

ГІБРИДНА ВІЙНА І ЖУРНАЛІСТИКА

ПРОБЛЕМИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ

ДЕЗІНФОРМАЦІЯ
МАНІПУЛЮВАННЯ
НАВІЮВАННЯ
ФЕЙКИ



НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені М. П. ДРАГОМАНОВА

ГІБРИДНА ВІЙНА І ЖУРНАЛІСТИКА

ПРОБЛЕМИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ

Навчальний посібник

Київ
Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова
2018

УДК 070:355.01-025.26(07)

Г 46

*Рекомендовано Вченою радою
Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова
(протокол № 14 від 26 червня 2018)*

*За загальною редакцією
доктора філософських наук, професора кафедри журналістики
НПУ ім. М. П. Драгоманова, академіка НА вищої освіти України
В. О. Жадька*

Рецензенти: *Іван Васильович Крупський*, доктор історичних наук, професор, завідувач кафедри теорії і практики журналістики Львівського національного університету імені І. Франка;
Ірина Миколаївна Жиленкова, доктор історичних наук, професор кафедри історії та етнополітики Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова.

Авторський колектив:

В. О. Жадько, О. І. Клименко, П. П. Куляс, О. Т. Марків, Ю. С. Полтавець, О. І. Харитоненко, О. В. Харчук, С. В. Шевчук.

Ілюстрація на обкладинці:

Ф. В. Сергеев

Г 46 Гібридна війна і журналістика. Проблеми інформаційної безпеки : навчальний посібник / за заг. ред. В. О. Жадька ; ред.-упор. : О. І. Харитоненко, Ю. С. Полтавець. – Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2018. – 356 с.

ISBN 978-966-931-181-8

Підготовлений викладачами кафедри журналістики НПУ імені М. П. Драгоманова посібник присвячено питанням інформаційної безпеки, діяльності журналіста в умовах гібридної війни, проблемам медіаосвіти. У книзі чотири розділи, що висвітлюють суть та складові сучасних гібридних протистоянь, їхній інформаційний, інформаційно-психологічний, семантичний, технологічний та силовий аспекти. Видання доповнене термінологічним словником. Посібник призначений для студентів спеціальності «Журналістика», а також для всіх, хто прагне навчитися критично оцінювати й аналізувати медіаповідомлення та інформацію загалом.

ISBN 978-966-931-181-8

УДК 070:355.01-025.26(07)

© Авторський колектив, 2018
© Сергеев Ф. В., обкладинка, 2018
© Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2018

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	5
ВСТУП	
Гібридна війна в сучасному світі.	
Що про неї повинен знати журналіст і редактор?	12
Розділ 1	
ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА ТА ІНФОРМАЦІЙНА АГРЕСІЯ	
§ 1. Визначення, види, актуальні напрямки дослідження інформаційних війн.....	28
§ 2. Інформаційні війни в історії та сучасності: характерні ознаки новітніх протистоянь	64
§ 3. Технології маніпулювання і методики пошуку, відбору, верифікації даних у журналістиці.....	96
§ 4. Фактчекінг у роботі сучасного журналіста – дієвий спосіб протистояння інформаційним загрозам	126
Розділ 2	
СМИСЛОВІ ВІЙНИ В МЕЖАХ ГІБРИДНИХ ПРОТИСТОЯНЬ	
§ 5. Інформаційні та смислові війни: наукові підходи до розмежування понять.....	142
§ 6. «Зброя» смислової війни. Основні інструменти для зміни системи цінностей.....	161
§ 7. Тактика смислових війн і спроби протидії	190
§ 8. Класична журналістика в умовах гібридних воєн: конфлікт теорії і сучасних комунікативних практик.....	202
Розділ 3	
ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНИЙ, ТЕХНОЛОГІЧНИЙ І СИЛОВИЙ ВИМІРИ ГІБРИДНИХ ЕКСПАНСІЙ	
§ 9. Інформаційно-психологічні операції: поняття, види, способи використання в умовах гібридної війни.....	229
§ 10. Інформаційно-технологічні атаки і способи захисту кіберпростору: новітні тактики гібридних війн.....	246
§ 11. Особливості роботи журналіста в зонах військових конфліктів.....	264

РОЗДІЛ 4

МЕДІАОСВІТА ЯК ФУНДАМЕНТАЛЬНА СКЛАДОВА ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ

§ 12. Роль медіаграмотності в професійному та особистому становленні людини інформаційної епохи	272
§ 13. Формування в майбутніх журналістів культури роботи з інформацією в умовах гібридної війни	290
§ 14. Світові та вітчизняні тенденції розвитку медіаосвіти	305
СЛОВНИК ТЕРМІНІВ	316

Передмова

Після двох безпрецедентної руйнівної сили світових війн і виснажливої в гуманітарному сенсі холодної війни, здавалося, логіка миру, безпеки, толерантності, заперечення будь-якого насильства надовго стануть основою геополітичних процесів. Натомість усі ми є свідками розгортання у світовому масштабі нових видів протистоянь, сутність яких до кінця поки що не з'ясована, наслідки трагічні, а в перспективі можуть виявитися катастрофічними.

Нині в політичний дискурс увійшов і широко обговорюється термін «гібридна війна». Провідні науковці в галузях політології, права, філософії, історії, соціальних комунікацій шукають означення для пов'язаних із гібридними формами агресії процесів, оскільки саме вони визначають у сучасних реаліях і якість життя кожної людини, і перспективи розвитку цілих держав.

Світова спільнота вже усвідомила всі ризики деструктивних дій неототалітарних і неоімперіалістичних режимів, спрямованих на руйнацію архітектоники безпеки як у царині міжнародних зв'язків, так і в межах національних стратегій розвитку. Зусилля соціально-політичних, наукових, громадських інституцій провідних держав світу спрямовані на відродження миру й стабільності, вироблення засобів протидії та запобігання новітнім військовим викликам. Однак станом на сьогодні основні гібридні конфлікти ще не розв'язані, а, навпаки, тільки поглиблюються. І, на жаль, Україна й українці опинилися на передовій цих жорстоких і надзвичайно драматичних баталій. Отже, нам необхідно усвідомити, хто, як і з якою метою з нами воює і як потрібно цьому протистояти.

Серед усіх ознак гібридної війни, які обговорюються зараз в експертних колах, наведемо найважливіші. По-перше, йдеться про війну неоголошену і таку, що не визнається нападником як акт агресії

щодо сторони-жертви. По-друге, широко використовуються внутрішні протиріччя країни, на території якої розгортається протистояння, що дозволяє маскувати інтервенцію під громадянську війну чи внутрішньополітичні конфлікти. По-третє, крім регулярних військ, задіяні найманці, терористи, кримінальні елементи, ошукані шляхом пропаганди й інформаційних диверсій пересічні громадяни. По-четверте, крім мілітаристської складової та силових методів, застосовуються економічний тиск, диверсії в галузі інформаційно-комунікаційної інфраструктури, технології віртуальних впливів на свідомість мас.

Георгій Почепцов у книзі «Смисли і війни» зазначає, що сьогодні можна говорити про три основні різновиди гібридних війн: *інформаційно-психологічні*, спрямовані на викривлення інформаційного простору ворога і захист власного; *інформаційно-сміслові*, які мають на меті кардинальні зміни свідомості – об'єкта нападу; *кібервійни*, націлені на ураження інформаційно-технічних ресурсів жертви агресії. Цей перелік інколи ще доповнюється війнами *біхевіористськими (поведінковими)*, завданням яких є зміна звичок і поведінки людей у певних ситуаціях. Природно, всі ці типи війни розгортаються на тлі *збройних конфліктів* різної інтенсивності та точкового характеру поширення.

Як видно з цього переліку, одним із найпотужніших компонентів гібридних протистоянь є інформаційна агресія. У процесах поширення дезінформації, зомбування, маніпулювання, залякування, пропаганди задіяні спеціальні інформаційні роди військ і спецслужб, засоби масової інформації та комунікації, користувачі соціальних мереж. Недарма журналістів і медійників сьогодні називають «солдатами у віртуальних битвах».

З 2014 року інформаційна складова гібридної війни, роль журналістів у процесах, пов'язаних із зародженням, розвитком і розв'язанням як реальних, так і віртуальних конфліктів, широко обговорюється в експертних колах. На початок відкритого військового протистояння в Криму і на Сході України фахові кола медійників відгукнулися низкою круглих столів і публікацій на провідних інформаційних ресурсах: «Чи існує «баланс думок» у

воєнний час?», «Журналісти в зоні АТО. Практичний порадник» (М. Дорош), «Правила репортажу Катерини Сергацкової: "Я пишу про людей, а не про кулі"», «Reality-війна» (Д. Дуцик), «Стандарти й етика журналістики в умовах неоголошеної війни» (І. Куляс).

У 2017 році в Івано-Франківську проведено 11 тренінгів у межах проекту «Українська журналістика в умовах гібридної війни». Спікерами стали науковці, медіа-експерти, журналісти-практики В. Іванов, В. Мостовий, П. Андрусечко, Б. Буткевич, Т. Возняк, В. Жугай, Д. Золотухін, О. Покальчук, Ю. Макаров, О. Гусак, Т. Фісенко, Л. Мудрак, А. Куликов, Ю. Бутусов. Проект озброїв журналістів знаннями про методи протистояння деструктивним інформаційним впливам країни-агресора в умовах гібридної війни. Тематика зустрічей продемонструвала, що журналісти усвідомлюють найважливіші ризики і небезпеки в умовах інформаційних протистоянь: «Етика професійної поведінки журналіста в умовах гібридної війни», «Роль та значення ЗМІ в умовах гібридної війни», «Аналіз прикладів ведення інформаційних воєн та методи мінімізації їх впливу на громадян», «Оцінка фейковості новин», «Аналіз та перевірка на достовірність інформації», «Шляхи протистояння гібридній пропаганді», «Брехня вбиває. Технологія заміщення неякісного інформаційного продукту в умовах війни». Загалом, перелік публікацій на цю тему зайняв би не одну сторінку. Але й наведених достатньо, щоб усвідомити: у практичній площині протистояння інформаційній агресії журналісти пройшли солідний вишкіл.

На державному рівні питання інформаційної безпеки постійно у фокусі уваги Президента України, урядовців, парламентарів, військових. У 2014 році було створено Міністерство інформаційної політики.

Затвердження Стратегії національної безпеки України відбулося в травні 2015 року. Велика увага в цьому документі приділена безпеці саме інформаційного простору держави. Як *загрози інформаційній безпеці та кібербезпеці* визначені: ведення інформаційної війни проти України; відсутність цілісної комунікативної політики держави, недостатній рівень медіакультури суспільства, уразливість об'єктів

критичної інфраструктури, державних інформаційних ресурсів до кібератак; фізична і моральна застарілість системи охорони державної таємниці та інших видів інформації з обмеженим доступом.

Названі й *пріорити інформаційної безпеки*, зокрема: застосування асиметричних дій проти всіх форм і проявів інформаційної агресії; створення системи оцінки інформаційних загроз та оперативного реагування на них; протидія інформаційним операціям проти України, маніпуляціям суспільною свідомістю і поширенню спотвореної інформації, захист національних цінностей; створення, розвиток, координація інститутів, що відповідають за інформаційно-психологічну безпеку; удосконалення професійної підготовки у сфері інформаційної безпеки, впровадження загальнонаціональних освітніх програм з медіакультури із залученням громадянського суспільства та бізнесу; розвиток інформаційної інфраструктури держави; створення системи забезпечення кібербезпеки.

Нині Указом Президента України вже затверджені: у березні 2016 року – Стратегія кібербезпеки України, у лютому 2017 року – Доктрина національної безпеки України.

У першому з зазначених документів чітко окреслено загрозливі тенденції посилення інформаційно-технологічної агресії в сучасному світі й потребу оперативно реагувати на виклики. Наприклад, заявлено: «Стрімкий розвиток інформаційних технологій поступово трансформує світ. Відкритий та вільний кіберпростір розширює свободу і можливості людей... Водночас переваги сучасного цифрового світу та розвиток інформаційних технологій обумовили виникнення нових загроз національній та міжнародній безпеці. Поряд із інцидентами природного (ненавмисного) походження зростає кількість та потужність кібератак, вмотивованих інтересами окремих держав, груп та осіб... Кіберзлочинність стає транснаціональною та здатна завдати значної шкоди інтересам особи, суспільства і держави... Агресія Російської Федерації, що триває, інші докорінні зміни у зовнішньому та внутрішньому безпековому середовищі України вимагають невідкладного створення національної системи кібербезпеки як складової системи забезпечення національної безпеки

України. Метою Стратегії кібербезпеки України... є створення умов для безпечного функціонування кіберпростору, його використання в інтересах особи, суспільства і держави».

Основні положення Доктрини національної безпеки України зорієнтовані на загрози іншого характеру, а саме на ті, що пов'язані з негативними впливами на свідомість громадян. Окреслено також заходи, спрямовані на нейтралізацію таких згубних впливів і запобігання їм: «Застосування Російською Федерацією технологій гібридної війни проти України перетворило інформаційну сферу на ключову арену протиборства. Саме проти України Російська Федерація використовує найновіші інформаційні технології впливу на свідомість громадян, спрямовані на розпалювання національної і релігійної ворожнечі, пропаганду агресивної війни, зміну конституційного ладу насильницьким шляхом або порушення суверенітету і територіальної цілісності України. Комплексний характер актуальних загроз національній безпеці в інформаційній сфері потребує визначення інноваційних підходів до формування системи захисту та розвитку інформаційного простору в умовах глобалізації та вільного обігу інформації... Доктрина інформаційної безпеки України... визначає національні інтереси України в інформаційній сфері, загрози їх реалізації, напрями і пріоритети державної політики в інформаційній сфері».

Дотепер в нашій державі діє Закон України «Про основи національної безпеки України» 2003 року, в якому також визначені загрози національним інтересам та напрями державної політики в інформаційній сфері: *«Загрози національним інтересам і національній безпеці України... в інформаційній сфері: прояви обмеження свободи слова та доступу до публічної інформації; поширення засобами масової інформації культу насильства, жорстокості, порнографії; комп'ютерна злочинність та комп'ютерний тероризм; розголошення інформації, яка становить державну таємницю, або іншої інформації з обмеженим доступом, спрямованої на задоволення потреб і забезпечення захисту національних інтересів суспільства і держави; намагання маніпулювати суспільною свідомістю, зокрема, шляхом поширення недостовірної, неповної або упередженої інформації.*

Основні напрями державної політики з питань національної безпеки... в інформаційній сфері: забезпечення інформаційного суверенітету України; вдосконалення державного регулювання розвитку інформаційної сфери <...>; забезпечення неухильного дотримання конституційних прав на свободу слова <...>; вжиття комплексних заходів щодо захисту національного інформаційного простору та протидії монополізації інформаційної сфери України».

У червні 2018 року Верховна Рада України підтримала президентський законопроект «Про національну безпеку України». Ухвалення нового Закону зумовлене євроінтеграційними процесами й наближеннями до стандартів НАТО. У ньому не відтворюється зазначений вище перелік загроз і пріоритетів державної політики у сферах національної безпеки, оскільки вони задекларовані в «Стратегії національної безпеки України», «Стратегії воєнної безпеки України», «Стратегії кібербезпеки України», інших документах з питань національної безпеки і оборони, які схвалюються Радою національної безпеки і оборони України і затверджуються указами Президента України.

Сьогодні маємо вже і значну кількість наукових досліджень феномену гібридної війни та ролі журналістики в умовах інформаційних протистоянь. Пригадаймо видання Є. Магди «Гібридна війна: вижити і перемогти» (2015), Г. Почепцова «Смисли і війни», «Сучасні інформаційні війни» (2016), «Інформаційні виклики гібридної війни: контент, канали, механізми протидії» (за ред. А. Баровської; 2016), «Світова гібридна війна: український фронт» (за ред. В. Горбуліна; 2017). Однак до остаточних узагальнень у цій царині ще далеко.

Мета навчального посібника, який читач тримає в руках, систематизувати уявлення про види, методи, інструментарій гібридної війни, акцентувати увагу на місці й ролі журналістики в часи наростання інформаційних протистоянь, описати напрацьовані вже у фахових колах конкретні рекомендації щодо роботи з інформацією.

Посібник складається зі вступу і чотирьох частин, кожна з яких розкриває особливості певного виміру гібридної війни –

інформаційного, смислового, інформаційно-технічного, силового протистояння.

Сьогодні Національна академія педагогічних наук і Міністерство освіти і науки України акцентують увагу на потребі формування в сучасних школярів і студентів компетентностей медіаграмотності й медіакультури. У 2016 році розроблена нова редакція концепції впровадження медіаосвіти в Україні, а в серпні 2017 Наказом МОН затверджено програму всеукраїнського експерименту «Стандартизація наскрізної соціально-психологічної моделі масового впровадження медіаосвіти у вітчизняну педагогічну практику» на базі навчальних закладів України на 2017–2022 роки. Актуальність цих засобів у Концепції визначена доволі точно і недвозначно: «Загострення потреби в інтенсифікації розвитку медіаосвіти зумовлено необхідністю протистояти зовнішній інформаційній агресії та руйнівній... пропаганді. У цих умовах медіаосвіта стає фундаментальною складовою інформаційної безпеки країни, відіграє стратегічну роль у вихованні патріотизму молоді, формуванні української ідентичності».

Посібник може бути використаний у межах викладання курсів із інформаційної безпеки й медіаграмотності, розрахований на широке коло читачів, але, передовсім, на студентів спеціальності «Журналістика», тобто тих, хто тільки починає торувати шлях у професії. Від того, чи будуть сучасні молоді люди «озброєні» знаннями про основи інформаційної безпеки й засоби протидії інформаційним загрозам, залежить наше майбутнє.

ВСТУП

Гібридна війна в сучасному світі. Що про неї повинен знати журналіст і редактор?

Поняття гібридної війни багато хто сприймає як явище нове, досі небачене. Насправді ж усі війни в історії супроводжувалися заходами гібридного характеру. Маємо на увазі пропаганду і дезінформацію; поєднання воєнних дій з дипломатичними заходами; різноманітні форми ідеологічних і силових впливів на місцеве населення.

За висловлюванням німецького військового теоретика XIX століття К. Клаузевіца, кожна війна – хамелеон за своєю природою. Світова історія переконливо засвідчує: щойно закінчується одна війна і вибудовується на певний час архітектоніка світової безпеки, як визрівають альтернативні стратегії й тактики, інструменти і засоби для нових локальних чи глобальних протистоянь. Так сталося й на зламі XIX–XX століть: не встиг світ полегшено зітхнути після «холодної війни», як з'явилися паростки гібридних форм експансій.

З 2004 року Північноатлантичний альянс (НАТО) визнав термін «**гібридна війна**» як найбільш прийнятний для позначення нових форм агресії. З 2006 року це словосполучення вже широко застосовувалося для опису воєнних реалій у Лівані та інших державах.

Сьогодні науковці, зокрема, Г. Яворська в статті «Гібридна війна як дискурсивний конструкт» і співробітники Національного інституту стратегічних досліджень, автори книги «Світова гібридна війна», за загальною редакцією В. Горбуліна, «гібридну війну у загальному вигляді розуміють як воєнні дії, що здійснюються шляхом поєднання мілітарних, квазімілітарних, дипломатичних, інформаційних, економічних та інших засобів з метою досягнення

стратегічних політичних цілей. Специфіка такого поєднання полягає в тому, що кожний з військових і невійськових способів ведення гібридного конфлікту застосовується у воєнних цілях та використовується як зброя» [22, с. 41; 18, с. 19].

Простіше кажучи, гібридність у цьому контексті визначається як поєднання різноманітних форм воєнно-політичного, економічного, інформаційного, культурного, освітнього і, нарешті, збройного нападу на країну, яку визначено для агресії.

Природу гібридної війни описує директор Інституту зовнішньої політики Дипломатичної академії України Г. Перепелиця: «Гібридна війна охоплює і активні бойові дії, і перемир'я, і переговори, і миротворчі заходи на різних стадіях ескалації конфлікту. У цьому новому виді війни розмитою стала і розмежувальна лінія між миром і війною. Тут немає оголошення війни, воєнні дії слідує відразу за "мирними переговорами" і "остаточним перемир'ям", під час яких гібридна війна, хоч і з меншою інтенсивністю, а все ж триває» [14, с. 34].

Що це дає агресорові? У такий спосіб він може заперечувати сам факт війни. І таким чином максимально довго уникає міжнародної відповідальності за порушення миру і територіальної цілісності країни – об'єкта нападу. Жертва ж агресії не може задіяти силу міжнародного права проти загарбника. У такій ситуації й міжнародне співтовариство виявляється дезорієнтованим.

Слід зазначити, що термін «гібридна війна» сьогодні найуживаніший, однак не єдиний. Для позначення процесів, пов'язаних із руйнуванням світової архітектури безпеки, використовують ще й такі терміни, як глобальний гібридний тероризм, гібридно-месіанська агресія.

На думку Г. Любовця і В. Короля, авторів статті «Національна безпека та її інформаційна складова», слово «війна» для позначення сучасних конфліктів вживається доволі умовно. Логічніше говорити в цьому зв'язку про **глобальний гібридний тероризм**: «Це те поняття сучасного безпекового середовища, яким потрібно оперувати замість поняття "війна". Війна – це поняття, обмежене в часі, ресурсах, потенціалах. Це прямі конфлікти, бойові дії масового характеру. Це фронт і, відповідно, тил, характеристикою якого є суспільно-

політична спроможність повного контролю за ситуацією в цій частині держави і суспільства <...> Стає зрозуміло, що збройна агресія на Сході України та в АРК, бомбардування мирних сирійських поселень, лікарень і шкіл, цільове спрямування потоків біженців до Європи, зокрема до Німеччини, псевдогвалтування дівчинки Лізи близькосхідними біженцями в Берліні, серія терористичних вибухів у Франції, втручання російських спецслужб у виборчі процеси в багатьох країнах і навіть у США є не окремими подіями, а логічним ланцюгом технологій так званого керованого хаосу. І керування це здійснюється через систему координаційних центрів, які, очевидно, взаємодіють з різними терористичними угрупованнями. Ці та багато інших технологічно-інноваційних елементів включає в себе поняття-категорія глобальний гібридний тероризм як використання потенціалів динамічно-потоківих комунікаційно-контентних впливів у глобальних соціумних горизонтах гібридними способами та засобами креативно-військового характеру для домінування терористичних стилістик на міжнародній арені» [11, с. 97-98].

У сучасних умовах маємо говорити про гібридний тероризм як явище, яке набуває небачених до того ознак: першочерговою метою терористів тепер є залякування, створення атмосфери тотального страху, підривання віри в можливість мирного співіснування у світі. Саме в такій атмосфері агресорові найзручніше досягати свого результату.

Протягом останніх років світові міжнародні інституції, зокрема ООН, НАТО, ОБСЄ, напрацьовують механізми оперативного надання адекватних відповідей на новітні загрози такого штибу. На засіданні Ради безпеки ООН 12 грудня 2016 року, де обговорювався транснаціональний характер сучасного тероризму і потреба тісної співпраці між державами в цьому питанні, було прийнято резолюцію щодо зміцнення механізмів взаємної правової допомоги в збиранні та опрацюванні доказів тероризму. Раніше, у листопаді 2016 року, схожий документ прийняла й ОБСЄ.

Термін **«гібридно-месіанська агресія»** обстоюється авторами згаданої вище наукової публікації як такий, що стосується конфліктів, спровокованих загарбником, який переконаний у своїй вищості над

іншими народами і розпочинає інтервенцію під прикриттям блюзнірських гасел «звільнення поневолених», «відстоювання чийось прав», «відновлення якоїсь справедливості» тощо. Безперечно, показовим прикладом тут є сучасний російсько-український конфлікт як «комплексне багаторівневе просування різноформатних проблем, тем, ідей, фундаментальним підґрунтям яких є ідеологічний концепт "русского мира", для досягнення комунікативного проникнення в різні соціальні верстви України з метою унеможливити національний спротив та повернути її на орбіту російської імперії з подальшим тотальним знищенням її культури і мови» [10, с. 136].

Мета таких дій, як стверджує англійський публіцист, відомий дослідник особливостей російської пропаганди Пітер Померанцев, «зробити інформаційне поле брудним. За допомогою конспірології, страхів, ірраціональних рухів засмітити його до такої міри, щоб неможливо було навести бодай-який раціональний аргумент...» [17].

Щодо розбіжностей у термінології В. Горбулін пише: «Так, у західній науковій думці орієнтовно вже з середини 2000-х років з'являється поняття "гібридна війна", однак у багатьох випадках вона розумілась в інших термінах і поняттях, ніж це спостерігається зараз... Можуть бути застосовані такі поняття, як "**неконвенційна війна**" (unconventional warfare), "**нерегулярна війна**" (irregular warfare) чи "**змішана війна**"... В усіх них вказується на "розмивання" обрисів військового конфлікту та залучення до нього невійськових засобів, які в звичному стані не мають прямого відношення до класичного військового протистояння» [4, ГВ, с. 5-6].

Якими б не були терміни для позначення сучасних гібридних протистоянь, зміст, мотиви, методи цих новітніх форм міждержавної агресії залишаються приблизно однаковими. Сьогодні вже доволі точно систематизовано й описано основні ознаки такого типу протистоянь:

- 1) загарбання розпочинається без формального оголошення війни, часто агресор заперечує очевидні факти здійснюваної ним експансії; у результаті ані країна-жертва, ані міжнародна
-
-

спільнота не можуть відкрито протистояти агресорові, натомість втягуються в тривалі й малоефективні перемовини;

- 2) у межах протистояння діє логіка «ні війни, ні миру», яка активно використовується для різного роду політичного тиску на учасників конфлікту і втягнутих у процеси врегулювання третіх сторін;
 - 3) поєднуються стратегії силового захоплення і засоби інформаційного впливу;
 - 4) вагому роль відіграють новітні тактики ведення війни, зокрема кібератаки й захоплення телекомунікаційних об'єктів; одним із наймасштабніших кібертерактів вважається вибух на нафтопроводі Баку – Тбілісі – Джейхан у 2008 році, що був зумовлений неконтрольованим через запущений комп'ютерний вірус збільшенням тиску; у травні 2017 року через кібератаку постраждали 200 тисяч користувачів у 150 країнах майже на всіх континентах; НАТО фіксує щорічне зростання кібернападів [9];
 - 5) «учасники бойових дій не рівноцінні у політично-правовому відношенні: з одного боку, урядові легітимні збройні угруповання, з іншого – суміш різнорідних дійових осіб: найманці, “ідейні борці” з урядовими силами, заслані загони представників третьої сторони, бойовики, терористи, кримінальні елементи» [20, с. 60]; крім того, класичні способи ведення війни доповнюються терактами, партизанськими нападами тощо;
 - 6) «бойові дії нерідко точаться на лінії зіткнення геополітичних платформ світу, кроскультурних розломів <...>, тому врегулювання конфлікту ускладнено кроскультурними розбіжностями щодо розуміння питань війни, миру, безпеки» [20, с. 60];
 - 7) «ініціатором “гібридних війн”... виступають держави з тоталітарними та неоімперіалістичними режимами, які зважають на негативну реакцію світової спільноти щодо силових акцій і початок повномасштабної війни, проте у внутрішньо-політичному аспекті сподіваються на “дух перемог”» [20, с. 63].
-
-

Яскравими прикладами гібридних воєн вважаються військові дії в межах конфлікту між Вірменією і Азербайджаном у кінці 1980 – на початку 1990 років; лівансько-ізраїльська війна 2006 року, під час якої ліванська ісламістська організація Хізбулла застосувала проти Ізраїлю як регулярні, так і нерегулярні збройні формування на тлі розгортання інформаційних диверсій; російсько-грузинська війна 2008 року, яка велася одночасно із застосуванням армії, інформаційних і кібератак, економічного тиску; сучасна російсько-українська війна і війна в Сирії.

Серед прикладів гібридних війн здебільшого називають сучасні конфлікти. Однак, на наш погляд, надзвичайно показовою в цьому відношенні була й уся історія СРСР. Радянський Союз був країною класичного «гібридного» способу боротьби проти визвольних змагань колонізованих народів. «Громадянська війна» 1918–1921 років (насправді ніяка не громадянська, а російсько-українська війна) була найкривавішою і найзапеклішою для нашої країни. Складники тієї війни: облудна російська пропаганда (з розробкою тез Леніним, Троцьким, Сталіним); масове збройне вторгнення – січень 1918-го року. Далі – весь набір гібридних ознак: створення альтернативних владних органів і сепаратних територіальних утворень; дія на розрив України («Донецько-Криворізька республіка», «Новоросія», сучасний аналог – «ДНР» і «ЛНР»); три голодомори (1921–1922; 1932–1933; 1947) і, зрештою, негайне заселення російським елементом спустошених голодом населених пунктів і цілих регіонів; терор і нагнітання страху в суспільстві (1917–1956); мовні війни; переслідування дисидентів; етнічні чистки.

Війна в будь-якому куточку світу і в будь-який період історії – це завжди гуманітарна трагедія для всього людства. Однак привернімо увагу до конфлікту, який розгортається на наших очах і є живим болем для кожного українця. Назвемо **основні складники гібридної війни в російсько-українському протистоянні 2014–2018 років.**

1. *Інформаційний складник.* Агресор розгорнув шалену пропагандистську війну – з побудовою «в телевізорі» альтернативної зомбі-реальності, яка нічого спільного не має з істиною. У самих

військових структурах створено своєрідний спецназ інформаційної війни. Є підпорядкована владі і жорстко контрольована система засобів масової інформації, спеціальні бойові підрозділи інформаційної війни і призвані в них журналісти. Як повноправний складник цієї війни, як джерело генерації ненависті відверто легітимізовано дезінформацію (конструювання «фейків»). Це справжнє дезінформаційно-маніпулятивне безумство. Воно спрямоване не лише проти України, а й проти демократичного Заходу. Не лише Україна, а також Європа та США змушені шукати протидію і стримування російських «інформаційних кілерів».

Інформаційний складник гібридної війни став наскрізним для всієї російської агресії в її активній фазі. Спираючись на потужну багаторічну інформаційно-психологічну обробку своїх громадян і громадян України, активну кампанію в соціальних мережах, часткове скуповування українських ЗМІ (зокрема загальнонаціональних), використання стратегічного контенту (книги, телесеріали, фільми, псевдонаукові та наукові дослідження тощо), Росії на перших етапах агресії вдавалося істотно дезорієнтувати населення України, грати на багаторічних деструктивних тематиках, зменшити підтримку громадянами дій керівництва держави в умовах неоголошеної війни.

2. *Дипломатичний складник.* Синхронне висунення ультимативних вимог до жертви агресії на міжнародних переговорних майданчиках – в ООН, ЄС, на двосторонніх і багатосторонніх перемовинах. Керівництво РФ розглядає міжнародні відносини як сукупність агентурних спецоперацій.

3. *Диверсійні (підбивні) операції спецслужб,* утворення п'ятих колон, терористичні акти, підтримка (підбурювання) кримінального безладу.

4. *Економічний складник.* Він значно «вдосконалений» порівняно з ще пам'ятними сирними, цукерковими, винними «війнами» проти України, Молдови і Грузії. Застосовуються комбінації заходів економічного та соціально-культурного характеру. Особливо ж паразитує північний сусід у сфері енергетичної безпеки, роками ведучи так звані «газові війни»; послаблює всіма можливими способами енергетичну інфраструктуру нашої та інших держав,

маніпулюючи цінами на газ з метою шантажу та примусу в галузі зовнішньої політики.

5. *Конфесійний складник*. Православна церква Московського патріархату в більшості своїх церковно-адміністративних підрозділів уже абсолютно неприховано використовується як засіб і як активна бойова одиниця гібридної війни.

6. *Гуманітарний складник*. Тут маємо безпрецедентне й нищівне втручання в сферу історичної пам'яті (спекуляції на фактах історії, маніпулювання почуттями людей щодо минулих подій і учасників цих подій), мовне питання (істеричні й безпідставні лементації про «утиски росіян, російськомовних» та «насильницьку українізацію»); посилення позицій російської мови і культури (з пропагандистським змістовим наповненням) на шкоду українській; нав'язування через освітні та конфесійні канали російськоцентричних цінностей; практично повну окупацію вітчизняного інформаційного простору (маємо на увазі засилля російського низькопробного маскульту на всіх телеканалах і радіостанціях, тобто в естетичній площині).

Прямому вторгненню на територію України передував великий підготовчий етап – цілий комплекс заходів держави-агресора перед війною. До нього входили: розбудова армії та інших силових формувань; різноманітні втручання у внутрішні справи країни – майбутньої жертви агресії, передусім у вибори; підбурювання до масових виступів проти влади; створення різноманітних щедро фінансованих підривних і пропагандистських організацій і партій; налагодження системної інформаційної обробки населення – як власного, так і країни-противника, і, що не менш важливо, – світової спільноти. І все це вже була гібридна війна. Вторгнення – це остання дія в драмі.

Війну з Україною керівництво Росії готувало принаймні 10 років. Про це свідчать насамперед: 1) прийнята в цей період російська воєнна доктрина, в якій, крім США, чітко визначена як потенційний противник і Україна, де живуть «росіяни і російськомовні громадяни», і їх Росія готова «взяти під свій захист», не спиняючись перед застосуванням ядерної зброї; 2) численні антиукраїнські заяви її політиків, генералів, «учених»; 3) військові навчання зі

спрямуванням на Україну (наприклад, масштабні навчання в Білорусі влітку 2013 року; легенда для маневрів «Захід-13» була така: «у сусідній країні бандерівська хунта захопила владу», і учасники маневрів відпрацьовували сценарій, як із цим упоратися); 4) згортання спільних з Україною оборонних проєктів, створення російської системи заводів із заміщенням українського імпорту для російського ВПК; але Росія все це робила, розширюючи свої можливості, а Україна втрачала потужності; 5) газові війни; 6) блокування торгових потоків (сирні, винні, трубні війни тощо); 7) розбудова 5-х колон в Україні.

Уже на початку 2013 року начальник Генштабу збройних сил Росії В. Герасимов доволі відверто, не оглядаючись на потреби конспірації і дипломатії, виклав тактику ведення гібридної війни проти України: «Акцент методів протиборства, – писав він, – зміщується в бік широкого застосування політичних, економічних, інформаційних, гуманітарних та інших невійськових заходів, які реалізуються із залученням протестного потенціалу населення. Все це доповнюється воєнними заходами прихованого характеру, у т.ч. через реалізацію інструментів інформаційного протиборства і через дію сил спеціальних операцій. До відкритого застосування сили, зазвичай під виглядом миротворчої діяльності і кризового врегулювання, перехід робиться тільки на якомусь етапі, в основному для досягнення остаточного успіху в конфлікті» [3]. Для фахівців цього було цілком достатньо, щоб зрозуміти: Росія однозначно готує велику війну проти України.

У Воєнній доктрині Росії немає поняття гібридної війни, але міститься визначення характерних особливостей сучасних воєнних конфліктів. Йдеться про «комплексне застосування воєнної сили, політичних, економічних, інформаційних та інших заходів невійськового характеру, які реалізуються широким використанням протестного потенціалу населення і сил спеціальних операцій» [18, с. 37].

Отже, нові форми міждержавних протистоянь є симбіозом абсолютно різних способів і методів боротьби: поєднуються збройна агресія із залученням регулярних військ, терористичні напади, економічний тиск, інформаційно-технологічні диверсії, інформаційні

операції, що проводяться з метою дезінформування, залякування, зомбування, створення внутрішніх суспільних і національних протиріч.

Яка ж роль медіа в ситуації постійного розгортання світових гібридних протистоянь? Чому майбутнім журналістам та й фахівцям, які вже довго в цій професії, конче необхідні знання про методи здійснення подібних агресій? Яким, зрештою, є інформаційний фронт новітньої війни?

Відповідь на всі ці запитання одна: сьогодні засоби масової інформації та комунікації є інструментом одночасно як нападу, так і захисту в гібридних протистояннях.

Показовий приклад агресивного і експансійного характеру медійного простору – сучасні засоби масової інформації РФ. Інформаційно-аналітична складова там давно витіснена пропагандою і дезінформацією. Те, що роблять протягом останніх років російські «журналісти», є не лише прямим порушенням професійних і етичних норм поведінки, а в буквальному сенсі насильством над душею, розумом, психікою мільйонів людей.

Протягом останніх десятиліть у Росії повністю витіснені з медійного ринку незалежні засоби масової інформації, усунені (переслідуваннями, витісненням у вимушену еміграцію) від професійної діяльності провідні журналісти, натомість постійно підтримуються щедрим фінансуванням, офіційним визнанням, престижними в межах країни преміями «солдати інформаційної війни» Дмитро Кисельов, Володимир Соловйов, Петро Толстой, Борис Корчевніков, Михайло Леонтьєв, Олександр Проханов, Віталій Єлісеєв та інші. З бюджету витягуються мільярди доларів на пропаганду і дезінформацію (щороку Росія витрачає проти України на інформаційну війну близько 4 млрд дол. [25, 47]), розширюються мережі телеканалів за кордоном, послуги тролів і пранкерів, які поширюють неправдиві й провокативні меседжі в соціальних мережах. Усі ці заходи дозволяють створювати в інформаційному просторі не тільки Росії, а й усього світу неймовірну мішанку вигадок і фактів, які в перекрученому вигляді творять нову реальність – ірреальність. Запроваджено чіткий та системний механізм

координації діяльності засобів масової інформації в країні та за її межами з владою. «Єдиний пропагандистський організм» [18, с. 147] узгоджує все: що показувати, як показувати, кого краще запросити як експертів. Журналісти відкрито й цинічно займаються «постановками», готують «інформаційні вигадки», підбирають і виводять в ефір лжесвідків тощо.

Українські журналісти відстежують основні пропагандистські наративи російських медіа, спрямовані на дискредитацію і формування негативного іміджу нашої держави у світі. Порівняймо їх, починаючи з 2014 року і до сьогодні.

2014–2017: «Євромайдан як “зборище геїв, фашистів та бендерівців”», «Київська хунта», «КримНаш», «Немає російських військ» (заперечення присутності регулярних частин РФ на Сході України), «Розіпнуті хлопчики» (йдеться про сюжет російського «Першого каналу» у липні 2014 року, де жінка, яка назвала себе біженкою зі Слов’янська, розповіла, як українці «розпинають сина ополченця») [15]; «Крим завжди був російським», «Росіянам у Криму в 2014 році загрожував геноцид», «Росія так само поводитися в Криму, як Захід – в Косово», «Російські війська перебували в Криму легально», «Хрущов “з п’яних очей” подарував Крим Україні», «Крим легально приєднався до Росії через референдум», «Українська влада попросила в Росії допомоги», «Росія дотримується угод», «Україна взагалі – частина Росії», «Україна – роздроблена країна, на Сході України точиться громадянська війна, там воюють “проросійські сепаратисти”», «Зміну влади в Україні спровокував Захід», «Майдан – це путч», «Україна є фашистською», «В Україні страшно», «Україна не належить до Європи» [13].

