 21.11.2017 №486 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0486004-17/card2#Card>

221. Про затвердження Концепції стратегічних комунікацій Міністерства оборони України та Збройних Сил України: Наказ Міністерства оборони України 22.11.2017 № URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0612322-17>

222. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 2 вересня 2015 року «Про нову редакцію Воєнної доктрини України: Указ Президента України №555/2015 URL: <http://www.president.gov.ua/documents/5552015-19443>;

223. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 4 березня 2016 року «Про Концепцію розвитку сектору безпеки і оборони України»: Указом Президента України від 14 березня 2016 року № 92/2016 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/92/2016>

224. Прокопенко М. Фейк як інструмент війни. День. URL: <http://m.day.kiev.ua/uk/article/media/feyk-yak-instrument-viyni> (дата звернення 19.04.2023)

225. Проміжний звіт про виконання дослідницького напрямку «Неформальна медіаосвіта в Україні та країнах ЄС» в межах наукової теми Інституту журналістики «Медіазнавчі студії в науковому та освітньому дискурсах». URL: https://kubg.edu.ua/images/stories/Departaments/naukovcyam/impl_researches/23.12.2021_Fruktova.pdf(дата звернення 19.04.2023)

226. Пропозиція ЄС щодо нормативно-правового врегулювання питання щодо штучного інтелекту . URL: <https://www.nrada.gov.ua/propozytsiya-yes-shhodo-normatyvno-pravovogo-vregulyuvannya-pytannya-shhodo-shtuchnogo-intelektu/> (дата звернення 19.04.2023)

227. Психологічні виклики пандемії Covid-19: україноканадський досвід. Збірник тез міжнародного науково-практичного семінару лабораторії методології і теорії психології Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України. Відп. ред. В.Л. Зливков; укладачі С.О. Лукомська, О.В. Котух. Київ: Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України. 2021. 97 с.

228. Пугач В. Г. Еволюційні ризики сучасної демократії. Наукові праці МАУП / редкол.: А. М. Подоляка (голов. ред.) та ін. К.: МАУП, 2001, Вип. 44(1-2015). Політичні науки. К.: ДП «Вид. дім «Персонал», 2015. С. 40-44.

229. Регіональні стратегії США і Європи: зовнішньополітичний і безпековий вимір. Монографія / Головченко В. І., Копійка В. В., Макаренко Є. А., Ожеван М. А., Піпченко Н. О., й ін. К.: Центр вільної преси, 2016. 528 с.

230. Рекомендації Комісії щодо медіаграмотності в цифровому середовищі. URL: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:227:0009:0012:EN:PDF> (дата звернення 19.04.2023)

231. Савчук Т. Індустрія маніпуляцій: скільки коштує вплив на вашу думку в соцмережі (недорого) Радіо Свобода. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/30311015.html>. (дата звернення 06.12.2019)

232. Саймон Г.А. Раціональність як процес і продукт мислення. THESIS: теорія та історія економічних і соціальних інститутів і систем. 1993. Вип. 3. С. 16-38.

233. СБУ оновила бот «Stop Russian War»: можна повідомляти про вибухівку та покинуту російську техніку, 15.04.2022. URL: <https://ms.detector.media/trendi/post/29347/2022-04-15-sbu-onovyla-bot-stop->

[russian-war-mozhna-povidomyaty-pro-vybukhivku-ta-pokynutu-rosiysku-tekhniku/](https://niss.gov.ua/news/novyny-nisd/hibrydna-viyna-i-demokratychnyy-myr-shcho-oznachaye-nova-faza-rosiyskoho-nastup).

(дата звернення 19.04.2023)

234. Свідерська О. Теоретико-методологічні аспекти симулятивної масової політичної поведінки. Вісник Львівського університету. Серія філос.-політолог. студії. Вип. 9. Львів, 2017, С. 128-135.

235. Середа К.В., Габро І.В. Соціальні мережі як ефективний інструмент здійснення цифрової дипломатії. Молодий вчений, 2018, №4 (56), С. 604-608.

236. Сивак Т. Міжнародний досвід формування стратегічних комунікацій. Актуальні проблеми державного управління, 2019, [Том 2, № 78](#), С. 81-86.

237. Сидоренко Ж. В. Слободянюк О. С. Підвищена тривожність як ознака порушення психологічного здоров'я особистості в умовах пандемії Covid-19 (на прикладі студентської молоді). Науковий вісник Ужгородського національного університету, 2021. Серія Психологія. Випуск 4. С. 60-64.

238. Сидорук Т. В., Павлюк В. В. Обмеження "трансформаційної сили" ЄС у державах Східного партнерства. Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії. 2021. №3 (11). С. 16-38.

239. Сидорук Т. В., Павлюк В. В. Розширення НАТО як фальшивий привід для виправдання війни Росії проти України. Стратегічна панорама. Спецвипуск «Гібридна війна і демократичний мир: що означає нова фаза російського наступу для України і Європи та як з ним упоратися». 2022. <https://niss.gov.ua/news/novyny-nisd/hibrydna-viyna-i-demokratychnyy-myr-shcho-oznachaye-nova-faza-rosiyskoho-nastup>

240. Скільки росія витрачає на пропаганду? Фільтр. URL: <https://filter.mkp.gov.ua/skilky-rosiya-vytrachaye-na-propagandu/> (дата звернення 15.07.2023)

241. Солончук І.В. Інформаційне судочинство як елемент державної інформаційної політики та її складової – інформаційної безпеки: мат. І міжнарод. наук.-практич. конференції Інформаційна безпека: сучасний стан,

проблеми та перспективи, м. Київ, 20 верес. 2019 р. Київ: КПП імені Ігоря Сікорського, 2019. С. 20-23.

242. Соснін О. В. «Весь мир-Театр», а люди в ньому – інфозомбі. Кореспондент. URL: <http://blogs.korrespondent.net/users/blog/0674052625/a76653>. (дата звернення 12.09.2012.)

243. Соснін О. Інформаційна сфера в реалізації інтересів інноваційного розвитку нації. Журнал Верховної Ради України «Віче». URL: <http://www.viche.info/journal/2675/> (дата звернення 19.04.2023)

244. Спецпроект Фільтра про ТОП-10 найбільш медіаграмотних країн Європи URL: <https://filter.mkip.gov.ua/speczproyekt-filtra-pro-top-10-najbilsh-mediagramotnyh-krayin-yevropy/> (дата звернення 04.03.2024)

245. Становлення і розвиток системи стратегічних комунікацій сектору безпеки і оборони України / Пилипчук В.Г., Компанцева Л.Ф., Кудінов С.С., Доронін І.М., Дзьобань О.П., Акульшин О.В., Заруба О.Г. / за заг. ред. В.Г. Пилипчука: монографія. Київ: ТОВ “Видавничий дім “АртЕк”, 2018. 272 с.

246. Стратегічне партнерство в міжнародних відносинах: монографія К.: Вадекс, 2018. 542 с.

247. Стратегічні комунікації в міжнародних відносинах: монографія. К.: Вадекс, 2019. 442 с.

248. Тихомирова Є. Stopfake Україна. Боротьба з неправдивими відомостями. Глосарій: навчальний енциклопедичний словник-довідник із питань інформаційної безпеки / Ред. Шуляк А. Київ, 2019, 580 с.

249. Тихомирова Є. Б. Аналітична група зі стратегічних комунікацій EAST STRATCOM: аналіз оглядів дезінформації. Міжнародні відносини. Серія «Політичні науки». 2017. № 15. URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/view/3115/2796.

250. Тихомирова Є. Б. Стратегічні комунікації ЄС: інституціональний вимір. Політичне життя. Вінниця, 2016. № 4. С. 103–112;

251. Тихомирова Є. Б. Стратегічні комунікації як один з пріоритетів глобальної стратегії зовнішньої політики і безпеки ЄС. Політичне життя. 2016. №4. URL: <http://jpl.donnu.edu.ua/article/view/3085>.
252. Тихомирова Є. Інформаційна війна в російській геополітичній доктрині. Глосарій: навчальний енциклопедичний словник-довідник із питань інформаційної безпеки / Ред. Шуляк А. Київ, 2019, 580 с.
253. Тихомирова Є. Методи маніпулювання. Глосарій: навчальний енциклопедичний словник-довідник із питань інформаційної безпеки / Ред. Шуляк А. Київ, 2019, 580 с.
254. Тихомирова Є. Пропаганда. Глосарій: навчальний енциклопедичний словник-довідник із питань інформаційної безпеки / Ред. Шуляк А. Київ, 2019, 580 с.
255. Тихомирова Є. Російська фабрика тролів в Санкт-Петербурзі. Глосарій: навчальний енциклопедичний словник-довідник із питань інформаційної безпеки / Ред. Шуляк А. Київ, 2019, 580 с.
256. Тихомирова Є. Стратегічна комунікація. Глосарій: навчальний енциклопедичний словник-довідник із питань інформаційної безпеки / Ред. Шуляк А. Київ, 2019, 580 с.
257. Тихомирова Є. Тролінг. Глосарій: навчальний енциклопедичний словник-довідник із питань інформаційної безпеки / Ред. Шуляк А. Київ, 2019, 580 с.
258. Тихомирова Є.Б. ЄС: проекти з протидії сфабрикованим новинам. Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії, 2019. № 1 (5). С. 53-63)
259. Тихомирова Є.Б. Пріоритети стратегічних комунікацій у сфері зовнішньої і безпекової політики ЄС. Стратегічні комунікації в міжнародних відносинах. Моногр. К. Вадекс, 2019. С.181 -218
260. Тихомирова Є.Б. Стратегічні комунікації ЄС про тенденції дезінформації рф в умовах повномасштабної російсько-української війни.

Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії, (1 (15), 2023, с. 91-105

261. Ткаченко О.В. Публічна дипломатія як інструмент формування іміджу держави в контексті державного управління. Миколаїв, 2019. 17 с.

262. Тоффлер Е. Третя хвиля. К.: Видавничий дім "Всесвіт", 2000. 475 с

263. Тролінг в Інтернеті URL: http://biblinternet.blogspot.com/2014/05/blog-post_16.html (дата звернення 19.04.2023)

264. У разі надзвичайної ситуації або війни. Міністерство культури та інформаційної політики України. Київ, 2022. 14 с.

265. У Чехії для протистояння російській "фабриці тролів" створили "рух ельфів". URL: <https://ukranews.com/ua/news/592641-u-chekhii-dlya-protystoyannya-rosiyskiy-fabryci-troliv-stvoryly-rukh-elfiv> (дата звернення 08.10.2018)

266. У який соціальних мережах найбільше російських тролів? Фільтр. URL: <https://filter.mkip.gov.ua/socialmedia/> (дата звернення 19.07.2023)

267. Україна в міжнародних інтеграційних процесах: монографія / В.В. Копійка та ін.; за ред. В.В. Копійки; М-во освіти і науки України, Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2015. 575 с.

268. Україна на шляху до інформаційного суспільства / В. С. Журавський, М. К. Родіонов, І. Б. Жилияєв; За заг. ред. М. З. Згуровського. К.: ІВЦ «Політехніка», 2004. 484 с.