2018: «Україна – failed state» («Україна – держава, яка не відбулася»), «Україна – сфера інтересів Росії», «В Україні триває громадянська війна», «В Україні при владі ультраправі», «В Україні порушують права російськомовних» [8]; «Україні потрібна нова влада», «Україна – країна жебраків, хаосу та радикалів», «НАТО воює в Україні», «Україна русофобська і антисемітська», «В Україні немає свободи слова й переслідуються інакодумці», «В Росії Криму краще, ніж в Україні», «Заходу не потрібна Україна» [19] тощо.

Дещо іншими міфами російська пропаганда заповнює медіапростір пострадянських країн, наприклад: «Євросоюз розвалюється», «реформи в Україні провалились», «добробут пострадянських країн пов'язаний виключно з Росією», «Захід прагне розширити свою геополітичну присутність в Євразії, щоб послабити Росію», «Євросоюз і США перебувають у змові проти Росії», «Росія встає з колін, прогресує всупереч санкціям Заходу» [6]. Підбірка цих наративів – результат дослідження, яке проводилося влітку 2016 року в Україні, Білорусі, Молдові, Грузії, Азербайджані, Вірменії. Метою моніторингу було виявити вплив «мандрівних» пропагандистських тез на аудиторію країн Східного партнерства. Було з'ясовано, що «повідомлення для кожної країни мають свою специфіку. Російська пропаганда... дається диференційовано. У кожній країні те, що найбільше цікавить Росію, виходить на перший план і найчастіше використовується» [6].

Індивідуальний підхід пропагандисти демонструють і щодо поширення фейків у країнах Західної Європи. Так, зокрема, найпопулярнішими наративами, які прощтовхуються там, є такі: «Малайзійський “Боїнг” збили українські військові», «В Україні при владі неонацисти», «Гроші платників податків будуть витрачати на проведення реформ в Україні», «Європа постраждає від біженців із України», «бійці полку “Азов” погрожують європейцям терактами» [16].

Окремий глобальний напрям діяльності пропагандистів РФ – це, безперечно, спекуляції на історичні теми. Здебільшого обігруються такі судження: «Крим і “Новоросія” – одвічно російські території», «Україна як штучне утворення, яке не має історії до 1991 року», «Територія України є подарунками або царів, або більшовицьких вождів», «Українці – народ-зрадник, який під час Другої світової війни був у колаборації і не зробив жодного внеску в перемогу над Гітлером» [2].

Поданий перелік пропагандистських наративів РФ, природно, неповний, однак і наведених даних достатньо, щоб усвідомити, як наполегливо й послідовно агресор формує нову реальність, причому одразу на кількох фронтах – внутрішньому (тотальне зомбування

власного населення інакше як злочином проти свого народу не назвеш), українському, європейському.

Не тільки Україна, а й увесь світ уже усвідомив усі небезпеки інформаційного складника сучасної гібридної війни. При цьому політики, громадські активісти та журналісти Європи переконані, що вільні, незалежні засоби масової інформації є найкращим захистом від ворожого гібридного наступу, а найдієвішим методом визнається наполегливе й системне спростування фейків. Щоправда, не всі вважають саме таку відповідь на інформаційну агресію ефективною: «полювання на неправдиві повідомлення за своєю сутністю є гонитвою за сонячним зайчиком. Поки ті, хто вигадує та поширює дезінформацію, можуть діяти вільно та без перешкод, ви вимушені... стрибати від фейку до фейку... без жодного шансу припинити продукування спалаху брехні», – зазначає Н. Іщенко в статті «Полювання на “сніговика-расиста”. Коли спростування фейків перетворюється на “сізіфову працю”». Більш дієвим методом може бути відстеження грошових потоків і з’ясування, ким ці псевдоновини «виготовляються, фінансуються або в інший спосіб підтримуються» [24].

У будь-якому разі в журналістів сьогодні немає жодного іншого виходу, ніж помічати й спростовувати дезінформацію, формуючи так не лише правдивий інфопростір, а й призвичаюючи аудиторію до критичного, вдумливого сприймання повідомлень. Варто зазначити, що більшість сучасних українських засобів масової інформації доволі вдало виконує це завдання.

Завдання і запитання до параграфа

1. Що таке гібридна війна?
 2. Які терміни використовуються сьогодні як часткові синоніми до терміна «гібридна війна»?
 3. Охарактеризуйте основні ознаки сучасних гібридних воєн, проілюструйте відповідь прикладами.
 4. Назвіть складові сучасної російсько-української гібридної війни.
-
-

5. За допомогою яких засобів медіа перетворюються на інструмент аргесивних впливів у межах гібридних протистоянь?
6. Які механізми протистояння інформаційним атакам під час гібридних воєн уже напрацьовані в журналістиці? Як ви оцінюєте їхню ефективність?

Список використаної та рекомендованої літератури

1. Борщевський С. Рік російської міфології / Сергій Борщевський. – Київ : Дуліби, 2016. – 288 с.
2. Вагнер О. Проект українських істориків розвінчує історичні міфи російської пропаганди [Електронний ресурс] / Олександр Вагнер // Радіо Свобода. – 10 січня 2015. – Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/a/26786505.html> (дата звернення: 17.04.2018).
3. Герасимов В. Ценность науки в предвидении / В. Герасимов // Военно-промышленный курьер. – 2013. – № 8. – С.1-3.
4. Горбулін В. «Гібридна війна» як ключовий інструмент російської геостратегії реваншу / В. П. Горбулін // Стратегічні пріоритети. – № 4 (33). – 2014. – С. 5-12.
5. Горбулін В. Україна і Росія: Дев'ятий вал чи Китайська стіна / В. П. Горбулін, О. С. Власюк, С. В. Кононенко. – Київ : НІСД, 2015. – 132 с.
6. Гришко Л. Російська пропаганда в Україні: «мандрівні меседжі» та «теми-ключі» [Електронний ресурс] / Лілія Гришко // DW. – 13.03.2017. – Режим доступу: dw.com/uk/російська-пропаганда-в-україні-мандрівні-меседжі-та-теми-ключі/a-37914176 (дата звернення: 30.04.2018).
7. Залізник Л. Україна і Росія: війна цивілізацій / Леонід Залізник // Універсум. – 2017. – № 3-4. – С. 4-11.
8. Заноз Н. П'ять міфів російської пропаганди про Україну [Електронний ресурс] / Назарій Заноз // Радіо Свобода. – 31 березня 2018. – Режим доступу : <https://www.radiosvoboda.org/a/29137371.html> (дата звернення: 15.04.2018)
9. Іщенко Н. Війна нулів та одиниць [Електронний ресурс] / Наталя Іщенко // День. – 2017. – № 110-11 (29 червня). – Режим доступу: <https://day.kyiv.ua/uk/article/media/viyna-nuliv-ta-odynus> (дата звернення: 20.04.2018).
10. Король В. Г. Комунікаційно-контентні агресії Кремля: характеристика, тенденції, організація спротиву / В. Г. Король // Суспільно-політичні процеси. – 2016. – Вип. 4. – С. 128-146.

11. Любовець Г. Національна безпека та її інформаційна складова / Григорій Любовець, Валерій Король // Мова і суспільство. – 2016. – Випуск 7. – С. 95-107.
12. Михальченко Н. И. Великий цивилизационный взрыв на рубеже XX – XXI веков / Н. И. Михальченко. – Київ : Парлам. изд-во, 2016. – 504 с.
13. Немировський Б. 16 найбільших міфів російської пропаганди про Україну [Електронний ресурс] / Б. Немировський // 24 канал. – 27 квітня 2017. – Режим доступу: 24tv.ua/16_naubilshih_mifiv_rosiyskoyi_propagandi_pro_ukrayinu_n807537 (дата звернення: 25.04.2018)
14. Перепелиця Г. Російсько-український конфлікт: гібридний мир проти гібридної війни / Григорій Перепелиця // Універсум. – 2017. – № 1–2. – С. 34.
15. Підсумки-2014: топ-5 міфів російської пропаганди про Україну [Електронний ресурс] // ВолиньPost. – 26 грудня 2014. – Режим доступу : <http://www.volynpost.com/news/44578-pidsumky-2014-top-5-mifiv-rosijskoi-propagandy-pro-ukrainu> (дата звернення: 10.03.2018).
16. Російська інформаційна експансія для Нідерландів: міфи і фейки про Україну [Електронний ресурс] // Inform Napalm. – Режим доступу : informnapalm.org/ua/rosijska-informatsijna-ekspansiya-dlya-niderlandiv-mify-i-fejky-pro-ukrayinu (дата звернення: 25.05.2018).
17. Савчук А. Пітер Померанцев: Мета російської пропаганди – щоб ніхто нікому не довіряв [Електронний ресурс] / А. Савчук // Українська правда. – 31 березня. – 2015. – Режим доступу: <https://www.pravda.com.ua/articles/2015/03/31/7063251> (дата звернення: 17.04.2018).
18. Світова гібридна війна: український фронт : монографія / за заг ред. В. П. Горбуліна ; Національний інститут стратегічних досліджень. – Х. : Фоліо, 2017. – 496 с.
19. Слова та війни: Україна в боротьбі з російською пропагандою [Електронний ресурс] : аналітичне видання / Інтерньюз-Україна ; гол. ред. В. Єрмоленко. – Київ : К.І.С., 2017. – 134 с. – Режим доступу : https://issuu.com/internews-ukraine/docs/words_and_wars_ukr (дата звернення: 10.04.2018).
20. Цюрупа М. Питання визначення сутності «гібридної війни»: на прикладі збройної боротьби на сході України (середина 2014 – кінець 2015 рр.) / Михайло Цюрупа // Наукові записки інституту політичних і етнонаціональних досліджень. – 2015. – Вип. 5/6 (79/80). – С. 56-65.
21. Цюрупа М. В. «Гібридна війна» у категоріальному ряду політичної філософії / М. В. Цюрупа // Virtus. – 2015. – № 2. – С. 55-59.
22. Яворська Г. М. Гібридна війна як дискурсивний конструкт / Галина Яворська // Стратегічні комунікації. – 2016. – № 4 (41). – С. 41-48.

-
-
23. Гнатюк С. Л. Журналістика на території України в умовах гібридної війни: межі та можливості державного регулювання [Електронний ресурс] // <http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/8122016-258af.pdf> (дата звернення: 19.04.2018).
 24. Іщенко Н. Полювання на “сніговика-расиста”. Коли спростування фейків перетворюється на “сізіфову працю”» [Електронний ресурс] / Н. Іщенко // День. — 2017. — №18-19. — Режим доступу: <https://day.kyiv.ua/uk/article/media/polyuvannya-na-snigovyka-rasyista> (дата звернення: 23.04.2018).
 25. Малик Я. Інформаційна війна і Україна / Я. Малик // Демократичне врядування. — 2005. — Випуск 15. — С. 45-49.

Автор вступної частини:
канд. іст. н., доц. каф. журналістики
НПУ імені М. П. Драгоманова
ПАВЛО КУЛЯС

Розділ 1

ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА ТА ІНФОРМАЦІЙНА АГРЕСІЯ

§ 1. Визначення, види, актуальні напрямки дослідження інформаційних війн

Термін «інформаційна війна» використовується в політичному, науковому, публіцистичному дискурсах уже досить давно. Попри це до сьогодні ще немає точного, прийнятого всіма, несуперечливого визначення поняття, яке цим терміном позначається. Намагаючись пояснити причини такого явища, дослідники часто цитують висловлювання Мартіна Лібікі з його книги «Що таке інформаційна війна?» («What is Information Warfare?»): «Спроби повною мірою осягнути всі грані поняття інформаційної війни схожі на зусилля сліпих зрозуміти, наприклад, природу слона: один, торкнувшись його ноги, каже, що це дерево, інший, хто доторкнувся до хвоста, каже “канат” тощо... Так само сприймаються й прояви інформаційної війни» [21].

Поняття «інформаційна війна» часто інтерпретується в межах емоційно забарвлених, метафоричних афоризмів. Згадуються висловлювання китайського військового діяча Сунь-Цзи: «Здобути сотню перемог у боях – це не край мистецтва. Підкорити суперника без бою – ось вінець мистецтва» [68, с. 94]; Наполеона Бонапарта:

«Чотири газети зможуть принести ворогові більше зла, ніж стотисячна армія» [5, с. 43]; М. Маклюєна: «Істинно тотальна війна – це війна за допомогою інформації» [33, с. 211]. Користувачі мереж люблять наводити також приписуваний то Н. Ротшильду, то В. Черчиллю афоризм: «Хто володіє інформацією, той володіє світом».

Однозначно відповісти на запитання, коли саме термін і поняття «інформаційна війна» набули поширення, навряд чи можливо. Можемо тільки навести низку тверджень різних науковців щодо цього.

Так, Г. Почепцов вважає, що прямими попередниками терміна «інформаційна війна» можна вважати такі: «психологічна війна», «політична війна», «психологічна операція», «інформаційна операція»; початки їх вживання в офіційних документах і наукових працях сягають перших десятиліть ХХ століття: «Вперше термін психологічна війна в 1920 р. застосував британський історик Дж. Фуллер, котрий аналізував Першу світову війну. І цей термін взяли на озброєння американці. Вони датують власне використання цього терміна 1940 роком. Відповідний англійський варіант цього терміна – політична війна. Термін психологічні операції вперше в документі застосував капітан (потім контр-адмірал) Е. Захаріас. Саме цей термін почали з 1957 року використовувати в американських офіційних документах... Цікаво, що сучасний термін, який використовує НАТО, а саме інформаційні операції, може використовуватися взагалі при відсутності натяку на бойові дії» [49, с. 557-558].

Н. Марута і М. Маркова наголошують, що важливою віхою історії, на яку потрібно звернути увагу в розмові про інформаційну війну, був «міжвоєнний період 1918-1939 рр.», час «становлення двох потужних тоталітарних держав – СРСР і нацистського Третього Рейху, <адже> саме ці країни стали своєрідними “полігонами” випробувань і вдосконалення нових зразків і прийомів інформаційно-психологічної війни» [36, с. 23].

Авторський колектив енциклопедичного словника-довідника «Операції інформаційно-психологічної війни» (2015) появу поняття «інформаційна війна» відносить до середини 70-х років ХХ століття,

а «батьком» терміна називає фізика Т. Рона, який 1976 року визначив місце й роль інформаційної складової в процесах нагнітання «холодної війни» [39].

О. Дубас у статті «Інформаційна війна: нові можливості політичного протиборства» наголошує на тому, що початок активної зацікавленості наукової спільноти, здебільшого за кордоном, питаннями інформаційних протистоянь датується 80-90-ми роками ХХ століття: «Термін “інформаційна війна” має сучасну історію. Він з’явився в середині 80-х років ХХ сторіччя у зв’язку з новими завданнями Збройних сил США після закінчення “холодної війни”. Його виникнення стало результатом роботи групи американських теоретиків, які займаються військовими проблемами, таких як Г. К. Екклз, Г. Г. Самерз та ін. <Згодом це поняття> з’явилося... в документах Міністерства оборони США в 1990 р. Саме з цього моменту було розпочате дослідження цього феномена... Більш популярним термін став після проведення операції “Буря в пустелі” у 1991 р. в Іраку, де нові інформаційні технології вперше було застосовано з військовою метою... Одним із перших теоретиків інформаційної війни визнано Мартіна Лібікі. У його праці “Що таке інформаційна війна?”, вперше опублікованій Національним інститутом оборони США в 1995 р., саме поняття не визначене. Замість цього М. Лібікі описує форми інформаційної війни, серед яких сім основних і двадцять додаткових. Уся система “Information Warfare” описується схемою, з якої й випливає поняття “інформаційна війна”... У тексті “Об’єднаної доктрини інформаційних операцій”, яку Міністерство оборони США ввело в дію в жовтні 1998 року, було дано роз’яснення понять інформаційних операцій і інформаційної війни» [12, с. 69].

У значній кількості наукових праць зазначається, що поняття «інформаційна війна» згадувалося і в директиві Міністерства оборони США від 21 грудня 1992 року в контексті радіоелектронної боротьби, а з 1996 року набув поширення термін «стратегічна інформаційна війна (інформаційне протиборство)» (Strategic Information Warfare), оскільки саме в такому вигляді він наводився в звіті американської

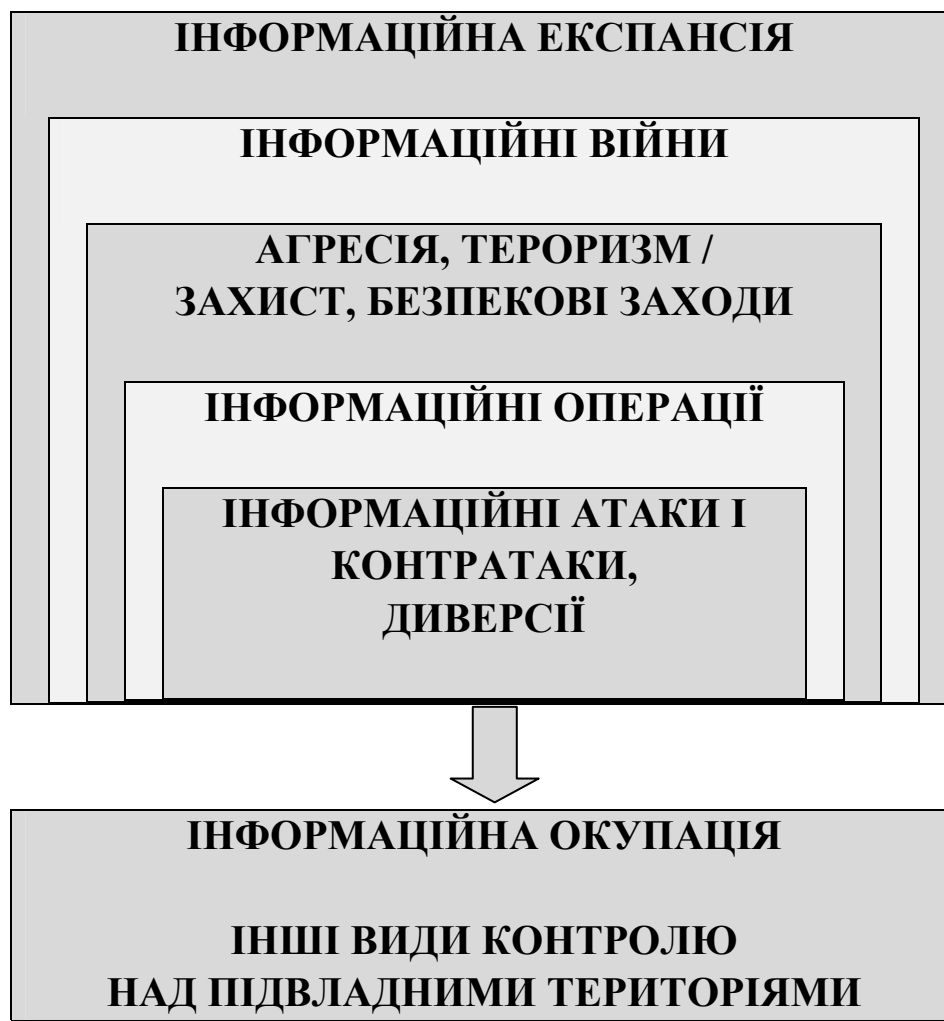
корпорації «Ренд» «Стратегічна інформаційна війна. Нове обличчя війни» («Strategic Information Warfare. A new face of War»).

У 2012 році офіційне визначення «інформаційної війни» з'явилося і в Україні. У Стратегічному оборонному бюлетені України (№ 771/2012), схваленому Указом Президента України від 29 грудня 2012 року, зазначається: «*Інформаційна війна* – форма протиборства між суб'єктами (державами, блоками, партіями тощо), що передбачає інформаційний вплив на населення з використанням засобів масової інформації, комп'ютерних мереж тощо з метою формування відповідної суспільної думки, підриву морального духу як усього суспільства, так і окремих його інституцій» [67].

Оскільки цей документ втратив чинність, а в Стратегічному оборонному бюлетені України 2016 року (№ 240/2016) [66] визначення інформаційної війни немає взагалі, тлумачення терміна знову переведене в ранг дискусійних питань, які жваво обговорюються в наукових і політичних колах.

У чому ж науковці й військові вбачають недоліки терміна «інформаційна війна» і чому схильні вважати його радше професіоналізмом, який побутує в журналістському середовищі, ніж справжнім терміном, здатним точно й однозначно відображати властивості новітніх протистоянь?

Суперечки точаться навколо слова «війна». Крім нього, часто використовують «експансія», «протиборство», «протистояння», «операція», «агресія», «вплив», «тероризм», «атака», «диверсія», «окупація». Невизначеність часових меж, завуальованість мети, новий характер «зброї» й методів ведення війни, невизначеність співвідношення із силовими діями (інформаційна війна в більшості випадків супроводжує військову фазу конфлікту або є передумовою для неї, однак не завжди) змушує дослідників відмовлятися від вживання слова «війна» і вдаватися до заміन. Однак сьогодні вже очевидно, що такі заміни не повинні бути випадковими: кожен із зазначених вище термінів має свою сферу застосовності. Узагальнено це можна представити так:



Інформаційна експансія – «вид інформаційного протиборства, що полягає в досягненні національних інтересів методом безконфліктного проникнення в чужу інформаційну сферу і розширення власних можливостей із використанням інформаційних ресурсів» [32, с. 37]. Інформаційна експансія, як і політична, економічна, культурна, мовна, часто *розтягнена на тривалі періоди часу*, не одразу очевидна і не завжди сприймається як загарбання, може не супроводжуватися взагалі гарячими фазами конфлікту.

Політика експансії будь-якої держави – це, власне, вектор її розвитку, свідома спрямованість на постійне розширення своїх меж у всіх сферах життя і посилення впливу на інших суб'єктів міжнародних відносин. Вона може виявлятися в безлічі нападів

різного масштабу й характеру, кожен із яких переслідує свою конкретну мету. Тобто *в межах експансії може відбутися кілька несхожих за своїми завданнями, стратегіями, методами ведення воєн.*

Найважливішою ознакою інформаційної експансії в більшості випадків є створення мережі підпорядкованих агресорові засобів масової інформації і послаблення незалежності медіа на території об'єкта нападу й на міжнародному ринку.

Інформаційна війна – *«найвищий рівень інформаційного протиборства, спрямований на розв'язання суспільно-політичних, ідеологічних, а також національних, територіальних та інших конфліктних ситуацій між державами, народами, націями, класами й соціальними групами, транснаціональними корпораціями шляхом широкомасштабної реалізації способів і методів інформаційного насильства (інформаційної зброї). Інформаційна війна переслідує глобальну мету: повалення уряду, зміну політико-правового режиму, інспірування громадянської війни, як джерела перманентного хаосу і відповідно контрольованого суб'єктом управління даним хаосом. Інформаційна війна не є обмеженою у просторово-часовому форматі, адже її мета полягає у встановленні керованого примусового алгоритму управління через застосування засобів інформаційної війни»* [32, с. 38].

У більшості праць наголошується також, що інформаційна війна – це *«комплекс заходів щодо інформаційного впливу на масову свідомість для зміни поведінки людей і нав'язування їм цілей, які не входять до кола їхніх інтересів, а також захист від подібних впливів; форма ведення інформаційного протистояння між різними суб'єктами (державами, неурядовими, економічними та іншими структурами), яка передбачає проведення комплексу дій з нанесення шкоди інформаційній сфері конкуруючої сторони і захисту власної інформаційної сфери»* [34, с. 45]. Перебіг інформаційної війни супроводжується використанням інформаційних технологій, які *«впливають на інформаційні системи, маючи на меті введення в оману масової чи індивідуальної свідомості, виведення з ладу або*

десинхронізацію процесів управління суспільством та його складовими, передовсім військовими» [49, с. 559].

Як бачимо, у визначеннях підкреслюються *комплексний характер заходів, наявність цілісної стратегії та глобальної мети впливу, спрямованість на деструкцію першочергово – в сферах управління і безпеки, зорієнтованість на досягнення інформаційної переваги над супротивником за одночасного гарантування безпеки власних інформаційних систем.*

Інформаційне протистояння (протиборство, боротьба). За великим рахунком, «війна» і «протиборство» – це синоніми, які часто вживаються як взаємозамінні. Слово «війна» в «Академічному тлумачному словнику української мови» подається так: «1. Організована збройна боротьба між державами, суспільними класами <...>. 2. *перен.* Стан ворожнечі між ким-небудь; суперечка, сварка з кимось; боротьба» [63]. Англійське «warfare» перекладається і як «війна», і як «протиборство». Однак, поза сумнівом, застосування термінів відрізняються. У наукових працях термін «інформаційне протиборство» тлумачиться і широко щодо «інформаційної війни», і вузько. Наведемо кілька прикладів.

Так, В. А. Ліпкан у статті «Сучасний зміст інформаційних операцій проти України» подає таку дефініцію: «Інформаційне протиборство – суперництво соціальних систем (країн, блоків країн) в інформаційній сфері з приводу впливу на ті або інші сфери соціальних відносин і встановлення контролю над джерелами стратегічних ресурсів, в результаті якого одна група учасників суперництва отримує переваги, необхідні їм для подальшого розвитку, з одночасною втратою таких іншими» [32, с. 37]. Дослідник вважає, що інформаційне протиборство – це, власне, стратегія поведінки сторони нападу і сторони захисту, яка реалізується в конкретних формах – війни, агресії, експансії.

Так само в навчальному посібнику «Сучасні технології та засоби маніпулювання свідомістю, ведення інформаційних війн і спеціальних інформаційних операцій» інформаційна війна розглядається як «вид протиборства між суб'єктами з використанням інформаційно-психологічних впливів на свідомість / підсвідомість

людини, в результаті чого вона б здійснювала потрібні дії з метою досягнення односторонніх воєнних, соціально-політичних чи економічних переваг над супротивником» [69, с. 172]. Тобто поняття знову ж таки подається широко.

Н. Гуріна, навпаки, наголошує на тому, що інформаційне протиборство в комплексі всіх своїх різновидів є складовою інформаційної війни: «західні фахівці вже однозначно назвали інформаційну війну найвищою формою інформаційного протиборства. В єдиній доктрині протиборства в сфері управління і зв'язку, яка була розроблена комітетом начальників штабів військових сил США, термін “інформаційна війна” визначається як сукупність заходів, що вживаються з метою досягнення інформаційної перемоги над супротивником шляхом впливу на його інформаційні системи, процеси, комп'ютерні мережі, громадську та індивідуальну свідомість та підсвідомість населення й особового складу військових сил при одночасному захисті свого інформаційного середовища. Таким чином, це поняття за значенням поєднує два види інформаційної боротьби – інформаційно-технічний та інформаційно-психологічний» [11].

Термін **інформаційна агресія** зазвичай має вужчу застосовність порівняно з інформаційною війною і протиборством: він *позначає дії лише однієї зі сторін протистояння* – загарбника. Інформаційна агресія – це вид інформаційного впливу, «який полягає, – зазначає В. А. Ліпкан, – у вчиненні незаконних дій однієї зі сторін в інформаційній сфері, спрямованих на нанесення супротивнику конкретної, відчутної шкоди в окремих сферах його діяльності шляхом обмеженого і локального за своїми масштабами застосування інформаційного впливу... В інформаційній сфері агресія переростає у війну в тому випадку, якщо одна із сторін конфлікту починає широко застосовувати проти своїх супротивників інформаційну зброю» [32, с. 37-38].

Сьогодні, наголошує О. Рижук, «інформаційна агресія сприймається як *інтенсивне* використання можливостей електронної зброї, комп'ютерних мережевих операцій, психологічних операцій» для впливів на прийняття рішення супротивника [55].

До найважливіших ознак інформаційної агресії, таким чином, відносять: поєднання відкритих і прихованих акцій щодо розпалювання ворожнечі з домінуванням відкритих; *інтенсивність, багатовекторність, несистемний характер* впливу – здійснення одночасно і в багатьох напрямках інформаційних атак, мета яких до певного часу може залишатися неочевидною, а результати непомітними; *локальний характер мети* агресії (нападник переслідує зазвичай дуже конкретні цілі); обмеження в часі й у просторі (руйнівний вплив здійснюється не на весь інформаційний простір держави-жертви, а тільки на його частину і рідко має тривалий характер).

Інформаційний тероризм. Саме слово «терор» походить від латинського «залякувати». Відповідно до його етимологічного значення поняття «інформаційний тероризм» визначають як «здійснення або погрозу здійснення за допомогою інформаційних технологій і/або інформаційної зброї... загалом небезпечних діянь, що можуть спричинити загибель людей або інші тяжкі наслідки й спрямовані на залякування населення з метою спонукання держави, міжнародної організації, фізичної чи юридичної особи або групи осіб до здійснення чи відмови від здійснення якої-небудь дії» [29, с. 196]. У межах інформаційного тероризму розрізняють психологічний і кібертероризм.

Психологічний тероризм «здійснюється в галузі, що охоплює політичні, філософські, правові, естетичні, релігійні й інші погляди й ідеї, тобто в духовній сфері, там, де ведеться боротьба ідей» [29, с. 196]. Реалізується через засоби масової інформації й чинить деструктивний вплив на широкі маси населення.

Кібертероризм (електронний тероризм) – це «будь-який акт тероризму в інформаційному просторі, який включає в себе навмисні і широкомасштабні атаки для створення збоїв у комп'ютерних мережах з використанням комп'ютерних вірусів...» [38, с. 66].

Якими б не були форми інформаційного тероризму, основною підставою для використання саме цього терміна має бути наявність застосування тактики примусу шляхом залякування.

Інформаційна безпека. У Законі України «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки» подано вичерпне визначення інформаційної безпеки як стану «захищеності життєво важливих інтересів людини, суспільства і держави, при якому запобігається нанесення шкоди через: неповноту, невчасність та невірогідність інформації, що використовується; негативний інформаційний вплив; негативні наслідки застосування інформаційних технологій; несанкціоноване розповсюдження, використання і порушення цілісності, конфіденційності та доступності інформації» [16].

Досягнення інформаційної безпеки відбувається шляхом створення і забезпечення захисту інформаційної інфраструктури держави; «виявлення, оцінювання і прогнозування загроз інформаційній безпеці, запобігання таким загрозам та забезпечення ліквідації їх наслідків, здійснення міжнародного співробітництва з цих питань»; «захисту інформаційних ресурсів, протидії комп'ютерній злочинності, захисту персональних даних» [16].

Питання інформаційної безпеки регулюються в Україні такими законами «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації», «Про видавничу справу», «Про Державну службу спеціального зв'язку та захисту інформації України», «Про державну таємницю», «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», «Про електронні документи та електронний документообіг», «Про засади державної мовної політики», «Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах», «Про захист персональних даних», «Про інформаційні агентства», «Про інформацію», «Про Концепцію Національної програми інформатизації», «Про науково-технічну інформацію», «Про наукову і науково-технічну експертизу», «Про Національну програму інформатизації», «Про Національну систему конфіденційного зв'язку», «Про підтвердження відповідності», «Про радіочастотний ресурс України», «Про рекламу», «Про систему Суспільного телебачення і радіомовлення України», «Про телебачення та радіомовлення», «Про телекомунікації».

Інформаційна операція. З часу фіксації в офіційних документах НАТО і Держдепартаменту оборони США термін активно використовується в риториці військових, урядовців, політиків.

Простежується тенденція до уникання використання терміна «інформаційна війна» і заміни його на «інформаційну операцію». Термін «інформаційна операція» тлумачиться досить широко: «як об'єднання основних можливостей радіоелектронної війни, комп'ютерних мережевих операцій, психологічних операцій, воєнних дій та операцій по забезпеченню безпеки з метою впливати, руйнувати, спотворювати інформацію, необхідну для прийняття супротивником рішень, а також захищати власну інформацію» [9, с. 12].

Відбувається це тому, що поняття війни як комплексу заходів інформаційного впливу і захисту приховує багато невизначеностей щодо часу, мети, методів реалізації, наслідків, а отже – складно піддається аналізу застосованих технологій планування й проведення. Реалістичнішими видаються можливості усвідомити задум і методики проведення низки локальних чітко спланованих акцій, які переслідують конкретну мету й мають найчастіше цілком конкретний результат, тобто інформаційних (інформаційно-психологічних та інформаційно-технологічних) операцій.

Попри це хибними, на наш погляд, є твердження, у межах яких «інформаційні війни» та «інформаційні операції» ототожнюються. Наприклад, терміни подаються як взаємозамінні: «інформаційні війни (операції)». Це навіть не часткові синоніми, оскільки операції мають власні диференційні ознаки, а саме: *1) наявність плану проведення; 2) напрацьовані технології впливу; 3) конкретні передумови, мету, час проведення; 4) можливість використання не лише у воєнних, а й у мирних ситуаціях; не лише з агресивними, а й цілком мирними намірами* (наприклад, миротворчі операції).

Одне з найбільш точних визначень інформаційної операції подано в статті В. М. Петрика «Сутність і особливості проведення спеціальних інформаційних операцій та акцій інформаційного впливу» [46].

Інформаційна операція – це «сплановані дії, спрямовані на ворожу, дружню або нейтральну аудиторію з метою схилення до прийняття управлінських рішень або (та) вчинення дій, вигідних для суб'єкта інформаційного впливу. <Може> містити також вплив на інформаційно-технічну інфраструктуру, але здебільшого застосовується для ефективного впливу на свідомість і поведінку людей» [46, с. 71].

Інформаційна атака – одиничний прояв інформаційної агресії; несподіваний і чітко скерований напад, який переслідує визначену мету, локалізований у часі і просторі, здійснюється за допомогою дезінформації, маніпуляції, пропаганди, технологій ураження телекомунікаційних систем.

Аналогом терміна «інформаційна атака» можна вважати термін «*акція інформаційного впливу*» – «одноразова акція інформаційно-психологічного та інформаційно-технічного впливу, яка передбачає запланований вплив на свідомість і поведінку людей шляхом поширення упередженої, неповної чи недостовірної інформації» [46, с. 71].

Словосполучення «**інформаційна диверсія**» часто вживається користувачами соціальних мереж, які експлуатують переважно переносне значення слова. В «Академічному тлумачному словнику української мови» зазначено: «Диверсія – 1. Акт зруйнування або пошкодження об'єктів військового, державного значення агентами ворожих країн або народними месниками у тилу окупантів. 2. Військова операція, здійснювана для відвернення уваги противника від місця, де готується головний удар. 3. *перен.* Підривна робота в галузі ідеології» [63]. У більшості випадків дописувачі мереж і блогери використовують третє з наведених значень і називають «інформаційними диверсіями», наприклад, поширення неправдивої інформації або ж замовчування важливих для держави та її громадян фактів, які можуть бути використані для нав'язування ворожої ідеології або дискредитації національних цінностей.

У Кримінальному кодексі України (ст. 113) чітко зазначено: «Диверсія – це вчинення з метою ослаблення держави вибухів, підпалів або інших дій, спрямованих на масове знищення людей, заподіяння тілесних ушкоджень чи іншої шкоди їхньому здоров'ю, на

зруйнування або пошкодження об'єктів, які мають важливе народногосподарське чи оборонне значення, а також вчинення з тією самою метою дій, спрямованих на радіоактивне забруднення, масове отруєння, поширення епідемій, епізоотій чи епіфітотій... Основний безпосередній об'єкт диверсії – національна безпека в економічній, екологічній і воєнній сферах відповідно до спрямованості конкретного акту диверсії... Характерною ознакою диверсії є те, що вчинення зазначених вище дій не є самоціллю, а використовується винним як засіб досягнення його головної мети – ослаблення держави» [24].

У зв'язку з таким тлумаченням диверсії в офіційних документах до недавнього часу цей термін використовувався тільки для випадків, пов'язаних із суто фізичним пошкодженням стратегічних і соціально значущих інфраструктурних об'єктів, докільля чи з метою завдати шкоду здоров'ю громадян.

Сьогодні ситуація змінюється. У контексті інформаційних війн термін «диверсія» насамперед почали вживати стосовно кіберзлочинів. О. Р. Пелешак зазначає: «Глобалізація та розвиток інформаційних технологій суттєво вплинули на технологію ведення сучасних війн, невід'ємним елементом яких стали диверсії, скоєні за допомогою кіберпростору» [43, с. 225].

Крім того, в сучасних дослідженнях явно простежується переконання науковців у тому, що офіційні визначення диверсії і відповідальності за неї є застарілими і не враховують реальних форм диверсійної діяльності. У цьому контексті згадується закордонний досвід широкого тлумачення поняття, зокрема Держдепартаментом США: «під диверсією розуміють умисне, політично мотивоване насильство, що вчиняється проти сторони, яка не воює, наднаціональними групами або таємними агентами з метою впливу на громадськість... <а також> погрозу застосування або застосування насильства в політичних цілях окремими особами або групами, які діють або в підтримку, або проти встановленої урядової влади, коли призначення таких дій полягає у тому, щоб приголомшити або залякати обрану групу, більш ширшу, ніж безпосередні жертви» [цит. за 43, 229].

У зв'язку з цим учені рекомендують розширити класифікацію диверсій, враховуючи їх спрямованість на економіку, екологію, політику, ідеологію, національні та релігійні цінності, територіальну цілісність держави, телекомунікаційні ресурси. О. А. Чуваков вважає, що, крім застосування вибухів, підпалів, отруень, до диверсій слід зараховувати також «використання інформації, яка містить державну таємницю <...>; провокацію воєнних, релігійних, міжетнічних конфліктів; <деструктивне> використання засобів масової інформації, зокрема мережі Інтернет, спеціальної літератури тощо» [75, с. 374].

Таким чином, окремі акції інформаційних війн можуть бути інтерпретовані як «інформаційні диверсії». Визначальними для такої номінації має бути підкреслений *несамостійний і несамодостатній характер впливу, підпорядкованість глобальній меті ослаблення держави, порушення її інформаційної і як наслідок – національної безпеки.*

Інформаційна окупація. Порівняно з іншими цей термін нечасто використовується в наукових працях, однак дедалі помітнішим стає в публікаціях засобів масової інформації.

У статті «Смислові та інформаційні війни: пошук відмінностей» Г. Почепцов, спираючись на висновки Дж. Лакоффа, зазначає: «війна – це війна за території з чітко окресленим супротивником. А коли цього немає, то термін, який треба використовувати після багатьох років – це “окупація”. Поняття “перемоги” не має сенсу для такого розуміння “війни”» [52].

У соціальних мережах і засобах масової інформації під інформаційною окупацією зазвичай розуміють системне поширення на території країни-жертви неправдивих новин, суперечливих коментарів, ідеологем, які запущені в інформаційний простір стороною-агресором, відтворюються через ворожі або замасковані під «своїх» канали і шкодять інтересам сторони, яка є об'єктом нападу.

У будь-якому випадку термін «інформаційна окупація» відрізняється від терміна «інформаційна війна» тим, що за допомогою нього *увага акцентується на результаті.* Як доконаний факт визнається ефективність спрямованих на загарбання дій ворога:

інформаційний простір на певній території розглядається як де-факто підкорений на певний час агресором.

Абсолютно іншою проблемою використання терміна «інформаційна війна» є постійне варіювання або заміщення першого слова: часто в значенні «інформаційної» йдеться про війну «психологічну», «комунікаційну», «інформаційно-технологічну», «неконвенційну» (не пов'язану з використанням традиційних видів зброї), «нерегулярну», «віртуальну» тощо. У більшості випадків такі номінації лише окреслюють основні **види і підвиди інформаційної війни**.