269. Україна увійшла до групи країн із високим індексом розвитку електронного урядування за міжнародною оцінкою ООН URL: <http://www.civicua.org/news/view.html?q=2248521> (дата звернення 19.04.2023)

270. Фахурдінова М. Переваги від НАТО: чим небезпечна для України відмова від курсу на вступ до Альянсу. Європейська правда. URL: <https://www.euointegration.com.ua/articles/2022/04/15/7137884/> (дата звернення 15.04.2022)

271. Фейки, спростовані проектом StopFake в 2014-2017 роках: наративи та джерела URL: <https://www.stopfake.org/uk/fejky-sprostovani-proektom-stopfake-v-2014-2017-rokah-narratyvy-ta-dzherela/> (дата звернення 19.04.2023)
272. Фомін В.О., Рось А.О. Сутність і співвідношення понять «інформаційна безпека», «інформаційна війна» та «інформаційна боротьба». Наука і оборона К.: 1999
273. Цифрова гігієна: яких правил варто дотримуватися в інтернеті? URL: <https://thedigital.gov.ua/news/tsifrova-gigiena-yakikh-pravil-varto-dotrimuvatisya-v-interneti> (дата звернення 24.03.2020)
274. Шевченко О. Держави та міждержавні утворення як актори врегулювання глобальних кліматичних змін. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка (серія: Міжнародні відносини). 2019. Випуск 49. с. 18-23
275. Шевченко О. Медійна складова кліматичної дипломатії. Глобальні тренди міжнародних відносин. Монографія. (Розділ 12). 2020. с.354-376.
276. Шевчук О. Б., Голобуцький О. П. E-Ukraine. Інформаційне суспільство: бути чи не бути. К.: ЗАТ «Атлант UMS», 2001. 102 с.
277. Шуляк А. Гейткіпінг. Глосарій: навчальний енциклопедичний словник-довідник із питань інформаційної безпеки / Ред. Шуляк А. Київ, 2019, 580 с.
278. Шуляк А. М. Досвід ЄС під час COVID-19: найкращі практики комунікації та особливості менталітету. Стратегічні комунікації ЄС: протидія деструктивним впливам: кол. моногр. / Н. П. Карпчук, Б. М. Юськів, А. М. Шуляк, С. В. Федонюк, Н. О. Шуляк; за заг. ред. Н. Карпчук. Луцьк: Вежа-Друк, 2023. С. 158-169
279. Шуляк А. Спіндокторінг. Глосарій: навчальний енциклопедичний словник-довідник із питань інформаційної безпеки / Ред. Шуляк А. Київ, 2019, 580 с.

280. Шуляк Н. Інформаційна гігієна у віросповіданні та релігії як елемент стратегічних комунікацій. Мат. Всеукраїнської науково-практичної конференції «Актуальні проблеми сучасних міжнародних відносин» (17-18 листопада 2023 р., м. Дніпро) / ред. кол.: І.В. Іщенко, І.К. Головка, П.Г. Петров. Дніпро: ПрінтДім, 2023, С.181-184.

281. Шуляк Н. Нормативно-інституційна характеристика медіаграмотності та інформаційної гігієни ЄС. Стратегічні комунікації ЄС: протидія деструктивним впливам: колективна монографія / за заг. ред. д-ра політ.н., проф. Н. Карпчук. Луцьк : Вежа-Друк, 2023. 300 с.

282. Шуляк Н. Функціонування інформаційних військ України під час російсько-української війни 2022-2023 рр. Мат. XVII Міжнар. наук.-практ. конф. студ., асп. та мол. вчених «Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень» (16–17 травня 2023 року). Луцьк: ВНУ ім. Лесі Українки, 2023. 1 електрон. опт. диск (CD-ROM). Об'єм даних 9,38 Мб. С. 704-707.

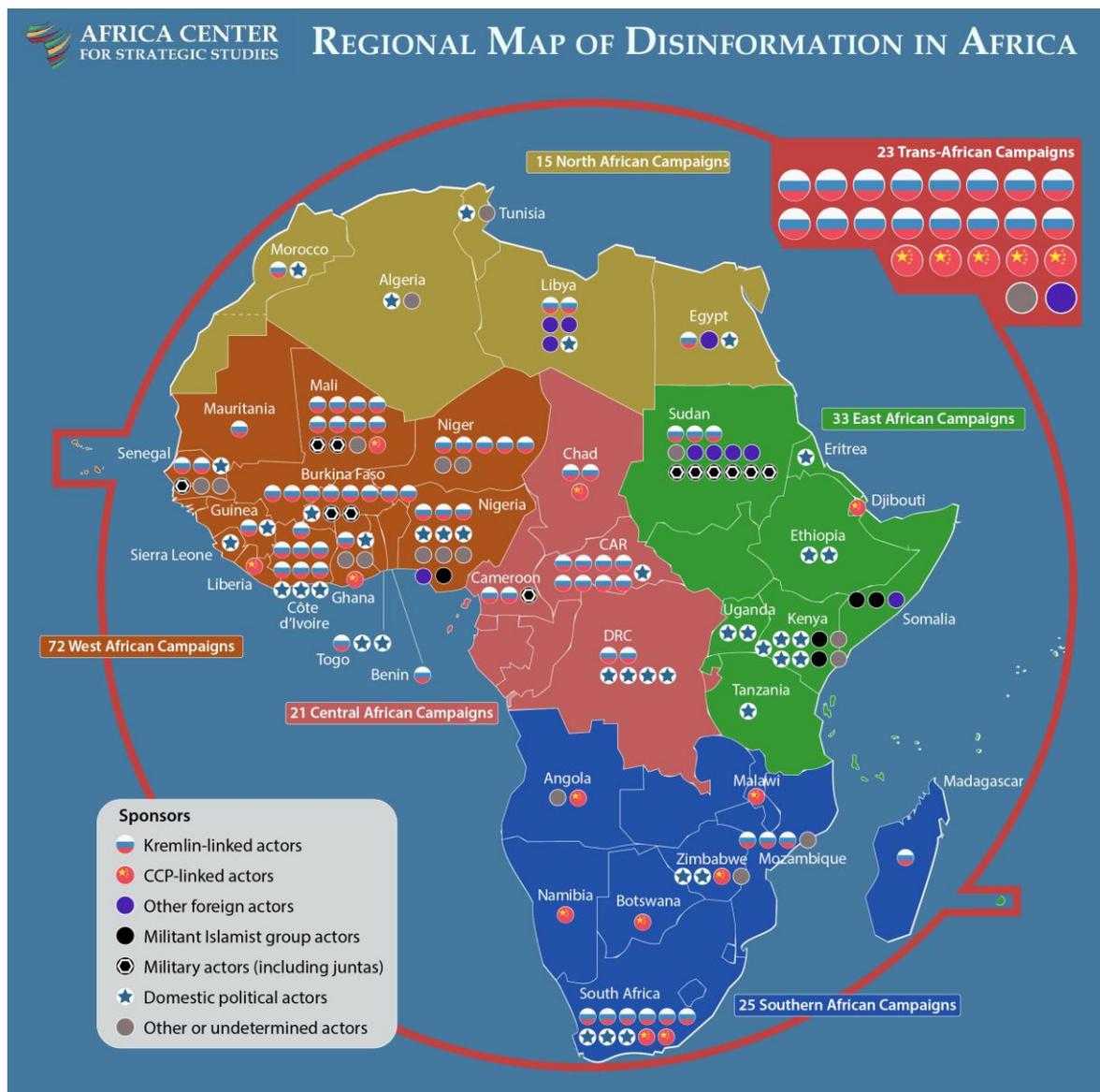
283. Юськів Б. Концептуальні основи стратегічних комунікацій. Стратегічні комунікації ЄС: протидія деструктивним впливам: кол. моногр. / за заг. ред. д-ра політ. наук, проф. Н. Карпчук. Луцьк: Вежа-Друк, 2023. С. 9-89.

284. Юськів Б., Карпчук Н., Пелех О. Структура стратегічних комунікацій як основа ефективного комунікаційного менеджменту України в умовах війни. Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії, 2023, № 2 (16). С. 92-118.

285. Як бути солдатом інформаційного війська. ZAXID.NET. URL: <https://zaxid.net/yak-butii-soldatom-informatsiynogo-viyska-n1537918> (дата звернення 09.03.2022)

ДОДАТКИ

Додаток А. Регіональна карта дезінформаційних кампаній в Африці (Regional Map of Disinformation in Africa)³



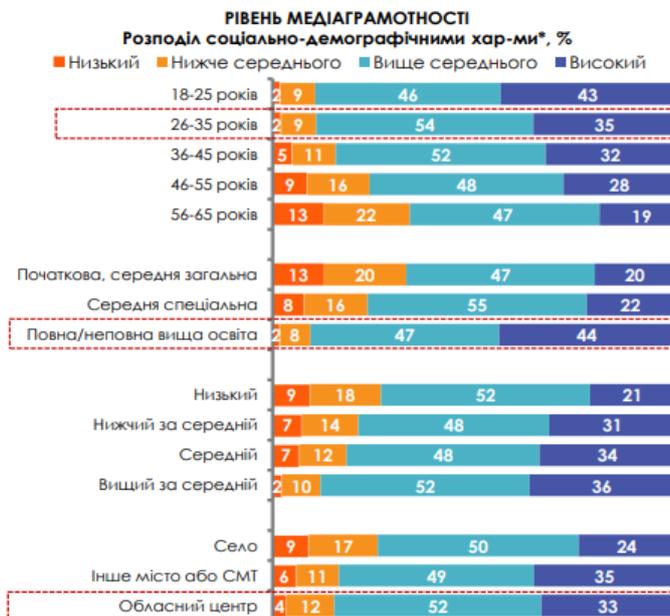
³ Africa Center for Strategic Studies (Африканський центр стратегічних досліджень) опублікував детальну карту, з якої видно, що майже 60% таких кампаній в регіоні спонсоруються Росією, Китаєм, ОАЕ, Саудівською Аравією та Катаром. Росія залишається головним розповсюджувачем дезінформаційних кампаній в Африці, спонсоруючи не менше 80 з них, які спрямовані на більш ніж 22 африканські країни. Це 40% усіх дезінформаційних кампаній на континенті. Джерело: ACSS. URL: <https://africacenter.org/spotlight/mapping-a-surge-of-disinformation-in-africa/>

Додаток Б. Індекс медіаграмотності українців: 2020-2022⁴

ІНДЕКС МЕДІАГРАМОТНОСТІ - 2022

детектор медіа

- Рівень медіаграмотності залежить від віку, рівня освіти, добробуту, місця проживання.
- Ціком передбачуваним є високий рівень медіаграмотності у молоді 18-25 років (за рахунок субіндексів використання та цифрової компетентності) і низький серед старшої вікової групи 56-65.
- Чим нижче освітній статус, тим нижчим є й рівень медіаграмотності. Так, серед опитаних із загальною середньою освітою частка осіб із показником низьким та нижчим за середній складає 33%, а серед тих, хто має повну/неповну вищу освіту, — лише 10%.
- Суттєві відмінності у рівні медіаграмотності спостерігаються між особами з різним матеріальним статусом. Чим вищим є рівень добробуту, тим більш високий показник має індекс. Серед категорій, яким грошей вистачає лише на їжу (низький рівень добробуту), 27% мають низьке та нижче за середнє значення показника. В той час як серед опитаних, яким вистачає на все і які заощаджують кошти (добробут вищий за середній), ця частка становить лише 12%.
- У мешканців великих міст показник індексу вищий, ні у селян.