Типологічні ряди інформаційних воєн, про які почав розмову ще М. Лібікі, розширюються з кожним роком. Поділ на види здійснюється переважно за низкою критеріїв: зазвичай враховується, на що спрямований вплив, заради чого, за допомогою якого інструментарію. Загалом розрізняють такі види інформаційних воєн:

- 1) **командно-управлінська** (протистояння задля захоплення чи розладу командно-контрольних механізмів у збройних силах держави);
- 2) **розвідувальна** (протиборство за допомогою інформації розвідок і контррозвідок);
- 3) **фінансово-економічна** (інформаційно-економічні війни за контроль над торгівлею, оволодіння інформацією, що необхідна для переваги над конкурентами)
- 4) **електронна, хакерська, кібервійна** (вплив на засоби електронних комунікацій – радіозв'язок, телевізійні і комп'ютерні мережі)
- 5) **психологічна** (здійснюється шляхом пропаганди і маніпулювання з метою підриву громадського духу, деморалізації збройних сил, дискредитації культури, дезорієнтації командування військових сил або очільників законодавчої та виконавчої влади); психологічні війни мають свої підвиди за характером використовуваних впливів [74, с. 186-187]:

-
-
- а) інформаційно-психологічна* (пропагуються певні ідеї, погляди, уявлення, переконання, створюється підґрунтя для позитивних чи негативних масових психічних реакцій);
- б) психогенна* (супроводжується впливами фізичних факторів – звуку, освітлення, температури, а також породженням стану шоку від певних трагічних подій – смертей, руйнувань тощо; наслідки – ірраціональна поведінка, емоційні афекти, депресія, паніка);
- в) психотропна* (вплив – латеральне програмування – здійснюється шляхом передачі інформації через неусвідомлене сприйняття; у випадку з нейролінгвістичним програмуванням – за допомогою спеціальних лінгвістичних програм для зміни мотивації людей і їхніх поведінкових реакцій);
- б) мережева** (комплекс інформаційних впливів між соціальними групами в соціальних і професійних мережах для отримання певних переваг в економічних, військових, політичних, культурних та громадських протистояннях [27, с. 47]);
- а) мережева хай-тек* («сучасні високі технології цифрових комунікацій, що в основі мають системи телебачення, радіо, Інтернету, месенджерів, стільникової, супутникової та інших видів сучасного зв'язку та базуються на таких гаджетах, як стаціонарні комп'ютерні пристрої, планшети, смартфони, пристрої індивідуального та групового зв'язку» [27, с. 48]);
- б) мережева хай-х'юм* («сучасні високі соціально-гуманітарні технології створення, зберігання, поширення та пошуку інформації; до них відноситься SMM, SEO, таргетинг, контекстна реклама, медіа-віруси» [27, с. 49]);
- в) мережева хай-сенсоро* («сучасні високі психотехнології, що дають можливість регулювати та керувати соціальними комунікаційними процесами на рівні соціальних груп та окремих індивідуумів; типовими в цьому аспекті є соціальна психологія, прикладний психоаналіз та НЛП» [27, с. 50]).
-
-

Г. Почепцов у книзі «Інформаційна політика», посилаючись на дослідження У. Швартау, наводить ще одну класифікацію інформаційних війн, побудовану «за рівнем об'єктів: від однієї людини до цілої держави». За таким критерієм розрізняють: «1) **особиста** інформаційна війна, куди відносять різні види маніпуляцій з особистою електронною інформацією; 2) **корпоративна** інформаційна війна, куди відносять ситуації атаки інформаційних систем; 3) **глобальна** інформаційна війна, де інформація розглядається як національний здобуток, за яким можуть полювати інші країни» [49, с. 564].

Протягом останніх десятиліть **теоретичне осмислення характерних ознак інформаційних війн** сучасності здійснене в багатьох монографічних дослідженнях і навчальних виданнях. Пригадаймо книги «Інформаційна боротьба (концептуальні, теоретичні, технологічні аспекти)» (В. Б. Толубко, 2003), «Інформаційна політика» (Г. Г. Почепцов, С. А. Чукут, 2008), «Інформаційні впливи: роль у суспільстві та сучасних воєнних конфліктах» (П. С. Прибутько, І. Б. Лук'янець, 2007), «Інформаційні операції та безпека суспільства: загрози, протидія, моделювання» (В. П. Горбулін, О. Г. Додонов, Д. В. Ланде, 2009), «Інформаційно-психологічні війни і їх вплив на масову свідомість» (А. М. Дубина, 2011), «Історія інформаційно-психологічного протистояння» (Я. М. Жарков, Л. Ф. Компанцева, В. В. Остроухов, В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк, Є. Д. Скулиш, 2012), «Міжнародна інформаційна безпека: сучасні виклики та загрози» (за заг. редакцією С. М. Іванова, 2006), «По той бік правди: нейролінгвістичне програмування як зброя інформаційно-пропагандистської війни» (В. В. Зеленін, 2014), «Психологические войны» (Г. Г. Почепцов, 2000), «Слова та війни: Україна в боротьбі з російською пропагандою» (2017), «Сучасні інформаційні війни в мережевому он-лайн просторі» (О. В. Курбан, 2016), «Сучасні технології та засоби маніпулювання інформаційних війн і спеціальних інформаційних операцій» (В. М. Петрик, О. І. Штоквиш, В. В. Кальниш, В. І. Полевий, В. В. Остроухов, 2006), «Сучасні технології та засоби маніпулювання свідомістю, ведення інформаційних війн і спеціальних інформаційних операцій» (2006),

«Теория и практика информационных войн» (Г. Г. Почепцов, 1999), «Україна у смислових війнах постмодерну: трансформація української національної ідентичності в умовах глобалізації» (Н. Пелагеша, 2008).

Однак найпоказовішим маркером актуальних напрямків досліджень завжди є публікації у фахових періодичних виданнях. Спробуймо проаналізувати найважливіші аспекти вивчення інформаційних війн саме на цьому матеріалі.

Чи не в кожному з сучасних досліджень є невеликий *екскурс в історію*, присвячений *розвиткові технологій інформаційних війн*, від їхніх прототипів до найсучасніших, що застосовуються в умовах нинішніх протистоянь.

У статті О. В. Курбана «Історія становлення та розвитку технологій інформаційних війн» певним чином систематизовано ці уявлення, запропонована періодизація. Як механізм відбору й ідентифікації матеріалів розглянуто принцип узгодження технічної еволюції комунікаційних засобів та історичних подій, визначено характер інформаційних технологій, які супроводжували військові, економічні та політичні конфлікти впродовж історії розвитку людства. У навчальному посібнику «Сучасні інформаційні війни в соціальних онлайн-мережах» дослідник привертає увагу до найдавніших форм інформаційних протистоянь, описуючи інформаційно-комунікаційні технології в первісному суспільстві, ранніх державах Сходу та Європи III тис. рр. до н.е. – III ст. н.е., в часи Середньовіччя та Відродження і аж до нашого часу.

Часто науковці обмежують свої історичні розвідки описом еволюції форм інформаційної агресії в конкретних країнах у цілком визначений період. Про розвиток теорії та практики інформаційного протиборства, сфери застосування інформаційної зброї, «невидиму війну Сполучених Штатів Америки проти різних країн» [61, с. 45] переконливо написано у статті О. Сенченко «Інформаційні війни як фактор трансформації соціальних систем». Цікавий фактичний матеріал містить і публікація Л. Г. Чистоклетова «Інформаційно-психологічні впливи як невід’ємна складова парадигми інформаційної безпеки». Привернуто увагу до того, що методики інформаційних

військових впливів розроблялися не лише в Америці і Європі, а й в Україні, зокрема «батьком вітчизняного досвіду ведення інформаційних війн» названо Богдана Хмельницького, який «у своїх універсалах до населення та інструкціях до розвідників... наполягав на необхідності створення в стані противника відчуття приреченості, напруги та непевності» [74, с. 188].

Передумови появи інформаційної війни як явища сучасних міжнародних відносин – предмет вивчення В. М. Шамраєвої. Науковець, спираючись на дослідження М. Кастельса, Т. Куна, М. Маклюєна, Е. Тофлера та ін. пов'язує популяризацію в сучасному світі технологій інформаційної експансії з науковими, інформаційними, технологічними революціями, починаючи від винаходу друкарського верстата в XV столітті і до надбань нового й новітнього періодів історії – телеграфу, телефону, телебачення, Інтернету тощо.

Безперечно, лєвова частка публікацій стосується розгортання сучасних інформаційних протиборств у світі загалом і в Україні зокрема.

Так, інформаційна ситуація на Сході нашої держави, особливості функціонування національного телепростору в прикордонних районах Луганщини, етапи анексії частини національного інформаційного простору на Сході України і нинішня ситуація з прорахунками та досягненнями є предметом розгляду в дослідженні Є. Соломіна «Інформаційна безпека України: від анексії до концепції через війну на Сході» [65].

І. Парфенюк у статті «Стратегічні та стандартні інформаційні війни в Україні (на прикладі інформаційної війни РФ)» привертає увагу до цілеспрямованого ворожого впливу не тільки на інформаційний простір, а також на «культурні цінності, ціннісні орієнтації, символи, світогляд та інші компоненти культурного простору, в якому знаходиться об'єкт впливу» [41, 300]. Він також рекомендує в контексті розгляду інформаційних протиборств не забувати про трансформації, які відбуваються в «культурному просторі» країн – об'єктів нападу, і детально розглядає методи, за допомогою яких здійснюється така трансформація: пропаганда,

дезінформація, міфологізація. Теоретичні положення проілюстровані в публікації прикладами деструктивних впливів російських пропагандистів.

Особливостям ведення інформаційної війни Росії проти України присвятили своє дослідження «Антиукраїнська інформаційна війна Російської Федерації» І. В. Слюсарчук і Н. Я. Пічак. Автори детально описали передумови, етапи, методи і засоби російсько-української інформаційної війни, а також можливі способи протидії нашої держави агресорові. Подано чіткі рекомендації організації спротиву: «створення спеціалізованого центру із забезпечення інформаційно-психологічної безпеки; вироблення механізмів взаємодії між міністерствами і відомствами України з питань інформаційної боротьби; внесення суттєвих змін до законодавства (воно має бути спрямоване на обмеження російського інформаційного впливу на півдні та сході України, захист українського інформаційного простору від розповсюдження інформаційної продукції антиукраїнського змісту; на удосконалення діяльності ЗМІ); формування спеціальних норм журналістської етики під час воєнного, надзвичайного стану або особливого періоду чи в бойовій обстановці; підвищення професійного рівня вітчизняної журналістики; налагодження дієвого внутрішнього та зовнішнього державного інформування, а також чіткої зовнішньої й внутрішньої іміджевої політики; заходи патріотичного виховання; розроблення та реалізація власних спеціальних інформаційних операцій» [64, с. 24].

А. О. Руднева в статті «Фактори і методи забезпечення інформаційної безпеки України в умовах збройного конфлікту» проаналізувала правові, організаційно-технічні, економічні, морально-етичні і психологічні, політичні, військові аспекти безпекової політики України в реаліях окупації Криму і наявності військових дій на Сході нашої держави [57, с. 400].

Асиметричний характер агресії Росії проти України і ролі інформаційних операцій у конфліктах такого типу проаналізував В. М. Панченко: «Загалом інформаційна складова асиметричної війни РФ проти України характеризується цілеспрямованим знищенням української інформаційної інфраструктури на території,

підконтрольній бойовикам, блокуванням каналів поширення проукраїнської позиції в інформаційному просторі, проведенням російською стороною інформаційних акцій та операцій на фоні потужної пропагандистської кампанії» [40, с. 16]. Автор схиляється до того, що модель асиметричної війни є найбільш адекватною моделлю, яка може бути застосована для характеристики агресії Росії проти України.

Особливості інформаційної війни між Росією та Україною проаналізувала М. А. Зубарева, зокрема вона акцентувала увагу на засобах інформаційної війни (маніпулювання, порушення інформаційного обміну, руйнування інформаційного простору країни або його використання з антидержавною метою, інформаційний тероризм), описала категорії споживачів інформації та медіа Росії. Автор подала цікаві дані соціологічних опитувань і рекомендації з метою запобігання масштабній інформаційній війні та збереження цілісності України [20, с. 10].

М. С. Тимошик у статті «Чому Москва боїться українського друкованого слова, або Історія про те, як імперська влада через заборону книг знесилювала дух російських українців» привернув увагу до проблеми інформаційної агресії, спрямованої проти українців, які проживають поза межами своєї Батьківщини, зокрема, в РФ. Описуючи драматичну історію Української бібліотеки в Москві, яку з 1918 року неодноразово переіменували, 1949 – закрили, перевезли до Львова (з втратою фондів), 1989 відродили, щоб 2017 знову ліквідувати, науковець наголошує: поки українська громада в Москві боронила свої права, «була сміливіша», бібліотека жила. На жаль, «упродовж останніх років українці Москви, як і всієї Росії, мовчазно спостерігали за тим, як у їхній столиці конав останній оберіг генетичної пам'яті» [71, с. 257]. Феномен добровільної відмови українців, які живуть у Росії, наших сучасників, від свого національного «я» – результат імперської політики Росії, терору проти українства, тривалої інформаційно-психологічної обробки.

Значна кількість наукових публікацій присвячена проблемам з'ясування *сутності інформаційної війни, пошуку точних визначень*, розмежуванню понять, якими позначаються різні види

інформаційної агресії. Надзвичайно ґрунтовно це зроблено в цитованих вище статтях таких науковців, як Н. Гуріна [11], Л. Лабенко [29], В. Ліпкан [32], В. Мітін [38], О. Пелешак [43], В. Петрик [44; 45; 46], О. Саприкін [58; 59], О. Чуваков [75].

У цьому контексті варто привернути увагу до досліджень, в яких акцентована увага на диференціюванні понять інформаційної і смислової війн. Так, зокрема, Г. Почепцов у низці своїх публікацій описує спільні й відмінні риси цих двох типів протистоянь, наголошує, що «фізичні війни захоплюють фізичний простір, інформаційні – інформаційний. Стосовно смислових війн можна сказати, що вони захоплюють все: і віртуальний, і когнітивний простори, а також програмують у результаті й простір інформаційний навколо людини. Це пов'язано з феноменом вибіркового сприйняття, відповідно до якого людина бачить навкруги тільки те, що відповідає її картині світу. Модель світу прямо та опосередковано формує ті інформаційні потоки, якими користується людина. Інформаційні війни більш помітні, ніж смислові, тому в цьому випадку швидше починають бити на сполох. Смислові війни закриті ореолом естетичної привабливості, тому вони залишаються більш непоміченими» [52, с. 26].

У статті «Гібридна війна XXI століття. Пропаганда як основна складова у політичних, соціальних та етнічних протистояннях» [2] А. Б. Близнюк тлумачить поняття «асиметрична війна» (asymmetric warfare), «неконвенціональна війна» (unconventional warfare), «нерегулярна війна» (irregular warfare), «змішана війна» (compound warfare) або ж «гібридна війна» (hybrid warfare).

Велику увагу науковці приділяють і вивченню *засобів, методів, технологій інформаційних війн*. Так, пропаганда як одна з найефективніших технологій соціального впливу на широкі маси – предмет дослідження А. Б. Близнюка. У статті «Пропаганда та контрпропаганда в умовах сучасної гібридної війни» науковець чітко визначає мету пропаганди, напрямки діяльності пропагандистів, показує квазілогічні ланцюги ворожої (зокрема російської) пропаганди [2].

Технології мем-програмування – сфера зацікавлення А. В. Дудатьєва. Під мемом дослідник розуміє «мінімальну кількість інформації у свідомості людини, необхідної для її культурної еволюції. Мем може бути представлений як тестова інформація, спеціальний рух, звуковий сигнал, поєднання кольорів одягу тощо. З погляду інформаційної безпеки мемом можна назвати спеціально створене інформаційне повідомлення, яке поширюється в інформаційному просторі і призначене для формування необхідної моделі свідомості людини» [14, с. 88-89]. Автор визначає мету мем-програмування як оптимізацію процесу проведення спеціальних інформаційно-психологічних операцій; описує модель інформаційного мема, а також базові операції, що їх можна виконувати над створюваними мемами» [14, с. 92].

На прикладі російського втручання у внутрішні справи України О. Ю. Горбань розглядає методи та інструменти ведення інформаційної війни. На конкретних прикладах показано основні маніпулятивні технології та прийоми, їхній вплив на психіку, свідомість і поведінку людини. Проаналізовані такі методи, як дезінформування та маніпулювання (тенденційне викладення фактів, «надання правдивих відомостей у перекрученому вигляді чи в такій ситуації, коли вони сприймаються об'єктом спрямувань як неправдиві», спотворення термінів, поєднання правдивої інформації з брехнею), диверсифікація (дестабілізація обстановки в державі чи її окремих регіонах, дискредитація лідерів громадської думки, політиків, урядовців, ініціювання судових процесів), психологічний та психотропний тиск (нав'язування точок зору, формування негативного іміджу керівництва країни, армії, прищеплення уявлень про цілковиту залежність і керованість держави, залякування неіснуючими небезпеками, шантажування), поширення чуток [7, с. 138-140].

Аналізові недостатньо вивчених проблем, пов'язаних із сучасними тенденціями геополітичного інформаційного протиборства, зокрема інформаційної зброї як геополітичного чинника та інструмента силової політики, присвячено статтю О. С. Зозулі. Здійснено також аналіз видів інформаційної боротьби

(інформаційно-технічну та інформаційно-психологічну), що відбувається на стратегічному, оперативному і тактичному рівнях, також показано стратегію «гнучкого реагування на асиметричній основі», яка, на переконання автора, найефективніша, але й найскладніша для впровадження, потребує значних коштів та висококваліфікованих кадрів з проблем геополітики, етнополітики, геоекономіки, оборони, інформаційної боротьби [18].

Актуальною в наукових розвідках і дослідженнях є тема **інформаційно-психологічного впливу на військовослужбовців**. Опису й аналізу засобів тиску на Збройні Сили України під час виконання ними миротворчих завдань присвячена стаття І. Більовського «Роль інформаційно-психологічного впливу в інформаційній боротьбі» [1]. У публікації А. Б. Петрової «Роль та місце військових засобів масової інформації в інформаційному протиборстві» всебічно досліджено роль та місце військових засобів масової комунікації як багатofакторного політико-психологічного феномена в інформаційних війнах сучасності. Особливу увагу приділено методам, за допомогою яких можна досягнути створення військовими засобами масової комунікації ефективних засобів протидії інформаційним війнам. Проведено комплексне дослідження процесу використання ЗМК (як цивільними, так і військовими) інформаційно-психологічного протиборства [47].

Аналізу інформаційної боротьби як одного з факторів інформаційної безпеки України присвячено статтю Я. М. Жаркова і М. І. Оніщук. У ній охарактеризовано існуючі та передбачено можливі виклики і загрози в інформаційній сфері, які стоять перед нашою країною в умовах «гібридної війни». Автор переконаний у важливості створення «Комітету інформаційної безпеки держави, підпорядкованого безпосередньо Президентові України, до складу якого варто ввести структурні підрозділи із завданнями підготовки і ведення інформаційної боротьби на державному рівні...» [15, с. 90]. У статті обґрунтовано також доцільність створення Головного управління інформаційної боротьби в Міністерстві оборони України, відповідних органів управління та підрозділів у всій системі Збройних Сил держави.

Не забули українські дослідники і про роботу волонтерів українських військ. О. В. Богданов та В. В. Мохор викладають окремі положення, що лежать в основі теорії і практики роботи волонтерів інформаційних військ Інституту спеціального зв'язку та захисту інформації НТУ України «Київський політехнічний інститут», дають рекомендації і роблять висновки. Автори підсумовують діяльність волонтерів протягом року роботи, відзначають надто повільне створення інформаційних військ в Україні, дають поради, як навчати воїнів інформаційного фронту, пропонують як дієвий варіант вирішення завдання підготовки кадрів внести зміни до Закону України «Про Державну службу спеціального зв'язку та захисту інформації України» [4, с. 102-103].

Мережеві інформаційні війни – дедалі популярніший предмет вивчення в українській науковій періодиці. Так, О. В. Курбан переконаний, що формування базової теорії інформаційної мережевої онлайн-війни є складним, проте перспективним завданням. На жаль, на сьогодні єдиної, загальноновизнаної концепції такої теорії немає. Тому кожний фахівець формує власну концепцію, спираючись на доробок попередників. У статті «Сучасні інформаційні війни в соціальних онлайн-мережах» і навчальному посібнику «Сучасні інформаційні війни в мережевому онлайн-просторі» О. В. Курбан пропонує детальну класифікацію таких війн, описує тактики їх ведення [26; 26, с. 90].

Феномен інформаційно-мережевої війни як якісно новий рівень воєнного мистецтва та міждержавного протиборства висвітлено у статті А. В. Шумки і П. П. Черника. Відзначено, що ця війна «ведеться не прямими воєнними діями, а методом спостереження за ситуацією в країні противника, переміщення підконтрольних об'єктів (фізичних осіб) на відповідні позиції в механізмі його державного управління. Моделювання та програмування необхідних процесів та результатів у державі противника через засоби інформаційного інструментарію» [78, с. 245].

Інтернет-ресурси як інструмент інформаційної війни та інформаційна безпека України – предмет дослідження О. А. Саприкіна. Автор описує новітні форми і технології

інформаційної війни Росії проти України в інтернет-ЗМІ, соціальних мережах, блогах, спеціально створених інтернет-ресурсах. Він переконаний, що «ми маємо відповісти на виклик» і пропонує низку рекомендацій щодо цього: «Україні й українцям треба перестати бути жертвою та використовувати мирні, але наступальні акції й технології: максимально поширити, особливо у РФ, інформацію про загиблих росіян; максимально поширювати інформацію про нагороджених українських військових, створення навколо них певного іміджу командира-захисника, солдата-захисника, створити «пантеон героїв» в Інтернеті; необхідно через українські ЗМІ максимально створювати некомфортну психологічну атмосферу для путінського електорату» [59, с. 75-76].

Надзвичайно важливим напрямком вивчення інформаційних війн є дослідження їхнього *впливу на психічне здоров'я людей*. Так, у статтях «Інформаційно-психологічна війна як новий виклик сучасності: стан проблеми та напрямки її подолання», «Інформаційно-психологічна війна: медико-психологічні наслідки та стратегії протидії» наводиться цікава статистика: «до 75% “життєвих історій” і “посилань на джерела”, що наводилися в коментарях у соціальних мережах в періоди активізації української кризи, були майже повністю вигаданими. При цьому від половини до двох третин з цієї кількості мали очевидні індикатори маніпулятивного впливу (специфічні патерни емоційного, стилістичного чи навіть орфографічного характеру, які вказували на нав'язування певної думки або емоції) і повторювали один одного. За даними вітчизняних фахівців, 45% інформації, яка поширюється в нашому інформаційному полі, має ознаки цілеспрямованої зовнішньої маніпуляції, спрямованої проти нашої держави» [35, с. 8]. Під впливом цих факторів, а також щоденних стресів, викликаних гарячою фазою конфлікту на Сході України, відзначається тенденція «прогресивного збільшення кількості осіб, що потребують спеціалізованої допомоги через негативний вплив психотравмуючих чинників внаслідок воєнних конфліктів, серед населення, яке не бере в них безпосередню участь: нараховано, що в умовах сучасних війн кількість таких осіб складає до 90% населення» [36, с. 25-26].

Роль засобів масової інформації як у процесах розпалювання конфліктів, так і в питаннях їх урегулювання – окремий і значущий напрямок наукових студій.

В. Хорошко і Ю. Хохлачова в статті «Інформаційна війна. ЗМІ як інструмент інформаційного впливу на суспільство» подають визначення інформаційних впливів через засоби масової інформації («цілеспрямовані, систематичні спроби формувати сприйняття, маніпулювати свідомістю та спрямовувати поведінку суспільства у певному напрямку» [73, с. 284]); описують їхні різновиди – «білий», «сірий» і «чорний»; часто використовувані маніпулятивні методи представлення інформації (спрощення, перебільшення, перекручення, замовчування, використання стереотипів, представлення контрверсійних суджень як чогось загальновідомого), ефекти зомбування.

Із посиланням на Дж. Брайса детально охарактеризовані етапи впливу через ЗМІ, які демонструють механізм поступового переходу від озвучення «множинності думок» із того чи іншого приводу до нав'язування лише однієї, потрібної точки зору і підведення аудиторії до однастайності в сприйманні.

Запропонована і описана концепція протидії інформаційним загрозам складена за принципом «виклик – відповідь»: якщо імпортування чужих інформаційних технологій пов'язане з певними ризиками, потрібно розробляти власні інформаційні технології; на перевантаження інформацією слід реагувати інноваціями в сфері технологій стиснення інформації, для зниження шкідливих впливів дезінформації потрібно створювати методики виявлення неправдивих даних; негативні наслідки від приховування, тенденційності можуть бути подолані за допомогою алгоритмів оцінювання повноти висвітлення новин [73, с. 287].

Привернула увагу дослідників і тема пропагандистсько-маніпуляційної діяльності російського телебачення. І. В. Крупський розглядає медіапродукт РФ як чинник розпалювання міждержавної ворожнечі. На конкретних прикладах телеканалів «Россия 1», «Россия 24», «НТВ», «Перший канал» показано фабрикування, перекручення суті подій, замовчування певної, «невигідної», частини

інформації, вигадування неймовірних сюжетів. Науковець робить висновок: «на Донбасі застосовано безпрецедентну в світовій історії технологію, коли завдяки інформаційній зброї кремлівського агітпропу та маніпуляції свідомістю, була штучно створена окрема політична ідентичність серед населення двох українських областей» [25, с. 184].

Такий ефект можливий, – наголошує І. В. Крупський, – оскільки «під впливом мас-медій в суспільстві створюється “колективна свідомість”, об’єднана атмосферичною оболонкою, коли певні якості індивідів взаємно впливають одне на одного, а їх дії спрямовуються якоюсь загальною, спільною ідеєю. Звісно, ця спільна ідея, пропагована телебаченням, найчастіше відображає не реальну картину, а викривлену, спотворену. Таким чином новини не інформують, а залякують, тобто несуть відповідне пропагандистське навантаження» [25, с. 180].

Розвінчанням російських міфів про історію і сучасність України, які впроваджуються у свідомість людей через засоби масової інформації, присвячено статті В. Лизанчука «Московська інформаційна і військова агресія та стандарти журналістської професії», «Антиукраїнська інформаційна агресія в телерадіопросторі Росії та України», «Інформбезпека: баланс між білим і чорним – це сірість» [30].

Про посилення ролі мас-медіа під час інформаційної війни пише і О. В. Тараненко. У статті «Номінація як фактор інформаційної війни» проаналізовано ті медіаномінативи, які перешкоджають ефективній комунікації, бо фактично втілюють «чужі смисли» замість створення власних («антитерористична операція» замість «війна»; «тимчасово непідконтрольні державі території» замість «окуповані агресором території»; «тимчасово переміщена особа» замість «біженець з окупованої території» тощо). Автор переконана, що «слово під час війни надто опредмечується, використовується як засіб, інструмент, зброя. І необережне, бездумне користування чужим інструментарієм навряд чи може привести до ефективного налагодження солідарних комунікацій у суспільстві, а відтак – до встановлення миру» [70, с. 231]. У контексті маніпулятивного

характеру номінації в сучасних засобах масової інформації аналізує заголовки російських інтернет-ресурсів щодо подій в Україні Н. Ф. Семен [60].

М. Кіца простежує позитивні зміни на рекламному ринку інтернет-ЗМІ в умовах інформаційної війни та військового конфлікту. Дослідниця констатує факт нерозбірливості українських редакторів, які розміщують комерційних оголошення, що прямо чи опосередковано популяризують продукцію чи послуги російських підприємств. Як позитивну новацію відзначено появу такого явища, як соціальна реклама [22, с. 173-174].

Вплив мас-медіа на перебіг міжнародних конфліктів розглядає у науковій статті О. М. Кондратюк. Автор наголошує, що в «міжнародних конфліктах ЗМІ можуть відігравати не лише негативну роль, формуючи агресивне ставлення до противника конфлікту. Мас-медіа можуть використовувати певні методи, які знівелюють конфлікт і посприяють його вирішенню без матеріальних і людських утрат... ЗМІ спроможні надавати настроям людей негативного значення і зробити свій внесок у створення напруженості, проте вони також можуть і допомогти опонентам знайти спільну мову під час і після врегулювання конфлікту» [23, с. 111-112].

Таким чином, з 2013 року спостерігаємо дедалі більший інтерес дослідників до теми інформаційної війни: подаються дефініції, описуються інформаційні технології, види, методи ведення інформаційних воєн, характер інформаційно-психологічних впливів на військовослужбовців і цивільних громадян держави, феномен сучасної пропаганди в російських засобах масової інформації й засоби протидії негативним інформаційним впливам, які можуть і повинні використовуватися українськими журналістами в їхній професійній діяльності.

Завдання і запитання до параграфа

1. Дайте визначення поняттю «інформаційна війна». Коли виник цей термін?
-
-

2. Чому інформаційні війни називали ще психологічними і політичними?
3. Назвіть розбіжності й спільні ознаки понять «інформаційна війна», «інформаційна агресія», «інформаційне протиборство (протистояння)», «інформаційна операція», «інформаційна експансія», «інформаційний вплив».
4. Охарактеризуйте види і підвиди інформаційних воєн.
5. Які сфери застосування інформаційної зброї? Використовуйте для підготовки до відповіді статтю О. Сенченко «Інформаційні війни як фактор трансформації соціальних систем».
6. З'ясуйте мету інформаційної експансії і наведіть приклади її застосування. Під час підготовки використовуйте статтю О. Саприкіна «Інформаційна експансія, інформаційна війна та інформаційна атака у засобах масової інформації на прикладі Євро-2012».
7. У чому виявляється відмінність симетричної та асиметричної інформаційної війни? Доповніть відповідь цитатами з наукових публікацій, присвячених цій темі.
8. Розкрийте завдання мас-медіа під час інформаційної війни. У підготовці до відповіді використовуйте статті М. Кондратюка, І. Крупського, В. Хорошка.

Список використаної та рекомендованої літератури

1. Більовський І. Роль інформаційно-психологічного впливу в інформаційній боротьбі / І. Більовський // Соціальна психологія: український науковий журнал. – 2006. – № 1. – С. 162-170.
2. Близнюк А. Гібридна війна XXI століття. Пропаганда як основна складова у політичних, соціальних та етнічних протистояннях / А. Близнюк // INTERMARUM: історія, політика, культура. – 2015. – Вип. 2. – С. 390-399.
3. Близнюк А. С. Пропаганда та контрпропаганда в умовах сучасної гібридної війни / А. С. Близнюк // Наукові записки інституту журналістики. – 2015. – Т. 60. – С. 49-54.
4. Богданов О. Перші кроки волонтерів інформаційних військ / О. Богданов, В. Мохор // Безпека інформації. – 2015. – Т. 21. – № 1. – С. 100-103.
5. Волковський Н. 111 баек для журналістів / Николай Волковский. – Питер, 2014. – 208 с.

6. Воробйова І. В. Інформаційно-психологічна зброя як самостійний засіб ведення інформаційно-психологічної війни / І. В. Воробйова // Системи озброєння і військова техніка. – 2010. – № 1 (21). – С. 141-144.
7. Горбань О. Ю. Інформаційна війна проти України та засоби її ведення / О. Ю. Горбань // Вісник Національної академії державного управління при Президенті України. – 2015. – № 1. – С. 136-141.
8. Горбулін В. «Гібридна війна» як ключовий інструмент російської геостратегії реваншу / В. Горбулін // Дзеркало тижня. Україна. – 2015. – № 2 (24 січня). – С. 3.
9. Горбулін В. П. Інформаційні операції та безпека суспільства: загрози, протидія, моделювання: монографія / В. П. Горбулін, О. Г. Додонов, Д. В. Ланде. – К.: Інтертехнологія, 2009. – 164 с.
10. Гринько К. Інформаційно-психологічна агресія як різновид інформаційно-психологічного впливу. Аналіз форм і засобів здійснення у інфопросторі України та стратегії протидії [Електронний ресурс] / К. Гринько. – Режим доступу: <http://asyan.org/potra/Кирило+Гринько+Київський+національний+університет+ім+Т+Г+Шевченка/main.html> (дата звернення: 18.03.2018).
11. Гуріна Н. Інформаційне протиборство – один з головних напрямків політики сучасних міжнародних відносин [Електронний ресурс] / Н. Гуріна // Всеукраїнська експертна мережа. – Режим доступу: http://www.experts.in.ua/baza/analitic/index.php?ELEMENT_ID=13657 (дата звернення: 24.03.2018).
12. Дубас О. Інформаційна війна: нові можливості політичного протиборства / О. П. Дубас // Освіта регіону: політологія, психологія, комунікації. – 2010. – № 1. – С. 69-73.
13. Дубина А. М. Інформаційно-психологічні війни і їх вплив на масову свідомість / А. М. Дубина. – Київ: НТУУ «КПІ», 2011. – 57 с.
14. Дудатьєв А. В. Технології інформаційної війни: концепція мем-програмування / А. Дудатьєв // Безпека інформації. – 2016. – Т. 22, № 1. – С. 88-93.
15. Жарков Я. М. Інформаційна боротьба як фактор національної безпеки України / Я. М. Жарков, М. І. Онищук // Збірник наукових праць Військового інституту Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – 2015. – Вип. 50. – С. 87-92.
16. Закон України «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки» // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2007. – № 12. – С. 102.
17. Зеленін В. В. По той бік правди: нейролінгвістичне програмування як зброя інформаційно-пропагандистської війни / В. В. Зеленін. – Вінниця: Віндрук, 2014. – 384 с.
18. Зозуля О. С. Інформаційна зброя як геополітичний чинник та інструмент силової політики / О. С. Зозуля // Державне управління: теорія та практика. – 2013. – № 2. – С. 82-89.
19. Зубарева М. А. Аналіз інформаційної війни між Росією та Україною в інформаційному суспільстві / М. А. Зубарева // Інформаційне суспільство. – 2015. – Вип. 21. – С. 6-11.