База: всі опитані, N= 1200.

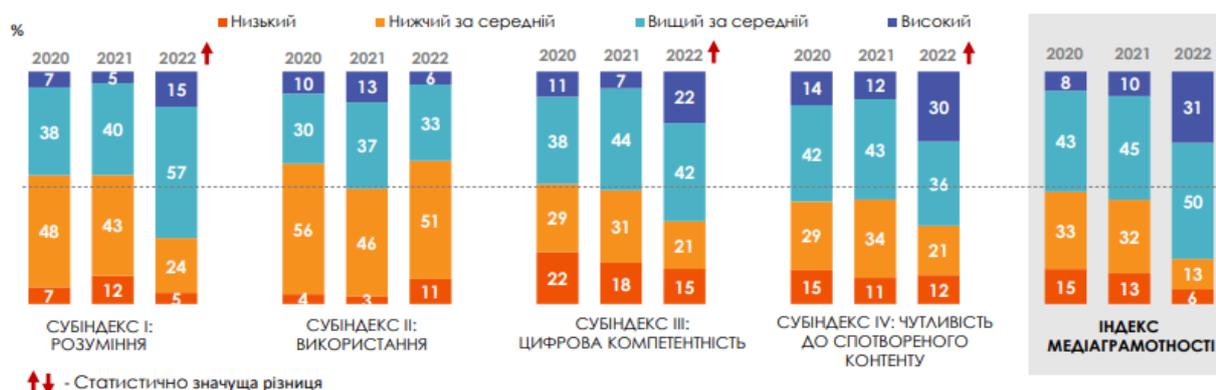
* Різниця значуща на рівні 0,05.

13

Мал. Б.1. Індекс медіаграмотності

СУБІНДЕКСИ МЕДІАГРАМОТНОСТІ

детектор медіа



- Рівень загального індексу медіаграмотності значущо змінився за два роки: з 2020 по 2022 рік. Частка аудиторії з вищим за середній рівнем показника зросла з 55% до 81%.
- Частка аудиторії з високим рівнем компетентності зросла вдвічі в трьох субіндексах загального рівня медіаграмотності українців: **розуміння ролі ЗМІ у суспільстві, цифрової компетентності та чутливості до спотвореного контенту**. Виключення складає лише субіндекс використання медіа, який значущо не змінився.
- Найбільша частка аудиторії з низьким рівнем компетентності спостерігається за субіндексом **цифрової грамотності (15%)**. Але ця частка суттєво зменшилась за 2 роки (на 7%).

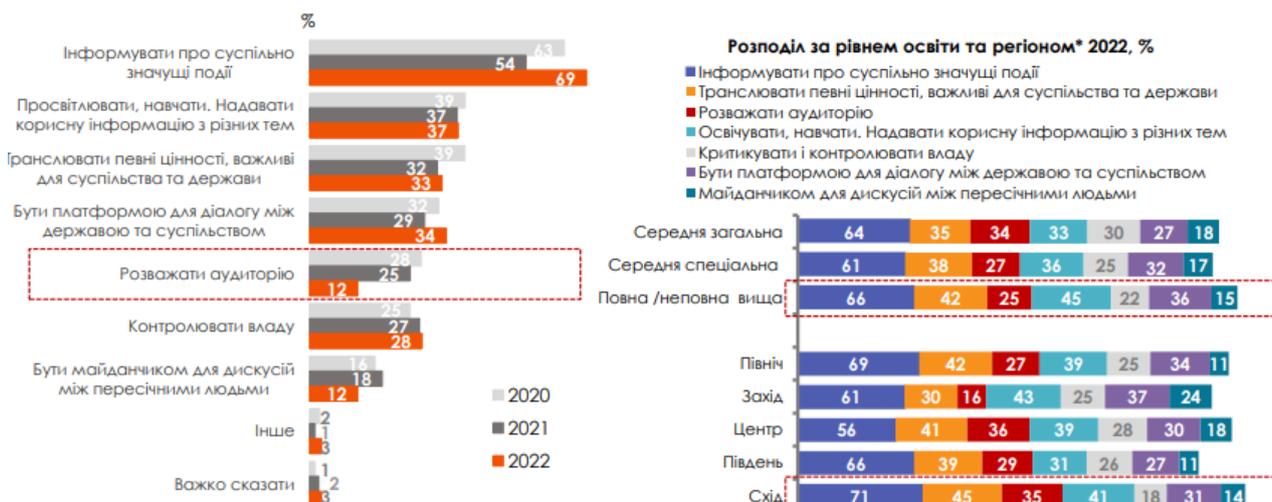
База: всі опитані, N= 2000 (2020 р.), N= 2000 (2021 р.) та N= 1200 (2022 р.).

9

Мал. Б.2. Субіндекси медіаграмотності

⁴Індекс медіаграмотності українців: 2020-2022. Аналітичний звіт за результатами комплексного дослідження ГО «Детектор медіа». URL: <https://detector.media/infospace/article/210210/2023-04-18-indeks-mediagramotnosti-ukraintsiv-2020-2022-povna-versiya/>

РОЛЬ МЕДІА В СУСПІЛЬСТВІ



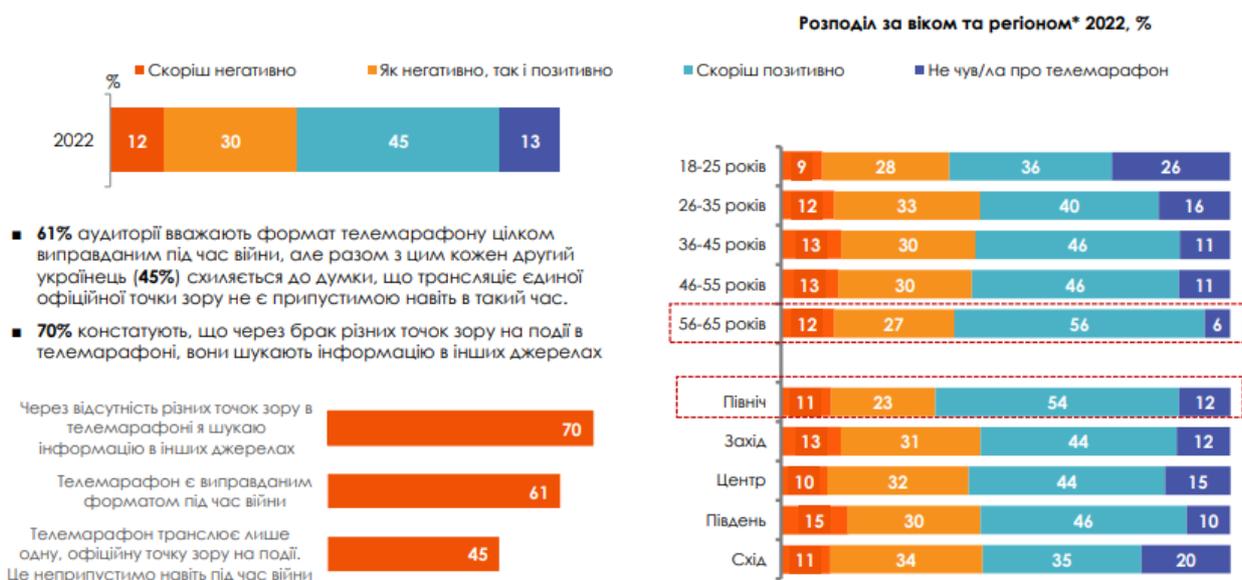
- Частка аудиторії яка вважає, що головною місією ЗМІ є інформування громадян про суспільно значущі події значущо зростає за останні 2 роки: з **63%** до **69%**. В той час як кількість українців для яких важлива розважальна функція медіа зменшилась більш ніж удвічі: з **28%** до **12%**.

База: всі опитані, N= 2000 (2020 р.), N= 2000 (2021 р.) та N= 1200 (2022 р.). Питання: Які, на вашу думку, головні завдання ЗМІ в суспільстві? Оберіть, будь ласка, не більше трьох варіантів.

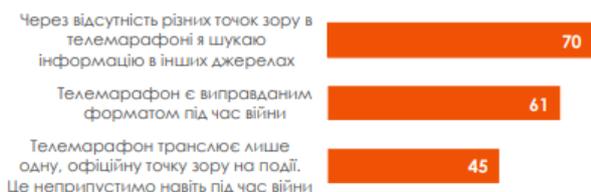
* Різниця значуща на рівні 0,05.

Мал. Б.3. Роль медіа в суспільстві

СТАВЛЕННЯ ДО «ЄДИНОГО МАРАФОНУ»



- 61%** аудиторії вважають формат телемарафону цілком виправданим під час війни, але разом з цим кожен другий українець (**45%**) схильється до думки, що трансляція єдиної офіційної точки зору не є припустимою навіть в такий час.
- 70%** констатують, що через брак різних точок зору на події в телемарафоні, вони шукають інформацію в інших джерелах



База: всі опитані, N= 1200 (2022 р.). Питання: Як Ви ставитесь до інформаційного телемарафону «Єдині новини», який транслюється по всіх телевізійних каналах з початку повномасштабної війни з Росією?

* Різниця значуща на рівні 0,05.

Мал. Б.4. Ставлення до «Єдиного марафону»

ЗМІНА МЕДІЙНИХ ВПОДОБАНЬ

детектор медіа



- Серед змін у медійних вподобаннях українців, які відбулися за останній рік слід констатувати потужне зростання зацікавленості продуктами українського виробництва та присвячених українській історії та культурі; контентом суспільно-політичної тематики, а також матеріалам від військових експертів.
- Разом з цим від 68% до 81% повністю відмовились від медіа продуктів російського виробництва (у тому числі музики), офіційного та опозиційного суспільно-політичного контенту.

База: всі опитані, N= 1200 (2022 р.). Питання: Як змінилися ваші медіавподобання за останній рік? Які програми/передачі ви стали вивитись/слухати/читати рідше, чи навпаки, частіше?

Мал. Б.5. Зміна медійних вподобань

ЧАСТОТА КОРИСТУВАННЯ ІНТЕРНЕТОМ

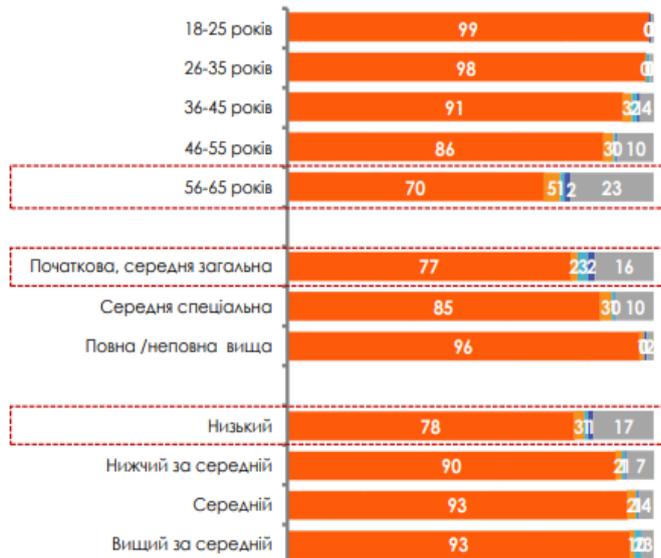
детектор медіа

Розподіл за віком, освітою, типом населеного пункту та рівнем добробуту*, %

Щодня або майже щодня 2-5 разів на тиждень Один раз на тиждень Рідше, ніж раз на тиждень Не користуюсь інтернетом взагалі



- Лише 8% українців не користуються інтернетом.
- 88% є інтенсивними користувачами мережі — звертаються до інтернету щодня або майже щодня. Це на 17% більше ніж у 2020 році.
- Цілоком очікуваною є залежність частоти користування інтернетом від віку, рівня освіти та добробуту.