-
-
20. Історія інформаційно-психологічного протиборства : підруч. / [Я. М. Жарков, Л. Ф. Компанцева, В. В. Остроухов В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк, Є.Д.Скулиш] ; за заг. ред. д.ю.н., проф., засл. юриста України Є. Д. Скулиша. – Київ : Наук.-вид. відділ НА СБ України, 2012. – 212 с.
 21. Іщенко Н. Війна нулів та одиниць [Електронний ресурс] / Наталя Іщенко // День. – 2017. – № 110-11 (29 червня). – Режим доступу: <https://day.kyiv.ua/uk/article/media/viyna-nuliv-ta-odynus> (дата звернення: 20.04.2018).
 22. Кіца М. Особливості реклами в українських інтернет-ЗМІ в умовах інформаційної війни / М. Кіца // Теле- та радіожурналістика. – 2015. – Випуск 14. – С. 170-174.
 23. Кондратюк М. О. Інформаційна війна та роль мас-медіа в міжнародних конфліктах / М. О. Кондратюк // Вісник Харківської державної академії культури. – 2013. – Вип. 41. – С. 108-113.
 24. Кримінальний кодекс України від 05.04.2001 № 2341-III (зі змінами і доповненнями в редакції станом на 01.05.2016 р.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2341-14> (дата звернення: 20.04.2018).
 25. Крупський І. Пропагандистсько-маніпуляційна діяльність російського телебачення як чинник розпалювання міждержавної ворожнечі / І. Крупський // Теле- та радіожурналістика. – 2015. – Вип. 14. – С. 179-187.
 26. Курбан О. Історія становлення та розвитку технологій інформаційних війн / О. Курбан // Вісник Книжкової палати України. – 2016. – № 4. – С. 50-52.
 27. Курбан О. В. Сучасні інформаційні війни в мережевому он-лайн просторі : навчальний посібник / О. В. Курбан. – Київ : ВІКНУ, 2016. – 286 с.
 28. Курбан О. В. Сучасні інформаційні війни в соціальних онлайн-мережах / О. В. Курбан // Інформаційне суспільство. – 2016. – Вип. 23. – С. 85-90.
 29. Лабенко Л. В. Інформаційний тероризм: поняття та ознаки / Л. В. Лабенко // Міжнародні читання, присвячені пам'яті професора Імператорського Новоросійського університету П. Є. Казанського : матеріали Міжнародної конференції (м. Одеса, 22-23 жовтня 2010 року). – Одеса : Фенікс, 2010. – С. 195-198.
 30. Лизанчук В. Московська інформаційна і військова агресія та стандарти журналістської професії / Василь Лизанчук // Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Прикладні та фундаментальні аспекти дослідження в соціальних комунікаціях» – 20–22 травня 2015 року, Івано-Франківськ. – С. 119-129.
 31. Лисенко В. В. Проблеми інформаційної незалежності держави / В. В. Лисенко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=1&n=59&c=1318> (дата звернення: 18.03.2018).
 32. Ліпкан В. А. Сучасний зміст інформаційних операцій проти України / В. А. Ліпкан // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2011. – Випуск 102 (Частина I). – С. 34-43.
-
-

-
-
33. Маклюэн М. Понимание медиа: Внешние расширения человека / пер. с англ. В. Николаева ; Зкл. Ст. М. Вавилова. – 2-е изд. – Москва : Гиперборея, «Кучково поле», 2007. – 464 с.
 34. Малик Я. Інформаційна війна і Україна / Я. Малик // Демократичне врядування. – 2005. – Випуск 15. – С. 45-49.
 35. Маркова М. В. Інформаційно-психологічна війна: медико-психологічні наслідки та стратегії протидії / М. В. Маркова // Проблеми безперервної медичної освіти та науки. – 2016. – № 4. – С. 6-10.
 36. Марута Н. О. Інформаційно-психологічна війна як новий виклик сучасності: стан проблеми та напрямки її подолання / Н. О. Марута, М. В. Маркова // Український вісник психоневрології. – 2015. – Т. 23. – Вип. 3 (84). – С. 21-28.
 37. Міжнародна інформаційна безпека: сучасні виклики та загрози / за заг. ред. С. М. Іванова. – Київ : Центр вільної преси, 2006. – 916 с.
 38. Мітін В. І. Інформаційний тероризм на сучасній міжнародній арені / В. І. Мітін // Інтернаука : міжнародний науковий журнал. – 2017. – № 2 (24). – С. 65-68.
 39. Операции информационно-психологической войны: краткий энциклопедический словарь-справочник / В. Б. Вепринцев, А. В. Манойло, А. И. Петренко, Д. Б. Фролов. – Москва : Горячая линия – Телеком, 2015. – 495 с.
 40. Панченко В. М. Інформаційні операції в асиметричній війні Росії проти України: підходи до моделювання / В. М. Панченко // Інформація і право. – 2014. – № 3. – С. 13-16.
 41. Парфенюк І. Стратегічні та стандартні інформаційні війни в Україні (на прикладі інформаційної війни РФ) / І. Парфенюк // Український інформаційний простір: науковий журнал Інституту журналістики і міжнародних відносин Київського національного університету культури і мистецтв. – 2014. – Число 2. – С. 298-305.
 42. Пелагеша Н. Україна у смислових війнах постмодерну: трансформація української національної ідентичності в умовах глобалізації / Н. Пелагеша. – Київ : НІСД, 2008. – 288 с.
 43. Пелешак О. Р. Кібердиверсія як форма сучасної диверсійної діяльності / О. Р. Пелешак // Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. Серія юридична. – 2017. – № 3. – С. 225-243.
 44. Петрик В. М. Сучасні технології та засоби маніпулювання інформаційних війн і спеціальних інформаційних операцій: навчальний посібник / В. М. Петрик, О. І. Штоквиш, В. В. Кальниш, В. І. Полевий, В. В. Остроухов. – Київ : Росава, 2006. – 207 с.
 45. Петрик В. Сутність інформаційної безпеки держави, суспільства та особи [Електронний ресурс] / В. Петрик // Юридичний журнал. – 2009. – № 5. – Режим доступу : <http://www.justinian.com.ua/article.php?id=3222> (дата звернення: 18.03.2018).
 46. Петрик В. М. Сутність і особливості проведення спеціальних інформаційних операцій та акцій інформаційного впливу / В. М. Петрик // Сучасні інформаційні технології у сфері безпеки та оборони. – 2009. – № 3(6). – С. 71-75.
-
-

-
-
47. Петрова А. Б. Роль та місце військових засобів масової інформації в інформаційному протиборстві / А. Б. Петрова // Наукові записки інституту журналістики. – 2015. – Т. 58. – С. 22-29.
 48. Почепцов Г. Г. Информационно-психологическая война / Г. Г. Почепцов. – Москва : СИНЕГ, 2000. – 180 с.
 49. Почепцов Г. Г. Інформаційна політика : навчальний посібник / Г. Г. Почепцов, С. А. Чукут. – 2-ге вид., стер. – Київ : Знання, 2008. – 663 с.
 50. Почепцов Г. Г. Психологические войны / Г. Г. Почепцов. – Москва : Рефл-бук; Київ : Ваклер, 2000. – 576 с.
 51. Почепцов Г. Г. Смыслові та інформаційні війни / Г. Г. Почепцов // Інформаційне суспільство. – 2013. – Вип. 18. – С. 21-27.
 52. Почепцов Г. Г. Смыслові та інформаційні війни: пошук відмінностей [Електронний ресурс] / Г. Почепцов // Детектор медіа. – 17.03.2013. – Режим доступу : http://ms.detector.media/ethics/manipulation/smislovi_ta_informatsiyni_viyuni_poshuk_vidminnostey (дата звернення: 27.04.2018).
 53. Почепцов Г. Г. Теория и практика информационных войн / Г. Г. Почепцов. – Ровно : Волинські береги, 1999. – 124 с.
 54. Прибутько П. С. Інформаційні впливи: роль у суспільстві та сучасних воєнних конфліктах / П. С. Прибутько, І. Б. Лук'янець. – Київ : Вид. А.В. Паливода, 2007. – 252 с.
 55. Рижук О. Поняття інформаційних та гібридних війн в умовах глобалізації / О. Рижук // Освіта регіону. Політологія. Психологія. Комунікації. – 2016. – № 3. – С. 84-88.
 56. Романчук О. К. Методичні вказівки до вивчення курсу «Стратегічні комунікації в умовах інформаційно-психологічної війни». – Львів, 2016 .
 57. Руднева А. О. Фактори і методи забезпечення інформаційної безпеки України в умовах збройного конфлікту / А. О. Руднева // Гілея. Історичні науки. Філософські науки. Політичні науки : наук. вісник : зб. наук. праць / Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова, Українська АН. – Київ, 2016. – Вип. 113 (10). – С. 397-401.
 58. Саприкін О. Інформаційна експансія, інформаційна війна та інформаційна атака у засобах масової інформації на прикладі Євро-2012 / О. Саприкін // Вісник Книжкової палати України. – 2013. – № 1. – С. 40-43.
 59. Саприкін О. А. Інтернет-ресурси як інструмент інформаційної війни й інформаційна безпека України / О. А. Саприкін // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. – 2015. – № 2. – С. 72-77.
 60. Семен Н. Ф. Заголовки російських інтернет-ресурсів у матеріалах про події в Україні в контексті інформаційної агресії / Н. Ф. Семен // Інформаційне суспільство. – 2016. – Вип. 23. – С. 44-47.
 61. Сенченко О. Інформаційні війни як фактор трансформації соціальних систем / О. Сенченко // Вісник Книжкової палати. – 2015. – № 9. – С. 40-46.
 62. Слова та війни: Україна в боротьбі з російською пропагандою [Електронний ресурс] : аналітичне видання / Інтерньюз-Україна ; гол. ред. В. Єрмоленко. – Київ : К.І.С., 2017. – 134 с.
 63. Словник української мови. Академічний тлумачний словник (1979–1980) [Електронний ресурс] // Режим доступу : <http://sum.in.ua/s/vijna> (дата
-
-

звернення: 15.03.2018)

64. Слюсарчук І. В. Антиукраїнська інформаційна війна Російської Федерації / І. В. Слюсарчук, Н. Я. Пічак // Інформаційна безпека людини, суспільства, держави : наук.-практ. журн. – Київ, 2015. – № 3 (19) – С. 18-26.
65. Соломін Є. Інформаційна безпека України: від анексії до концепції через війну на сході / Є. Соломін // Теле- та радіожурналістика. – 2016. – Вип. 15. – С. 68-72.
66. Стратегічний оборонний бюлетень України. Введено в дію Указом Президента України від 6 червня 2016 року № 240/2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.president.gov.ua/documents/2402016-20137> (дата звернення: 26.04.2018).
67. Стратегічний оборонний бюлетень України. Схвалено Указом Президента України від 29 грудня 2012 року № 771/2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/771/2012/paran16#n16> (дата звернення: 26.04.2018).
68. Сунь-Цзы. Трактат о военном искусстве. Перевод и исследование Н. И. Конрада. – М.-Л. : Изд-во АН, 1950. – 404 с.
69. Сучасні технології та засоби маніпулювання свідомістю, ведення інформаційних війн і спеціальних інформаційних операцій : навч. посібник / В. М. Петрик, О. А. Штоквиш, В. В. Кальниш та ін. – Київ : Росава, 2006. – 208 с.
70. Тараненко О. Номінація як фактор інформаційної війни / О. Тараненко // Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Прикладні та фундаментальні аспекти дослідження в соціальних комунікаціях» 20–22 травня 2015 року, Івано-Франківськ. – С. 225-232.
71. Тимошик М. С. Чому Москва боїться українського друкованого слова, або Історія про те, як імперська влада через заборону книг знесилювала дух російських українців / М. С. Тимошик // Український інформаційний простір. – 2018. – Число 1. – С. 257-265
72. Толубко В. Б. Інформаційна боротьба (концептуальні, теоретичні, технологічні аспекти) / В. Б. Толубко. – Київ : НАОУ, 2003. – 320 с.
73. Хорошко В. Інформаційна війна. ЗМІ як інструмент інформаційного впливу на суспільство. Частина 1 / В. Хорошко, Ю. Хохлачова // Безпека інформації. – 2016. – Т. 22. – № 3. – С. 283-288.
74. Чистоклетов Л. Г. Інформаційно-психологічні впливи як невід’ємна складова парадигми інформаційної безпеки / Л. Г. Чистоклетов, В. Й. Шишко // Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. – 2012. – 2(1). – С. 183-193.
75. Чуваков О. А. Деякі види диверсійних актів у сучасних умовах / О. А. Чуваков // Актуальні проблеми політики. – 2010. – Вип. 39. – С. 372–379
76. Шамраєва В. М. Передумови появи інформаційної війни як явища сучасних міжнародних відносин / В. М. Шамраєва // Інтернаука : міжнародний науковий журнал. – 2017. – № 1 (23). – С. 61-66.

-
-
77. Шевчук П. Інформаційно-психологічна війна Росії проти України: як їй протидіяти // Науковий вісник «Демократичне самоврядування». – 2014. – Вип. 13. – С. 1-11.
78. Шумка А. В. Інформаційно-мережева війна – нова форма міждержавного протиборства початку ХХІ ст. / А. В. Шумка, П. П. Черник // Військово-науковий вісник. – 2013. – Вип. 19. – С. 243-255.

Автори параграфа:

канд. філол. н., доц. каф. журналістики
НПУ імені М. П. Драгоманова

ОЛЕНА ХАРЧУК

канд. філол. н., доц. каф. журналістики
НПУ імені М. П. Драгоманова

ОЛЕНА ХАРИТОНЕНКО

§ 2. Інформаційні війни в історії та сучасності: характерні ознаки новітніх протистоянь

У статті 17 Конституції України зазначено: «Захист суверенітету і територіальної цілісності України, забезпечення її економічної та інформаційної безпеки є найважливішими функціями держави, справою всього українського народу» [16].

Доктрина інформаційної безпеки України, затверджена Указом Президента України № 47/2017 від 25 лютого 2017 року, чітко визначає національні інтереси, загрози національній безпеці, пріоритети державної політики в інформаційній сфері.

З-поміж національних інтересів України в інформаційній сфері названий вище документ актуалізує такі: забезпечення конституційних прав і свобод людини на збирання, зберігання, використання та поширення інформації; захист українського суспільства від деструктивної пропаганди, а також від агресивного інформаційного впливу, спрямованого на пропаганду війни, розпалювання національної і релігійної ворожнечі, зміну конституційного ладу насильницьким шляхом або порушення суверенітету і територіальної цілісності України; розвиток та захист національної інформаційної інфраструктури; розвиток медіакультури суспільства та соціально відповідального медіасередовища; забезпечення розвитку інформаційно-комунікаційних технологій та інформаційних ресурсів України; безпечне функціонування і розвиток національного інформаційного простору та його інтеграція у європейський і світовий інформаційний простір.

Найважливішими загрозами національним інтересам та національній безпеці України в інформаційній сфері визначені: проведення державою-агресором спрямованих на послаблення нашої держави спеціальних інформаційних операцій в Україні та за її межами; інформаційна експансія; домінування держави-агресора на тимчасово окупованих територіях; недостатня розвиненість

національної інформаційної інфраструктури, що обмежує можливості України ефективно протидіяти інформаційній агресії; неефективність державної інформаційної політики, недосконалість законодавства стосовно регулювання суспільних відносин в інформаційній сфері, невизначеність стратегічного наративу, недостатній рівень медіакультури суспільства [7].

Той факт, що інформаційна агресія стала нашим повсякденням і жодна людина не відчуває себе в безпеці в цьому відношенні, не потребує доведення. Саме тому всі громадяни держави, а особливо ті, які перебувають на «передовій» інформаційних протистоянь (маємо на увазі журналістів, редакторів), повинні усвідомлювати можливі ризики, бути здатними протистояти інформаційним загрозам і впливам, а отже – глибоко розбиратися у витоках, причинах, методах ведення війн такого типу. Шкідливо думати, що інформаційні війни менш руйнівні, порівняно з тими, в яких застосовуються танки чи бомбардувальники. Руйнування суспільної психології та психології особи, «перекроювання» інтелектуальних і ціннісних орієнтирів представників того чи іншого народу завдають не менше шкоди, ніж полум'я силових конфліктів, а наслідки усуваються десятиліттями, а то й сотнями років.

Безперечно, розмова про інформаційну війну неможлива без хоча б побіжного екскурсу в історію. Тільки розуміючи витоки цього явища, усвідомлюючи фактори, які впливали на розвиток військових інформаційних технологій, ми вповні можемо осягнути сутність, природу й можливі в майбутньому трансформації цього явища.

Історія інформаційних війн. Протягом багатьох століть, і навіть тисячоліть, політична карта світу змінювалася багаторазово в тому числі в результаті інформаційних протистоянь.

Більшість науковців цілком слушно прив'язують розвиток деструктивних інформаційних технологій до процесів виникнення й популяризації основних засобів масової комунікації. Поява письма, книгодрукування, періодичного друку, телеграфу, радіо, телебачення, Інтернету, соціальних мереж були революційними і стимулювали економічний, політичний, соціальний, духовний, інтелектуальний розвиток людства. Однак разом із тим (маємо бути свідомі цього!)

вони на кожному етапі все ширше й ширше відкривали скриньку Пандори – безконтрольну можливість маніпулювання свідомістю мас.

Ми не будемо зупинятися на кожному з численних фактів використання інформаційно-комунікаційних технологій із військовою метою, охарактеризуємо лише знакові.

Стало вже чи не традицією починати розмову про методи ведення інформаційних війн із тез відомого китайського стратега VI століття до н. е. *Сунь-Цзи*. Його рекомендації щодо психологічних та інформаційних засобів загарбання насправді актуальні досі. Так, зокрема, він радив: 1) ослаблювати потугу військ ворога шляхом перешкоджання нормальному постачанню і підтриманню порядку; 2) ослаблювати в цілому країну-жертву шляхом дискредитування її традицій, віри, лідерів, позитивних процесів, розбещення населення, провокування внутрішніх конфліктів. Цього, на думку Сунь-Цзи, цілком можна досягти, якщо купувати інформацію і спільників; втягувати противників у злочин із метою подальшого шантажування і вербування; залучати до співпраці негідників; використовувати дезінформацію, залякування, психологічний тиск, наругу, висміювання; заважати ефективній діяльності влади супротивника і стимулювати хабарництво. Найефективнішим методом ведення війни полководець вважав дезінформацію: «Війна – це шлях омани, – писав він. – Якщо ти можеш що-небудь, показуй противнику, що не можеш; якщо ти користуєшся чим-небудь, показуй йому, нібито ти цим не користуєшся; хоч ти й близько від нього, показуй, нібито ти далеко; хоч ти й далеко від нього, показуй, що ти близько...» [цит. за 14, с. 46]

Використання технологій впливу на противника за допомогою слова було типовим явищем і в *Стародавній Греції*. По-перше, популярним був прийом поширення в таборі ворога чуток про кількісні та якісні переваги своїх військ. По-друге, під час силових протистоянь створювалися написи на камені із закликами до опонентів – тодішні аналоги сучасних листівок. По-третє, збереглися й свідчення про використання психологічного тиску на супротивника, наприклад: «Олександр Македонський під час походу на Індію (у 326 р. до н. е.) майже вичерпав морально-бойові можливості своїх військ. Із метою недопущення погоні під час відходу він наказав

виготовити зразки зброї (списи, мечі, стріли, луки), амуніції (одяг, взуття), що втричі перевищували нормальні розміри, та розкидати їх на місці табору на березі Інду – нібито все це було забуто випадково. Коли зброя та одяг були зібрані й передані царю індусів Таксилу його розвідниками, які тільки здалека здійснювали спостереження за македонським військом, то цар відмовився від переслідування, вважаючи, що в Олександра всі воїни – велетні» [14, с. 48].

У *Стародавньому Римі* методики маніпулятивного впливу на людей застосовувалися під час виборів, виступів у судах, при формуванні власного пантеону богів і пантеонів підкорених народів, на війні. Як зазначає Г. Почепцов, за допомогою певних засобів (наприклад, промова полководця перед боєм) підтримувався бойовий дух солдат; був також сформульований концепт «справедливої війни» («щоб бути успішною, війна повинна була вважатися справедливою»); крім того, «суттєвий пропагандистський вплив мали тріумфи, які супроводжували перемоги римських імператорів» [25, с. 572-573].

Політики та полководці Стародавнього Риму успішно використовували риторику як мистецтво переконання проти своїх ворогів. «Наприклад, Сципій Африканський, активний прибічник війни з Карфагенською державою, кожний свій виступ в Сенаті закінчував фразою: “Втім, Карфаген має бути знищений”. Цей прийом – багатократне повторення певної тези й сьогодні активно використовується» [18, с. 21].

Саме в Стародавньому Римі з’явилися перші газети – «Acta senatus» і «Acta diurna populi romani». І якщо основною контенту першої з них були переважно звіти засідань сенату, то друга наповнювалася серед іншого обговорюваними в місті та за його межами чутками й плітками. Популярним став фах «збирачів інформації», а разом із ним і уявлення про те, що за допомогою певних відомостей можна як прислужитися людям, так і завдати їм відчутної шкоди.

Потужним центром вироблення технологій інформаційного впливу на союзників і ворогів у *середньовічній Європі*, безперечно,

був Ватикан. Розробка концепту «священної війни» і сама організація Хрестових походів тому яскраве підтвердження.

З XV століття в Європі вже працював друкарський верстат. Цією технологією глобального впливу на маси скористався Мартін Лютер. Із папським престолом він воював переважно виданнями Біблії, перекладеної доступною для народу німецькою, а також своїми тезами й памфлетами, які друкувалися величезними накладками й миттєво ставали популярними.

У XVII столітті Ватикан, опікуючись поширенням християнства, ініціював створення «Конгрегації пропаганди віри» (*Sacra Congregatio de Propaganda Fide*), яка стала «фактично першим історично зафіксованим центром підготовки та проведення інформаційно-психологічних спецоперацій» [18, с. 24]. Підготовка місіонерів, виготовлення й опублікування творів, які допомагали в їхній діяльності, передбачали напрацювання ґрунтовних методик переконання, заохочення, вербування за допомогою усної та писемної форм комунікації.

Цікаву сторінку в історію інформаційно-психологічних війн XVII століття вписав Гетьман Війська Запорозького **Богдан Хмельницький**. У історичній науці ґрунтовно вивчено, яке значення він надавав використанню дезінформації під час проведення військових операцій. Справді, прийоми з поширенням чуток або засиланням до ворожого табору козака-смертника, який, схоплений, під тортурами видавав не «чисту правду», а заздалегідь підготовлений текст про чисельну значну перевагу козацьких полків чи надходження підкріплення, використовувалися неодноразово, зокрема перед Корсунською битвою і битвою під Пилявцями [19]. У питаннях ведення війни за допомогою «військових хитрощів», як зазначають автори підручника «Історія інформаційно-психологічного протиборства», Богдан був славним послідовником Остафія Дашковича, Дмитра Байди-Вишневецького, Северина Наливайка та інших козацьких ватажків [14, с. 54]. Ту саму тактику застосовували й Данило Нечай і Станіслав-Михайло Кричевський [31, с. 188-189].

Акцентуємо увагу на іншому: Хмельницький у своїх наказах, універсалах, закликах до народу свідомо наголошував на тому, що

проти українського народу ведеться, висловлюючись сучасною мовою, саме психологічна війна і відповідь, природно, має бути подібною.

Звернімося до «Універсалу Богдана Хмельницького з закликом до повстання» 1648 року. Цей текст зберігся в записнику львівського міщанина Кушевича і 1898 року був опублікований С. Томашівським у Записках НТШ (т. XXIII–XXIV, с. 1-7) як «Перший зазивний лист Хмельницького»: «Доволі вже... ми не дбали, що нас обдертих... покинено на самоволю королівських урядовців... *Нас чутливих і живих уважають дикими і неспокійними, відважних і добре заслужених, назвали нас бунтівниками.* Це ж відомо цілому світові, що польське військо нищить козацьке і селянське добро, неславить їх жінок і дітей. Всім накладають невольницькі послуги, тягарі, панщинні роботи проти давнього звичаю, а як хто публічно чи приватно на стільки кривд вийде зі скаргою, *зустріне тільки сміх і зневагу і що найбільше – дістане наружні, безварті слова.* Всі уважають лише аби *знищити козацький рід.* <...> На всі ті кривди немає іншого способу, як лише *зламати поляків силою і погордою смерті, тих поляків, що вже відвикли від боротьби;* а як доля нас покине, то покладемо перед ними мертві тіла... Дуже було б добре, якби вже раз на поляків, не відкладаючи, сполучно одним ударом козаки й селяни ударили. Мені здається, що це чесніше, ліпше й безпечніше, коли поляки почують залізо у власній середині, коли будуть мати щоденно перед очима ворогів, будуть *бачити як здобуваються і самим пострахом займаються міста – аж тоді знелюблять війну, повернуть волю козакам, аби мати спокій...*» [29, с. 259-260; *курсив наш*].

Таким чином, Богдан Хмельницький підкреслює, що «козацький рід» намагалися винищити не лише фізично, а й засобами психологічного тиску: виставляли на глум і навішували безпідставно ярлики – «наружні, безварті слова». Цікаво, що в стилізації Самійла Величка універсалу Хмельницького «Всім українським малоросіянам» звучать ті самі мотиви: 1) народ не тільки в «підданське ярмо запрягли», а й славне ім'я козацьке «испразнили и загладили», честь козацьку на «нечестіе и незнаніе претворили» [29,

с. 253]. Відповідь була запропонована симетрична: не просто силою подолати поляків, а «зламати» їх, змусити боятися, сіяти паніку й страх.

Розвиток інформаційних технологій впливу в XVIII столітті О. Курбан описує на прикладі *війн за незалежність північноамериканських колоній*: «У своїй боротьбі колоністи використовували соціальні мережі (товариства “Сини свободи”, “Кореспондентські комітети”), застосовували образні символи (“Дерево свободи”), стереотипи та лозунги (“Воля або смерть”). Вони дуже активно застосовували дієві акції, тогочасні медіа, чутки, маніпуляцію. Остання, зокрема, яскраво втілилися у події, що отримала назву “Бостонське чаювання” (1773 р.), коли купа перевдягнених в індіанців колоністів знищила вантаж чаю, що прибув на кораблях з Англії» [18, с. 30]. Поширення відомостей про кілька десятків тонн чаю, викинутих за борт, стали потужним психологічним подразником для обох сторін протистояння і одним із стимулів до розгортання Війни за незалежність США.

Поширення інформаційних технологій впливу в XIX столітті зазвичай пов’язують із постаттю *Наполеона Бонапарта*. Його страх перед можливостями засобів масової інформації, переслідування їх і, разом із тим, здатність використовувати потугу газет у військових кампаніях описані чи не в усіх підручниках із історії журналістики.

Штаб армії Наполеона в більшості його військових походів супроводжувала друкарня, для підтримання духу власних військ та різноманітних впливів на противника були створені газети «Кур’єр італійської армії», «Франція очима армії», «Журнал Бонапарта та добродесних людей», «Єгипетський кур’єр». Преса давала можливість оперативно й на широкі кола аудиторії поширювати прокламації, які виправдовували вторгнення і перетворювали французів із ворогів на союзників або визволителів. Використовувалися, зокрема, для поширення дезінформації, й газети інших держав. Так, під час італійської та австрійської кампаній 1804–1807 років на швейцарському кордоні «постійно втрачалися таємні документи». Неправдиву інформацію, що містилася в них, підхоплювали іноземні кореспонденти, несвідомо підігруючи на

користь французам. Інший приклад: з Москви Наполеон вимагав від своїх союзників, щоб вони не лише надавали йому підкріплення, але й змушували свої газети повідомляти про таку підтримку, перебільшуючи чисельність військ удвічі [14, с. 61]. Практикував Наполеон і випуск фейкових газет, зокрема в Парижі випускав псевдоанглійську газету, яку сам і контролював [25, с. 574].

Наполеон усвідомлював також інформаційно-комунікаційний потенціал дипломатії, книгодрукування, театру й того, що сьогодні узвичаєно іменувати як іміджмейкерство.

Наприклад, під час російської кампанії через дипломатичні канали були поширені чутки про підкупність генералів російської армії німецького походження Баркляя де Толлі, Вітгенштейна, Тотлебена. Перед війною 1812 року з метою виправдання походу на Росію французькому історичу Лезюру було замовлено написання книги, в якій як програма завоювання сусідніх європейських держав описувалася історична фальшивка – так званий «заповіт Петра I» [14, с. 57].

Чимало дбав імператор і про свій імідж. Він, як і давні римляни, слушно вважав, що будь-яка перемога має бути оповита ореолом тріумфу. На його замовлення були розроблені імператорські атрибути, зокрема, золота корона у вигляді лаврового вінка; її він отримав із рук папи Пія VII; його уславляли як видатного полководця, стратега, завойовника, «всесвітнього героя»; йому присвячували п'єси («Битва при Ровербелло, або Бонапарт в Італії», «Узяття Мантії»).

Незважаючи на те, що під час військових кампаній саме преса неодноразово прислужилася перемогам, у мирному Парижі Наполеон упровадив нищівну щодо свободи слова політику. Після «Консульського указу про газети» від 17 січня 1800 року 60 газет із 73 були закриті. Одна з них після цієї події опублікувала сатиричний «Некролог»: «28 січня, об 11 годині ранку, різні газети, що страждали на запалення, померли у розквіті сил від небезпечної епідемічної хвороби... Оскільки небіжчики померли раптово, то не мали часу оформити заповіт; їхній спадок по праву переходить до тих тринадцяти, які залишилися живими». Редактори, типографи і журналісти переслідувалися, редакції та видавництва обкладалися

додатковими податками. Через одинадцять років у Парижі лишилося всього чотири щоденні газети і єдина офіційна – «Монітер». Щодо цензури Бонапарт упровадив воістину фарисейську систему: формально її не було і навіть стверджувалося, що це справа ганебна. Попри це переслідування редакторів газет були настільки жорсткими, що вони самі боялися як про щось зайве сказати, так і про щось важливе змовчати.

Наполеон Бонапарт вважав, що потрібно свідомо управляти суспільною думкою і жорстко робив це за допомогою дезінформації, заборон, цензури, пропаганди. У 1815 році він, щоправда, підписав декрет «Про свободу друку», але це вже не зупинило його стрімкого і неухильного падіння.

У ХХ столітті на міжнародній арені були розгорнуті послідовно аж три потужних полігони випробувань інформаційної зброї – під час Першої, Другої світових воєн і «холодної війни».

З 1914 до 1918 року, *в період Першої світової війни*, збройний конфлікт супроводжували такі засоби інформаційно-психологічного тиску на супротивника:

- 1) розповсюдження листівок; за допомогою повітряних куль мільйони листівок із різного роду закликами розкидалися на території ворога;
 - 2) розсилання листів; у Британії, наприклад, створили базу приватного листування своїх громадян і робили адресне розсилання пропагандистських матеріалів; листи військовополонених із англійських таборів, у яких наголошувалося на гарному ставленні до в'язнів, копіювали, тиражували і розсилали поштою;
 - 3) вплив на емоції; у пресі, в листівках поширювалися повідомлення про звірства німців і мужність, героїзм їхніх супротивників;
 - 4) стимулювання за допомогою засобів масової інформації прийняття військових рішень, зумовлених трагічними подіями; наприклад, повідомлення в пресі про затоплення 7 травня 1915 року пасажирського корабля «Луїзітанія» (факт можливого перевезення зброї на лайнері пресою замовчувався), природно,
-
-

викликали хвилю обурення цим фактом, зіграли не останню роль у вступі США до Першої світової війни 17 квітня 1917 року;

- 5) поширення усних інформаційних повідомлень; так, у 1917 році Комітет публічної інформації США створив мережу доповідачів, які отримували телеграми з текстом про новини з фронтів на чотири хвилини і виступали в шпиталях, школах, церквах, тобто місцях великого скупчення людей; таким чином 75 тис. доповідачів виголосили 755 тис. промов для 400 млн слухачів [25, с. 576];
- 6) здійснення пропаганди через мистецтво, зокрема, через плакати і фільми.

У 1918 році відбувся й один із перших публічних заходів, на якому було здійснено спробу осмислити наявний досвід військового застосування пропаганди: «Розуміння важливості вирішення пропагандистських завдань і прагнення узгоджувати зусилля привели до скликання в серпні 1918 року в Лондоні загальносоюзницької конференції з пропаганди. За своєю суттю вона була першим міжнародним форумом із теорії пропаганди щодо військ і населення противника. Ця конференція підвела підсумки діяльності пропагандистських органів, узагальнила накопичений досвід і виробила рекомендації з ведення узгодженої між союзниками пропаганди на Німеччину й Австро-Угорщину. До кінця війни пропаганда країн Антанти підкорялася єдиному верховному командуванню. Був створений спеціальний штаб з організації впливу на війська та населення противника, в якому діяли різні національні секції» [14, с. 68].

Період, що передував Першій світовій війні, дав нам, до речі, мало згадуваний, але цікавий приклад позитивного інформаційного впливу, коли засоби масової комунікації виступили не просто каналом, через який поширювалась пропаганда чи дезінформація, а прямим суб'єктом політичного тиску. Так, публікація в «Таймс» фрагментів книги Роберта Ерскіна Чилдерса «Таємниці пісків» із застереженням щодо можливого вторгнення через Ла-Манш на Британські острови дала підстави прем'єр-міністру Великобританії

розпочати побудову «п'яти військово-морських баз, що повністю перекрили протоку і унеможливили вторгнення германських військ, як у Першій, так і в Другій світових війнах» [4].

Після Першої світової війни, вже в 30-х роках ХХ століття, інформаційні війни, як зазначає Ю. Горбань, «перестають бути додатком до збройних і перетворюються у самостійне явище, як-от: німецько-австрійська радіовійна 1933-34 рр. з приводу приєднання Австрії до Третього рейху. Саме тоді з'явилося і набуло поширення поняття “інформаційний агресор”» [6, с. 138]. Однак це був лише пролог до найпотужнішої за всю історію людства інформаційної експансії в період *Другої світової війни*. «Пропаганда привела нас до влади, пропаганда дозволила зберегти владу, пропаганда дасть нам змогу завоювати світ», – цей лозунг націонал-соціалістів зразка 1935 року не був декларативним.

Адольф Гітлер, і це відображено в його праці «Моя боротьба» («Mein Kampf»), надавав великого значення пропаганді, більше того, сформулював основні методи пропагандистських впливів. Його ідеї сміливо й послідовно втілював у життя, розвивав і доповнював Йозеф Геббельс. У 1933 році він очолив Міністерство пропаганди та освіти Німеччини. У ситуації, коли на початку кампанії Гітлера справжніх нацистів, за тодішніми соціологічними опитуваннями, було в країні всього 10 %, головний ідеолог Третього Рейху справді зміг зробити трагічний «переворот» у головах мільйонів людей. Розглянемо найважливіші прийоми, які застосовувалися нацистами як до власного народу, так і під час військових дій.

Перш за все, було створено культ Гітлера як «символу нації» та «її надії». Молодий, енергійний лідер, якому вдалося за відносно короткий термін пройти шлях від простого єфрейтора до фюрера, був однаково зрозумілий і тим, хто пам'ятав приниження Німеччини в Першій світовій, і тим, хто мріяв про відродження потужності держави і її реванш. Постійна присутність на масових зборах і мітингах, прекрасні ораторські здібності, здатність сформулювати мету й завдання боротьби лаконічно, доступно і афористично, здатність знаходити підходи до всіх прошарків суспільства – фінансистів, науковців, митців, робітників, парадоксальне поєднання

відкритості, позірного демократизму й рішучості, схильності до авторитаризму й тиранії робили з Гітлера постать майже міфічну. Цей міфічний складник образу підігрівався чутками, трюками, які «засвідчували» надприродні здатності, постійним цитуванням тез із «Моєї боротьби» і публічних виступів.

Не меншу роль у пропаганді Третього Рейху відіграла міфологізація історії: вищість арійців, їх давнє походження й славне минуле, яке прагнули відродити під керівництвом Гітлера, підтверджувалися образами й сюжетами давньоскандинавської міфології та романтичної поезії. Природно, така картина світу вимагала штучно створеного образу ворога, і його знайшли: «образ єврея як істоти ганебної, нижчої й загрозової постійно використовувався в промовах, плакатах, фільмах, газетах і навіть в академічних наукових працях» [14, с. 84].

Величезна увага приділялася ритуалам і символіці, які можна розцінювати як засоби психологічного тиску, навіювання, маніпулювання. Розписаний календар святкувань «священних дат», мітинги з багаточасовими гіпнотичними промовами фюрера, паради, безліч прапорів, плакатів, транспарантів, бравурна музика, обов'язкові форми поведінки, уніформа притлумлювали здатність раціонально мислити і, навпаки, стимулювали емоції, відчуття ейфорії від єднання нації, згуртованої спільною метою. Все це виробляло звичку однаково думати (точніше, не думати), однаково реагувати, однаково діяти.

Здійснювалося лінгвістичне програмування: було, наприклад, визначено форму привітання («Хайль Гітлер!»); постійно вживалися певні слова, зокрема, «перемога», «переможець», «велика нова Німеччина»; свідомість мас перманентно «підживлювалася» новими гаслами («Хто не з нами, той проти нас», «З нами Бог», «Один народ, один Рейх, один Фюрер», «Все для Німеччини», «Ми, німці, не боїмося нікого, крім Бога», «Перемога або смерть», «За Фюрера і Вітчизну»); обов'язково визначався «гасло тижня».

У пропагандистських цілях працював друкарський верстат і кінематограф. Збільшувалася кількість радіостанцій; на захоплених територіях пильнувалася підпорядкованість радіостанцій німецькій

владі й заборонялося використання радіоприймачів. Нові технологічні можливості радіо та кіно надзвичайно оперативно поширювати інформацію на багатомільйонну аудиторію, проводити через цей канал як правду, так і потрібні маніпуляції були вповні усвідомлені й використані для посилення пропагандистських впливів.

Під час військових дій найбільших успіхів пропагандистська машина вермахту досягла в справі перевербування солдатів ворожих армій. Наприклад, лише протягом 1942 р., «за період з травня по грудень, до німців добровільно перейшло 79319 червоноармійців, також значною була кількість тих, хто добровільно здався в полон» [12, с. 8].

Під час Другої світової війни інформаційно-комунікаційні технології з метою нападу чи оборони розвивали й інші країни. У Японії для застрашування противника було створено культ «камікадзе». У Великобританії з 1941 року працював підрозділ, який опікувався тільки питаннями політичної війни. У США 1942 року заснували підрозділ військової інформації, який зобов'язаний був роз'яснювати роль Америки у війні, піднімати бойовий дух на фронтах, відображати героїзм військових.

Розкриваючи тему використання інформаційної боротьби в період Другої світової війни, описують переважно ганебні напрацювання в цій сфері Третього Рейху й радянських спецслужб. Доцільно, на наш погляд, привернути увагу і до ще однієї сторінки історії – *досвіду вироблення пропагандистських технологій ОУН і УПА*, які мали на меті не загарбання, а навпаки, вивільнення цілого народу з лещат фізичного і морального імперського уярмлення. «На всіх етапах визвольного руху, – зазначає М. Нагірняк, – командування УПА і провід ОУН чинили політичний опір тоталітарному режимові, організовуючи широкомасштабну активну ідеологічну роботу, яка набувала ознак психологічної війни... Були довгострокові політичні акції і, поряд з ними, цілеспрямовані разові психологічні операції (бойкот виборів, зрив мобілізації, боротьба проти колективізації тощо) [20, с. 224].

Маючи в своєму складі добре організовані пропагандистські відділи і розгортаючи добре продуману пропагандистську діяльність, керівники ОУН і УПА мали на меті консолідацію українського

народу; послаблення, а в деяких випадках і перевербування противника; нейтралізацію ворожої пропаганди; розкриття злочинів тоталітарного режиму в СРСР; привернення уваги до того, що методи Сталіна й Гітлера фактично тотожні; забезпечення визнання українського визвольного руху Заходом; залучення до боротьби населення східноєвропейських країн.

Дієвість пропаганди як надзвичайно ефективною зброєю на той час уже не потрібно було доводити: мільйони людей відчували її на собі. Усвідомлення й обґрунтування потребували завдання, що їх можна було вирішити за допомогою ідеологічного впливу: «Кожна наша листівка, – писав 1945 р. П. Федун-Полтава, – кожне наше пропагандивно-революційне видання, розповсюджене нами... це далекобійне стрільно, вистрілене нами в глибокий тил ворога... Дія цього стрільна в пропагандивному відношенні не менш ефективна від дії справжнього динамітного стрільна: кожне наше революційне видання, відчиняючи підсовєцьким людям очі на всю злочинність большевицької системи, закликаючи їх до активної боротьби проти большевицьких гнобителів... знищує, так би мовити, “живу силу” противника – відбирає йому людей» [цит. за 20, с. 226].

Пропагандистська діяльність УПА і ОУН провадилася як під час війни, так і після неї. У 1945–1946 роках було здійснено кілька рейдів до Чехословаччини, Польщі, Білорусі, Литви з метою консолідації зусиль антирадянського підпілля, створення фронту поневолених народів, декларування мети своєї боротьби перед Заходом [32, с. 158-159].

Документальними свідченнями того, якою саме була пропаганда повстанських загонів є брошура «Короткі вказівки для тих, хто іде в рейд Словаччиною» (1945) Василя Галаси і його ж інструкція «Друже Мирон!» (1946). Ці документи яскраво демонструють, якими були основні напрямки інформаційної боротьби проводу українських націоналістів. Застосовувалися здебільшого чотири форми пропаганди: письмова, усна, власною поведінкою, дієвими акціями.

Письмова пропаганда. Поширення ідей боротьби за незалежність, перш за все, здійснювалося шляхом розповсюдження листівок і пропагандистської літератури (журналів, книг, брошур, плакатів), розсилання листів, створення лозунгів-графіті.

Підпілля мало у своєму розпорядженні десятки добре обладнаних друкарень і сотні фахівців із видавничої та типографської справи, журналістики. Наклади видань були надзвичайно великі: крайові проводи регулярно повідомляли центр про розповсюдження десятків, а то й сотень тисяч примірників [20, с. 225]. Серед журналів найвідомішими були «Визвольний шлях», «Ідея і чин», «До зброї» та інші. Назви брошур красномовно свідчать про зміст агітації: «Чи большевики ведуть до комунізму?», «Хто такі бандерівці і за що вони борються?» Петра Федуна («Полтави»), «Платформа УГВР», «Універсал УГВР».

Значну кількість агітаційних матеріалів повстанці не роздавали, а поштою розсилали адресно жителям сіл – переважно місцевій інтелігенції та представникам владних структур. В інструкції «Друже Мирон!» читаємо: «"Повідомлення" покласти в конверти та вислати його чехословацьким командирам, протибільшовицьки налаштованим. Одночасно вислати "Повідомлення" і літературу службовцям, міліції та інтелігенції, особливо священикам» [2, с. 169]. У звітах зазвичай повідомлялося про точну кількість розісланих відозв і оголошень [32, с. 162].

Практикувалася і наглядна агітація та пропаганда. Сучасною мовою графіті, а в тодішніх реаліях – гасла на стінах. Цитована вже інструкція містить цікаві покрокові рекомендації щодо того, як потрібно це робити: «Малювати гасла дьогтем на будовах (адміністративні або нежитлові, якщо заселені, то хіба з дозволу господаря), а загалом, на кожную світлу основу. Коли б не можливо було дістати дьогтю чи чорної фарби, малювати вапном на чорну основу (плоти і темні стіни будов). На допомогу покликати словаків, щоб в написах не було помилок. На це звернути найпильнішу увагу» [2, с. 170]. Як бачимо, акцентувалася увага на культурі такої своєрідної комунікації з населенням – «з дозволу господаря», «щоб в написах не було помилок». Керівництво дбало таким чином про формування й збереження образу українського борця за незалежність як освіченого, гідного представника свого народу.