База: всі опитані, N= 2000 (2020 р.), N= 2000 (2021 р.) та N= 1200 (2022 р.). Питання: Як часто ви взагалі користуєтесь інтернетом?

* Різниця значуща на рівні 0,05.

36

Мал. Б.6. Частота користування інтернетом

МОТИВИ КОРИСТУВАННЯ ІНТЕРНЕТОМ



- Основними мотивами користування інтернетом залишається пошук необхідної інформації (70%) та знайомство з новинами (76%).
- Зменшилася частка аудиторії, яка використовує інтернет для перегляду/прослуховування розважального контенту, покупок, он-лайн ігор.
- З 11% до 17% збільшилася аудиторія он-лайн курсів, тренінгів.

База: ті, хто користується інтернетом, N= 1700 (2020 р.), N= 1774 (2021 р.) та N= 1106 (2022 р.). Питання: Для чого ви, як правило, використовуєте інтернет? Оберіть тільки те, чим ви займалися за останній місяць.

Мал. Б.7. Мотиви користування інтернетом

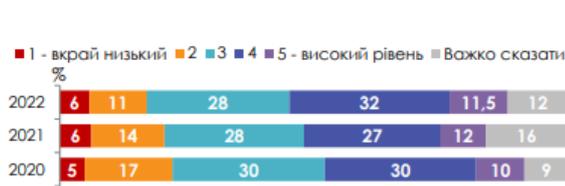
ЦИФРОВА ГРАМОТНІСТЬ



База: ті, хто користується інтернетом, N= 1700 (2020 р.), N= 1774 (2021 р.) та N= 1106 (2022 р.). Питання: Зараз я зачитаю декілька суджень, а ви скажете чи погоджуєтесь ви з ними, чи ні.

Мал. Б.8.Цифрова грамотність

САМООЦІНКА РІВНЯ ЦИФРОВОЇ ГРАМОТНОСТІ

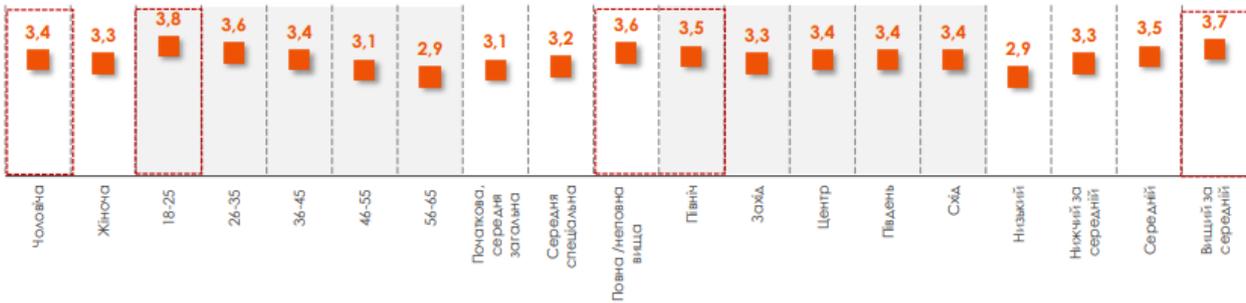


Середній бал оцінки цифрової грамотності за 5-бальною шкалою

3,4
3,2
3,2

- Середній бал оцінки рівня власної цифрової грамотності змінився значущо: з 3,2 балів до 3,4 балів.
- 44% користувачів інтернету оцінюють свою цифрову компетентність вище за середню; 28% — як середню і 27% вважають свій рівень нижчим за середній або низьким.

Середній бал оцінки цифрової грамотності*



База: ті, хто користується інтернетом, N= 1700 (2020 р.), N= 1774 (2021 р.) та N= 1106 (2022 р.). Питання: Як би ви оцінили рівень своєї цифрової грамотності? Дайте оцінку за 10-бальною шкалою, де 1 – вкрай низький рівень, 10 – високий рівень.
* Різниця значуща на рівні 0,05.

Мал. Б.9. Самооцінка рівня цифрової грамотності

ДЕЗІНФОРМАЦІЯ В ЗМІ: АКТУАЛЬНІСТЬ ПРОБЛЕМИ



- Значущість проблеми дезінформації підкреслюють 61% аудиторії (порівняно з 57% у 2020 році). 24% зазначили, що завжди можуть вирізнити фейки і не звертати на них уваги.

Розподіл за освітою та регіоном*, %



База: всі опитані, N= 2000 (2020 р.), N= 2000 (2021 р.) та N= 1200 (2022 р.). Питання: Сьогодні багато говорять про неправдиві новини, дезінформацію, яка поширюється ЗМІ. Наскільки ця проблема актуальна особисто для вас?

Мал. Б.10. Дезінформація в ЗМІ: актуальність проблеми

НАДІЙНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ



■ За останній рік суттєво збільшилась довіра до офіційних джерел. Найбільше українці довіряють інтерв'ю з очевидцем події (55%), посиланням на українські органи влади (43%) та офіційні повідомлення на інтернет-ресурсах урядових інституцій (29%).

База: всі опитані, N= 2000 (2020 р.), N= 2000 (2021 р.) та N= 1200 (2022 р.). Питання: Які з цих джерел інформації ви вважаєте надійними? Оберіть усі варіанти, які вважаєте правильними.

Мал. Б.11. Надійні джерела інформації

ДЕЗІНФОРМАЦІЯ В ЗМІ: ЧУТЛИВІСТЬ ДО ФЕЙКІВ

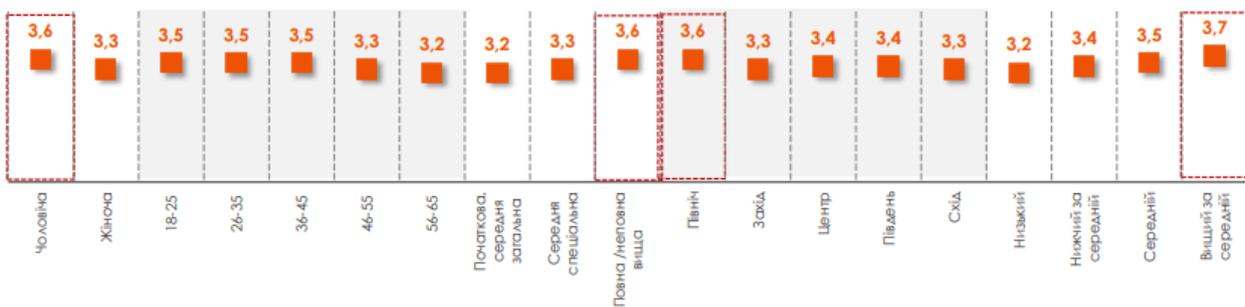


Середній бал оцінки власної чутливості до дезінформації за 5-бальною шкалою

3,4
3,3
3,3

■ 43% аудиторії оцінюють свій рівень чутливості до дезінформації як вищий за середній або високий. Це трохи вище ніж 2 роки тому (40%). А частка тих, хто вважає себе повністю некомпетентними у відрізненні фейків впала з 20% до 12%

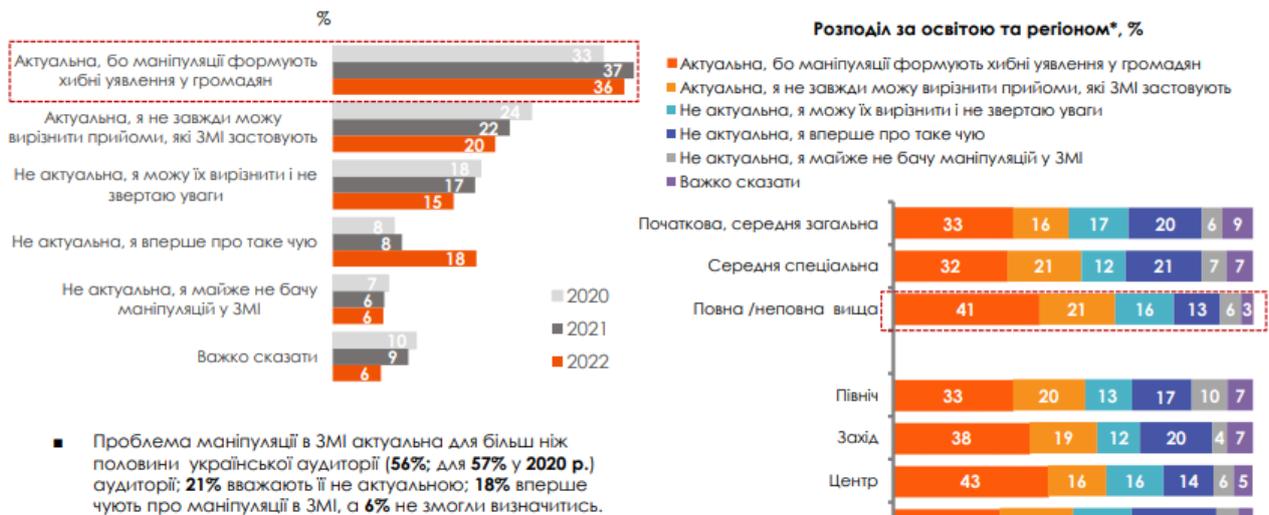
Середній бал оцінки власної чутливості до фейків*



База: всі опитані, N= 2000 (2020 р.), N= 2000 (2021 р.) та N= 1200 (2022 р.). Питання: Як би ви оцінили свою здатність відрізнити дезінформацію від достовірної інформації? Дайте оцінку за 10-бальною шкалою, де 1 – вкрай низький рівень, 10 – високий рівень
* Різниця значуща на рівні 0,05.

Мал. Б.12. Дезінформація в ЗМІ: чутливість до фейків

МАНІПУЛЯЦІЯ В ЗМІ: АКТУАЛЬНІСТЬ ПРОБЛЕМИ



База: всі опитані, N= 2000 (2020 р.), N= 2000 (2021 р.) та N= 1200 (2022 р.). Питання: Кажуть, що ЗМІ можуть впливати на громадську думку не тільки через дезінформацію, а й за допомогою маніпуляцій, викривлення інформації. Наскільки ця проблема актуальна особисто для вас?

* Різниця значуща на рівні 0,05.

48

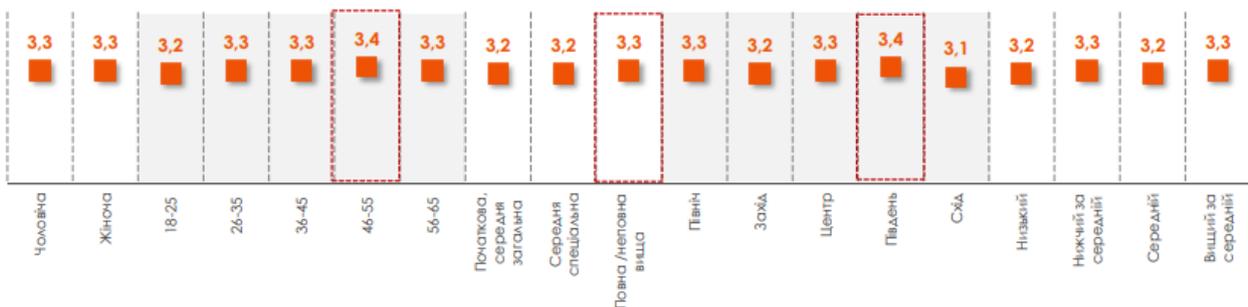
Мал. Б.13. Маніпуляції в ЗМІ: актуальність проблем

МАНІПУЛЯЦІЯ В ЗМІ: ЧУТЛИВІСТЬ ДО МАНІПУЛЯЦІЙ

детектор медіа



Середній бал оцінки власної чутливості до маніпуляцій*



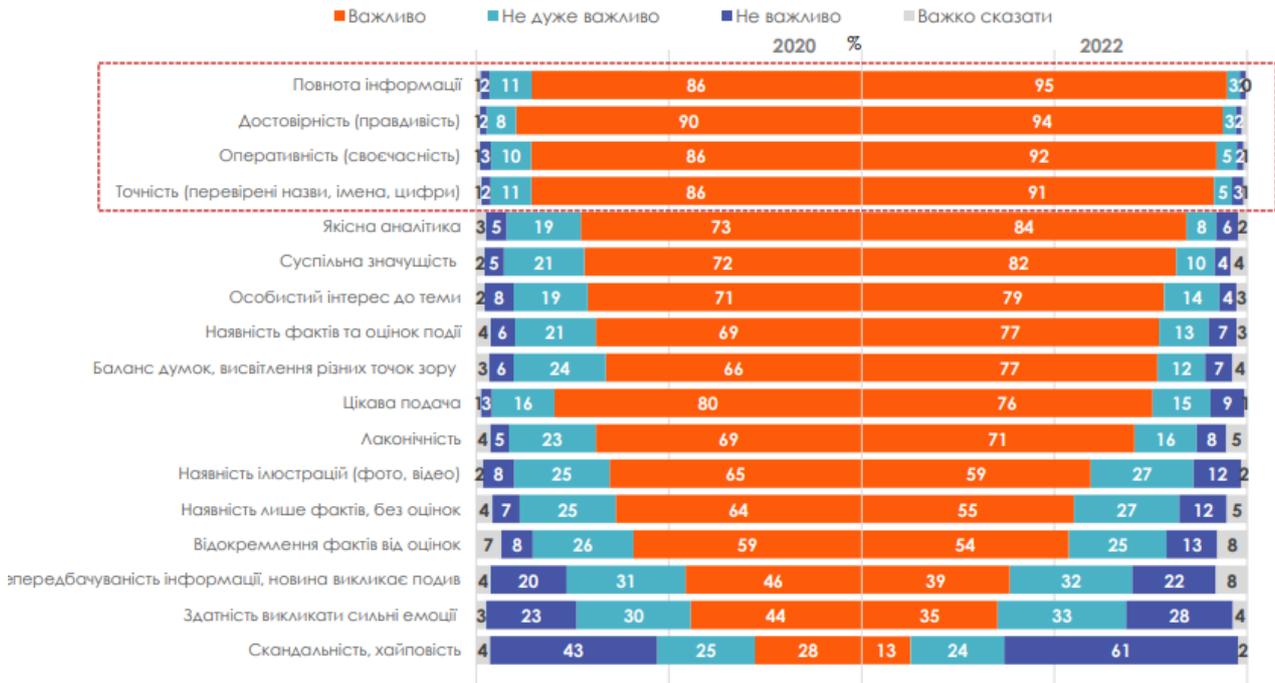
База: всі опитані, N= 2000 (2020 р.), N= 2000 (2021 р.) та N= 1200 (2022 р.). Питання: Як ви оцінюєте свою чутливість до маніпуляцій у ЗМІ? Дайте оцінку за 10-бальною шкалою, де 1 – як правило, не відчуваю, коли моєю думкою намагаються маніпулювати, 10 – відчуваю спробу маніпуляцій майже завжди.

* Різниця значуща на рівні 0,05.

Мал. Б.14. Маніпуляції в ЗМІ: чутливість до маніпуляцій

ВИМОГИ ДО НОВИН

детектор медіа



База: всі опитані, N= 2000 (2020 р.) та N= 1200 (2022 р.). Питання: Які ваші особисті вимоги до новин? Важливі, чи ні для Вас такі ознаки, як ...?

Мал. Б.15. Вимоги до новин

ЖУРНАЛІСТСЬКА ЕТИКА

детектор медіа

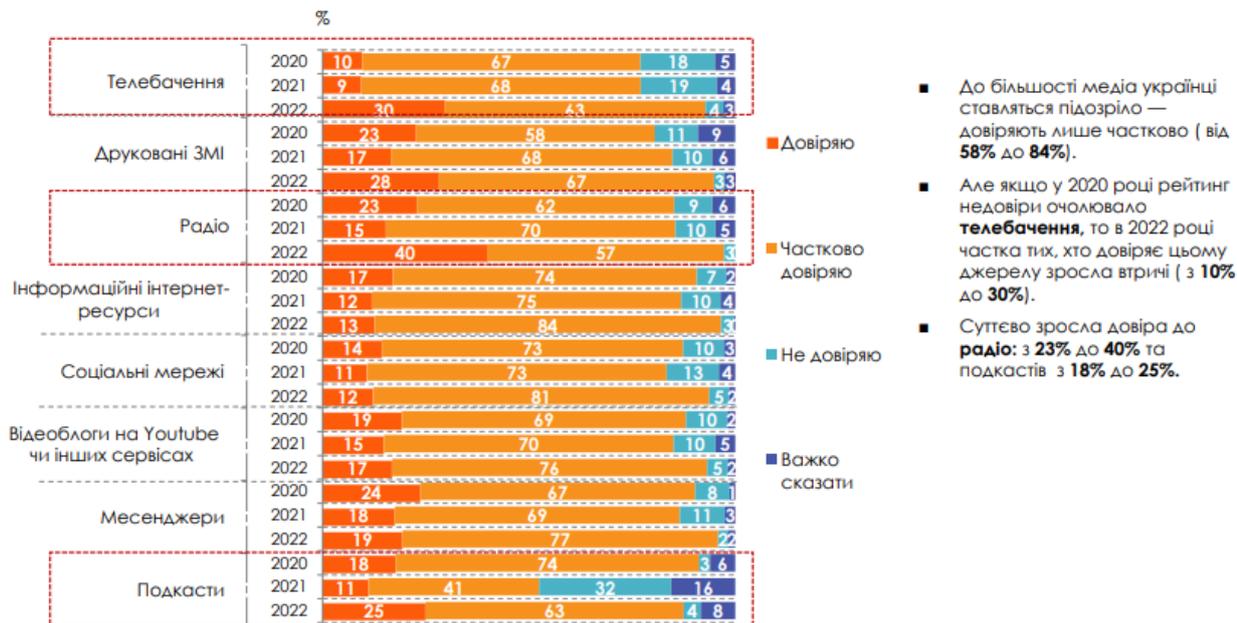


Кількість українців, які стикались у медіа з фактами порушення етичних стандартів у журналістиці зростає, у порівнянні з 2020 роком, і фактично не змінилася у порівнянні з 2021. Більше половини (57%) звернули увагу порушення прав на повагу до приватного життя; 48% -- на плітки та наклепи в ЗМІ; 42% пригадують мову ворожнечі: прямі образи, погрози.

База: всі опитані, N= 2000 (2020 р.), N= 2000 (2021 р.) та N= 1200 (2022 р.). Питання: Вам коли-небудь траплялися в ЗМІ матеріали, в яких би ...

Мал. Б.15. Журналістська етика

ДОВІРА ДО ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ детектор медіа



- До більшості медіа українці ставляться підозріло — довіряють лише частково (від **58%** до **84%**).
- Але якщо у 2020 році рейтинг недовіри очолювало **телебачення**, то в 2022 році частка тих, хто довіряє цьому джерелу зросла втричі (з **10%** до **30%**).
- Суттєво зросла довіра до **радіо**: з **23%** до **40%** та подкастів з **18%** до **25%**.

База: всі опитані, N= 2000 (2020 р.), N= 2000 (2021 р.) та N= 1200 (2022 р.). Питання: Наскільки ви довіряєте новинам із джерел, до яких час від часу звертаєтесь?

Мал. Б.17. довіра до інформаційних джерел

САМООЦІНКА РІВНЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ детектор медіа



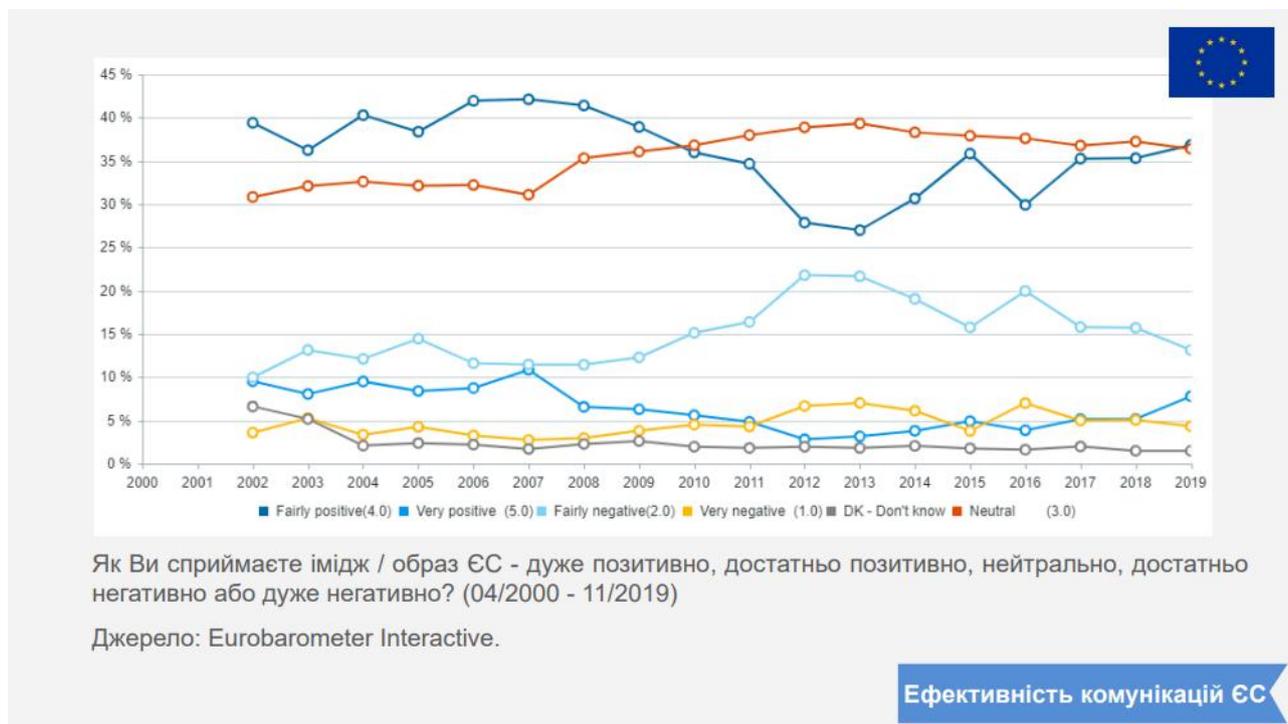
- Середній бал оцінки рівня власної медіаграмотності зріс з **3,1** до **3,2** балів.
- **39%** аудиторії оцінюють свій рівень медіаграмотності вище середнього або як високий; **35%** вважають його середнім або **21%** вважають свій рівень нижчим за середній або низьким.