Найяскравіші гасла, які пропонувалися для виголошення і написання, були такими: «Європі грозить большевицька деспотична

неволя і терор НКВД!», «Большевизм – це система диктатури, терору і тиранії!», «Італійський фашизм, німецький гітлеризм і московський большевизм – це подібні тоталітарні диктаторські системи!», «НКВД-НКГБ – це большевицькі гестапо і СД!», «Робітники і селяни терплять в большевицькому режимі знущання і голод!», «Україна, поневолена московсько-большевицьким імперіалізмом, позбавлена всіх прав – не кориться, але бореться за свою волю і державну незалежність», «Українська Повстанча Армія (УПА) повстала і зорганізувалася в боротьбі проти німецької окупації та здобула в тій боротьбі великі успіхи і славу. Тепер УПА бореться проти большевицької окупації тому, що большевизм такий самий ворог України і ворог усіх волелюбних народів, як і гітлеризм!», «Хай живе вільне, щасливе людство!» [2, с. 165]

«Коли частини Червоної армії вступили на західноукраїнські землі, – зазначають автори статті «Політична та ідеологічна боротьба ОУН і УПА з радянським режимом у повоєнні роки», – їх зустріли тисячі написаних яскравими фарбами гасел на парканах, стінах будівель: “Геть сталінську кліку!”, “Смерть Гітлеру і Сталіну – винуватцям народного горя!”, “Хай живе народна влада!”, “Хай живе вільна Росія без сталінського терору!”, “Геть більшовицькі колгоспи. Землю селянам!”, “Геть поліцейських бузувірів Гімлера та Берію. НКВД – на фронт!” та багато інших. У ті часи в СРСР за такі гасла розстрілювали, отож на червоноармійців вони справляли неабияке враження» [20, с. 227].

Усна пропаганда провадилася на мітингах, але переважно – у формі індивідуальних бесід. Рекомендувалося проводити їх «тільки для обраних і освічених», «робити менше зборів, але кращих, як багато поганих», «не говорити високим професорським стилем, а короткими, зрозумілими реченнями; як приклади вживати факти та цифри» [2, с. 171]. Тематика мітингів та бесід була такою: «Геть більшовицьку диктатуру в Європі! Ми за самостійні держави всіх народів»; «Закріпачені народи, єднайтеся у боротьбі проти сталінсько-більшовицьких імперіалістів»; «Міжнародна організація безпеки – засіб більшовицького володарювання над малими народами

Європи та Азії. Геть російсько-більшовицьких імперіалістів з міжнародного життя!» [32, с. 161].

Чимало уваги члени ОУН і УПА приділяли пропаганді шляхом демонстрації «власної поведінки». Унікальним серед інших прикладів пропагандистських впливів є те, що основою образу повстанця, який повинен був популяризуватися, ставав не штучно змодельований і віддалений насправді від реальності імідж (що ми вже описували на зразку Наполеона, Гітлера та ін.), а цілком правдивий характер із чітко визначеним набором чеснот, які виховувалися роками й за дотриманням яких пильно стежили. Так, бійці мали бути освічені, мужні, ввічливі, веселі й бадьорі, охайні, без шкідливих звичок. У «Коротких вказівках для тих, що йдуть в рейд на Словаччину» читаємо: «Поведінка стрільців і командирів: супроти самих себе – товариська, але військово-дисциплінарна. Супроти тамошнього населення – культурна, ввічлива, бадьора, весела, – як пристало на синів культурного і лицарського 45-ти мільйонного українського народу та воїнів вкритої славою революційної УПА... Засадничо збройних сутичок уникати: маневрувати і відв'язуватися, – але ніколи панічно не втікати. В сутичках, коли не вдасться уникнути маневруванням, битися героїчно, завзято. Пам'ятати тоді, що на вас дивиться ціла Словаччина і Чехія, а їхніми очима широка світова опінія» [2, с. 158].

Інструкція «Друже Мирон!», як і щодо всіх інших питань, містить надзвичайно детальний перелік правил поведінки: «Стрільці повинні поводитися зразково. Перед тим, як увійти в будинок, мають постукати в двері, коли запросять всередину, мусять вести себе гарно, привітатися з господарем "Добридень" або інакше (залежить від часу дня). При відході з будинку мусить попрощатися тим самим способом. При перебуванні в будинку мусять підтримувати взірцевий порядок, чистоти місця та особистої. Не мають права плювати на підлогу, кожною дрібничкою мусять доказувати свою культуру. До місцевих треба посилати (по продукти, з листівками, малювати гасла, на місцеві розмови) розумних, кмітливих та вмілих стрільців... Населення має бачити в кожному стрільцеві зразкового вояка, інтелігентну особу та натхненника української визвольної армії» [2, с. 171].

У підпіллі «курс політичної освіти проходили всі повстанці, для чого відводилося 20% часу від військового вишколу. На заняттях читалися лекції з історії України, ОУН, роз'яснювалися завдання національно-визвольного руху. Широко використовувалися хоріві співи повстанських пісень патріотичного змісту» [20, с. 226].

Як ефективні інформаційно-комунікаційні технології керівництвом ОУН і УПА сприймалися і *дієві акції*, а саме: підтримка українців зі сходу під час голоду 1946–1947 років; так звана «шкільна акція» 1947 року, «спрямована проти набору школярів до ФЗУ на сході» [20, с. 228]; просвітницька робота з учителями зі сходу [20, с. 229]; збір матеріалів і документів про злочини комуністичного режиму проти українського народу і повідомлення про них представникам із-за кордону.

Холодна війна розгорнулася між СРСР і його союзниками з одного боку й США і країнами Західної Європи з іншого одразу після закінчення Другої світової. Майже 50 років виснажливої боротьби ідеологій продемонстрували вже новітні методи проведення інформаційних операцій.

З 1949 року Міністерство оборони США підготувало низку документів, у яких визначалися принципи, завдання, засоби інформаційних протистоянь, а саме: «Ведення операцій психологічної війни» (1949), «Ведення психологічної війни» (1955), «Психологічні операції» (1979). Було акцентовано увагу на видах пропаганди – «білій», «сірій», «чорній», «політичній», «військовій». Конкретизувалася мета психологічної війни – вплив на свідомість і почуття супротивника за допомогою інформації та ідей; прописувалися конкретні завдання інформаційних операцій: «зниження морально-бойового потенціалу противника; спонукання до здачі в полон; сприяння в захопленні населених пунктів; висування ультиматуму й передання закликів до капітуляції; проведення аналітичної роботи з розкриття уразливих місць противника; формування доброзичливого ставлення до керівництва й особового складу збройних сил США і країн-союзниць; створення серед особового складу противника обстановки невпевненості та занепокоєння; надання допомоги командуванню у здійсненні

контролю за вороже налаштованим населенням у зоні бойових дій; забезпечення підтримки цивільним населенням заходів США з досягнення своїх цілей; контрпропаганда і випередження у проведенні психологічних операцій; дезінформування противника» [14, с. 109-110].

Усі ці рекомендації щодо проведення інформаційних операцій були розраховані на супровід силових акцій і створювалися на основі досвіду війн у Кореї та В'єтнамі. Починаючи з другої половини ХХ століття глобальні ідеологічні протистояння великих геополітичних гравців розігрувалися на тлі віддалених від них, так званих «локальних» збройних конфліктів. Саме в такий спосіб був упроваджений абсолютно новий принцип здійснення інформаційно-психологічної боротьби.

Холодна війна увійшла в історію ще й як протистояння двох систем, двох різних світоглядів. Саме тому акцент робився на відмінностях матеріальної культури, культури побуту, мистецтва, науки країн – представниць капіталістичного і соціалістичного таборів. І все це згодом ставало своєрідним підґрунтям для ідеологічного, економічного, військового ослаблення ідеологічного ворога.

Удосконалювалися й технічні можливості здійснення інформаційних провокацій. Наприклад, для маніпулювання використовувалися монтаж відео, «підчищення» аудіозаписів тощо. Також «з'явилися космічні системи управління та зв'язку, які дозволили володіти інформацією в реальному масштабі часу. У цей період було створено й широко застосовано літак ЕС 130Е «Командо Соло», обладнання якого дозволяє здійснювати теле- та радіопропаганду, входити в бойові управлінські мережі військ противника, поширювати листівки, створювати радіоперешкоди тощо. Для здійснення інформаційно-психологічних впливів... почали застосовувати психотронні та психотропні засоби» [12, с. 16].

Кінець ХХ століття позначений появою нового типу протистояння, яке згодом назвали війною авіації та інформації. Йдеться про *конфлікт у Перській затоці 1990–1991 років* між Іраком і коаліцією 28 країн на чолі з США. Другого серпня 1990 року

після тривалого конфлікту щодо цін на нафту Ірак на чолі з Саддамом Хусейном здійснив анексію Кувейту, що стало приводом для великого міжнародного конфлікту, який розгорався так: економічні санкції, проведення операції «Буря в пустелі», звільнення Кувейту, війна проти Іраку, суд і страта Саддама Хусейна.

Війна в Перській затоці поставила США перед вирішенням трьох проблем: «по-перше, слід було довести власному населенню необхідність втручання США за багато кілометрів від власного дому; по-друге, необхідно було забезпечити достатню легітимність цих дій в очах міжнародної громадськості; по-третє, слід було підірвати бойовий дух іракських військ, примусивши їх здатися в полон» [25, с. 584].

У цій війні були використані такі засоби інформаційного впливу: 1) розповсюджувалися листівки з виправданнями дій США; листівки-дозволи для солдатів-дезертирів; листівки з попередженнями про бомбардування для залякування військ противника (як не дивно, але такий давній інструмент поширення потрібної для однієї з сторін протиборства інформації, як листівки, залишається актуальним і в сучасних умовах); 2) американців, які залишилися в Кувейті, назвали «заручниками», образ іракського лідера демонізувався (його іменували «дияволом», «арабомовним Гітлером»), Кувейт і Саудівська Аравія оголошувалися «країнами потенційної демократії» («хоча, – зазначає Г. Почепцов, – в них за ґратами перебувало не менше журналістів, ніж у самому Іраці» [25, с. 584]); 3) з'явилася ідеологема «США захищають демократію в усьому світі» (трансформація лозунгу Першої світової «США захищають свободу для всіх людей»); 4) використовувалися лжесвідки, які розповідали про «жорстокість» іракських солдатів; 5) робота журналістів була організована так, що американський глядач не бачив жорстоких сцен із театру воєнних дій [25, с. 584-585].

Отже, на кінець ХХ століття був сформований потужний інструментарій інформаційно-психологічних операцій. Методи розгортання і ведення протиборств такого типу використовувалися з тих пір під час воєн у Чечні, Грузії, а нині – в Україні.

Сьогодні ми вже вповні усвідомлюємо основні ознаки цього явища – мету, завдання, методи й засоби ведення.

Попри розбіжності в поглядах науковців щодо *мети й завдань* сучасних інформаційних воєн можемо стверджувати, що за різних обставин і в межах різних конфліктів інформаційні операції здійснюється для: 1) посилення ефективності бойових дій (у цьому сенсі інформаційна війна – лише супровід збройних протистоянь); 2) вирішення питань міждержавної конкуренції шляхом впливу на сфери управління, економіки, фінансів, політики країн – об'єктів агресії (інформаційне протиборство такого типу цілком може розгортатися і в мирний час); 3) ослаблення, упокорення країни-жертви шляхом впливу на свідомість її громадян (фактично це інформаційна окупація, яка цілком може бути передумовою для подальшого військового загарбання); останнім часом, зазначає О. Дубас, «з'явилися приклади, коли засоби масової інформації застосовувалися навіть замість збройних сил для досягнення політичних цілей, у результаті чого без єдиного пострілу зникають цілі держави та радикально змінюється політична картина світу» [8].

Будь-яка мета із усіх зазначених досягається зазвичай шляхом вирішення конкретних завдань. Здебільшого, це – дезінформування, дезорієнтування, внесення в суспільну свідомість шкідливих ідей та поглядів; залякування свого народу чи супротивника, створення підґрунтя для лояльного ставлення до агресії, виведення з ладу важливих об'єктів управління і господарювання шляхом здійснення кібератак.

Не потребує доведення *особливий характер інформаційних війн*. Їхніми специфічними рисами є:

- 1) *полівекторність* (інформаційні операції здійснюються одночасно в кількох напрямках, вплив спрямовується проти населення, яке перебуває в зоні конфлікту; проти громадян ворожої країни, що перебувають поза межами зони силового впливу; всередині країни-агресора – для виправдання загарбницької політики; на міжнародній арені – для обґрунтування своїх дій або відмежовування від них, пошуку союзників);
- 2) *непомітний характер інформаційного впливу, відсутність явних руйнувань*;

-
-
- 3) недостатня прогнозованість результатів, відтермінованість результатів у часі (наприклад, описувана вище пропаганда ОУН і УПА досягла своєї справжньої мети аж за півстоліття);
 - 4) варіативність інформаційних впливів і, відповідно, труднощі оперативного реагування на них;
 - 5) вплив у переважній більшості не на матеріальні об'єкти, а на інтелект, емоції, психіку людей;
 - 6) нетиповий для звичайних збройних конфліктів характер логістики (інформаційні впливи здійснюються через радіо і телебачення, Інтернет, соціальні мережі, канали комунікації соціальних спільнот).

Найважливішими *ознаками наявності інформаційного впливу* сьогодні вважаються:

- 1) висока частотність і тенденційність у висвітленні певних новин, відсутність коректного обговорення різних точок зору, надання переваги емоційним, а не аналітичним способам представлення матеріалу в засобах масової інформації;
 - 2) нав'язливе привернення уваги суспільства до повідомлень, у яких дискредитуються (часто – за допомогою фальсифікованих даних) імідж держави, її політична, економічна, наукова сфери, видатні представники народу, факти історії;
 - 3) домінування в інформаційному просторі сенсаційних, скандальних тем, які зумовлюють загострення внутрішніх протиріч і напруги в суспільстві;
 - 4) наявність повідомлень, які загрожують життю, здоров'ю громадян, пропагують війну, національну та релігійну ворожнечу, зміну конституційного ладу насильницьким шляхом або порушення територіальної цілісності держави, тоталітаризм чи нацизм;
 - 5) оприлюднення ідентичних повідомлень сумнівного змісту одразу в кількох засобах масової інформації із такою самою сумнівною репутацією;
 - 6) зростання частки присутності іноземних засобів масової інформації та засобів масової комунікації в інформаційному просторі країни;
-
-

- 7) збільшення кількості вітчизняних засобів масової інформації, які контролюються іноземними громадянами або невідомими достеменно особами;
- 8) нав'язлива ретрансляція теле- і радіопрограм, фільмів, музики іноземного виробництва;
- 9) надмірне й необґрунтоване «посилення» кадрового складу засобів масової інформації, інформаційних агентств, PR-агенцій іноземними фахівцями;
- 10) створення фізичних перешкод для функціонування засобів масової інформації, особливо – в прикордонних районах країни;
- 11) цілеспрямоване розповсюдження комп'ютерних вірусів і спеціальних програм, здатних знищувати, пошкоджувати чи перехоплювати інформацію у глобальних і локальних комп'ютерних мережах.

Ідеальним *підґрунтям для ефективної інформаційної експансії є* низка недоліків функціонування інформаційного простору держави, а саме: монополізація в сфері засобів масової інформації та комунікації; залежність їх від держави або олігархату; непрозора структура власності на медійному ринку; обмеження свободи слова і відкриті втручання в редакційну політику; домінування певних засобів масової інформації й інформаційних агентств на світовому ринку новин; неоднакова ефективність засобів масової інформації розвинених держав і країн, що розвиваються.

Методи й засоби ведення інформаційної війни. Перш за все, потрібно усвідомлювати, що методи й засоби ведення інформаційної війни постійно змінюються, модернізуються, чим, природно, ускладнюються процеси організації безпеки в інформаційному просторі. Подаємо перелік тих, які станом на сьогодні визнані найтипівішими.

До основних *методів* здійснення деструктивних інформаційних впливів зазвичай відносять: *фізичне блокування систем зв'язку і телекомунікацій, дезінформацію, маніпулювання, навіювання, пропаганду, диверсифікацію громадської думки, залякування, психологічний і психотропний тиск, поширення чуток.*

До основних **засобів** інформаційної війни відносять 1) приховування інформації, 2) спотворення інформації, 3) кількісне прирощення повідомлень певного типу, 4) відволікання уваги від важливого несуттєвим. Кожен із цих засобів має велику кількість варіантів застосування і використовується по-різному в межах текстових чи відео- і аудіоповідомлень.

Інформаційні впливи за допомогою текстових повідомлень здійснюються таким чином: 1) замовчування; 2) подання неправдивого факту; 3) поєднання правдивих і неправдивих фактів і коментарів; 4) представлення випадкових явищ як типових і системних; 5) зміщення акцентів у повідомленні шляхом пропусків, підбирання маніпулятивних рубрик, заголовків, виділених цитат; 6) введення в оману некоректним посиланням на джерела повідомлення (наприклад, завуальовані натяки на авторитетність – «з надійних джерел отримано інформацію»); 7) оприлюднення фактів, отриманих із неофіційних і ненадійних джерел; 8) використання часових розбіжностей (використання фактів про минулі події на підтвердження повідомлень про сучасні реалії; згадування фактів минулого з перекручуванням їх із розрахунку, що деталей ніхто не пам'ятає; спотворення хронології подій); 9) заглушування повідомлень про важливі факти другорядними або створення строкатої мозаїки повідомлень про актуальні та неактуальні події з метою ускладнення формування реципієнтом пріоритетів); 10) збільшення частотності відтворення повідомлень на одну й ту саму тему; 11) використання певних слів-подразників із виразними позитивними чи негативними конотаціями – «правда», «свобода», «демократія», «патріотизм», «зрада», «фашизм», «корупція», апеляція до почуттів і спекулювання на очікуваннях – «достаток у домі», «стабільність», «впевненість у майбутньому», «гордість за батьківщину»; 12) використання штампів (наприклад, «глобальні проблеми», «захист інтересів»); 13) навішування ярликів (наприклад, «хунта», «країна, яка не відбулася»); 14) приховування відсутності змісту або потенційно небезпечного змісту повідомлення за поетизмами – метафорами, порівняннями, гіперболами, риторичними запитаннями, окличними реченнями, і емоційно забарвленою

лексикою; 15) використання дієслівних форм, наприклад, дієслів наказового способу, для спонукання до прямої дії («проголосуй», «не спи», «визначайся»); 16) «гіпнотизування» реципієнтів термінами, неологізмами, запозиченнями, точне значення яких часто не відоме не лише широкій аудиторії, а й самим мовцям; 17) нав'язливе обговорення протягом певного часу обмеженої кількості (1-3) топ-тем (їх іменують «ідея дня», «топ-теми тижня», «порядок денний ЗМІ» тощо); 18) сплутування художніх образів і реальності (апелювання до відомих літературних творів, фільмів, творів культури мас-медіа) або використання ментальних стереотипів, національних символів тощо; 19) домінування новин негативного чи трагічного змісту, залякування небезпеками військового, екологічного, економічного характеру (наприклад, «Україну перетворюють на ядерний могильник»).

Інформаційні впливи за допомогою зображень, відео- чи аудіозаписів здійснюються таким чином: 1) використання фрагментів записів минулих років або будь-яких матеріалів про події в іншій країні для ілюстрування сучасних новин у країні – жертві інформаційної агресії (наприклад, реальні висловлювання політиків щодо подій 2010 року подаються як актуальний коментар щодо подій 2018; те саме роблять із подієвими репортажами); 2) подання правдивого фрагменту запису як ілюстрацію до маніпулятивного коментаря; 3) спотворення змісту шляхом видалення якихось фрагментів; 4) накладання на відеоряд озвучування, перекладу, титрів, які містять текст, який насправді не проголошувався; 5) представлення об'єкта на фото чи на відео в невідповідному для нього ракурсі, спрямоване на появу відрази, зневаги, підсвідомої антипатії, сміху; 6) використання заборонених технологій 25 кадру; 7) апеляція до негативних чи, навпаки емоцій за допомогою використання звукоряду, кольорів, образів.

Захист від негативних інформаційних впливів. Доктрина інформаційної безпеки України 2017 року визначає такі пріоритетні напрямки захисту інформаційного простору держави:

1) *щодо забезпечення інформаційної безпеки*: створення системи оцінки інформаційних загроз та оперативного реагування на них; удосконалення повноважень державних регуляторних органів,

які здійснюють діяльність щодо інформаційного простору держави; законодавче врегулювання механізму виявлення та видалення з інформаційного простору держави потенційно небезпечної інформації; визначення механізмів регулювання роботи підприємств телекомунікацій, поліграфічних підприємств, видавництв, телерадіоорганізацій, телерадіоцентрів, закладів культури та засобів масової інформації в умовах запровадження правового режиму воєнного стану; створення і розвиток структур, що відповідають за інформаційно-психологічну безпеку, насамперед, у Збройних Силах України, з урахуванням практики держав – членів НАТО; розвиток і захист технологічної інфраструктури забезпечення інформаційної безпеки України; розвиток цифрового мовлення, унеможливлення впливу на його інфраструктуру суб'єктів, що пов'язані з державою-агресором; розвиток механізмів взаємодії держави та інститутів громадянського суспільства щодо протидії інформаційній агресії проти України; боротьба з дезінформацією та деструктивною пропагандою; виявлення та притягнення до відповідальності суб'єктів українського інформаційного простору, що створені та/або використовуються державою-агресором; унеможливлення вільного обігу інформаційної продукції (друкованої та електронної), насамперед, походженням з території держави-агресора, що містить пропаганду війни, національної і релігійної ворожнечі, зміни конституційного ладу насильницьким шляхом, або порушення суверенітету і територіальної цілісності України, провокує масові заворушення; недопущення використання інформаційного простору держави в деструктивних цілях, або для дій, що спрямовані на дискредитацію України на міжнародному рівні;

2) *щодо забезпечення захисту і розвитку інформаційного простору України*: стимулювання розвитку національного виробництва текстового і аудіовізуального контенту; забезпечення функціонування Суспільного телебачення і радіомовлення України, у тому числі його належного фінансування; створення системи мовлення територіальних громад; підтримка вітчизняної книговидавничої справи, зокрема, перекладів іноземних творів, забезпечення ними навчальних закладів і бібліотек; розвиток

правових інструментів захисту прав людини і громадянина на вільний доступ до інформації, її поширення, оброблення, зберігання та захист; комплексна підтримка розвитку механізмів саморегуляції засобів масової інформації на засадах соціальної відповідальності; підвищення медіа-грамотності суспільства, сприяння підготовці професійних кадрів для медіа-сфери з високим рівнем компетентності; удосконалення законодавчого регулювання інформаційної сфери відповідно до актуальних загроз національній безпеці; задоволення потреб населення тимчасово окупованих територій в об'єктивній, оперативній і достовірній інформації; формування системи державної підтримки виробництва вітчизняного аудіовізуального продукту; пропагування, у тому числі через аудіовізуальні засоби, зокрема соціальну рекламу, основних етапів і досвіду державотворення, цінностей свободи, демократії, патріотизму, національної єдності, захисту України від зовнішніх і внутрішніх інформаційних небезпек;

3) щодо відкритості та прозорості держави перед громадянами: розвиток механізмів електронного урядування; сприяння розвитку можливостей доступу та використання публічної інформації у формі відкритих даних; інформування громадян України про діяльність органів державної влади, налагодження ефективної співпраці зазначених органів із засобами масової інформації та журналістами; проведення реформи урядових комунікацій; розвиток сервісів, спрямованих на більш масштабне та ефективне залучення громадськості до прийняття рішень органами державної влади та органами місцевого самоврядування; сприяння формуванню культури суспільної дискусії;

4) щодо формування позитивного міжнародного іміджу України: ґрунтовне реформування системи представлення інформації про Україну на міжнародній арені; розвиток публічної дипломатії, у тому числі культурної та цифрової; активізація скоординованої інформаційної роботи закордонних дипломатичних установ України; сприяння поширенню та розвитку системи іномовлення України; створення та забезпечення функціонування правового механізму взаємодії державних органів з інститутами громадянського

суспільства; постійний моніторинг пропаганди держави-агресора, розроблення та оперативна реалізація адекватних заходів протидії; недопущення використання міжнародного інформаційного простору в деструктивних цілях або для дій, що спрямовані на дискредитацію України на міжнародному рівні; реформування системи взаємовідносин з українською діаспорою шляхом забезпечення більш тісної співпраці та проведення ефективних заходів, зокрема в рамках комунікацій «від людини до людини»; участь у міжнародних культурних заходах з метою представлення національної культури та ідентичності; запровадження міжнародних культурних фестивалів в Україні з метою популяризації української культури та розвитку комунікацій «від людини до людини» [7].

Протягом останніх років українське суспільство напрацьовує й свої рекомендації для протидії інформаційним загрозам і сприяння інформаційній безпеці держави. Серед найважливіших заходів слід виокремити такі: моніторинг медіа щодо наявності матеріалів, які містять деструктивний інформаційний контент; доведення результатів моніторингу до правоохоронних органів; посилення діяльності, спрямованої на поширення медіаграмотності серед населення; заохочення громадськості до викриття неправдивої інформації або повідомлень маніпулятивного змісту; спростування фейків і доведення до громадян правдивої інформації; вивчення закордонного досвіду протидії негативним інформаційним впливам; стимулювання влади до вдосконалення чинного законодавства у сфері інформаційної безпеки.

Завдання та запитання до параграфа

1. Назвіть описані древнім китайським полководцем Сунь-Цзи засоби ведення інформаційної війни.
 2. Які форми інформаційно-психологічного впливу використовувалися в епоху Середньовіччя?
 3. Яку роль, на думку Богдана Хмельницького, засоби психологічного тиску відігравали в процесах підкорення
-
-

українського народу і повинні відігравати під час його звільнення з-під ярма?

4. Яке місце в інформаційній боротьбі, на думку Наполеона Бонапарта, посідала тодішня преса?
5. Як здійснювалася інформаційна агресія в роки Першої світової війни?
6. Охарактеризуйте нацистську пропаганду в Німеччині та засоби інформаційного впливу на фронтах Другої світової війни.
7. Опишіть основні принципи пропаганди ОУН і УПА.
8. Назвіть основні риси інформаційно-психологічних операцій, які проводилися в часи холодної війни і під час війни у Перській затоці.
9. У чому полягає мета інформаційної війни?
10. Якими є ознаки інформаційної експансії? Які недоліки в організації інформаційного простору країни вважаються сприятливими для потенційної інформаційної агресії?
11. Охарактеризуйте основні методи й засоби впливу під час інформаційної війни.

Список використаної та рекомендованої літератури

1. Балабін В. В. Інформаційна безпека сучасного суспільства / В. В. Балабін, М. Т. Дзюба, Я. М. Жарков, М. І. Онищук. – Київ : ВІТІ, 2006. – 201 с.
 2. В'ятрович В. Рейди УПА теренами Чехословаччини [Текст] : з передмовою й англomовним резюме / Володимир В'ятрович. – Торонто ; Л. : Літопис УПА, 2001. – 204 с.
 3. Валюшко І. О. Еволюція інформаційних війн: історія і сучасність / І. О. Валюшко // Історико-політичні студії. Серія: Політичні науки : зб. наук. пр. / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана», Ін-т історії укр. суспільства; редкол. : І. Д. Дудко (голова) [та ін.]. – Київ : КНЕУ, 2015. – № 2. – С. 127–134.
 4. Василенко М. К. Фантастичний репортаж-застереження як форма впливу на масову свідомість: новації жанру // Українське журналістикознавство. – 2001. – Вип. 2. – С. 41-43
 5. Василенко М. К. Фантастичний репортаж-застереження як форма впливу на масову свідомість: новації жанру // Українське журналістикознавство. – 2001. – Вип. 2.
 6. Горбань О. Ю. Інформаційна війна проти України та засоби її ведення
-
-

-
-
- / О. Ю. Горбань // Вісник Національної академії державного управління при Президентіві України. – 2015. – № 1. – С. 136-141.
7. Доктрина національної безпеки України. Затверджено Указом Президента України № 47/2017 від 25 лютого 2017 року // Доктрина національної безпеки України. Затверджено Указом Президента України № 47/2017 від 25 лютого 2017 року // Офіційне інтернет-представництво Президента України : веб-сайт. – Режим доступу: <http://www.president.gov.ua/documents/472017-21374> (дата звернення: 10.03.2018)
 8. Дубас О. Інформаційна війна: нові можливості політичного протиборства / О. П. Дубас // Освіта регіону: політологія, психологія, комунікації. – 2010. – № 1. – С. 69-73.
 9. Жадько В. Журналістика та основи редакторської майстерності / В. Жадько. – Київ : Знання, 2012. – 271 с.
 10. Жарков Я. М. Аналіз засобів ведення інформаційної боротьби з використанням інформаційних технологій, форм і способів їх застосування / Я. М. Жарков, М. М. Присяжнюк // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Сер. Військово-спеціальні науки. – 2007. – № 14-15. – Вип. 14. – С. 42-44.
 11. Жарков Я. М. Інформаційно-психологічне протиборство в сучасному світі: проблемно-історичний аналіз / Я. М. Жарков, М. І. Онищук // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Сер. Військово-спеціальні науки. – 2007. – № 14-15. – Вип. 15. – С. 101-104.
 12. Жарков Я. М. Інформаційно-психологічний вплив на війська та населення противника (1939–2000 рр.): дис. ... канд. іст. Наук: спец. 20.02.22 / Я. М. Жарков. – К., 2007. – 206 с.
 13. Інформаційна безпека: соціально-правові аспекти : підручник / [В. В. Остроухов, В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк та ін.; за заг. ред. Є. Д. Скулиша]. – Київ : КНТ, 2010. – 776 с.
 14. Історія інформаційно-психологічного протиборства : підруч. / [Я. М. Жарков, Л. Ф. Компанцева, В. В. Остроухов, В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк, Є. Д. Скулиш]; за заг. ред. д.ю.н., проф., засл. юриста України Є. Д. Скулиша. – Київ : Наук.-вид. відділ НА СБ України, 2012. – 212 с.
 15. Карпенко В. Основи професійної комунікації / В. Карпенко. – Київ : Нора-прінт, 2002. – 348 с.
 16. Конституція України від 28.06.1996 // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 30. – С. 141
 17. Кормич Б. Інформаційна безпека: організаційно-правові основи : [навч. посіб.] / Кормич Б. – Київ : Кондор, 2004. – 384 с.
 18. Курбан О. В. Сучасні інформаційні війни в мережевому он-лайн просторі / О. В. Курбан. – Київ : ВІКНУ, 2016. – 286 с.
-
-

19. Нагірняк А. Я. Богдан Хмельницький – видатний стратег і полководець / А. Я. Нагірняк // Військово-науковий вісник. – 2009. – Вип. 11. – С. 139-149.
20. Нагірняк М. Я. Політична та ідеологічна боротьба ОУН і УПА з радянським режимом у повоєнні роки / М. Я. Нагірняк, А. Я. Нагірняк // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2011. – № 693. – С. 223-230.
21. Носов В. Окремі аспекти протидії інформаційній війні в Україні / В. Носов, О. Манджай // Правове, нормативне та метрологічне забезпечення системи захисту інформації в Україні. – 2015. – Випуск 1 (29). – С. 26-32.
22. Основи інформаційного права України / [В. Цимбалюк, В. Павловський, В. Грищенко та ін.] ; за ред. М. Швеця, Р. Калюжного, П. Мельника. – Київ : Знання, 2004. – 274 с.
23. Пода Т. А. Інформаційна війна як стратегія формування політичної свідомості(соціально-філософський аналіз) / Т. А. Пода // Вісник Національного авіаційного університету. Сер. : Філософія. Культурологія. – 2014. – № 1. – С. 67-70.
24. Почепцов Г. Информационные войны. Основы военно-коммуникативных исследований / Г. Г. Почепцов. – Москва : Рефл-бук .– Киев : Ваклер, 2000. – 576 с.
25. Почепцов Г. Г. Інформаційна політика / Г. Г. Почепцов, С. А. Чукут. – 2-ге вид., стер. – Київ : Знання, 2008. – 663 с.
26. Саприкін О. Інформаційна експансія, інформаційна війна та інформаційна атака у засобах масової інформації на прикладі Євро-2012 / О. Саприкін // Вісник Книжкової палати. – 2013. – № 1. – С. 40-43.
27. Сенченко О. Інформаційні війни як фактор трансформації соціальних систем / О. Сенченко // Вісник Книжкової палати. – 2015. – № 9. – С. 40-46.
28. Сунь-Цзы. Трактат о военном искусстве. Перевод и исследование Н.И. Конрада. – М.-Л. : Изд-во АН, 1950. – 404 с.
29. Універсали Богдана Хмельницького 1648–1657 / упорядн. : І. Крип'якевич, І. Бутич ; ред. кол. : В. Смолій (голова), Г. Боряк, І. Бутич, Л. Гісцова, Я. Дашкевич, Ю. Мицик, В. Остапчук, П. Сохань, В. Степанков, Ф. Шабульдо, Ф. Шевченко, М. Шпаковатий, Н. Яковенко. НАН України. Інститут історії України, Інститут української археографії та джерелознавства імені М. С. Грушевського. – Київ : Вид. дім “Альтернативи”, 1998. – 416 с. – (Універсали українських гетьманів. Серія І).
30. Фісун А. Генеза поняття «інформаційна війна» / Анна Фісун // Гілея (науковий вісник) : [зб. наук. праць] / гол. ред. В. М. Вашкевич. – Київ : ВІР УАН. – 2011. – Випуск 49. – С. 534-539.
31. Чистоклетов Л. Г. Інформаційно-психологічні впливи як невід’ємна складова парадигми інформаційної безпеки / Л. Г. Чистоклетов, В. Й. Шишко

-
-
- // Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. – 2012. – 2(1). – С. 183-193.
32. Шляхтич Р. Форми і методи агітації українських націоналістів під час проведення рейдів країнами Центральної та Східної Європи (1945 – середина 1950-х років) / Роман Шляхтич // Український історичний збірник. – 2012. – Вип. 15. – С. 157-164.
33. Юдін О. Інформаційна безпека держави / О. Юдін, В. Богуш. – Х. : Консул, 2005. – 576 с.

Автор параграфа:
доктор філософських наук, професор,
завідувач кафедри журналістики
НПУ імені М. П. Драгоманова
ВІКТОР ЖАДЬКО

§ 3. Технології маніпулювання і методики пошуку, відбору, верифікації даних у журналістиці

Найважливішими передумовами сучасних інформаційних воєн і надійним підґрунтям для їх проведення є, безперечно, посилення ролі інформації, розвиток технологій її поширення, відкритий характер комунікації, глобалізаційні процеси у світі.

Ми живемо в інформаційному суспільстві і щодня маємо справу з великим потоком інформації: шукаємо й отримуємо нові знання про навколишній світ, спілкуємося за допомогою сучасних засобів комунікації, читаємо новинні стрічки, які розповідають нам про актуальні події. Отримана інформація впливає на наше сприйняття навколишньої дійсності, змінює моделі нашої поведінки та спосіб життя. Кількість інформаційних каналів постійно збільшується за рахунок науково-технічного прогресу.

До традиційних засобів поширення інформації (друковані видання, радіо і телебачення) не так давно приєднався Інтернет, який доповнив їх блогами і соціальними мережами, забезпечуючи оперативність реакції на події та інтерактивність взаємодії.

Цілком закономірно, що Інтернет поступово стає лідером і посідає провідне місце серед популярних джерел інформації, адже пошук даних у мережі простий, зручний і займає набагато менше часу, ніж похід до бібліотеки, читання архівів газет або навіть перегляд телевізора. У зв'язку з постійним розвитком інформаційних комп'ютерних технологій, у суспільстві сформувалася позитивна громадська думка про корисність Інтернету, а стрімке розширення його технічних можливостей і аудиторії зумовило появу безлічі інформаційних сервісів і ресурсів. Пошук інформації через Інтернет став прерогативою не тільки звичайних користувачів, але й державних службовців, бізнесменів і комерційних організацій. Адже своєчасне отримання інформації здатне приносити чималий прибуток і відчутну користь. Комунікація з клієнтами і споживачами, доступна

реклама для потенційної цільової аудиторії – все це відкрило чимало можливостей як для споживачів, так і для розповсюджувачів інформації.

Як і кожен «організм», що швидко розвивається, Інтернет не зміг уникнути так званих проблем зростання, пов'язаних із неконтрольованою лавиною інформації і перегонами в спробах організації й управління інтернет-спільнотою. Про основні загрози для розвитку всемережжя заявив сер Тім Бернес-Лі у своєму відкритому листі, оприлюдненому 12 березня 2017 року, напередодні 28-річчя W3C. Глава World Wide Web Consortium і творець Інтернету вважає, що загрозовими є три чинники.

Перший. «Ми втратили контроль над нашими особистими даними. Дуже широкого поширення набула бізнес-модель, яка пропонує безкоштовний контент в обмін на персональні дані. Більшість інтернет-користувачів погоджується на такі умови. Але ми втрачаємо переваги, якими могли б скористатися, якби самі володіли власними даними. Тоді люди самі могли б вирішувати, коли, з ким і якою інформацією ділитися. Окрім цього, уряди співпрацюють або ж змушують компанії ділитися персональними даними. Це нерідко призводить до зловживань, втручання в особисте життя. А у випадку з репресивними режимами – до арештів і вбивств. Постійне стеження за всіма в Інтернеті – це вже занадто.

Другий. Дезінформація дуже легко поширюється в Інтернеті. Більшість людей для пошуку інформації використовує лише кілька соціальних мереж і новинних сайтів. Ці ресурси на основі алгоритмів, які вивчають наші особисті дані, відбирають, що саме нам показувати. Як наслідок – сайти показують нам те, на що ми швидше за все «клікнемо». Отже, різні фейкові новини або відверта дезінформація може поширюватися як лісова пожежа. І такі можливості зловмисники можуть використовувати в своїх фінансових або політичних цілях.

Третій. Політичній рекламі потрібні прозорість і зрозумілість. Той факт, що більшість користувачів отримують новини тільки від декількох платформ, а зростаюча складність алгоритмів спирається на масиви особистих даних, означає, що політична реклама стає все

більш індивідуальною. За деякими даними, під час виборів 2016 року в США в Facebook щодня демонструвалося 50 тис. варіацій політичної реклами. Є підозра, що подібні інструменти використовувалися недобросовісно, для того, щоб маніпулювати виборцями» [14].

Це не вичерпний перелік ризиків, з якими стикаються користувачі Інтернету. Серед усіх фахівці виділяють найбільш явні і групують їх за природою і механізмами впливу. Так, у рекомендаціях Фонду Розвитку Інтернету щодо користування глобальною мережею, що укладені за результатами досліджень 2010-2011 років за методологією міжнародного дослідницького проекту Єврокомісії «EU Kids Online II», зазначено п'ять основних груп ризиків:

- 1) *тематичні*. Вони зумовлені різними матеріалами (текстами, зображеннями, аудіо- і відеофайлами, посиланнями на сторонні ресурси), що містять протизаконну, неетичну і шкідливу інформацію;
 - 2) *комунікаційні*. Пов'язані зі спілкуванням і міжособистісними взаєминами інтернет-користувачів. Прикладами таких ризиків можуть бути кібербулінг, незаконні контакти (наприклад, грумінг), знайомства в мережі і зустрічі з інтернет-знайомими та ін.;
 - 3) *електронні*. Йдеться про втрати персональної інформації або атаки шкідливих програм. Шкідливі програми – різне програмне забезпечення (віруси, черв'яки, «троянські коні», шпигунські програми, боти тощо), яке може завдати шкоди комп'ютеру та порушити конфіденційність зберігання інформації в ньому;
 - 4) *споживчі*. Є результатом зловживання в Інтернеті правами споживача. Вони містять: ризик придбання товару низької якості, підробок, контрафактної та фальсифікованої продукції, втрату грошових коштів без придбання товару або послуги, розкрадання персональної інформації з метою кібершахрайства та ін.;
 - 5) *інтернет-залежність*, тобто нав'язливе бажання увійти в Інтернет, перебуваючи офлайн, і нездатність вийти з Інтернету, коли особа перебуває онлайн. За своїми проявами вона схожа на
-

вже відомі форми адиктивної поведінки (наприклад, унаслідок вживання алкоголю або наркотиків), але належить до типу нехімічних залежностей, тобто не призводить безпосередньо до руйнування організму [3].

Усі вказані ризики і методи впливу на споживачів інформації становлять загрозу для інформаційної безпеки суспільства.

Загроза інформаційній безпеці (англ. information security treat) – сукупність умов і факторів, що створюють небезпеку життєво важливим інтересам особистості, суспільства і держави в інформаційній сфері. Основні загрози інформаційній безпеці можна розділити на три групи:

- 1) загрози впливу неякісної інформації (недостовірної, фальшивої, дезінформації) на особистість, суспільство, державу;
- 2) загрози несанкціонованого і неправомірного впливу сторонніх осіб на інформацію й інформаційні ресурси (на виробництво інформації, інформаційні ресурси, на системи їхнього формування і використання);
- 3) загрози інформаційним правам і свободам особистості (праву на виробництво, розповсюдження, пошук, одержання, передавання і використання інформації; праву на інтелектуальну власність на інформацію і речову власність на документовану інформацію; праву на особисту таємницю; праву на захист честі й гідності тощо).

Це спонукає до втручання в інформаційний простір органів державної влади для захисту інформаційної безпеки, що в свою чергу теж становить загрозу обмеження й утиску прав і свобод особистості: інформація є важливою і невід’ємною складовою успішної життєдіяльності людини і суспільства загалом за умови обачливого використання і захисту особистих даних, а їх втрата становить небезпеку; недостовірною й навмисне перекрученою інформацією має маніпулятивний характер і становить основну загрозу для людини і суспільства, змушуючи вживати певні дії щодо обмеження певних свобод.

Маніпуляції інформацією як інструмент управління масами і формування поведінкової моделі особистості. Автор цитати «Хто

володіє інформацією, той володіє світом» навряд чи свого часу усвідомлював уповні, наскільки він має рацію, наскільки світ керований інформацією, наскільки легко підкорювати цілі народи за допомогою інформації.

Управління поведінкою людини може бути структурним, як в армії, коли керівник віддає накази і керує підлеглими. У такій структурі інформаційні процеси протікають по вертикалі й вирішуються завдання, поставлені зверху.

Однак управління може бути й безструктурним. У цьому випадку навколо об'єкта впливу формується таке інформаційне оточення, яка буде стимулювати його діяти так, як потрібно замовнику. Найпростішим прикладом такого управління є реклама. У ній немає безпосередніх вказівок купувати певні речі, вона діє по-іншому: створює привабливий образ товару й намагається сформувати в споживача реклами нову потребу, відповіддю на яку і буде придбання товару. Прямого наказу і організаційної структури в рекламі немає, а людина здійснює купівлю нав'язаного їй товару.

Проте рекламувати чи безструктурним методом просувати в суспільство можна не тільки предмети, а й моделі поведінки, погляди на життя, життєві орієнтири, ідеї, цінності. Цілеспрямоване і системне просування певних ідей безструктурним способом – це явище, що відоме загалу як «пропаганда», якою займаються всі без винятку засоби масової інформації.

Пропаганда (лат. *propaganda*, дослівно – «яка підлягає поширенню (віра)», від лат. *propago* – «поширюю») – це форма комунікації, спрямована на поширення в суспільстві світогляду, теорії, твердження, фактів, аргументів, чуток та інших відомостей для впливу на суспільну думку на користь певної спільної справи чи громадської позиції. Пропаганда може класифікуватися відповідно до джерела та природи повідомлення, мати певне забарвлення та спрямування залежно від джерел інформації та мети.

В умовах інформаційних воєн найбільш важливими аспектами пропаганди є питання створення недостовірної інформації та управління нею. Щоб протидіяти негативній пропаганді і маніпулюванню, потрібно розуміти, як протікають процеси

безструктурного управління в суспільстві, знати методи опрацювання інформації для пошуку і відбору достовірних даних та методи протидії негативним формам інформаційного впливу на суспільство.

Технологія пропаганди. Під час Міжнародного симпозіуму «Революція, війна та їх наслідки», що відбувся 16 та 17 березня 2018 року у Варшаві, державний секретар Міністерства інформаційної політики України Артем Біденко нагадав про вже відому пропагандистську «4D»-стратегію Кремля: dismissing, distorting, distracting, dismaying (заперечення, спотворення, дезорієнтація, залякування). Він також озвучив учасникам симпозіуму ще одну формулу російської дезінформаційної кампанії – «4F»-стратегію, яка мітить: fake news, fake media, fake experts, fake events (фейкові новини, медіа, фальшиві експерти і події) [19].

Суть «4D-стратегії» полягає у використанні особливостей психології комунікації в соціальних групах. У первісному вигляді стратегія була викладена співробітником Центрального інституту європейської політики Беном Німмо (Ben Nimmo) у публікації на ресурсі інституту й передрукована багатьма іншими сайтами у перекладах. Так, зокрема, на Stopfake.org, де послідовно і детально були розглянуті елементи цієї стратегії [22].

Відхилення звинувачення – перша ланка стратегії. Такий підхід Росії до негативних звітів або коментарів полягає в тому, щоб спростувати їх або шляхом заперечення тверджень на місцях (у середовищі споживачів інформації), або шляхом обмовляння того, хто їх озвучує (джерела інформації), поставивши під сумнів його авторитет і значущість самої інформації. Як приклад Бен Німмо наводить послідовне заперечення Росією збройної анексії українського півострова Криму з використанням своєї армії з 22 лютого 2014 року: *«Росія не брала участь у конфлікті. Росія підтримувала кримських повстанців. Росія спланувала все»*. Тільки одне з цих тверджень може бути правдою! Те, що Путін зробив всі ці три заяви в сліпучому сяйві перед камерами, показує, до якої міри дійшли російські інформаційні засоби, маніпулюючи обманом [22].

Спотворення інформації полягає в тому, що зміст інформації може змінюватися в процесі її передавання різними каналами від

джерела до споживача. Ступінь спотворення прямо пропорційний числу каналів і ланок передачі, через які проходить повідомлення: чим більше учасників отримує доступ до тієї чи іншої інформації і передає її іншим людям, тим сильніше відрізняється остаточний варіант від початкового. Це найбільш поширене явище в сучасних засобах масової інформації, воно зумовлене цілою низкою причин, що тісно пов'язані між собою, починаючи від зниження якості інформаційного продукту через зменшення фінансування при скороченні термінів підготовки новинного контенту в умовах жорсткої конкуренції виробників і закінчуючи посиленням цензури з боку державних органів.

Серед найважливіших причин спотворення інформації можна виділити такі: 1) проблеми перекладу і полісемія створюють можливість різнотлумачення одного й того самого повідомлення; 2) відмінності в рівні освіти, інтелектуальному розвитку, професіоналізмі; 3) неповнота інформації через обмеження доступу до неї або навмисна подача не в повному обсязі, що призводить до домислення і доповнення неперевіреними фактами та припущеннями; 4) недостатній рівень кваліфікації співробітника, що представляє інформацію; 5) емоційне напруження; 6) упередження щодо осіб або явищ, про яких ідеться в повідомленні.

Комплексність причин спотворення інформації можна продемонструвати на прикладі ставлення росіян до загибелі своїх співвітчизників у складі незаконного ПВК «Вагнера» в Сирії. «Заборона розголошення військових втрат у мирний час», тенденційне висвітлення новин про події в Сирії, тотальне насадження через соцмережі та засоби масової інформації ідеї «великої країни в кільці ворогів» призвели в результаті до того, що понад 54% опитаних росіян вважають допустимим спотворення інформації в державних інтересах, понад 71% респондентів схвалили цензуру [13] і не обурюються з приводу відсутності достовірної інформації про численні втрати співвітчизників у конфлікті на території чужої країни.

Дезорієнтація одержувача інформації – відповідь на питання іншим, причому логічно некоретним питанням або ж надання

надмірної кількості інформації, що не стосується справи, істинної або помилкової, з метою відволікти увагу від суті питання, що розглядається. Прикладом цього елемента стратегії може служити інформаційний фонтан версій знищення голландського Boeing MH17 з підтвердженнями сенсаційним фактажем з незнаних джерел, інтерв'ю з випадковими очевидцями та всілякими оцінками й коментарями цивільних і військових експертів [2]. Але при цьому російська делегація в Радбезі ООН блокує будь-які пропозиції щодо організації кримінального суду над особами, причетними до знищення цивільного літака, всіляко затягуючи завершення розслідування судом і покарання винних за злочин [17].

Залякування – залякування супротивника загрозою провалу його планів, поширення тривоги серед прихильників опонента, використання внутрішніх протиріч і опозиції всередині країни – об'єкта агресії.

Протягом останніх років залякування як метод міждержавного шантажу набуло просто-таки масштабів епідемії. Це легко відстежити навіть за медійними заголовками: «Глава Пентагону звинуватив Китай у залякуванні та примусі» (йдеться про розміщення Китаєм систем озброєнь на штучних островах у Південно-Китайському морі), «Китай закликає США припинити економічне залякування», «Навіщо Росія залякує світ бойовими літаками?», «Росія постійно погрожує, залякує та нападає на сусідні держави», «Росія і сепаратисти повинні припинити залякувати Україну», «Росія вбачає у ядерній зброї гарантію безпеки і спосіб залякування сусідів», «Росія залякує Ізраїль через закон щодо України», «США звинуватили РФ у залякуванні спостерігачів ОБСЄ», «Трамп: США та їхніх союзників неможливо залякати» тощо.

«4F»-тактика дезінформації. Дезорієнтація і фальсифікація є різновидами дезінформації, які дають змогу ввести людину в оману. **Дезінформацією** (або дезінформуванням) називається один із способів маніпулювання інформацією. Це введення кого-небудь в оману шляхом надання неповної або непотрібної інформації або спотворення частини інформації чи контексту.

Мета такого впливу завжди одна – опонент повинен учинити так, як це необхідно маніпулятору. Вчинок об'єкта, на якого спрямована дезінформація, може полягати в ухваленні потрібного маніпулятору рішення або у відмові від прийняття рішення, що не вигідне для маніпулятора. Але в будь-якому випадку кінцева мета – це дія, яку буде зроблено.

Відповідно до цього широко використовуються «4F-тактики» дезінформації.

Фейкові новини (фейк, фальшиві новини) – це інформаційна містифікація, навмисне поширення неправди або напівправди в соціальних медіа і традиційних засобах масової інформації з метою введення особи в оману для отримання фінансової або політичної вигоди. Відбувається створення підроблених новин, часто з використанням помітних заголовків, або повністю сфабрикованих історій для збільшення читацької аудиторії й цитованості.

Основна причина використання таких методів у звичайних обставинах – прибуток від замовника матеріалу або ж від накрутки кліків на ресурс з подальшим прибутком від розміщення рекламних матеріалів. Прибуток формується аналогічно до принципів клікбейтінга і є доходом від реклами, який генерується незалежно від достовірності опублікованих матеріалів за рахунок доступу до Ad-revenue (програми обліку переглядів реклами). Можливості анонімного хостингу сайтів, на яких публікуються анонімні автори або автори під псевдонімами, ускладнюють законне переслідування таких джерел за дезінформацію або наклеп.

Під час виборчих перегонів використання фейкових новин набуває зазвичай широкого розмаху й має воістину драматичний супровід політичних дебатів і поствиборчих розслідувань. Як приклад можна навести публікацію з розслідування фейкових новин, що продукувалися 2016 року в м. Велесі (Македонія) перед виборами президента Трампа в США: «У середині 2016 року редактор веб-ресурсу BuzzFeed Крейг Силверман помітив дивний потік придуманих історій, які надходили з маленького східноєвропейського містечка (Велес). Він з колегами почали журналістське розслідування. І незадовго до виборів у США було ідентифіковано щонайменше

140 новинних сайтів, які генерували брехливі новини. Невідомо, чи цікавила молодих людей у Велесі американська політика. Але за рекламу в Facebook вони отримували гроші» [21]. BuzzFeed довів, що фейкові новини в період президентської кампанії в США збирали більше кліків, ніж новини від The New York Times, The Washington Post та CNN.

У межах інформаційної війни фейкові новини використовуються як своєрідна «зброя», за допомогою якої ворогуючі сторони намагаються здобути перевагу. Згадаймо, 17 липня 2014 року на сході Донецької області був збитий Боїнг 777, загинули 298 осіб. Міжнародна слідча група встановила, що літак збили з доставленого з Росії зенітно-ракетного комплексу «Бук». Було ініційовано передання справи до міжнародного трибуналу. 7 грудня 2017 року «канал Міноборони Росії “Звезда” подав інтерв’ю з начебто колишнім офіцером ЗСУ Юрієм Батуріним. Чоловік сказав, що був начальником командного пункту військової частини А-1215 і... українські військові розповіли йому, як до катастрофи вони перевезли “Бук“ у селище Зарощенське, звідки... був здійснений пуск ракети по літаку “Малайзійських авіаліній”... Російські ЗМІ після цього вийшли із заголовками: “Боїнг над Донбасом все-таки збив український Бук”, “Екс-офіцер ЗСУ розповів, хто насправді винен у катастрофі Боїнга під Донецьком” та низкою подібних... У Генеральному штабі Збройних сил України... наголосили, що слова Батуріна не відповідають дійсності... Зарощенське не перебувало під контролем військових України. Російські ЗМІ вже не вперше поширюють дезінформацію про збиття літака рейсу МН17» [11] з метою вкотре виправдатися і уникнути міжнародного трибуналу за військовий злочин.

Загалом, один із ризиків фейкових новин полягає в «розширенні меж того, у що ми віримо». Ця фраза з The Guardian стала популярною в багатьох країнах: очевидно, люди повсюдно усвідомлюють, наскільки небезпечним є стирання «кордонів» між світами вимислу і реальності.

Фейкові медіаресурси – інформаційні ресурси, які створені з метою поширення недостовірної інформації певної тематики. Їхніми

характерними особливостями, як правило, є реєстрація і розміщення хостингу поза межами регіону, на який вони нібито орієнтовані; зазначення нетипових для регіону контактних даних; нетипові мовні вислови і чужорідні поведінкові шаблони у викладі матеріалу; наявність множинних ресурсів, що повністю подібні за оформленням, тематикою і контентом; контент, що не створюється, а копіюється з новинних агрегаторів; низька популярність серед населення регіону.

Прикладом існування таких медіаресурсів може слугувати недавній випадок із виявленням в Україні та США схеми керування із РФ новинних порталів для просування фейкових новин. Ось яким був перебіг розслідування: розробником всіх виявлених фейкових сайтів була вказана компанія з нетиповою для США назвою 1gorod.com. Привертало також увагу, що слово «gogod» – транслітерація. «Повний список сайтів, – зазначається в розслідуванні, – з однаковим шаблоном, принципом роботи і під керівництвом 1gorod.com... такий: Newsnyork.com (New York News), Newsinca.com (California News), Newsinkansas.com (Kansas News), Xerson.net (Новости Херсона), v-kieve.net (Новости Киева), novosti.lugansk.ua (Новости Луганска), novosti.donetsk.ua (Новости Донецка)» [1]. Система геолокації підтвердила, що спрямоване розслідувачами звернення в компанію прочитали власники e-mail в Москві та Єкатеринбурзі. Враховуючи те, що публікації сайтів неоригінальні й неправдиві, місце реєстрації видумане, зроблено висновок: мережа фейкових сайтів придумана з метою поширення неправдивої інформації [1].

Фейкові експерти – вигадані або несправжні авторитетні фахівці з певних галузей людської діяльності, думка яких покликана засвідчити значущість певної інформації, чуток, що не підтверджені вказівкою на офіційне джерело і викликають сумніви. Розвиток інформаційних технологій значно спростив процес фальсифікації офіційних документів, що підтверджують особу, а соціальні мережі, що дають змогу створювати «історії життя і коло спілкування» для загального ознайомлення та поверхневої перевірки, пришвидшили процес «легалізації» фейковий експертів.

Яскравим прикладом існування таких експертів і складності їх виявлення є розслідування діяльності фейкового експерта Пентагону

з питань Росії Девіда Джуберга. У період з 2015–2017 років на його думки і висловлювання на підтримку України і засудження агресії РФ часто посилалися в публікаціях соціальних мереж і навіть у матеріалах засобів масової інформації. Насправді це видуманий американським фінансистом Деном К. Рапопортом і його друзями персонаж, із такою самою вигаданою біографією, підставними фото, підробленими посвідченнями [12].

Фейкові події – це створення і нав'язування громадськості нової інтерпретації подій минулого або часткова підміна послідовності подій. В основі останнього процесу лежить таке поняття, як «конформізм пам'яті». Так називають властивість спогадів про минулі події спотворюватися під впливом чужої думки. Коли людина виявляє, що більшість людей з її оточення описує якийсь випадок, який вона теж пам'ятає, інакше, то вона схильна з ними погодитися. Психолог Аянна Томас з Університету Чарльза Тафтса в Массачусетсі експериментальним шляхом підтвердила вплив думки більшості або стереотипів, що існують в суспільстві, на появу помилкових спогадів у людей [20].

Цьому, зокрема, сприяє діяльність різних тематичних груп в соціальних мережах, де під впливом кола спілкування закладається стереотип ставлення до ключових питань сьогодення методом спотворення спогадів і зміни думки про події минулого. Найбільш показовим прикладом результату такої діяльності в масштабах соціуму може бути дія нарративу про «історичну перевагу» однієї нації над іншою аж до заперечення права на її існування (достатньо тільки поглянути на багатовікову історію взаємин Росії і України крізь призму нинішніх подій).

Алгоритм впливу інформації на соціум. Процес впливу інформації на соціум відбувається за таким алгоритмом:

- 1) Виділення в соціальних мережах й акцентування уваги на тих дописах (постах) або картинках (у випадку Instagram, Facebook тощо), які являють собою конфліктогенну інформацію.
 - 2) Виявлення і конкретизація фокус-групи / цільової аудиторії. Розписування матриці станів і векторів зсуву / трансформації активності груп. Одночасно з цими діями виконується
-
-

конкретизація тематичних пулів інформації, оцінка структури джерел верифікації / достовірності, сегментація модифікаторів за ступенем резонансу для правильної послідовності «розкачки».

- 3) Відпрацьовування шаблонів поведінкових норм. Будується перелік очікуваних результатів, відбирається перелік резонанс-модифікаторів, створюється мережа джерел верифікації, потім визначається мережа вузлів контролю резонансу для фокус-груп.
- 4) Об'єднання інформації в потік з дотриманням черговості подання. Інформація подається в тому руслі, в якому її зручно розкрутити в суспільстві.
- 5) Знаходження або створення приводу (провокації), що викликає яскраве суспільне невдоволення.
- 6) Запуск пулів інформації формує попередні шаблони поведінки. Запуск спускових пулів інформації для трансформації фокус-груп. Проходження інформації по вузлах контролюють і за потреби підключають модифікаторів корекції.
- 7) Далі можливе виведення людей на вулиці через соціальні мережі.
- 8) Запуск модифікаторів якісної трансформації шаблонів. Контроль і корекція вектора формування вогнищ активності.

Керуючи такими потоками відповідно підготовленої інформації, можна керувати певним сегментом суспільства, наприклад, радикально налаштованими групами чи об'єднаннями громадян з протестними настроями, які в стані емоційного збудження легко й некритично сприймають таку інформацію і спрямовують свою енергію в потрібне суб'єкту впливу місце в потрібний час, виконуючи, по суті, військове завдання, але не знаючи, що ними керують і хто це робить.

Як бачимо, інформація в сучасному суспільстві стала важливим економічним, політичним і соціальним ресурсом, а іноді «вибуховим пристроєм» в інформаційних війнах і засоби масової інформації є засобами формування та управління громадською свідомістю. Тому суть діяльності особи в таких умовах не в тому, щоб уникати будь-яких засобів комунікації, а щоб знати про вплив на людину

інформації і вміти виявляти реальні цілі, на досягнення яких працює певний медіаконтент.

Інформація. Види та властивості інформації

Щоб уміти перевіряти інформацію з мережі Інтернет, потрібно розуміти суть природи інформації та застосовуваних інформаційних технологій.

Насамперед спробуємо окреслити сутність поняття «інформація». Загальноприйнятого визначення інформації не існує. Термін використовується переважно на інтуїтивному рівні і має чимало визначень, кожне з яких залежить від сфери функціонування.

Цікаве трактування цього питання здійснене в роботі Л. Данильчук, де інформація досліджується в контексті наявності взаємозалежної пари об'єктів – джерела і споживача інформації. Інформація розглядається як складова інформаційної безпеки особистості – здатності особистості забезпечувати з певною вірогідністю достатні та захищені інформаційні потоки для підтримки своєї життєдіяльності, стійкого функціонування та розвитку; уміння протистояти інформаційним загрозам і небезпекам, негативним інформаційним діям на індивідуальну і суспільну свідомість і психіку [4].

У міжнародних і українських законодавчих актах та стандартах даються такі визначення поняттю інформація:

- 1) будь-які відомості та / або дані, які можуть бути збережені на матеріальних носіях або відображені в електронному вигляді (Закон України «Про інформацію»);
- 2) знання про предмети, факти, ідеї і т. д., якими можуть обмінюватися люди в рамках конкретного контексту (ISO / IEC 10746-2: 1996);
- 3) знання щодо фактів, подій, речей, ідей і понять, які в певному контексті мають конкретний зміст (ISO / IEC 2382 до: 2015);
- 4) відомості, що сприймаються людиною (або) спеціальними пристроями як віддзеркалення фактів матеріального або духовного світу в процесі комунікації [9].

Серед інших визначень інформації, зокрема, такі:

- 1) інформація – це сукупність відомостей (даних), які сприймають із навколишнього середовища (вхідна інформація), видають у навколишнє середовище (вихідна інформація) або зберігають всередині певної системи [8];
- 2) інформація – це відомості про осіб, предмети, факти, події та процеси, незалежно від форми їх представлення [10];
- 3) «інформація являє собою сукупність відомостей про всілякі об'єкти, явища, процеси <...>, інформація є вибір одного варіанта (або декількох) із багатьох можливих і рівноправних» [6].

Отже, інформація – це продукт взаємодії даних та методів, який розглядається в контексті цієї взаємодії.

Інформація існує у вигляді документів, креслень, рисунків, текстів, звукових чи світлових сигналів, електричних та нервових імпульсів тощо. Саме слово «інформатика» походить від латинського *information*, що означає виклад, роз'яснення факту, події.

Найбільш важливими **властивостями інформації** є: достовірність; актуальність; оперативність; ідентичність; об'єктивність; повнота; адекватність; доступність; точність; цінність.

За призначенням інформацію поділяють на:

- 1) *масову*, що містить загальновідомі відомості і оперує набором понять, зрозумілим більшій частині соціуму;
- 2) *спеціальну*, що містить специфічний набір понять. Під час її використання відбувається передача відомостей, які можуть бути незрозумілі основній масі соціуму, але необхідні й зрозумілі в межах вузької соціальної групи, де використовується ця інформація;
- 3) *секретну*, що охоплює відомості у сфері оборони, економіки, науки і техніки, зовнішніх відносин, державної безпеки та охорони правопорядку, розголошення яких може завдати шкоди національній безпеці країни [16], призначена вузькому колу осіб;

4) *особисту*, яка містить набір відомостей про особистість, що визначає її соціальний стан і типи соціальних взаємодій всередині певної спільноти.

Основні види інформації розрізняють за формами її представлення, кодування та збереження. Це графічна, звукова, текстова, числова, відеоінформація.

Дані є складовою частиною інформації і являють собою формально зареєстровані відомості. Під час інформаційних процесів дані перетворюються з одного виду в інший за допомогою певних методів. Опрацювання даних містить множину різних операцій. Основними операціями є:

- 1) збір даних – накопичення інформації з метою забезпечення достатньої її повноти для прийняття рішення;
- 2) формалізація даних – приведення даних, що надходять із різних джерел до однакової форми;
- 3) фільтрація даних – усунення зайвих даних, які не потрібні для прийняття рішень;
- 4) сортування даних – впорядкування даних за певною ознакою з метою зручності використання;
- 5) архівація даних – збереження даних у зручній та доступній формі;
- 6) захист даних – комплекс дій, що скеровані на запобігання втрат, відтворення та модифікації даних;
- 7) транспортування даних – прийом та передавання (поширення, розповсюдження) даних між віддаленими користувачами, учасниками інформаційного процесу. В інформатиці джерело даних прийнято називати сервером, а споживача – клієнтом;
- 8) перетворення даних – переведення даних з однієї форми або структури в іншу або зміна типу носія.

Поширення інформації може відбуватися у двох формах – **фактичного твердження** чи **оцінного судження**. Оцінними судженнями (за винятком наклепу) є висловлювання, які не містять фактичних даних, наприклад критика, оцінка дій, а також висловлювання, що не можуть бути витлумачені як такі, що містять

фактичні дані, зокрема з огляду на характер використання мовностилістичних засобів.

Комп'ютерне опрацювання інформації є лише одним із багатьох методів і виконується в чисельному вигляді. Уся символна, звукова, графічна, відеоінформація перетворюється в числа і є невід'ємною складовою будь-якої інформаційної системи.

Інформаційна система – взаємозв'язана сукупність персоналу, даних, обладнання, засобів пошуку, зберігання, опрацювання та видачі інформації, використовувана для забезпечення інформаційних потреб користувачів. Основний технічний засіб опрацювання інформації – комп'ютер, оснащений спеціалізованими програмними засобами.

Інформаційні технології, ІТ – сукупність методів, виробничих процесів і програмно-технічних засобів, інтегрованих з метою збирання, опрацювання, зберігання, розповсюдження, надання і використання інформації в інтересах її користувачів. Використовується також загальніший, вищий за ієрархією, термін – інформаційно-комунікаційні технології (Information and Communication Technologies, ICT)

Це технології, що забезпечують та підтримують інформаційні процеси, тобто процеси пошуку, збирання, передавання, збереження, накопичення, тиражування інформації та процедури доступу до неї.

Види сучасних інформаційних технологій: інформаційна технологія опрацювання даних; інформаційна технологія керування; інформаційна технологія підтримки прийняття рішень; інформаційна технологія експертних систем.

Термін «інформаційні технології» в його сучасному витлумаченні вперше з'явився в статті 1958 року, опублікованій у журналі «Harvard Business Review». Її автори – Гарольд Дж. Лівітт і Томас Л. Віслер – зазначили, що «у новій технології ще немає єдиної усталеної назви. Ми будемо називати це інформаційними технологіями (ІТ)». Їхнє визначення складається з трьох категорій: методів опрацювання, застосування статистичних і математичних методів для прийняття рішень та моделювання мислення вищого порядку за допомогою комп'ютерних програм.

Основні риси сучасних ІТ: структурованість стандартів цифрового обміну даними алгоритмів; широке використання комп'ютерного збереження і надання інформації в необхідному вигляді; передача інформації за допомогою цифрових технологій на практично безмежні відстані.

Основними засобами ІТ є: технічні засоби; комунікаційні засоби; організаційно-методичне забезпечення; стандартизація.

Однією з найважливіших функцій інформаційних технологій є поширення та пошук інформації. При цьому поширення інформації означає використання програмно-технічних засобів передачі даних і необхідних для цього інформаційних технологій [15].

До програмно-технічних засобів передачі даних належать засоби зв'язку (телекомунікації) і програмно-технічні комп'ютерні пристрої, системи та комплекси. Засоби зв'язку – обладнання приймання / передавання, пристрої та середовище поширення даних. Пристрої поширення даних забезпечують їхнє передавання дротовими й бездротовими лініями та каналами зв'язку. Середовище поширення – це певна сукупність пристроїв передавання даних і телекомунікацій, що дають змогу користувачам використовувати її для взаємообміну інформацією. Таким середовищем є Інтернет, що являє собою єдиний інформаційний простір і засіб комунікації.

Інтернет – це величезна (глобальна) міжнародна транспортна інформаційна магістраль, що дає змогу здійснювати обмін різноманітними даними практично з будь-якої точки планети. Інтернет водночас є й величезним сховищем розподіленої інформації різних форматів і видів. Він об'єднує безліч централізованих інформаційних систем і окремих серверів, що взаємодіють між собою завдяки використанню єдиних принципів і правил. До таких правил, або стандартів, відносяться мережеві протоколи взаємодії, а також правила адресації в Інтернеті. Користувачі Інтернету, сервери, сайти, інформаційні системи, портали тощо, що містяться в мережі, мають унікальні адреси, що називаються URL-адресами (Uniform Resource Locator – універсальний механізм вказівки місцезнаходження ресурсів або об'єктів мережі; уніфікований покажчик ресурсів).

URL-адреса складається з трьох частин і описує транспортний протокол, який використовується під час пересилання даних (http, ftp), доменне ім'я сервера в мережі Інтернету і визначає шлях до конкретного (шуканого) файлу.

Крім такої адресації, існують і цифрові IP-адреси (raw IP address), що формуються на основі системи доменних імен (Domain Name System, DNS) для перетворення умовних адрес в абсолютне значення унікального номеру. Вони складаються з чотирьох груп 3-розрядних чисел, відокремлених один від одного крапками.

Технології пошуку інформації. Інформаційний пошук – це виконання певних логічних і технічних операцій, необхідних для знаходження інформаційних матеріалів (документів, відомостей про них, фактів, даних і знань), які найбільш повно відповідають запиту (релевантність) та інформаційним потребам (пертинентність) користувача.

Надійний і водночас найшвидший вид пошуку інформації в Інтернеті – *пошук за адресами URL*. Багато з них наводяться в друкованих виданнях, спеціальних довідниках, звучать в ефірі популярних радіостанцій і з екранів телевізора.

В Інтернеті зосереджена величезна кількість документів. Щоб полегшити пошук потрібної інформації, створюються спеціальні пошукові машини.

Пошукові машини – це автоматичні системи, опитувальні сервери, підключені до глобальної мережі, що зберігають у своїй базі інформацію про наявні на серверах дані. За сформульованим певним чином запитом пошукові машини надають інформацію про те, де можна отримати необхідні дані. Як правило, пошукові машини складаються з трьох частин: робота, індексу і програми опрацювання запиту.

Робот (Spider, Robot або Bot) – це програма, яка відвідує веб-сторінки і зчитує (повністю або частково) їхній вміст. Роботи пошукових систем розрізняються індивідуальною схемою аналізу вмісту веб-сторінки.

Індекс пошукової системи – це сховище пошукових образів, відвіданих роботами сторінок. Пошуковий образ документа (зокрема і

веб-сторінки) – це опис змісту документа спеціальною інформаційно-пошуковою мовою. Цей опис містить коди виняткових слів документа, що відображають його зміст та суть. Індокси в кожній пошуковій системі розрізняються за обсягом і способом організації інформації, що зберігається. Бази даних провідних пошукових машин зберігають відомості про десятки мільйонів документів, а обсяги їхнього індексу становлять сотні гігабайт. Індокси періодично оновлюються і доповнюються, тому результати роботи однієї пошукової машини за одним і тим самим запитом можуть відрізнитися, якщо пошук проводився в різний час.

Програма опрацювання запиту – це програма, яка відповідно до запиту користувача «переглядає» індекс на предмет наявності потрібної інформації і повертає посилання на знайдені документи. Безліч посилань на виході системи розподіляється програмою в порядку зменшення релевантності, тобто починаючи від посилань, що найбільшою мірою відповідають запиту, і завершуючи тими, що мають найменшу релевантність.

Пошукові машини розрізняються за охопленням інформаційних ресурсів: 1) пошукові машини загальної тематики, що мають базу даних з усіх галузей знань і характеризуються великим індексом і обсягом накопичуваної інформації; 2) пошукові машини спеціального призначення, що переглядають тільки сайти певної тематики, наприклад музичні або музейні.

Основними характеристиками пошукових машин є: обсяг документів в індексі; частота оновлення інформації; інформаційний простір, який охоплює роботу пошукової машини, і різноманітність типів документів, про які збирається інформація; швидкість опрацювання запиту; критерій визначення релевантності (відповідності знайденого документа пошуковому запиту); можливість деталізації та уточнення запиту.

Пошук за рубрикатором пошукової системи. Пошукові каталоги є систематизованою колекцією (добіркою) посилань на інші ресурси Інтернету. Посилання організовані як тематичний рубрикатор, що являє собою ієрархічну структуру, переміщуючись якою, можна знайти потрібну інформацію.

Пошук за ключовими словами. Більшість пошукових машин мають можливість пошуку за ключовими словами. Це один із найпоширеніших видів пошуку. Для такого пошуку необхідно ввести в спеціальному вікні слово або кілька слів, які потрібно шукати, і пошукова система знайде у своїй базі та покаже документи, що містять ці слова. Таких документів може виявитися безліч, тож можна виконати пошук у вибірці або уточнити запит за допомогою додаткових умов.

Наведемо десять простих правил формулювання запиту в пошуковій системі:

- 1) ключові слова в запиті потрібно писати малими літерами; це забезпечить пошук всіх ключових слів, а не тільки тих, що починаються з великої літери;
- 2) під час пошуку враховуються всі форми слова за правилами мови пошуку, незалежно від форми слова в запиті (наприклад, певної часової форми чи форми множини);
- 3) для пошуку стійкого словосполучення потрібно взяти слова в лапки (наприклад, «особисті дані»);
- 4) для пошуку точної словоформи перед словом потрібно поставити знак оклику (наприклад, «! особисті дані»);
- 5) для пошуку всередині одного речення слова в запиті поділяють пропуском або знаком &: «особисті дані» або «особисті&дані»; кілька набраних у запиті слів, розділених проміжками, означають, що всі вони повинні входити в одну пропозицію шуканого документа;
- 6) якщо ви хочете, щоб були відібрані тільки ті документи, в яких трапляється кожне слово, вказане в запиті, поставте перед кожним з них знак плюс «+». Якщо ви, навпаки, хочете виключити деякі слова з результату пошуку, поставте перед цим словом мінус «-». Знаки «+» і «-» треба писати через пробіл від попереднього і разом з наступним словом. Наприклад, за запитом «особисті -дані» будуть знайдені документи, в яких є слово «особисті» і немає слова «дані»;

- 7) під час пошуку синонімів або близьких за змістом понять між словами можна поставити вертикальну риску «|». (особисті | дані);
- 8) замість одного слова в запиті можна підставити цілий вислів; для цього його треба взяти в дужки (особисті | дані) + (знаменні | дати);
- 9) знак «~» (тильда) дає змогу знайти документи з пропозицією, яка містить перше слово, але не містить другого;
- 10) якщо оператор зазначений один раз (наприклад, & або ~), то пошук відбувається в межах пропозиції; подвійний оператор (&&, -) задає пошук у межах усього документа.

Достовірність інформації. Перш ніж шукати інформацію, потрібно розібратися, яка інформація вважається достовірною, а яка недостовірною, і навчитися розрізняти їх.

Недостовірною вважається інформація, що містить відомості про події та явища, яких не існувало взагалі або які існували, але відомості про них не відповідають дійсності, вони неповні або перекручені.

Достовірна інформація – відомості, що відповідають дійсності, факти, наявність яких за необхідності можна підтвердити юридично коректними процедурами із залученням свідків, використанням документів, експертних висновків тощо. Достовірними також вважаються відомості, що публікуються з обов'язковим посиланням на джерело та автора.

Джерела інформації також можуть бути *достовірні* і *недостовірні*, *компетентні* і *некомпетентні*. Ними можуть бути: фізичні особи, що з огляду на своє службове положення і повноваження володіють відомостями, якими цікавляться засоби масової інформації; реальне середовище (природне, урбаністичне і предметно-речове, в якому живе людина); віртуальне інформаційне середовище; документи, які можна перевірити юридично; друковані видання, що мають вихідні дані (енциклопедія, підручник, стаття в друкованому журналі тощо); сайти в мережі інтернет (Інтернет-ЗМІ, Інтернет-портал, Інтернет-сторінка і т.д.).

Нижче в порядку зменшення ступеня достовірності наведені джерела, згруповані за критерієм значущості [7]:

- 1) ресурси офіційних державних, наукових, галузевих та освітніх установ, реквізити яких містять правильну назву верхнього доменного імені, контактні данні відповідальних посадових осіб, інформацію про авторів та посилання на інші видання такого самого рівня; більшість контенту на цих ресурсах – це документи, представлені в електронній та оцифрованій формі;
- 2) сайти офіційних засобів масової інформації державного та регіонального рівнів, новинних агрегаторів, незалежних засобів масової інформації з позначенням реєстраційних даних та контактних даних відповідальних осіб;
- 3) корпоративні сайти;
- 4) особисті сайти та сторінки;
- 5) безіменні сайти.

Наступним критерієм оцінювання достовірності інформації є **авторитет автора** матеріалу. Важливі джерела інформації – представники офіційних органів влади, адже державні установи зобов'язані звітувати про свою діяльність, забезпечувати громадян точною, правдивою інформацією.

Слід **розрізняти фактичні твердження та оціночні судження** й враховувати обґрунтованість оціночного судження. Поширення недостовірної інформації карається законодавством більшості країн. Так, в Україні відповідальність за це передбачена ч. 1 ст. 277 ЦК України. Водночас згідно зі ст. 47 Закону України «Про інформацію» ніхто не може бути притягнутий до відповідальності за висловлення оціночних суджень і оціночні судження не підлягають спростуванню та доведенню їх правдивості, на відміну від фактичних тверджень (документованих або публічно оголошених відомостей про події та явища, що відбуваються у суспільстві, державі й навколишньому природному середовищі) [18].

Європейський суд з прав людини виокремив три критерії, на яких може ґрунтуватись суб'єктивна оцінка: 1) факти, що вважаються загальновідомими; 2) підтвердження висловлювання яким-небудь

джерелом; 3) посилання на оприлюднені результати незалежного дослідження [5].

Методика перевірки інформації. Розглянемо рекомендовані фахівцями способи перевірки даних з отриманої інформації за допомогою перехресного пошуку відповідності в Інтернеті.

Перевірка фактичного матеріалу через джерела.