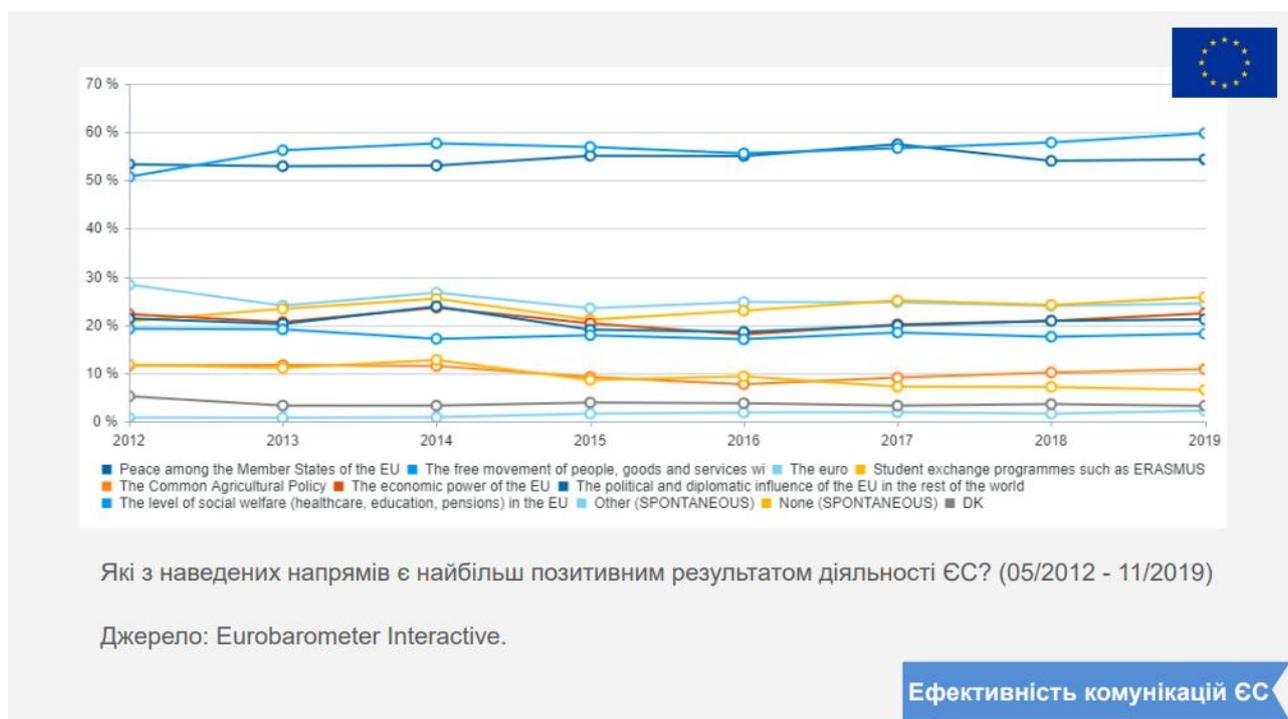
База: всі опитані, N= 2000 (2020 р.), N= 2000 (2021 р.) та N= 1200 (2022 р.). Питання: Як би ви оцінили рівень своєї медіаграмотності. Дайте оцінку за 10-бальною шкалою, де 1 – крайній низький рівень, 10 – високий рівень.
* Різниця значуща на рівні 0,05.

Мал. Б.18. Самооцінка рівня медіаграмотності

Додаток В. Зовнішньо- та внутрішньоінституціональні комунікації ЄС (за Піпченко Н.)⁵

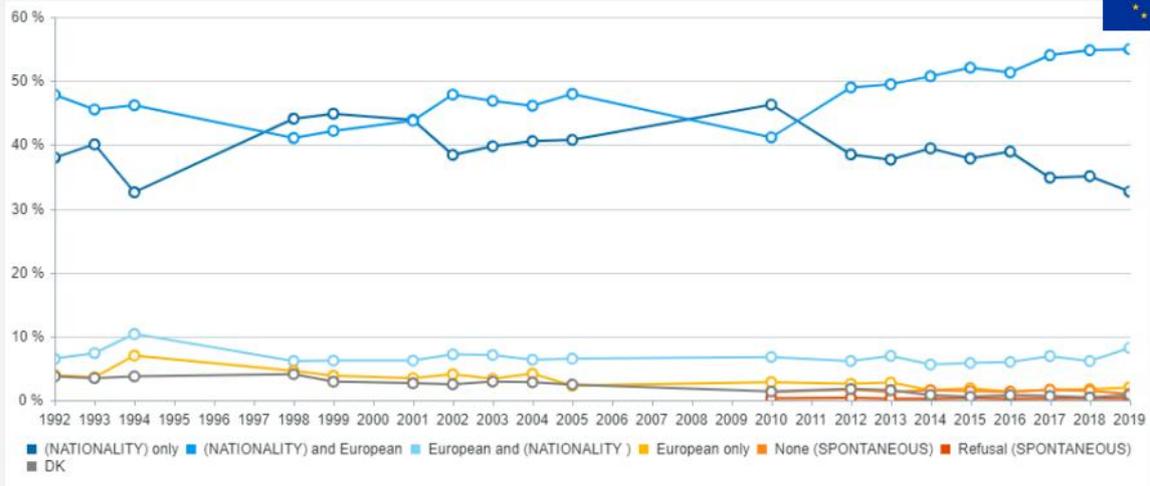


Мал. В.1. Сприйняття іміджу/образу ЄС



Мал. В.2. Найбільш позитивні результати діяльності ЄС

⁵ Піпченко Н. Презентація «Зовнішньо- та внутрішньоінституціональні комунікації ЄС». База даних навчальної і наукової інформації про ЄС Центру досконалості Жана Моне, проєкт «Поглиблений розвиток європейських студій в Україні: міждисциплінарний підхід» (№611625-EPP-1-2019-1-UA-EPPJMO-CoE). [3D Value Proposition Diagram Design \(ir.edu.ua\)](http://3D Value Proposition Diagram Design (ir.edu.ua))



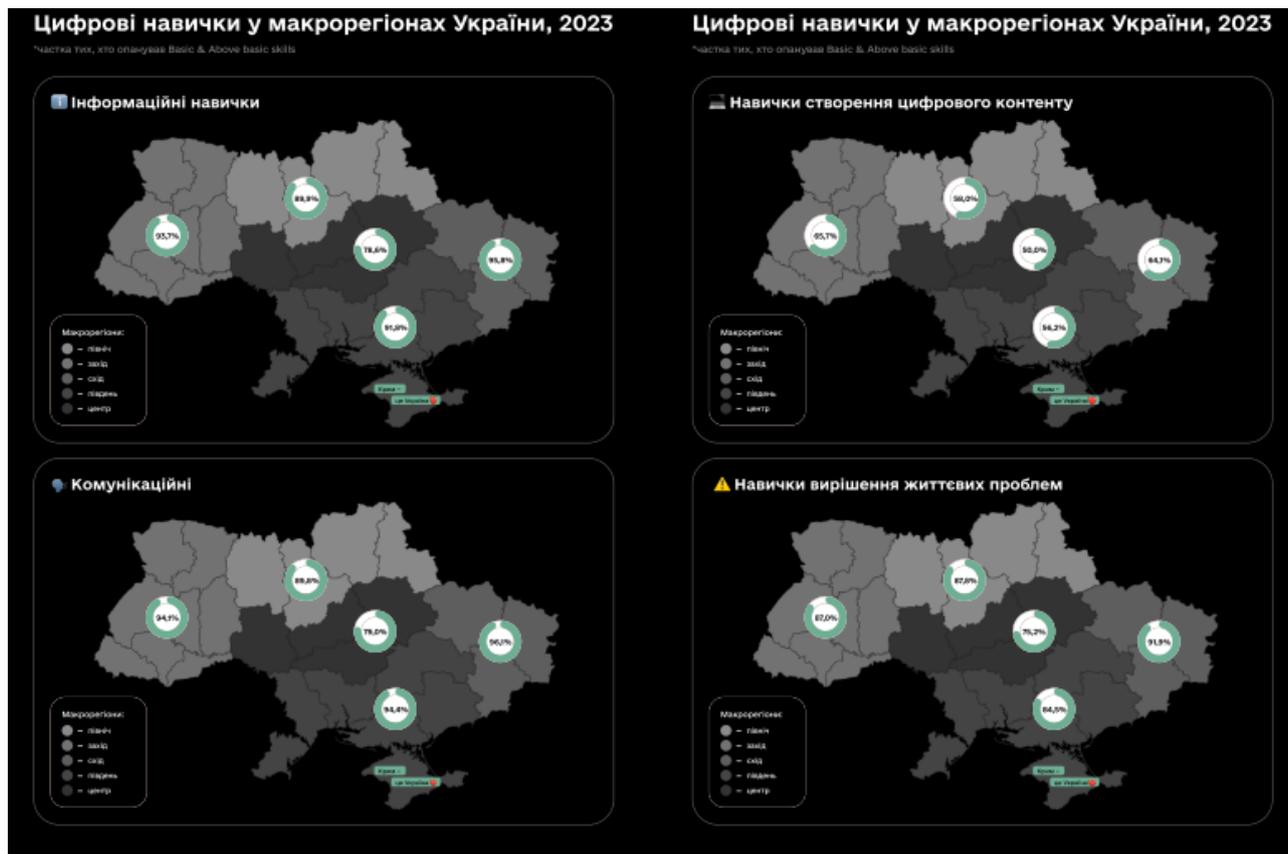
У найближчому майбутньому Ви сприймаєте себе як...? (03/1992 - 06/2019)

Джерело: Eurobarometer Interactive.

Ефективність комунікацій ЄС

Мал. В.3. Дослідження сприйняття себе як...