Факт вигадати майже неможливо, бо його достовірність строго встановлена та підтверджена джерелом, а часто й не одним. Перевірка точності фактів і статистичних даних покаже, на які дані спирається сайт. Наявність посилань на авторитетні джерела, на зразок агентств збору статистики або наукових інститутів, підвищують достовірність даних. Якщо ця інформація не є точною або не відповідає дійсності, то й інший матеріал також не заслуговує на довіру.

Особливу увагу слід приділяти ретельній перевірці фактажу при роботі зі соціальними мережами як джерелами інформації: потрібно пересвідчитися в достовірності акаунта, з'ясувати місцезнаходження автора повідомлення, перевірити дату повідомлення, передивитися цитування статусів і постів в інших засобах масової інформації (рис. 3.1).

Пошук альтернативних джерел інформації.

Порівняння – один з найефективніших способів пошуку істини. Рідко одна і та сама недостовірною інформація публікується на декількох сайтах відразу. Тому якщо одні й ті ж дані трапляються в Інтернеті на абсолютно різних ресурсах і в різних формах подання, то їм можна довіряти. При цьому варто приділити увагу авторитетності первісного джерела інформації. На жаль, не рідкісними є випадки, коли всі сайти посилаються на одне і те саме недостовірне джерело.

У разі потреби перевірити джерела інформації стосовно регіональної належності, реєстрації та розташування можна скористатися спеціалізованими онлайн-сервісами. Такі ресурси (check-host.net, speed-tester.info, 2ip.ua тощо) за доменним ім'ям сайту виконують пошук і нададуть вичерпну інформацію про місце розташування сервера, дані про провайдера та хостера, дату реєстрації та реєстратора ресурсу. Крім цього, можна скористатися

додатковими сервісами для перевірки автора матеріалу за даними геолокації акаунта, за нікнеймом або за IP-адресою.

Встановлення використання матеріалу іншими джерелами.

Передрук і копіювання даних з одного сайту іншими є хорошим знаком, оскільки це означає, що цьому джерелу довіряють. Чим більше посилань на вихідний матеріал знайдемо в Інтернеті, тим вище його авторитет в очах інших ресурсів. Безсумнівно, це говорить на користь наведеної інформації.

З'ясування рейтингу і авторитету джерела.

Найдієвіший спосіб переконатися в правдивості отриманої інформації – це ознайомитися з репутацією ресурсу, на якому вона розміщена. Відомі ресурси зазвичай заслуговують довіри, оскільки відповідально ставляться до свого рейтингу і не стануть розмінювати його на сумнівні сенсації. Дізнатися про популярність сайту можна за допомогою спеціальних рейтингових систем, що містяться в переліку сервісів пошукових систем. Додатково можна ознайомитися з відгуками про нього. Позитивним є наявність у ресурсу свідоцтва про реєстрацію засобу масової інформації. Крім того, перевірені дані публікують офіційні сайти, які є першоджерелами.

Отримання інформації про автора матеріалу.

Для того, щоб зрозуміти, чи варто довіряти певній статті, потрібно пошукати інформацію про статус і компетентність її автора, ознайомитися з іншими його працями, коментарями й відгуками читачів. Якщо автор статті має хороший журналістський досвід, почесну посаду або науковий ступінь, шанси на правдивість його доказів зростають. Крім цього, в Інтернеті можуть бути його блоги, сторінки в соціальних мережах та інша інформація, яка допоможе сформулювати думку про автора. Окрему категорію складають матеріали, передруковані з реальних джерел, але доступні в Інтернеті, наприклад, підручники та енциклопедичні дані. Водночас потрібно обережно ставитися до таких ресурсів, як Вікіпедія. Інформація, опублікована в ній, цілком може виявитися недостовірною, оскільки доступ до редагування статей має кожен охочий. Це може бути як досвідчений професор, так і звичайний школяр. Вікіпедія хороша для розширення кругозору, однак посилатися на неї в серйозній роботі вельми небезпечно. Те саме можна сказати і про блоги. Часто ніхто,

окрім автора блогу, не може підтвердити достовірність опублікованої інформації. Тому використовувати блогерські дані потрібно обережно, перевіряючи їх особливо ретельно.

У випадку аналізу наукової інформації і наукових джерел доцільно користуватися системами індексів наукового цитування (національна система – Український індекс наукового цитування, <http://uincit.urau.ua>) та звертати увагу на імпаکت-фактор українських і зарубіжних фахових журналів (у базах даних SCOPUS, Web of Science, THOMPSON ISI, Journal Citation Reports Science Edition, Journal Citation Reports Social Science Edition та ін.).

Вдосконалення алгоритму формування пошукового запиту.

Грамотний підхід до формування пошукових запитів значно пришвидшує процес пошуку інформації. Не завжди точно відома назва сайтів, на яких можна отримати потрібні дані, тому доцільно використовувати популярні пошукові сервіси, зокрема такі, як Google. Далі багато залежить від пошукової процедури і формулювання запиту. Будь-яка пошукова система шукає у своїй базі даних із мільярда сторінок ті, що відповідають заданим параметрам, і використовує для цього власні програми пошуку та індексації. Пошукові системи зберігають попередньо опрацьовані сторінки у файлах бази даних у проіндексованому вигляді, щоб сторінку можна було знайти за ключовими словами після запиту користувача. Варто враховувати, що в різних пошукових систем відрізняються алгоритми опрацювання та індексації інформації. Тому для більш результативного пошуку є сенс шукати інформацію одночасно в різних пошукових системах, з урахуванням регіону та мовних особливостей, враховуючи принцип таргетування за цілим переліком можливих критеріїв.

Переходимо до висновків. Керуючись правилами елементарної логіки, підготовлений користувач зможе відрізнити правду від брехні. Однак навіть найдосвідченіша людина може виявитися ошуканою. Засилля гарно оформлених сайтів шахраїв і жовтої преси здатне ввести в оману кого завгодно. Щоб не потрапити в пастку, варто дотримуватися низки правил.

1. Обов'язково потрібно перевіряти інформацію і її джерела. Важливо перевіряти всі важливі дані, знайдені в Інтернеті, оскільки

наслідки використання недостовірної інформації можуть бути вельми негативними. Слід перевіряти достовірність даних і першоджерела, вивчати синтаксичний план функціонування інформації, логіку її будови та структури.

2. Потрібно критично сприймати й оцінювати інформацію, зважаючи на аргументацію, науковість і коректність фактів. Варто виробити власну методику перевірки інформації за критерієм логічного збігу відомостей під час порівняння даних з декількох джерел, а також взяти за правило не користуватись неперевіреними даними.

3. Необхідно вибудувати власну рейтингову систему джерел інформації за ступенем довіри (на основі власного досвіду, дослідження їхньої достовірності). Насамперед на довіру заслуговують офіційні сайти державних і наукових установ, інформаційні агентства та їхні прес-релізи. Потрібно пам'ятати, що офіційні державні та регіональні онлайн-ЗМІ несуть відповідальність за опубліковані дані.

4. Важливо мати навички грамотного і чіткого формулювання пошукових запитів та вміння працювати з пошуковими системами. Потрібно увляти собі те, що шукаємо, адже це допоможе правильно сформулювати пошуковий запит і заощадить багато часу і зусиль, збільшить шанси знайти саме те, що потрібно. Слід пам'ятати про відмінності пошукових алгоритмів у різних пошукових систем та про існування так званої «маски» користувача, де зберігається інформація про його зацікавленість певними сферами, таргетування за регіональним принципом на основі опрацювання його попередніх запитів.

Завдання і запитання до параграфа

1. Які основні групи інформаційних ризиків вам відомі? Наведіть приклади їх виявів у мережі Інтернет?
 2. Поясніть, що таке загроза інформаційній безпеці й назвіть основні види загроз.
 3. Поясніть комплексну дію складових «4D»-стратегії. У чому полягає складність протидії цій стратегії?
-

4. Поясніть комплексну дію складових «4F»- тактики. У чому полягає складність протидії цій тактиці?
5. Дайте визначення поняттю *інформація* та назвіть основні її властивості.
6. Дайте визначення поняттю *інформаційна технологія* та назвіть її основні види.
7. Що таке інформаційний пошук? Якими методами він здійснюється?
8. Що таке інформаційно-пошукові системи та як їх класифікують?
9. Які основні правила формування запиту в пошуковій системі? Наведіть приклади застосування в запиті спеціальних символів.
10. Що таке достовірна інформація? Назвіть три основні її ознаки.
11. Вкажіть, якою має бути послідовність дій для підтвердження достовірності інформації.
12. Назвіть джерела інформації за статусом її надійності.
13. Проаналізуйте на достовірність самостійно підібране повідомлення новинної агенції, звертаючи увагу на першоджерела, аргументацію, фактаж, підкріплення інформації висновками фахових експертів, та відтворіть схему створення медіаповідомлення (відстежте першоджерела, авторство та авторитетність експертної оцінки).
14. Проаналізуйте будь-яку новинну агенцію за такими критеріями: репутація, заангажованість, компетентність, достовірність. Порівняйте власні висновки з рейтингом пошукових сервісів та висновками фахових експертів.

Список використаної та рекомендованої літератури

1. Бондаренко А. Фейковые украинские и американские сайты с лживыми новостями об Украине [Електронний ресурс] / А. Бондаренко // Fakeoff.org. – 03.09.2015. – Режим доступу: <http://fakeoff.org/politics/iz-rf-upravlyayut-setyu-feykovykh-ukrainskimi-smi> (дата звернення: 01.05.2018).
2. Бугоркова О. Катастрофа МН17: как менялись версии российских СМИ [Електронний ресурс] / Ольга Бугоркова // BBC. News. – 28.09.2016. – Режим доступу: <https://www.bbc.com/russian/features-37496581> (дата звернення: 04.04.2018).

3. Глобальная сеть: правила пользования [Электронный ресурс] / Фонд Развития Интернета. – Режим доступа: <http://docplayer.ru/25883581-Globalnaya-set-pravila-polzovaniya.html> (дата звернення: 01.04.2018).
4. Данильчук Л. Сутність дефініції «інформація» / Лариса Данильчук // Педагогіка і психологія професійної освіти. – Львів, 2012. – № 5. – С. 18-26.
5. ЄСПЛ назвав три критерії обґрунтованості оціночного судження [Електронний ресурс] // Закон і бізнес. – 28.03.2013. – Режим доступу : <http://zib.com.ua/ua/pda/15222.html> (дата звернення: 04.04.2018).
6. Згуровський М. З. Вступ до комп'ютерних інформаційних технологій : навч. посібник / М. З. Згуровський, І. І. Коваленко, В. М. Міхайленко. – Київ : Вид-во Європ. ун-ту, 2003. – 256 с.
7. Зубец В. В. О качестве сетевой информации [Электронный ресурс] / В. В. Зубец, И. В. Ильина // Вестник Тамбовского университета. – 2016. – Вып. 12. – С. 168-172. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/v/o-kachestve-setevoj-informatsii> (дата звернення: 09.04.2018).
8. Інформатика: Комп'ютерна техніка. Комп'ютерні технології : підруч. для студентів вищих навчальних закладів / за заг. ред. О. І. Пушкаря. – Київ : Видавничий центр «Академія», 2002. – 704 с.
9. Інформація та документація. Словник термінів (ISO 5127:2001, IDT) : ДСТУ ISO 5127:2007. – Київ : Держспоживстандарт України, 2010. – 237 с.
10. Кадемія М. Ю. Інформаційно-комунікаційні технології навчання: термінологічний словник / М. Ю. Кадемія. – Львів : Вид-во «СПОЛОМ», 2009. – 260 с.
11. Канал «Звезда» поширив ще один фейк про МН17? // Радіо Свобода. – 17 грудня 2017. – Режим доступу : <https://www.radiosvoboda.org/a/28910403.html> (дата звернення: 18.02.2018)
12. Кузьменко А. Загадочная история Девида Джуберга, фейкового эксперта Пентагона по России [Электронный ресурс] / А. Кузьменко // Stopfake.org. – 03.04.2018. – Режим доступа: <https://www.stopfake.org/zagadochnaya-istoriya-devida-dzhuberga-fejkovogo-eksperta-pentagona-po-rossii> (дата звернення: 10.04.2018).
13. О средствах массовой информации. ФОМ попросил россиян оценить работу СМИ [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://fom.ru/SMI-i-internet/11427> (дата звернення: 10.04.2018).
14. Оліярник М. Творець інтернету розповів про основні загрози для розвитку всесвітньої павутини [Електронний ресурс] / Микола Оліярник // Новое время. Бизнес. –13.03.2017. – Режим доступа : <https://biz.nv.ua/ukr/publications/tvoretz-internetu-rozpoviv-pro-osnovni-zagrozi-dlja-rozvitku-vsesvitnoji-pavutini-797191.html> (дата звернення: 05.04.2018).

15. Павлиш В. А. Основи інформаційних технологій і систем : навч. посіб. / В. А. Павлиш, Л. К. Гліненко ; М-во освіти і науки України ; Нац. ун-т «Львів. Політехніка». – Л. : Вид-во Львів. політехніки, 2013. – 500 с.
16. Про державну таємницю : Закон України [Електронний ресурс] // Верховна Рада України : офіційний веб-портал. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3855-12> (дата звернення: 06.04.2018).
17. Проект резолюции ООН о трибунале по Boeing MH17 был отклонен [Електронний ресурс] // Ведомости. – 29.07.2015. – Режим доступу: <https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2015/07/29/602720-proekt-rezolyutsii-oon-o-tribunale-po-boeing-mh17-bil-otklonen> (дата звернення: 01.04.2018).
18. Рішення колегії суддів Судової палати у цивільних справах Верховного Суду України [Електронний ресурс] // Верховний Суд України : офіційний веб-сайт. – Режим доступу : <http://www.scourt.gov.ua/clients/vs.nsf/0/C5D24368703DC8B9C225735B00482BE2?OpenDocument> (дата звернення: 01.04.2018).
19. У Варшаві держсекретар МІП озвучив формулу російської дезінформаційної кампанії – «4 F» // Детектор медіа. – 19.03.2018. – Режим доступу : <http://detector.media/infospace/article/135750/2018-03-19-u-varshavi-derzhsektar-mip-ozvuchiv-formulu-rosiiskoi-dezinformatsiinoi-kampanii-4-f> (дата звернення: 12.04.2018).
20. Ученые раскрыли тайну ложных воспоминаний [Електронний ресурс] // РБК –Україна. – 08.11.2011. – Режим доступу: <https://www.rbc.ua/ukr/digests/pochemu-my-pomnim-to-chego-ne-bylo-08112011164000> (дата звернення: 08.04.2018).
21. Уэндлинг М. История «фейковых новостей» [Електронний ресурс] / Майк Уэндлинг // BBC Trending. – 23.01.2018. – Режим доступу : <https://www.bbc.com/ukrainian/features-russian-42794529> (дата звернення: 07.04.2018).
22. Nimmo B. Anatomy of an info-war: How Russia's propaganda machine works, and how to counter it = Анатомія інформаційної війни: як працює пропагандистська машина Росії і як протистояти їй [Електронний ресурс] / В. Nimmo. – Режим доступу: <https://www.stopfake.org/en/anatomy-of-an-info-war-how-russia-s-propaganda-machine-works-and-how-to-counter-it> (дата звернення: 01.04.2018).

Автор параграфа:
асист. каф. журналістики
НПУ імені М.П. Драгоманова
ОЛЕКСАНДР КЛИМЕНКО

§ 4. Фактчекінг у роботі сучасного журналіста – дієвий спосіб протистояння інформаційним загрозам

Передумови виникнення фактчекінгу. В умовах інформаційних війн та маніпуляцій гостро постала проблема перевірки на достовірність відомостей, що функціонують в інформаційному просторі. Понад десять років тому, 2003 року, як окремий жанр журналістики з'являється фактчек, а з 2016 року він стає трендом журналістських розслідувань. За даними дослідницької американської організації «Duke Reporters' Lab», нині у світі працює 121 фактчекінгова організація в понад сорока країнах.

У вітчизняний медіапростір фактчек як тренд розслідувань увійшов досить стрімко. «У першу чергу, це було пов'язано з хвилею антиукраїнської пропаганди, яка швидкими темпами наповнювала інформаційні потоки фейковими і відверто брехливими повідомленнями. Наші засоби масової інформації на той час виявились не готові протистояти такій масштабній, спланованій інформаційній війні. Тому без перебільшення можна сказати, що концепт фактчек, який взяли на озброєння професійні журналісти, став у найгостріший період форпостом контрпропагандистської «оборони». Наступний крок просування фактчеку був логічний і закономірний – політичне та державно-чиновницьке середовище за роки безкарності та відсутності відповідальності за свою публічну риторику настільки звикло до словесних маніпуляцій, оголошення неправдивих перекручених фактів, публічних популістських заяв, що вважало це за норму» [5, с. 5]. Але настав час суспільству контролювати дотримання політиками своїх обіцянок.

Поняття фактчеку. Фактчек (фактчекінг) – це перевірка реплік політиків та громадських діячів на точність і правдивість. Це сучасний інструмент журналістських розслідувань, який має унікальний концепт, технічні особливості і спрямований на викриття

популізму, маніпуляцій, недостовірних фактів у риторичі спікерів різного рівня, публікаціях засобів масової інформації.

Олександр Гороховський, головний редактор ресурсу «FactCheck-Ukraine», куратор «Checkregion-ua», зазначає, що фактчек – це «потужний, дієвий інструмент викриття політичних маніпуляцій та фактичних спекуляцій на болючих соціальних темах, яскравий засіб демонстрації реальної компетенції політиків та чиновників, платформа для глибоких розслідувань, підкріплених фактами з відкритих джерел, що практично унеможлиблює звинувачення в заангажованості та суб'єктивності» [5, с. 6].

Створення фактчекінгових організацій. Нерідко фактчекінгові організації утворюються при університетських відділеннях журналістики.

Наприклад, на початку 2012 року з ініціативи студентів факультету соціальних студій Університету Т. Г. Масарика (м. Брно, Чехія) виник «Demagog.cz». «За взірцем словацьких колег вони вирішили створити проект, який у чеському політичному середовищі звернув би увагу на фактичні твердження, їхню достовірність і одночасно міг би ці дані передати чеському суспільству і таким чином підтримати його зацікавлення політичною ситуацією в Республіці» [5, с. 16].

Напередодні виборів президента та конгресменів в Університеті Вісконсин-Медісон (штат Вісконсин, США) у 2016 році запустили проект «The Fact Checks», суть якого полягає в тому, що студенти під контролем викладачів перевіряють місцевих політиків. Студентами з Кельнської школи журналістики (Німеччина) був заснований проект «Faktenzoom». Вони аналізували заяви, які робили сім політиків на чотирьох головних політичних ток-шоу протягом чотирьох місяців.

Ще одним типовим способом виникнення фактчекінгових ресурсів є створення їх при редакціях засобів масової інформації. Так, у 2014 році відома шведська газета «Metro» запустила власний проект з фактчекінгу «Viralgranskaren». Зараз ним опікуються двоє журналістів одночасно зі щоденною роботою в газеті. Їм вдається розвінчувати по кілька фейків за тиждень. Матеріали виходять як на шпальтах «Metro» і її сайті, так і в ще одній популярній шведській

газеті, яка розповсюджується безкоштовно. Одна з цілей «Viralgranskaren» – достукатися до широкої аудиторії і, зокрема, до тих, хто ідеологічно підтримує меседжі авторів вірусного фейкового контенту [15]. У тому самому році виник канадський проект «BaloneyMeter» при виданні «The Canadian Press». 2015 року в Іспанії видання «El Confidencial» запустило проект «La Chistera», а 2016 року в Ірландії газета «The Journal.ie» започаткувала фактчекінговий проект як експеримент напередодні виборчої кампанії [1].

«PolitiFact», одна з найбільших фактчекінгових організацій на ринку, утворена 2008 року. Нею володіє видання «Tampa Bay Times» зі штату Флорида, США. За останні роки відкрилося близько 15 регіональних американських відділень «PolitiFact». Багато фактчекінгових компаній при редакціях засобів масової інформації працюють сезонно, у період найбільшого попиту та інтересу – під час виборів, як-от: «Vox», «Five Thirty Eight», «Fox News», «Politico» чи інші [1].

Дедалі популярнішим стає тренд боротьби з фейками спільними зусиллями. Це спонукає фактчекінгові організації до медіапартнерства. «Crosscheck.firstdraftnews.com» – проект, створений у Франції перед виборами – об'єднав 19 національних і регіональних медіа. Вони оперативно перевіряли пов'язані з виборами новини і поширювали результати перевірки. Південнокорейський проект «SNU FactCheck» для спільного аналізу новин об'єднує 16 провідних видань країни. Сеульський національний університет створив його як майданчик для дискусій. Тому учасники не роблять остаточних висновків – лише обговорюють, чому той чи інший факт є правдою чи фейком, методи фактчекінгу тощо. У Норвегії чотири головні медіа (дві найбільші норвезькі газети-таблоїди, які були конкурентами понад 70 років, суспільний мовник і найпопулярніший комерційний телеканал країни) створили сайт faktisk.no для боротьби з фейками під час виборів. Проект став популярним та продовжив свою роботу і після виборів [10].

Частина фактчекінгових організацій з'являється за допомогою так званого краудфандингу (громадського добровільного

фінансування, яке здійснюється заради підтримки якогось проекту). Саме так виник в Оттаві канадський фактчекінговий проект «FactsCan» напередодні виборів у 2015 році: на запуск сайту троє фактчекерів – Дана Вагнер, Якоб Шрьодер та Тайлер Коммерс – зібрали кошти через краудфандинг. Український проект «StopFake» з моменту заснування існував як волонтерський, але пізніше до підтримки його роботи також було залучено краудфандинг.

На тлі активного обговорення ролі таких компаній, як Facebook і Google, у поширенні фальшивих новин, зокрема їхнього впливу на результати виборів у США 2016 року, Google оголосив, що виділить £ 150 000 для трьох британських організацій, що працюють над проектами з перевірки фактів («Full Fact», «Factmata» та «The Ferret»), щоб допомогти журналістам і громадськості уникнути поширення фейкових новин [21]. 2017 року Google запустив процедуру фактчекінгу в новинному агрегаторі і пошукових запитах по всьому світу, і тепер у пошуковій видачі та новинному сервісі Google News перевірені факти або матеріали будуть відзначені спеціальним маркуванням (на перевірені статті ставиться мітка FactCheck) [22].

Для додаткового контролю Facebook звернувся до професійних фактчек-організацій, які перевіряють публікації і заяви на правдивість. Марк Цукерберг окремо відзначив, що Facebook буде щільніше працювати з журналістами, які звертають увагу на поширення фейків, а також застосовуватиме різні види санкцій до тих, хто професійно поширює фейки, щоб заробляти на рекламі [20].

Фактчекінг стосується різних сфер суспільного життя: від політики до екології. Так, політичний фактчекінг «допомагає людям усвідомити найважливіші теми в політичному середовищі і зрозуміти, як політики дають їм раду» [19]. «Інша важлива функція фактчекінгу – тримати політиків підзвітними. Ми маємо відстежувати, чи дотримуються вони своїх обіцянок, чи кажуть правду» [19]. Для суспільства загалом і виборців зокрема важливо знати правду про політичних діячів, а для журналістів – не поширювати неправдиву інформацію. Виконавчий директор провідної американської фактчекінгової організації «PolitiFact» Аарон Шарокман зазначає: «Якщо журналіст поширює фейки, то ця людина не виконує ролі

журналіста. Так, вона грає роль журналіста, але не поводить себе як професійний журналіст. Справжня роль медіа інша. Медіа повинні перевіряти тих, хто має владу, задля допомоги тим, хто її не має. Це місія журналістики. У США журналісти переважно критикують владу. Як на мене, це почесна місія – пояснювати людям комплексні речі та їхній вплив на життя, і в зворотному напрямі – як рішення, які вони приймають, впливають на політичний дискурс» [19].

Віднедавна й в Україні з'явилися фактчек-медіа. Найвідоміші серед них – інтернет-проект «Stop Fake», аналітична платформа «Vox Check» та фактчек-ЗМІ «Слово і Діло».

Сайт для перевіряння фактів stopfake.org (проект «Stop Fake») запустили 2 березня 2014 року. Його засновниками стали випускники Могилянської школи журналістики та програми для журналістів і редакторів «Digital Future of Journalism». Основною метою проекту активісти називають перевіряння та спростування перекрученої інформації та пропаганди про події в Україні, що поширюють через ЗМІ. Зі слів учасників, діяльність їхньої групи спрямована на збереження України як самостійної та незалежної держави. Окрім впливу пропаганди на Україну, проект також досліджує її методи роботи і в інших країнах: від Сирії і Туреччини до країн ЄС і колишнього СРСР [22].

«Vox Check» – заснований і працює на базі незалежної аналітичної платформи «Vox Ukraine» і систематично перевіряє заяви топових політиків [5, с. 11].

Аналітична платформа «Слово і Діло» – єдиний в Україні засіб масової інформації, який виконує системний моніторинг обіцянок публічних персон з метою підвищення рівня підзвітності та прозорості влади. На порталі щоденно публікуються найважливіші новини України і світу, коментарі, авторські статті, інфографіка та аналітика на суспільно-політичні теми.

За вісім років роботи колектив «Слова і Діла» зібрав понад 40 тис. обіцянок [9]. На порталі можна перевірити рівень відповідальності будь-якого політика / чиновника, дізнатися, які обіцянки він виконав, а які – ні, порівняти між собою рівні

відповідальності будь-яких політиків [14]. «Слово і Діло» відстежує обіцянки таких посадових осіб: Президент і Адміністрація, Верховна Рада, Кабінет Міністрів, голови обласних адміністрацій, мери міст. За даними проекту «Слово і Діло», Президент України Петро Порошенко за 4 роки правління дав 320 обіцянок, із яких 41% виконав, 25% – ні. Ще 34% зараз перебувають у процесі виконання (рис. 4.1).

Як виявилось, маніпуляція інформацією, поширення «альтернативних фактів» стосуються не тільки власне політики, а й тем екології, зміни клімату. Так, наприклад, журналісти незалежної новинної організації «Inside Climate News» проаналізували промову голови Управління з охорони навколишнього середовища США Скотта Прюїтта і дійшли висновку, що той спекулює фактами про зміну клімату, Паризьку угоду (договір, підписаний наприкінці 2015 року 195-ма країнами, що мав стати дорожньою картою утримання зростання середньої температури на планеті в межах 1,5-2°C). А в колонці CNN про Паризьку угоду, за висновками чотирьох науковців, американський сенатор Тед Круз неправильно інтерпретував збитки та прибутки від скорочення викидів парникових газів: науковці оцінили наукову достовірність матеріалу як «дуже низьку» [7].

Серед найвідоміших фактчекінгових ресурсів про зміни клімату – «Inside Climate News», «Global Climate Change» і «Climate Feedback».

«Inside Climate News» – незалежна новинна організація, яка спеціалізується на екологічній проблематиці, зокрема, питаннях розвитку енергетики та її впливу на довкілля і добробут населення. «Global Climate Change» – проект Національного управління з аеронавтики й дослідження космічного простору (NASA), який містить відомості про докази наявності глобального потепління, його причини та наслідки. «Climate Feedback» є спільним проектом програмістів та кліматологів зі ступенем PhD, створеним за підтримки Каліфорнійського університету. Перші зондують інтернет-простір у пошуках гучних історій про клімат, другі – аналізують та оцінюють ці історії за різними критеріями якості журналістського тексту за шкалою від «дуже низької» до «дуже високої». Ресурс

надсилає сповіщення авторам матеріалів та редакторам видань, де вони були опубліковані, про те, що їх переглянули і прокоментували експерти [7]. «Концепція полягає в тому, щоб надати можливість науковцям висловити свою точку зору, аби їхній голос теж лунав у медіасередовищі. Для цього ми просимо їх робити огляд статей на предмет точності та достовірності інформації», – пояснив ідею проекту экс-працівник Національного управління океанічних і атмосферних досліджень та засновник «Climate Feedback» Еммануель Вінсент [7]. Місія цієї ініціативи, як зазначають її учасники, є педагогічною: «Ми віримо, що інформувати наших співгромадян щодо того, на чому знаються вчені, – це наш громадянський обов'язок». На основі відгуків читачі можуть сформувані думку щодо того, які медіа надають найбільш достовірну інформацію про зміну клімату, а які вдаються до маніпуляцій [7].

Методологія фактчеку. Фактчекери всіх країн керуються основними принципами Міжнародної фактчек-асоціації, яка регулярно проводить наукові конференції з обміну досвідом, підтримує наявні ресурси та сприяє появі й розвитку нових [5, с. 10].

Міжнародна мережа фактчекінгу Інституту Пойнтера (International Fact-Checking Network, Poynter Institute) прийняла міжнародний Кодекс фактчекінгу (The Principal Code), в якому вказані такі принципи [10]: неупередженість і чесність, прозорість джерел, прозорість фінансування і організації, прозорість методології, відкриті і чесні виправлення.

Фактчекінг у порівнянні з традиційною журналістською діяльністю – витратна справа. «Для підготовки однієї історії, – зазначає виконавчий директор фактчекінгової організації «PolitiFact» Аарон Шарокман, – ми маємо витратити 1-2 дні. У звичайній газеті журналіст інколи може написати три історії за день. Багато власників кажуть, що їм потрібні історії про злочини, про місцеву владу, спорт тощо і що в них немає часу й сил займатися фактчекінгом, тому що це коштує грошей і займає багато часу» [19].

Об'єктом фактчеку є публічна заява. Журналістові, що займається фактчекінгом, насамперед потрібно розуміти, що саме перевіряти. Перевіряються тільки заяви, які містять посилання на факти, наприклад:

статистичні чи соціологічні дані у відсотках, результати діяльності певної особи в минулому, які можуть бути підтверджені відео, підписом у документі тощо. Не перевіряються «суб'єктивні судження чи прогнозування наслідків різних політичних і неполітичних заходів. Причиною є, звичайно, відсутність будь-якої чіткої задокументованої фактологічної основи таких тверджень [5, с. 14].

Олександр Гороховський розповідає, що в проєкті «FactCheck.ua» журналісти перевіряють на достовірність заяви, резонансні факти, події, публікації у засобах масової інформації, фото- та відеоматеріали, чутки та обґрунтування судових рішень. «За рік роботи ми проаналізували 450 заяв наших чиновників. Статистика трохи сумна: половина заяв – брехня. Це не означає, що політик брехун, але ми вказуємо, що він подає недостовірні факти. 27% – напівправа, 21 % – правда. Більша частина політиків маніпулює, вдається до популізму та припускається помилок», – зауважує він [13].

Обіцянки журналісти вишуковують у друкованих засобах масової інформації, на сторінках політиків у соціальних мережах, на теле- та радіоефірах, у публічних виступах. «Обіцянкою може стати зобов'язання щось зробити або не робити, виходячи з власних посадових обов'язків, політичної та партійної приналежності або моральних, соціальних чи громадянських цілей. Цих критеріїв достатньо, щоби фіксувати навіть ті заяви, що виходять за межі компетенції держслужбовця. Водночас обіцянкою може стати лише те, що піддається перевірці. “Я зроблю Одесу перлиною Чорного моря” – це демагогія» [9]. Такі заяви неможливо перевірити. Головний редактор «Слова і Діла» Катерина Пітеніна наголошує: «для перевірки виконання обіцянок... колеги надсилають у різні державні органи запити, телефонують або, якщо є можливість, виїжджають на місце» [9].

Звернімося до зарубіжного досвіду відбору інформації для перевірки. Фактчекери найбільш впливових засобів масової інформації світу говорять, що методика відбору цитат абсолютно прозора й об'єктивна та не залежить від імені політика. «По-перше, нас цікавлять цитати, що містять факти, а, по-друге, теми, за якими кандидати активно сперечаються», – розповідає директор і головний

редактор найстарішого фактчек-проекту в світі «FactCheck.org» Ежен Кайлі. Аналогічної практики фактчеку дотримується «The Guardian», при цьому видання також бере до уваги часто повторювані тези, на які політики роблять особливий акцент в ході своєї кампанії [18].

З технічного погляду американський проект «FactCheck.org» перевіряє політичні дебати так: шість фактчекерів одночасно дивляться прямий ефір (найчастіше географічно вони перебувають у різних місцях) і обмінюються повідомленнями онлайн, обговорюючи, які цитати варто було б взяти для перевірки. Після закінчення дебатів складається список тверджень, які фактчекери вирішили точно перевірити, а за які немає сенсу братися. Кінцевий список цитат підписує головний редактор, а далі вони вже перевіряються [18].

Базовий алгоритм перевіряння фактів для журналістів-фактчекерів такий:

- 1) обирається матеріал і виділяються в ньому твердження, що потребують перевірки;
- 2) обирається якомога оперативніший та якісніший спосіб перевіряння;
- 3) здійснюється пошук у авторитетних джерелах інформації підтвердження, що допоможуть класифікувати повідомлення як правдиве, неправдиве, оманливе або таке, що не можна перевірити;
- 4) відібраний і проаналізований факт супроводжується коментарем, у якому аргументується вибір перевірки саме цього факту та її результат;
- 5) здійснюється експертна перевірка коментаря на якість і надійність джерела, відповідність класифікації;
- 6) якщо коментар проходить перевірку, здійснюється перехресний фактчекінг (фінальна перевірка на внутрішню логіку); якщо ні – дослідник виправляє коментар, враховуючи зауваження експерта;
- 7) залучається зовнішній експерт, який, якщо це потрібно, оцінює текст;
- 8) публікуються перевірені дані; публікуючи їх, слід покликатись на джерела перевіряння та експертів [6].

Фактчекер перевіряє інформацію у відкритих офіційних джерелах. Найголовнішою відмінністю фактчеку від звичайних розслідувань є повна відмова, принципове невикористання в доказовій базі інсайдерської та неофіційної інформації. Для побудови дослідження фактчек користується *тільки офіційними джерелами інформації*, як українськими, так і зарубіжними, відповідями на запити в держоргани та зарубіжні інституції [5, с. 24]. Наприклад, джерельними базами можуть бути ресурси Державної служби статистики України, Міністерства фінансів України, Державної казначейської служби України, Верховної Ради України, Кабінету Міністрів України, Національного банку України, Міжнародного валютного фонду, Всесвітнього банку та ін.

У «Посібнику з перевірки» (Verification Handbook) [11], виданому Європейським центром журналістики, визнані світовою спільнотою редактори та журналісти дають рекомендації, як перевіряти контент на правдивість. Посібник містить перелік онлайн-інструментів, за допомогою яких можна перевірити на істинність, або верифікувати, такий контент: текстові публікації; фото- та відеоматеріали; першоджерела інформації; окремих осіб, які поширюють інформацію; акаунти в соцмережах.

Нині ведеться робота з автоматизації фактчекінгу. Використання комп'ютерів допоможе зробити фактчекінг значно швидшим. Професор журналістики та суспільної політики в Університеті Дьюка, засновник «PolitiFact» Білл Адер зазначає, що на часі створення ботів-фактчекерів і що в університеті буде запускатися великий проект, щоб краще координувати проекти по всьому світу й забезпечити безперебійну автоматизовану перевірку фактів на багатьох платформах [4]. У червні 2017 року група вчених, журналістів і експертів ініціювала конкурс «Fake News Challenge». Була поставлена мета – вивчити можливості боротьби з фейковими новинами. У фокусі уваги опинилися програми з перевірки фактів штучним інтелектом. Коментуючи результати конкурсу, один із організаторів Деліп Рао заявив таке: «Сьогодні більшу частину роботи з перевірки фактів і відстеження фейкових новин доводиться робити вручну, і ми сподіваємося, що це можна буде змінити». «У той же час, на

нинішньому етапі інструменти перевірки фейків, якими послуговуються ШІ та нейронні мережі, можуть бути тільки помічниками в роботі людей, але поки не можуть стати повноцінними автономними інструментами», – зробили висновки на основі результатів конкурсу журналісти видання «Wired» [2].

Структура і стиль фактчеку як жанру журналістики.

Фактчек – видовий варіант журналістського розслідування, тож він має схожі загальні *структурні елементи*, а саме: об'єкт дослідження; доказову базу; посилання на компетентні джерела; коментарі експертів; логічний висновок [5, с. 21].

Фактчек містить такі *сміслові блоки*: 1) об'єкт розслідування (публічна заява (рідше резонансний факт) особи, яку можна дослідити); 2) суть питання (інформаційна преамбула, що надає додаткову роз'яснювальну інформацію, яка передує доказовим елементам); 3) докази та аргументи (факти, статистичні дані, документи та документальні свідчення, отримані тільки з відкритих офіційних джерел; інформація від експертів, підкріплена документальними свідченнями чи посиланнями на відкриті джерела); 4) вердикт (висновок-вирок: брехня, правда чи напівправа – з коротким аргументованим поясненням) [5, с. 23].

Висновок, або вердикт, має чітку структуровану форму та критерії, щоб запобігти суб'єктивності та використанню оціночних суджень. В українській версії фактчеку використовується три типи вердиктів / висновків – «правда», «напівправа», «брехня» [5, с. 24] (рис. 4.2).

У кожної країни є свої типи вердиктів, позначки правдивості заяв політиків. Норвезька організація «Faktisk» запропонувала шкалу з 5 категорій, позначених різними кольорами: «абсолютно правдиво», «частково правдиво», «непевно», «частково неправдиво», «повністю неправдиво» [16]. А от канадський проект «Baloney Meter», що перевіряє канадських політиків, вимірює рівень правдивості кількістю ковбаси у висловлюванні. «Baloney» англійською – «болонська варена ковбаса». Переносне значення цього слова – «неправа», «брехня». У статті «Розквіт фактчекінгу у світі: огляд найцікавіших проектів» наведено цікавий приклад використання цього вердикту: «Коли лідер канадських консерваторів сказав, що

марихуана значно небезпечніша, ніж цигарки, фактчекери зазначили, що в цьому твердженні «багато ковбаси». Якщо ж висловлювання правдиве, пишуть, що в ньому «немає вареної ковбаси». Ще може бути «трішки вареної ковбаси», коли твердження загалом правдиве, однак потребує уточнення» [1] (рис. 4.3).

Мексиканці свою шкалу істинності твердження ілюструють мисливським собакою в капелюсі детектива Шерлока Холмса, який «винюхує брехню політиків» (рис. 4.4). Фактчекінговий проект видання «Animal Politico» народився 2015 року під назвою «Мисливський пес» (з ісп. *Elsabueso*), головна його увага прикута до політиків національного рівня.

У бразильському проекті «Lura», яке систематично й безперервно перевіряє точність інформації, тексти прикрашають кумедні пінгвіни, які змінюються залежно від категорії (рис. 4.5).

Логотипом сайту іспанського фактчекінгового проекту «La Chistera» є циліндровий капелюх із зайцем усередині. Такий вибір пояснюють тим, що в «суспільстві та політиці багато фокусників, які пропонують свою правду з твердженнями, витягнутими з капелюха» [1], і, відповідно, фактчекери позначають матеріали за рівнем правдивості зайцями різних кольорів, а якщо висловлювання політика цілковитий міф, то маркують його рожевим єдинорогом (рис. 4.6).