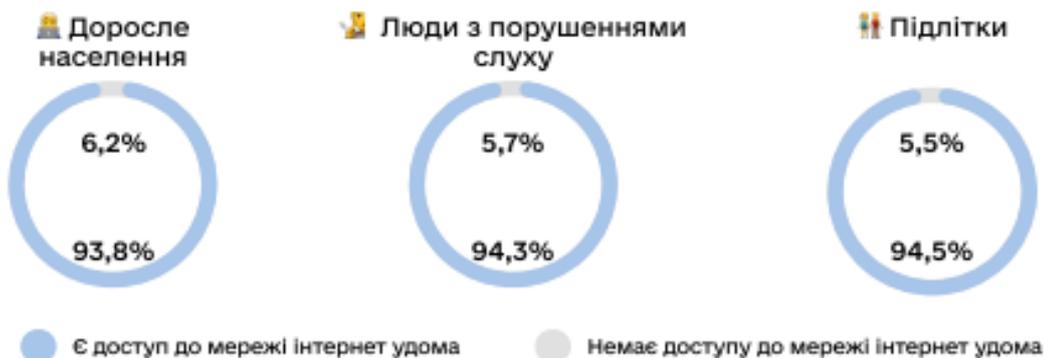
Додаток Г. Дослідження цифрових навичок українців. Третя хвиля [138]⁶



Г.1.Цифрові навички у макрорегіонах України

⁶ Дослідження цифрових навичок українців. Третя хвиля. 2023. Дослідження проведено з ініціативи Міністерства цифрової трансформації України, за підтримки швейцарсько-української Програми EGAP, що виконується Фондом Східна Європа та фінансується Швейцарією. Третя хвиля дослідження має на меті відстежити динаміку в розвитку діджиталнавичок населення України та проаналізувати вплив суспільно-економічної ситуації на рівень цифрової безпеки. Можливість порівняння результатів ґрунтується на структурних питаннях індикаторах, що були складовою частиною комплексного дослідження. [8800-ua cifrova gramotnist naseleenna ukraini 2023.pdf](https://8800-ua.cifrova.gramotnist.naselenna.ukraini.2023.pdf) (diia.gov.ua)

Доступ до мережі інтернет



Г.2. Доступ до мережі Інтернет

Причини відсутності підключення до мережі інтернет серед дорослого населення

*можливо кілька варіантів відповіді

Не потрібен інтернет

38,7%

Витрати на обладнання для доступу до мережі інтернет занадто високі

19,4%

Маю доступ до мережі інтернет в іншому місці

11,3%

Широкосмуговий інтернет недоступний у нашому населеному пункті

4,0%

Важко сказати

0,8%

Не вмію користуватись (відсутність навичок)

20,2%

Витрати на доступ до мережі інтернет занадто високі (телефон, передплата тощо)

17,7%

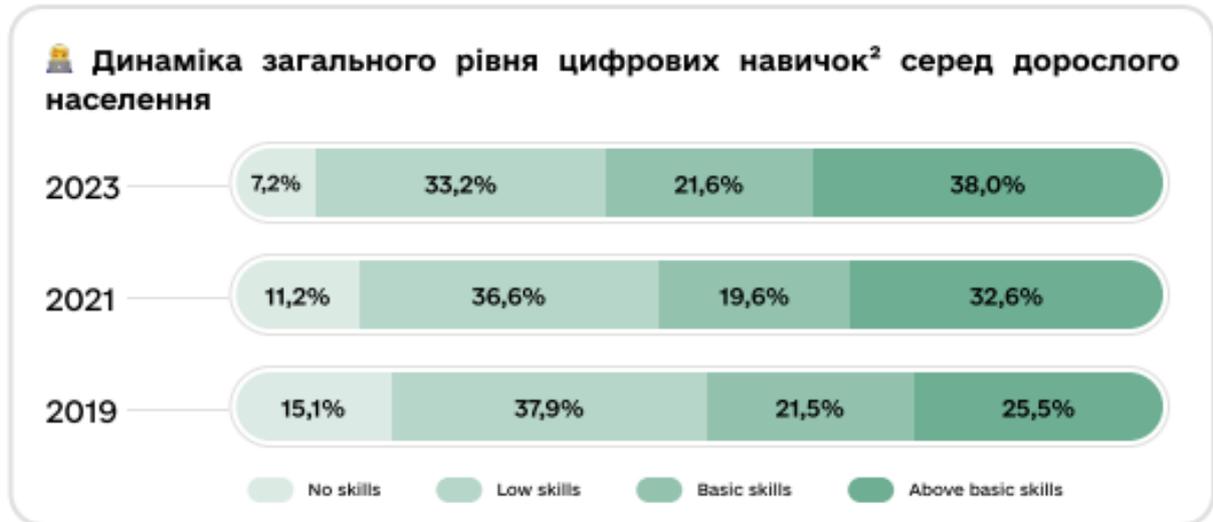
Не впевнений у безпеці та збереженні конфіденційності моїх даних

5,6%

Інше

2,4%

Г.3. Причини відсутності підключення до мережі інтернет дорослого населення



Г.4. Динаміка рівня цифрових навичок

Динаміка частки дорослого населення без цифрових навичок («no skills») у розрізі вікових груп

Варіант відповіді	2019 рік	2021 рік	2023 рік
18-29 років	1,1%	0,9%	2,1%
30-39 років	3,8%	2,8%	3,1%
40-49 років	9,7%	6,8%	5,8%
50-59 років	19,2%	14,6%	8,9%
60-70 років	46,7%	33,2%	17,4%
Всього	80,5%	58,3%	37,3%

Г.5. Динаміка частки дорослого населення без цифрових навичок у розрізі вікових груп

👤 Динаміка цифрових навичок дорослого населення в розрізі сфер компетенцій

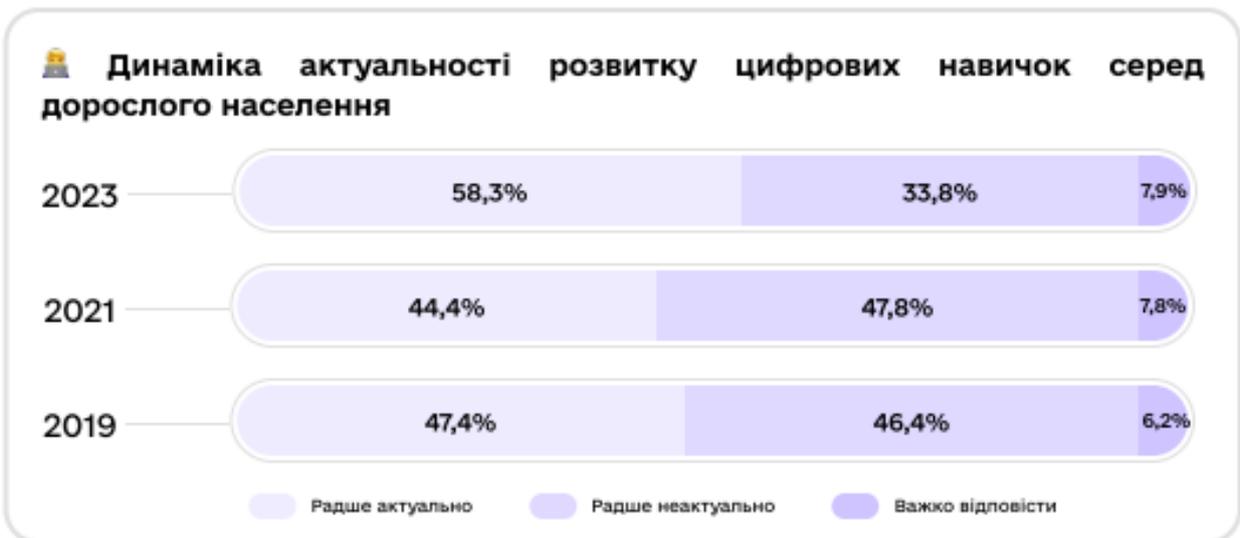
	2019	2021	2023
Інформаційні			
No skills	18,6%	15,9%	9,1%
Basic skills	6,9%	5,1%	4,8%
Above basic skills	74,5%	78,9%	86,1%
Всього	100%	100%	100%
Комунікаційні			
No skills	19,1%	15,6%	8,7%
Basic skills	5,6%	5,2%	3,4%
Above basic skills	75,3%	79,2%	87,9%
Всього	100%	100%	100%
Навички розв'язання життєвих проблем			
No skills	20,1%	17,4%	13,8%
Basic skills	24,3%	26,7%	25,0%
Above basic skills	55,6%	55,8%	61,2%
Всього	100%	100%	100%
Навички створення цифрового контенту			
No skills	52,2%	45,6%	39,8%
Basic skills	19,0%	17,7%	19,0%
Above basic skills	28,8%	36,8%	41,2%
Всього	100%	100%	100%

Г.6. Динаміка цифрових навичок дорослого населення у розрізі сфер компетенцій

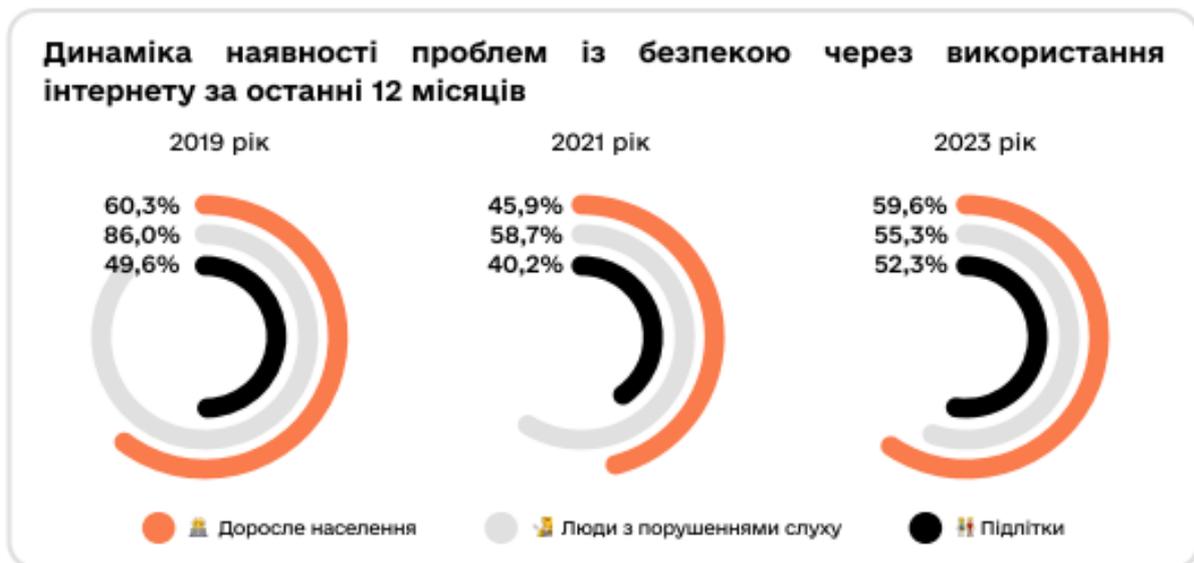
Практики використання ШІ в розрізі цільових груп та мети

Варіант відповіді	👤 Доросле населення	👤 Люди з порушеннями слуху	👤 Підлітки
Робота / Освіта	15,8%	21,5%	56,3%
Саморозвиток	21,8%	26,8%	54,9%
Дозвілля	25,1%	31,8%	57,8%

Г.7. Практики використання штучного інтелекту в розрізі цільових груп та мети



Г.8. Динаміка актуальності розвитку цифрових навичок серед дорослого населення



Г.9. Динаміка наявності проблем із безпекою через використання інтернету

**Додаток Д. Список безпечних каналів отримання інформації та
Список інструментів поширення ворожої дезінформації**
(Списки станом на 11.03.2024).⁷

	Президент, Перша леді та Офіс Президента України	
1	Zelenskiy / Official	https://t.me/V_Zelenskiy_official
2	Олена Зеленська Olena Zelenska	https://t.me/FirstLadyOfUkraine
3	Офіс Президента	https://t.me/OP_UA
4	Андрій Єрмак	https://t.me/ermaka2022
5	Олексій Кулеба	https://t.me/OleksiyKuleba
6	Представництво Президента України в АР Крим	https://t.me/ppuark
	Верховна Рада України	
1	Верховна Рада України	https://t.me/verkhovnaradaukrainy
	Сили безпеки і оборони	
1	СИРСЬКИЙ	https://t.me/osirskiy
2	Генеральний штаб ЗСУ	https://t.me/GeneralStaffZSU
3	СтратКом ЗСУ	https://t.me/AFUStratCom
4	Міністерство оборони України	https://t.me/ministry_of_defense_ua
5	Начальник ГУР МО України	https://t.me/ChiefUkrDIU
6	Головне управління розвідки МО України	https://t.me/DIUkraine
7	НОВИНИ КОС ЗСУ	https://t.me/KOS_ZSU
8	Командувач Повітряних Сил ЗС України	https://t.me/ComAFUA
9	Повітряні Сили ЗС України / Air Force of the Armed Forces of Ukraine	https://t.me/kpszsua
10	Олександр Павлюк	https://t.me/Pavliuk_KSV

⁷ Центр протидії дезінформації спільно з Кібердепартаментом СБУ створили списки безпечних каналів отримання інформації та виявили мережі інструментів поширення ворожої дезінформації <https://cpd.gov.ua/.../spysok-bezpechnyh-kanaliv.../>

11	Сухопутні війська UA Land Forces	https://t.me/landforcesofukraine
12	Сили Спеціальних Операцій ЗС України	https://t.me/ukr_sof
13	Військово-Морські Сили ЗС України UA Navy	https://t.me/ukrainian_navy
14	Десантно-штурмові війська ЗС України	https://t.me/ua_dshv
15	Олександр Півненко НГУ	https://t.me/Pivnenko_NGU
16	Національна гвардія України НГУ	https://t.me/ngu_war_for_peace
17	Сили територіальної оборони ЗС України	https://t.me/sprotyvg7ua
18	Сили оборони півдня України	https://t.me/SJTF_Odes
19	ОК Північ	https://t.me/ok_pivnich1
20	ОК Захід Operational Command West	https://t.me/operationalcommandwest
21	Служба безпеки України	https://t.me/SBUkr
22	KOVALENKO	https://t.me/akovalenko1989
23	ЦЕНТР ПРОТИДІЇ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ	https://t.me/CenterCounteringDisinformation
24	Держспецзв'язку	https://t.me/dsszzi_official
25	ДСНС України	https://t.me/dsns_telegram
26	ДПСУ Держприкордонслужба	https://t.me/DPSUkr
27	Ігор Клименко МВС	https://t.me/Klymenko_MVS
28	МВС України	https://t.me/mvs_ukraine
29	Національна поліція України	https://t.me/UA_National_Police
30	CyberpoliceUA	https://t.me/CyberpolUA
31	Патрульна поліція України	https://t.me/patrolpolice_ua
32	Державне бюро розслідувань	https://t.me/DBRgovua
33	БЕБ Бюро економічної безпеки України	https://t.me/esbu_gov_ua
34	НАБУ	https://t.me/nab_ukraine
35	Офіс Генерального прокурора	https://t.me/pgo_gov_ua
	Суди	

1	Верховний Суд	https://t.me/supremecourtua
2	Вищий антикорупційний суд (#ВАКС)	https://t.me/hcacofficial
	Центральні органи виконавчої влади	
1	Денис Шмигаль Прем'єр-міністр України	https://t.me/Denys_Smyhal
2	FEDOROV	https://t.me/zedigital
3	Мінцифра	https://t.me/mintsyfra
4	Ірина Верещук	https://t.me/vereshchuk_iryna
5	Мінреінтеграції	https://t.me/minre_ua
6	Мінрегіон	https://t.me/minregion_news
7	МОЗ України	https://t.me/mozofficial
8	Міністерство юстиції України	https://t.me/minjustofficial
9	Міністерство відновлення України	https://t.me/miUkraine
10	Міністерство соціальної політики України	https://t.me/MinSocUA
11	МЗС України/MFA of Ukraine	https://t.me/Ukraine_MFA
12	залізні_зміни в МінСтратегПромі	https://t.me/zalizni_zminy
13	МКІП – Міністерство культури та інформаційної політики України	https://t.me/mkipu
14	Міністерство аграрної політики та продовольства України	https://t.me/mapfu2022
15	Мінветеранів України	https://t.me/MVA_Ukraine
16	Міністерство економіки України	https://t.me/mineconomdevUA
17	Міністерство молоді та спорту України	https://t.me/minmolodsport
18	Олег Немчінов, Міністр Кабінету міністрів України	https://t.me/nemchinovoleh
19	Міністерство фінансів України	https://t.me/MOF_ua
20	МІНЕНЕРГО	https://t.me/energyofukraine
21	Міндовкілля	https://t.me/mindovkillia
22	МОНограм	https://t.me/UAMonogram

23	Омбудсман Лубінець Дмитро	https://t.me/dmytro_lubinetzs
24	НБУ Знати. Розуміти	https://t.me/nbu_ua
25	Податкова служба – ОФІЦІЙНИЙ КАНАЛ	https://t.me/tax_gov_ua
26	Пенсійний фонд України	https://t.me/PensFund
27	ДСБТ-УКРТРАНСБЕЗПЕКА	https://t.me/ukrtransbezpeka
28	НСЗУ	https://t.me/NSZU_gov
29	НАДС	https://t.me/NADS_Ukr
30	Держрибагентство	https://t.me/dargme
31	Держпродспоживслужба	https://t.me/dpssgovua
32	Держаудитслужба	https://t.me/stateauditserviceofukraine
33	Держатомрегулювання	https://t.me/snriugovua
34	ДАРТ	https://t.me/DARTUkraine
35	Держекоінспекція Online	https://t.me/deionline
36	Держфінмоніторинг (FIU)	https://t.me/FIU_Ukraine
37	Держводагентство	https://t.me/davr_telegram
38	Держенергонагляд	https://t.me/siesgovua
39	ДРС – завжди на боці бізнесу!	https://t.me/drs_news
40	Агентство відновлення.Новини	https://t.me/UkravtodorNews
41	Історія та пам'ять	https://t.me/uinp_gov
	Центральні органи виконавчої влади зі спеціальним статусом	
1	Віталій Коваль / Фонд держмайна України	https://t.me/vitalykoval8
2	Павло Кириленко / Голова АМКУ	https://t.me/pavlokyrylenko_amcu
3	НАЗК	https://t.me/NAZK_gov_ua
4	Державна митна служба України	https://t.me/UkraineCustoms
5	Національна комісія зі стандартів державної мови	https://t.me/mova_standard

6	Агентство з розшуку та менеджменту активів (АРМА)	https://t.me/arma_gov
7	АМКУ	https://t.me/amcugovua
	Державний колегіальний орган	
1	НКЦПФР Офіційний канал	https://t.me/nssmc_ukraine
	Державні і національні установи/організації/агентства/підприємства	
1	SPRAVDI	https://t.me/spravdi
2	АрміяINFORM	https://t.me/armyofukraine
3	СУСПІЛЬНЕ НОВИНИ	https://t.me/suspilnenews
4	Укрінформ Новини України	https://t.me/ukrinform_news
5	Укрзалізниця	https://t.me/UkrzalInfo
6	Енергоатом	https://t.me/energoatom_ua
7	Фонд соціального страхування України	https://t.me/socialfund
	ОВА/ОДА та КМДА	
1	Віталій Кім / Миколаївська ОДА	https://t.me/mykolaivskaODA
2	КМДА – офіційний канал	https://t.me/KyivCityOfficial
3	Ігор Табурець Начальник Черкаської ОВА	https://t.me/cherkaskaODA
4	Максим Козицький/Львівська ОВА (ОДА)	https://t.me/kozytskyy_maksym_official
5	Київська обласна військова адміністрація	https://t.me/kyivoda
6	Філіп Пронін / Полтавська ОВА	https://t.me/poltavskaOVA
7	Олег Синегубов, голова Харківської ОДА	https://t.me/synegubov
8	Андрій Райкович/ Кіровоградська ОДА (ОВА)	https://t.me/kirovogradskaODA
9	Сергій Лисак / Дніпропетровська ОДА (ОВА)	https://t.me/dnipropetrovskaODA
10	В'ячеслав Чаус/ Чернігівська ОДА (ОВА)	https://t.me/chernigivskaODA
11	Запорізька обласна військова адміністрація	https://t.me/zoda_gov_ua
12	Олег Кіпер/Одеська ОДА (ОВА)	https://t.me/odeskaODA

13	Хмельницька ОДА (ОВА)	https://t.me/khmelnyskaODA
14	Віталій Бунечко – голова Житомирської ОВА	https://t.me/zhytomyrskaODA
15	Юрій Погуляйко/ Волинська ОДА (ОВА)	https://t.me/volynskaODA
16	Львівська обласна військова адміністрація	https://t.me/people_of_action
17	Сумська обласна військова адміністрація	https://t.me/Sumy_news_ODA
18	Іван Федоров / Запорізька обл / Запоріжжя	https://t.me/ivan_fedorov_zp
19	СЕРГІЙ БОРЗОВ/ Вінницька ОДА (ОВА)	https://t.me/vinnytskaODA
20	Онищук Світлана/ Івано-Франківська ОДА (ОВА)	https://t.me/onyshchuksvitlana
21	Тернопільська ОДА (ОВА)	https://t.me/ternopilskaODA
22	Херсонська ОДА (ОВА)	https://t.me/khersonskaODA
23	Артем ЛИСОГОР Луганська ОВА/OFFICIAL	https://t.me/luhanskaVTSA
24	Рівненська обласна військова адміністрація	https://t.me/ODA_RV
25	Руслан Запаранюк / Чернівецька ОДА	https://t.me/chernivetskaODA
26	Віктор Микита/Закарпатська ОДА (ОВА)	https://t.me/zakarpatskaODA
27	Вадим Філашкін/ Голова Донецької ОДА, начальник ОВА	https://t.me/VadimFilashkin_donoda
28	Донецька ОДА	https://t.me/DonetskaODA
	Державні проєкти/ініціативи	
1	ВРАМА	https://t.me/+EbXZHBfHXbszY2I6
2	Дія	https://t.me/diia_gov
3...	UNITED24	https://t.me/U24_gov_ua

Наукове електронне видання CD-ROM

ШУЛЯК АНТОНІНА

ШУЛЯК НАЗАРІЙ

**СТРАТЕГІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ ТА ІНФОРМАЦІЙНА ГІГІЄНА:
НАЦІОНАЛЬНА БЕЗПЕКА В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ**

Монографія

Редактор і коректор: Н.Шульська

Верстка: А. Шуляк

Дизайн: В. Бурлакова

Один електронний оптичний диск (CD-ROM). Об'єм даних 4,76 Мб.

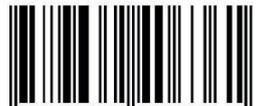
Тираж 300 прим. Зам. 12. Видавець і виготовлювач – Вежа-Друк,
(м. Луцьк, вул. Шопена, 12, тел. +38 066 936 25 49).

E-mail: vezhaprint@gmail.com

Свідоцтво Держ. комітету телебачення та радіомовлення України
ДК № 4607 від 30.08.2013 р

ВЕЖА-ДРУК

ISBN 978-966-940-636-1



9 789669 406361 >