Структура та концептуальні особливості фактчеку спрямовані на: максимальне унеможливлення суб'єктивної інтерпретації інформації; запобігання маніпуляції доказовими даними; уникнення факту упередженості при побудові висновку / вердикту; запобігання обвинуваченням у заангажованості інформації [5, с. 24].

Фактчек-матеріали мають і свою стильову специфіку. «Фактчек-ресурси, як це демонструє зарубіжний і український досвід, спрямовані на широку читацьку аудиторією, тож стиль та стилістика подачі текстів повинні бути максимально доступні для сприйняття. Одне з важливих завдань журналіста-фактчекера – «перетворити» специфічну фахову інформацію в загальнозрозумілу, зробити аналітику продуктом масового споживання» [5, с. 29]. Фактчек «має відповідати головним особливостям ділового формату. А саме: інформативність; точність та стандартизація формулювань;

цитування першоджерел (за необхідності); чітка логіка речень і самого тексту в цілому; відсутність емоційності у висловлюваннях; уникнення оціночних суджень» [5, с. 97]. Оскільки це аналітика доступного формату, О. Гороховський радить: «уникати стандартизації формулювань, цитування першоджерел не повинно йти в розріз із простотою сприйняття тексту; інформативність має бути оптимально достатньою для того, щоб побудувати логічний доказ і не перевантажувати дослідження занадто великим обсягом цифрових чи документальних даних; звести до мінімуму вживання канцеляризмів, типових професійних словосполучень та зворотів, використовувати для їх пояснення доступну лексику, синоніми; використовувати прості речення, думку легше сприйняти, якщо її розбити на два речення, прислівникові та дієприслівникові звороти вживати лише у разі необхідності» [5, с. 97].

Для кращого сприйняття читачами аналітичної інформації потрібно використовувати її візуалізацію (таблиці, схеми, карти, графіки, інфографіку, тизерну графіку).

Крім зазначених форм подання інформації, українські фактчекінгові ресурси практикують використання рейтингів та політичних карикатур. Олексій Набожняк, викладач Могиллянської школи журналістики та експерт фактчекінгового ресурсу «StopFake», рекомендує візуалізувати результати перевіряння якомога лаконічніше. «Якщо повідомлення містило факти чи цифри, краще подати їх у вигляді простих діаграм або графіків – це полегшить читачам розуміння того, в чому була брехня. І якщо перевірені тези є правдивими, про це теж потрібно писати» [6].

Отже, у добу постправди ефективним засобом отримання правдивої інформації є фактчекінг. Це новий і актуальний вид журналістського розслідування, що має свою методологію. Фактчекінг дає змогу викрити неправдиву інформацію, порожні обіцянки, популізм і маніпуляцію, до яких вдаються політики. Якщо громадяни будуть отримувати правдиву інформацію про діяльність політиків, це позитивно впливатиме на результати виборів, дасть змогу контролювати високопосадовців та формувати політичну грамотність населення, а відтак демократичне суспільство.

Завдання і запитання до параграфа

1. Назвіть передумови виникнення й активізації фактчекінгу у світі та Україні.
2. Як переважно створюються фактчекінгові організації?
3. Що таке фактчек і яке його завдання?
4. Що є об'єктом фактчекінгу? Який алгоритм перевіряння інформації журналістом-фактчекером?
5. Що спільного та відмінного між фактчеком і класичним журналістським розслідуванням?
6. Прочитайте статтю С. Одаренка «Як розпізнати порожні обіцянки в політичній рекламі» [9] та сформулюйте правила «інформаційної гігієни», які допоможуть самостійно розпізнати популізм і необгрунтовані обіцянки політиків.

Список використаної та рекомендованої літератури

1. Бабак А. Розквіт фактчекінгу у світі: огляд найцікавіших проектів / А. Бабак // Детектор медіа. – Режим доступу: http://ms.detector.media/web/online_media/rozkvit_faktchekingu_u_sviti_oglyad_naytsikavishikh_proektiv (дата звернення: 15.05.2018).
 2. Баловсяк Н. Штучний інтелект: виклики і сподівання для фактчекінгу [Електронний ресурс] / Н. Баловсяк // Stopfake.org. – 13.10.2017. – Режим доступу : <https://www.stopfake.org/uk/shtuchnyj-intelekt-vyklyky-i-spodivannya-dlya-faktchekingu> (дата звернення: 05.06.2018).
 3. Вірна Н. Чому українським ЗМІ, що провадять розслідування, потрібен фактчекінг [Електронний ресурс] / Н. Вірна // Ні корупції!. – Режим доступу : <http://nikorupciji.org/2014/12/22/chomu-ukrajinskym-zmi-scho-provadyat-rozsliduvannya-potriben-faktchekinh> (дата звернення: 30.04.2018).
 4. Гордієнко Т. Рік популістської журналістики, фактчекінгу та відеотрансляцій – медіапрогнози-2017 [Електронний ресурс] / Т. Гордієнко // Детектор медіа. – 17.01.2017. – Режим доступу : http://ms.detector.media/trends/1411978127/rik_populistskoi_zhurnalistiki_faktchekingu_ta_vidyotranslyatsiy_mediaprogozi2017 (дата звернення: 10.05.2018).
 5. Гороховський О. М. Фактчек як тренд розслідувань: можливості та перспективи : практичний посібник / О. М. Гороховський. – Дніпро : ЛІРА, 2017. – 133 с.
 6. Ейсмунт В. Інструменти фактчекінгу: як професійно відрізнати брехню від правди [Електронний ресурс] / В. Ейсмунт // Інститут масової інформації. – Режим доступу : <http://imi.org.ua/articles/instrumenti-faktchekingu-yak-profesiyno-vidriznyati-brehnyu-vid-pravdi/> (дата звернення: 02.06.2018).
-
-

7. Куцай Я. Де шукати правду про зміну клімату: три фактчекінгових проекти [Електронний ресурс] / Я. Куцай // Детектор медіа. – 08.06.2017. – Режим доступу : http://ms.detector.media/mediaprosvita/how_to/de_shukati_pravdu_pro_zminu_klimatu_tri_faktchekingovikh_proekti (дата звернення: 01.06.2018).
8. Німецький проект з фактчекінгу призупинив роботу через рішення суду [Електронний ресурс] // Детектор медіа. – 19.01.2017. – Режим доступу : http://ms.detector.media/media_law/government/nimetskiy_proekt_z_faktcheking_u_prizupiniv_robotu_cherez_rishennya_sudu (дата звернення: 18.05.2018).
9. Одаренко С. Як розпізнати порожні обіцянки в політичній рекламі [Електронний ресурс] / С. Одаренко // Детектор медіа. – 02.08. 2017. – Режим доступу: http://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/yak_rozpiznati_porozhni_obitsyanki_v_politichniyu_reklamі (дата звернення: 28.05.2018).
10. Осока С. 15 хороших новин про фактчекінг та одна погана – від Ольги Юркової, співзасновниці Stop Fake [Електронний ресурс] / С. Осока // Інститут розвитку регіональної преси. – Режим доступу: <https://irrp.org.ua/15-horoshyh-novyn-pro-faktcheking-ta-odna-pogana-vid-olgy-yurkovoyi-spivzasnovnytsi-stopfake-2> (дата звернення: 17.04.2018).
11. Посібник з верифікації [Електронний ресурс] / Центр Європейської Журналістики ; Асоціація Видавців (УАВПП). – 2014. – Режим доступу : https://verificationhandbook.com/book_ua (дата звернення: 06.06.2018).
12. Про фактчекінг у добу Постправди [Електронний ресурс] / С. Бондар // Opinion. – Режим доступу: <https://opinion.biz.ua/2017/11/13/pro-faktcheking-u-dobu-postpravdi> (дата звернення: 20.05.2018).
13. Проказа Д. Брехня, правда й напівправда: фактчекери про війну з дезінформацією [Електронний ресурс] / Д. Проказа // Детектор медіа. – 02.06.2017. – Режим доступу: <http://detector.media/infospace/article/126597/2017-06-02-brekhnya-pravda-i-napivpravda-faktchekeri-pro-viynu-z-dezinformatsieyu> (дата звернення: 03.05.2018).
14. Слово і діло [Електронний ресурс] // Вікіпедія. – Режим доступу : https://uk.wikipedia.org/wiki/Слово_і_Діло (дата звернення: 14.05.2018).
15. Толокольнікова Т. «Существует шесть категорий создателей фейков», – редактор шведского фактчекінгового проекта [Електронний ресурс] / К. Толокольнікова // Детектор медіа. – 10.04.2018. – Режим доступу: http://ms.detector.media/mediaprosvita/how_to/suschestvuet_shest_kategoriy_sozdateley_feykov_redaktor_shvedskogo_faktchekingovogo_proekta (дата звернення: 05.06.2018).
16. Толокольнікова Т. Від «абсолютної правди» до повної брехні: як у Норвегії перевіряють факти [Електронний ресурс] / К. Толокольнікова // Детектор медіа. – 24.10.2017. – Режим доступу : http://ms.detector.media/web/online_media/vid_abyolutnoi_pravdi_do_povnoi_brekhni_yak_u_norvegii_pereviryayut_fakti (дата звернення: 29.05.2018).
17. Трегуб Г. Девід Кровлі: «Фактчекінг– одна з найцікавіших проблем сучасного світу» [Електронний ресурс] / Г. Трегуб // Тиждень.ua. –

-
-
- 04.12.2016. – Режим доступу: <http://tyzhden.ua/Culture/179784> (дата звернення: 04.06.2018).
18. Шкарпова О. Досвід інших: головний фактчек планети. Як перевіряють висловлювання Трампа і Клінтон [Електронний ресурс] / О. Шкарпова, М. Скубенко // Детектор медіа. – 19.10.2016. – Режим доступу: <http://detector.media/withoutsection/article/119841/2016-10-19-dosvid-inshikh-golovni-faktchek-planeti-yak-pereviruyut-vislovluyannya-trampa-i-klinton> (дата звернення: 15.04.2018).
 19. Ярошук О. «Журналісти мають менше твітити», – виконавчий директор фактчекінгового проекту PolitFact [Електронний ресурс] / О. Ярошук. // Детектор медіа. – 18.05.2017. – Режим доступу: http://ms.detector.media/web/online_media/zhurnalisti_mayut_menshe_tvititi_vikonavchiy_direktor_faktchekingovogo_proektu_politfact (дата звернення: 01.06.2018).
 20. Facebook співпрацюватиме із журналістами і фактчекерами у перевірці повідомлень – Цукерберг [Електронний ресурс] // Детектор медіа. – 20.11.2016. – Режим доступу: <http://detector.media/infospace/article/120753/2016-11-20-facebook-spivpratsyuvatime-iz-zhurnalistami-i-faktchekerami-u-perevirtsi-povidomlen-tsukerberg> (дата звернення: 23.05.2018).
 21. Google виділить £ 150 000 для трьох проектів з фактчекінгу [Електронний ресурс] // Детектор медіа. – 17.11.2016. – Режим доступу: http://ms.detector.media/web/online_media/google_vidilit_150_000_dlya_trokh_proektiv_z_perevir_ki_faktiv (дата звернення: 05.05.2018).
 22. Google перевіряє новини на достовірність по всьому світу [Електронний ресурс] // Детектор медіа. – 07.04.2017. – Режим доступу: http://ms.detector.media/web/IT_companies/google_pereviryaе_novini_na_dostovirnist_po_vsomu_svitu (дата звернення: 15.05.2018).
 23. StopFake[Електронний ресурс] // Вікіпедія. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Stop_Fake (дата звернення: 08.06.2018).

Автор параграфа:

канд. філол. н., ст. викладач каф. журналістики
НПУ імені М. П. Драгоманова
Юлія Полтавець

Розділ 2

СМИСЛОВІ ВІЙНИ В МЕЖАХ ГІБРИДНИХ ПРОТИСТОЯНЬ

§ 5. Інформаційні та смислові війни: наукові підходи до розмежування понять

Визначення і ознаки смислової війни. В історії людства було багато прикладів впливу на свідомість людей, який здійснювали з тією чи іншою метою військові, політики, вчені, митці, представники релігійних культів. Ідеологічні війни мають тисячолітній бекграунд. У статті «Меметична зброя як інструмент смислової війни РФ проти України» Рена Марутян привертає увагу до висловлювання китайського стратега V століття до н.е., автора книги «Мистецтво війни»: «Найгірше для воєначальника – це осаджати фортецю. Кращим стратегічним рішенням є розбити війська противника. Ще краще – розбити його союзи. І найкраще – розбити задуми противника, тобто оволодіти територією його сенсів» [6]. У книзі «Нагнітання мороку» І. Дзюба за публікацією з журналу «Чтения в Императорском обществе истории и древностей российских» 1865 року (т. 3., с. 181) наводить схожу сентенцію: «Народ, доколе сохранит веру, язык, обычаи и законы, не может считаться покоренным» [цит. за 2, с. 411]. Як бачимо, понад дві тисячі років

філософія загарбання шляхом оволодіння «територією сенсів» противника, в принципі, не змінювалася і не змінюється донині.

З початку ХХ століття прикладів маніпулювання громадською думкою стало більше і вони помітніші, оскільки посилилася роль самих мас у політичному житті країн і почали активно розвиватися технології, які прирощували можливості засобів масової інформації поширювати інформацію швидко і на надзвичайно широкі кола аудиторії. Це явище почало вивчатися і з тих пір здобуло багато назв: психологічна війна, віртуальна війна, інформаційна війна, інформаційна операція (застосовується не тільки під час війни, а й у мирний час), цивілізаційна війна, гібридна війна.

Протягом останніх років у науці актуалізувався напрям, у межах якого вивчаються спільні та відмінні риси двох типів віртуальних воєн – інформаційної та смислової. Наше завдання – описати і узагальнити, показати на прикладах особливості цих двох видів «системного впливу на індивідуальну і масову свідомість» [13, с. 559].

Інформаційна війна (information war) – інформаційні впливи, які мають на меті введення в оману масової чи індивідуальної свідомості, виведення з ладу або десинхронізацію процесів управління суспільством [13, с. 559] та захист власних центрів прийняття політичних рішень. За влучним висловлюванням Г. Почепцова, інформаційна війна – це «найінтелектуальніший варіант військового протистояння, оскільки і суб'єкт, і об'єкт впливу тут – людський розум... Якщо звичайна війна націлена на тіло людини, то інформаційна... на її розум» [14, с. 7].

Смислова війна (semantic war) – складова частина сучасної гібридної війни, новий вид когнітивного протистояння; впливає на пізнавальну сферу людини; ведеться віртуально; ворог спочатку «перемагає розум і тільки потім – території» [7]. Ключова відмінність смислової війни від інформаційної полягає в її меті: смислові операції спрямовані на ураження не системи знань і суджень, а цілої системи цінностей, картини світу об'єкта агресії.

Тактична мета смислової війни – зробити кожну людину своєрідним «цензором», який сам буде тлумачити факти в потрібному, керованому сенсі: все, визначене як «неправильне»,

відкидати, і засвоювати тільки те, що «дозволено». Стратегічна мета смислової війни – самознищення об'єкту агресії (соціальної групи, нації тощо) [8].

Г. Почепцов у своїй книзі «Смисли і війни» (2016) навів дещо курйозну, але необтяжливу для сприйняття і запам'ятовування аналогію, завдяки якій справді можна легко усвідомити розбіжності між інформаційною і смисловою війнами: «Якщо взяти казкові приклади, то Буратіно є жертвою інформаційної атаки, яка призвела до того, що він зарив свої золоті монети невідомо куди. А П'єро є типовою смисловою жертвою, бо він повністю змінив свою модель світу, вписуючи в кожне своє речення ім'я Мальвіні» [16, с. 25-26].

Наші історія і сьогодення, на жаль, демонструють десятки реальних і болісних прикладів усіх видів віртуальних агресій, які прямо чи опосередковано впливають на якість життя як цілих країн, так і окремих людей. Пригадаймо, як в Україні на тлі виборчих і політичних баталій 2003–2004 років за допомогою багатьох інформаційних операцій розкручувався маховик смислового протистояння.

Спочатку у свідомість громадян, які до того не сумнівалися, що вони один народ, «вводяться» чіткі опозиції: «україномовні» – «російськомовні», «за Америку» – «за Росію», «И Ленин такой молодой» – «Ще не вмерла України...». На цьому етапі конфлікт ще не сприймався серйозно: опоненти гостро дискутували і розходилися з наміром переконати іншу сторону в своїй правоті.

Незабаром з'явилася карта поділеної на три частини (три сорти) України. Прихильники незалежності, з одного боку, і «русского мира» – з іншого, отримали потужний візуальний сигнал, який можна вербалізувати приблизно так: «ніхто не помиляється, ми просто різні, між нами кордон». Учасникам ідеологічних баталій непомітно для них самих була «нав'язана» нова реальність – можливість поділу до того соборної України на частини. Те, про що вчора навіть не думали, почало сприйматися як щось цілком вірогідне.

Далі отриманий ефект закріплювався безліччю інформаційних операцій. У пресі частіше з'являлися висловлювання на кшталт «українська мова – это не язык, это крики животных» [цит. за 2,

с. 465]. Подібні випадки стали регулярними, вони стосувалися вже не тільки мови, а й літератури, освіти, науки, побуту тощо. І. Дзюба назвав це «нагнітанням мороку»: подібна «русифікація – це поверхневий симптом глибокої хвороби, що полягає у втраті закоріненості в культурі, історії, у втраті самого себе» [2, с. 476]. Саме так, за допомогою інформаційного «мороку», закріплювалися результати смислової «диверсії».

Минуло десять років, і ця віртуальна «боротьба за розум» завершилася абсолютно реальним кордоном із ОРДЛО. У 70-х роках минулого століття, описуючи особливості трансформацій традиційних культурних матриць у постіндустріальному суспільстві, Жак Бодріяр (1929–2007) зазначав: «Територія більше ані передує карті, ані живе довше за неї. Відтепер карта передує території – прецесія симулякрів, – саме вона породжує територію...» [1, с. 5-6] Хоч і прикро, а в житті все відбулося, «як книжка пише».

На жаль, продовження смислової агресії розгортається на наших очах і сьогодні. Починаючи з 2014 року в засобах масової інформації періодично з'являються повідомлення про те, що в тій чи іншій країні Європи опублікована карта України без Криму чи з Кримом, віднесеним до РФ. Погляньмо тепер, що відбувається в цьому сенсі в медіа за період 2017 – початку 2018 року: «Через карту України без Криму у Броварах звільняється чиновниця міськради. Після інциденту з розміщенням на сцені перед будівлею міськради Броварів карти України без анексованого Криму та окупованих територій Луганської та Донецької областей зі своєї посади звільняється <очільник> відділу культури Броварської міськради Інна Савченко» (23.08.2017; <https://24tv.ua>); «У Чехії і Португалії виявили карти з "російським" Кримом» (18.01.2018; <https://dt.ua>); «У Португалії опублікували карту України без Криму. Туристична компанія опублікувала карту України без Кримського півострова. У ситуацію вже втрутилося посольство України в Португалії» (18.01.2018; <https://ua.korrespondent.net>); «Український телеканал осоромився з картою без Криму: опубліковано фото і пояснення журналістів. В ефірі телеканалу UA: Перший ввечері, 16 березня, була показана карта України без окупованого Росією Криму» (17.03.2018;

<https://apostrophe.ua>); «Ще один український телеканал показав карту без Криму. Телеканал СТБ показав в ефірі карту України без Криму. Це сталося в ефірі програми “Холостяк”» (18.03.2018; <https://www.unian.ua>).

Порівняно з 2014–2016 роками, в 2016–2018 «урізани» карти з відносно далекого закордону переміщуються, як бачимо, під Київ і на телеекрани. Нас потихеньку «привчають» до України без Криму і частини Сходу. Залишається сподіватися, що або «щеплення» 2003–2014 років допоможе, або двічі навіть віртуальні «снаряди» в одну вирву не поціляють.

Порівняльний аналіз інформаційної та смислової війн здійснений у працях Г. Почепцова і Р. Марутян. Базуючись на їхніх висновках, зіставимо й ми ці два види протистоянь за такими критеріями: ціль ураження і очікуваний результат, мета і завдання війни, шляхи вирішення завдань, методи, методики і технології, канали впливу, характер і тривалість, суб'єкти і об'єкти впливу.

Ціль ураження. Як уже було зазначено у визначенні, якщо в межах інформаційної війни основною ціллю ураження є система знань і суджень людей (сфера раціонального), то смислові операції спрямовані на зміну їхньої системи уявлень, переконань і цінностей (сферу емоцій, відчуттів, вірувань). У цьому сенсі смислові війни можна було б назвати не тільки «семантичними», а й «когнітивними» чи «аксіологічними».

У першому випадку ворог працює з інформаційними потоками, його «зброя» спрямована на ситуаційно актуалізовані в суспільно-політичному дискурсі події та персони. У випадку ж смислової війни противника цікавить не інформація, а механізми пізнання, культурологічні константи, тому «під прицілом», насамперед, опиняються факти історії, об'єкти культурної спадщини, моральні пріоритети, ментальні стереотипи, мова.

Мета. Інформаційна війна тактична. Вона ведеться для дестабілізації (чи, навпаки, стабілізації) поточної політичної ситуації шляхом ситуаційної зміни ставлення людей до когось або чогось (влади, окремого політика чи громадського діяча, події, факту). Смилова війна, навпаки, стратегічна за своєю суттю. Вона змінює

самих людей, картину світу народу. Фактично йдеться про «перевербовування», «перекодування» противника, який у результаті сам починає діяти на користь ворога або ж, як мінімум, легко змиряється з поразкою.

Завдання і очікуваний результат. Під час інформаційної війни ворог через людей апелює до влади противника й саме від неї чекає прийняття вигідних для нього рішень. Спочатку щодо поточних суспільно-політичних процесів і явищ формується потрібна агресору громадська думка або створюється атмосфера невизначеності та хаосу, або вводиться в інформаційний простір пряма дезінформація, потім на все це повинна зреагувати влада.

У межах смислової війни влада мало цікавить того, хто нападає. Тут саме народ перевіряється на стійкість щодо здатності відстоювати свої цивілізаційні, національні, моральні пріоритети. Після дискредитації чи підміни усталеної системи цінностей, нав'язування нової він або зберігає здатність до опору, або ж переходить на шлях колаборації.

Способи вирішення завдань і в межах інформаційної, і під час смислової війни приблизно однакові. Це дезінформація (введення в оману); дискредитація або, навпаки, формування позитивного іміджу; приховування якоїсь інформації; відволікання або «перемикання» уваги противника; шокування та епатування; залякування, стимулювання відчуттів тривоги, невдоволеності, розгубленості, песимістичних настроїв; «заколисування», ослаблення захисних механізмів.

Суб'єкти і об'єкти впливу. Для обох описуваних видів війн суб'єкти впливу (агресори) зазвичай неявні, приховані, завуальовані. Наступ може проводитися з кількох сторін одночасно, чого протягом тривалого часу жертва агресії не усвідомлює. Так, наприклад, якщо одна країна робить заяви, в яких засуджує внутрішньополітичні процеси в іншій, цілком може бути, що ці заяви пролобійовані третьою стороною, яка до пори до часу хоче залишатися в тіні.

Попри це характер ведення інформаційної та смислової війн суттєво різняться: відкритий і явний у першому випадку (інформаційні диверсії не можуть залишитися непоміченими, навіть

тоді, коли не відомо, хто за ними стоїть) і замаскований аж до отримання результату – в другому. Г. Почепцов з цього приводу зауважує: «Інформаційні війни більш помітні, ніж смислові, тому в цьому випадку швидше починають бити на сполох. Смислові війни закриті ореолом естетичної привабливості, тому вони залишаються більш непоміченими» [17].

Об'єктами впливу при інформаційній війні зазвичай є окремі сегменти населення (політики, прихильники певних політичних партій, бізнес-еліта, представники культури тощо), смислова ж війна так чи інакше спрямована на всі можливі соціальних групи.

Р. Марутян так описує особливості об'єктів смислових впливів у сучасному протистоянні: «Смислова зброя здійснює вплив на різні типи аудиторії: аудиторія – об'єкт (Крим і Схід України), аудиторія – об'єкт 2 <уся інша територія України>, аудиторія, що стоїть за атакуючою стороною (Росія), союзники (наприклад, Казахстан або Білорусь), нейтральна аудиторія (решта світу)» [6].

Канали поширення віртуальних впливів. Дослідники одностайні в тому, що середовища, в яких поширюються інформаційні та смислові «віруси», суттєво різняться. Інформаційні диверсії здійснюються зазвичай – свідомо чи несвідомо! – за допомогою засобів масової інформації. Для проведення смислових операцій, крім мас-медіа, залучаються продукти масової і рідше – елітарної культури (кіно, література, індустрія розваг і споживання, мова). «Якщо телевізійні новини, – пише Р. Марутян, – відображають вимоги до тактичної комунікації, то культура відноситься до галузі стратегічної комунікації» [7].

Класичними і наведеними вже в багатьох працях про віртуальні війни вже стали приклади заборони в низці країн деяких дитячих іграшок чи серіалів. Так, ще з початку нового тисячоліття в Ірані, наприклад, заборонили продаж ляльок «Барбі» з метою захистити традиційні ісламські цінності. У 2016 «тренд» підхопила Росія, яка не заборонила, але виступила з ініціативою детальніше прописати в офіційних документах «критерії ризику, що впливають на морально-емоційне благополуччя дітей» [9].

Типовим явищем в Україні протягом останніх років стали заборони низки фільмів і серіалів. Попри те, що це викликає бурхливу і часто негативну реакцію громадськості, варто прислухатися до думок експертів: «Основним сьогоднішнім каналом сенсів, що має індустріальний характер, є серіали. Вони виявилися настільки привабливими для глядачів, що по всьому світу мільйони людей не відходять від телевізорів... Кіноіндустрія пропонує глядачеві варіанти поведінки, які він з готовністю сприймає. Кіноіндустрія серйозним чином також програмує минуле... Люди починають “пам’ятати” те, чого ніколи не бачили в реальності» [7].

Спірним залишається питання, чи можуть здійснюватися інформаційні та смислові впливи через елітарні форми культури, наприклад, класичну і сучасну елітарну літератури. Це вважається неможливим із трьох причин: 1) сучасні люди дедалі менше читають; 2) таку літературу може сприйняти тільки незначна кількість людей, оскільки «робота» з такою книгою потребує відповідної естетичної підготовки і певних зусиль; 3) класика взагалі пропонує кардинально іншу систему цінностей, порівняно з тією, яку сповідує споживацьке суспільство («стикаючись із класичною літературою... молода людина відчуває, що ідейно-ціннісний бекграунд, який криється за цим пластом художньої культури, конфліктує зі світом, що її оточує...» [21]).

Однак в Україні, маємо констатувати, ситуація дещо інша. Українська класична література – засіб виживання народу, частина його генетичного коду, не дарма на грошових купюрах – портрети Г. Сковороди, Т. Шевченка, І. Франка, Лесі Українки. Попри стійке небажання школярів долучатися до класики, у буремні роки останніх революцій на стінах київського головноштамту з’являлися графіті з рядками поезій В. Симоненка, В. Стуса, Л. Костенко. Заучені колись рядки ставали лозунгами: «Борітеся – поборете!» І ця сама література не дарма неодноразово ставала об’єктом маніпуляцій. Пригадаймо книги і фільми з промовистими назвами «Вурдалак Тарас Шевченко». І. Дзюба на це відгукнувся так: «Щоб нація втратила свою життєздатність, дуже важливо дискредитувати основні опорні конструкції її національного самоусвідомлення. І тут, звичайно,

Шевченка ніяк не обійти. Воюючи з Шевченком, воюють з Україною, хоч і приховують це з різною мірою вправності» [3, с. 4-5].

Потужним, але непрогнозованим каналом віртуальних впливів сьогодні стали Інтернет і соціальні мережі. Вони одночасно є як засобом поширення інформації, так і середовищем формування великої кількості субкультур, кожна з яких має свою систему цінностей, правил поведінки, мову. Саме тому Мережа – ідеальне поле битви в інформаційних і смислових протистояннях. Єдине, що до сьогодні недостатньо враховують, на її безмежних просторах може непомітно і безконтрольно створюватися «зброя» як наступу, так і контрнаступу.

Тривалість і наслідки впливу. «Якщо інформаційна війна – зазначає Г. Почепцов, – формує порядок денний, то смислова – порядок десятиріч, бо вона змінює саму карту місцевості, а не лише назву однієї з вулиць, якою треба сьогодні проїхати... <Це відбувається, тому що> в першому випадку ми змінюємо інформацію, в другому – знання. А знання є більш довготривалим продуктом, ніж інформація. Факти можуть змінюватися, а правила, за якими ми їх розуміємо, залишаються тими самими» [16, с. 25].

Інформаційні протистояння зазвичай «блискавичні», вони складаються з короткострокових операцій, а отриманий результат нетривкий і може бути змінений. Так, перед будь-яким важливим засіданням міжнародних міжурядових організацій в інформаційний простір може бути «запущена», наприклад, дезінформація. Вона матиме чи не матиме значення для перебігу засідання і ухвалення тих чи інших рішень, але за два тижні про неї вже ніхто не згадає. Наслідки можуть бути досить болючими, однак завжди залишаються раціональні механізми для подальшого виправлення ситуації.

«Перепрограмування» світогляду противника в межах смислової війни – це завжди тривалий, інколи розтягнений на десятиліття, а то й століття проект. Причому наслідки його здебільшого не прогнозовані.

По-перше, ворог може просто «не поцілити». «Культурні» коди – це все-таки дуже «тонка матерія», особливості якої противник часто не усвідомлює або недооцінює. Російсько-український конфлікт – яскраве тому підтвердження. Так, алогічна впевненість російської

влади в тому, що українці – це «недонарод», зумовила її неготовність до серйозного опору з боку українських патріотів. Нерозуміння закладених у менталітеті, фактично на генетичному рівні, відмінностей у ставленні росіян і українців до влади змусило двічі зробити програшну ставку на «президента-зека». «Смислова зброя, – зазначає О. Пелін, – незважаючи на масштабність нанесення шкоди противнику, обмежена конотативною специфікою інформації. Варто пам'ятати, що конотація або супутні значення не можуть бути універсальними і мають межі поширення...» [11, с. 126]

По-друге, у випадку «переможної» смислової війни її наслідки можуть бути закріплені у свідомості людей надовго, змінюються важко, часто – аж наступними поколіннями. Афористично Т. Шевченко це висловив у рядках: «Так от як кров свою лили / Батьки за Москву і Варшаву, / І вам, синам, передали / Свої кайдани, свою славу!» [20, с. 270] І як показала історія, шлях до відродження – «І забудеться срамотня / Давня година, / І оживе добра слава, / Слава України» [20, с. 271] – тривалий, кривавий і надзвичайно болісний.

По-третє, наслідки «перепрограмування» можуть бути і нетривкими. У такому випадку після тимчасової «легалізації» в публічному просторі вони закріплюються вже методами силового впливу, терору тощо. Як це робилося в радянській Україні, наприклад, за допомогою жорстокого придушення повстань, голодоморів, винищення еліт.

Зазвичай уявлення, переконання, вірування людини змінюються протягом її життя. Кожен може розчаруватися в чомусь, змінити свої пріоритети. Це нормальні процеси еволюції індивіда. У випадку зі смисловим впливом саме в цьому і криється пастка.

Уявімо, що в результаті різних маніпуляцій чи пропаганди людина змінила свою систему цінностей. Наприклад, вона переконана: «хто був нічим, той стане всім» – це прекрасний соціальний «ліфт», який відкриває перед нею безліч можливостей. Згодом облуда спадає, відбувається прозріння: людина бачить, що під прикриттям цієї «мантри» творяться жахливі речі. Однак це вже не має жодного значення: її помилкою вже скористалися. Нові правила вже прописані і введені в публічний дискурс. Їм підпорядковані

політика, освіта, культура. Запущений механізм, який важко або й неможливо зупинити. Із цих тенет є кілька виходів, і всі вони однаково драматичні: людина «бунтує» і гине під пресом породженої за її ж участю машини брехні; змиряється і призвичаюється жити за принципом «думаю одне, говорю інше»; пристосовується до нових реалій, виправдовує себе шляхом виправдання системи.

Попереднє століття дало безліч прикладів таких заручників соціалістичного «раю» і арійської зверхності. На жаль, сьогодення намагається «не відставати». Наприклад, медіа регулярно оприлюднюють сповіді колишніх прибічників ЛНР і ДНР. Наведемо як приклад одну з них: «Так закінчилася моя війна – маленька війна маленької людини. Навіщо я туди поліз? Мені 23 роки, у мене немає ніг, ні дружини, ні дітей. І швидше за все, вже ніколи не буде. Ніг – це точно, сто відсотків не буде... Зате у мене є багато вільного часу. На війні люди змінюються. Хтось розумнішає, хтось звіріє, хтось дорослішає, але змінюються всі! Я теж змінився – я навчився думати. І зрозумів, як це може бути страшно вміти думати! Адже ти починаєш розуміти, що щось йде не так, як розповідали, що *щось іде зовсім неправильно!*.. Я воював за ДНР майже рік, я вірив у Республіку, я ненавидів “бандерівців”... Тепер мені шалено, до одуру, боляче і страшно, коли я розумію, що це – кінець. Це гетто. І я житель гетто, в якому ніхто нікому не потрібен...» [5] Це історія людини, якій нав’язали почуття любові до «руського міру» і ненависті до своїх співвітчизників. Що б вона не відчувала тепер, реалії існування вже визначені.

Методи. На думку Г. Почепцова, одна з ключових відмінностей інформаційного та смислового протистоянь полягає в застосуванні принципово різних методів ведення війни: «Раніше в основі інформаційної війни стояло *повідомлення*, нині ж базою стає *інтерпретація*... Раніше ми бачили в світі те, про що нам розповідали. Тепер ми розуміємо те, що нам інтерпретують. Складний світ вимагає тлумачень» [16, с. 21]. На відміну від інформаційної, «базовий інструментарій смислової війни – *реінтерпретація*... Смилова війна зайнята коцептуальним перекладом... <Наприклад, під час перебудови> особи зі списку

“ворогів” (Бухарін чи Троцький) переходили у список “друзів”. І навпаки: “друзі” ставали “ворогами”, як-от Ленін чи Сталін. Як наслідок, почали змінюватися назви вулиць і площ, мінялися навіть пам’ятники...» [16, с. 23] Загалом же змінилася вся парадигма мислення, а в результаті – суспільний лад, геополітичні орієнтири, економічний устрій усіх суб’єктів колишнього СРСР.

Протягом багатьох століть дієвим методом інформаційних впливів були заборони, замовчування і цензура. В умовах смислових протистоянь і в час, коли повністю заборонити щось неможливо через розвиток нових технологій, набагато більшу роль почало відігравати якраз прирощення інформації, суттєве збільшення її кількості: «людина, яка перебуває в такому дуже потужному інформаційному полі, так би мовити, дезорганізована насправді, це людина, якою дуже легко керувати. Вона надзвичайно легко керована» [цит. за 14, с. 15].

Не менш важливу роль у смисловій війні відіграють *міфологізація і ритуали*, які нав’язують не лише нові смисли, а й форми поведінки. І Г. Почепцов, і Р. Марутян для підтвердження цієї тези наводять чимало прикладів із радянської епохи: «Сенси, закодовані в ритуалах, задають поведінку. Наприклад, відома радянська максима “Піонер – всім хлопцям приклад”. Це... інструкція» [7]; «Радянський Союз мав... запрограмовану реальність, у якій важливу частину займали ритуали (збори, демонстрації тощо)» [14, с. 24]; «СРСР мав дитячі й молодіжні організації (піонерську і комсомольську), які повинні були імплантувати в індивідуальну свідомість радянську матрицю. Були відповідні радянські процеси “ініціації”, які маркували перехід на вищі рівні радянської соціалізації. Радянський герой, як і всі інші герої, завжди проходив випробування, щоб продемонструвати те, що він готовий отримати винагороду» [17].

Отже, можемо констатувати: основними методами ведення інформаційної війни є повідомлення (одноразове чи багаторазове, правдиве чи неправдиве), замовчування, нагнітання інформаційних шумів, інтерпретація; для смислової війни це реінтерпретація, «концептуальний переклад», міфологізація свідомості і ритуалізація поведінки.

Методики і технології. У межах інформаційних і смислових впливів використовується переважно маніпулювання, навіювання, програмування, як його різновиди, а також пропаганда. Стисло охарактеризуємо їх.

Маніпулювання – це приховане управління політичною свідомістю та поведінкою людини, що ґрунтується на ірраціональності та формуванні хибних висновків з метою примусити особу до дій або бездіяльності всупереч її справжнім інтересам [4, с. 75].

Навіювання – прихований вплив на підсвідомість людини задля зміни її звичок, поведінкових установок, цінностей, переконань. Здійснюється як вербально, так і невербально – за допомогою жестів, візуальних образів, звуків. Велику роль при навіюванні відіграють інтонація, темп, гучність тощо.

Програмування і його види доволі повно описані в статті Р. Колісніченка «Прийоми політичних маніпуляцій і стійкість до маніпулятивних впливів як складова демократичної електоральної культури»: «До політичних маніпуляцій також відноситься застосування латерального програмування, що ґрунтується на повторенні повідомлень, які начебто є очевидними і не потребують доказу та, залишаючись на другому плані, сприймаються підсвідомо. Видами такого програмування є гіпноз, що передбачає використання мовних стратегій, які забезпечують уникнення опору прямим командам, нейролінгвістичне програмування (НЛП), котре спирається на візуальний, аудіальний і кінестетичний типи сприйняття оточуючого світу та метапрограми – звичні стратегії мислення та стереотипи... Серед прийомів латерального програмування вирізняються: застосування сублімінальної (підсвідомої) реклами, що базується на передачі сигналів, котрі перевищують поріг реєстрації свідомістю та сприймаються підсвідомо (ефект 25-го кадру); ланцюгове з'єднання реальних фактів з вигаданими, наприклад, пропонування чотирьох тверджень, три з яких є безперечними, а четверте необхідно впровадити (Дніпро – ріка, лев – цар звірів, Україна – Батьківщина, Сидоренко – депутат); «установка-наказ» – повторення тверджень безапеляційним тоном без аргументації <...>; використання сполучення кольорів, шрифтів, звуків та світла певних

частот, що вводить свідомість до граничного стану з ознаками гіпнотичного, прикладом чого є проведення концертів та дискотек, де музичні номери супроводжуються політичними закличками та інші прийоми...» [4, с. 77]

Пропаганда – поширення політичних, філософських, наукових, художніх та ін. поглядів та ідей з метою їхнього запровадження в суспільну свідомість і активізації масової практичної діяльності. Пропаганда може бути «вертикальною», «політичною», «явною» (просувається від імені держави і нав'язує певну ідеологію) чи «горизонтальною», «соціологічною», «непомітною» (подається під виглядом приватних думок і має на меті формування певного світогляду й цінностей). Гітлерівська Німеччина і Радянський Союз – яскраві приклади вертикальної пропаганди. Сучасна пропаганда, на думку Г. Почепцова, горизонтальна, вона «мімікрує або під науку, або під освіту, або під думку конкретної людини, але яка чомусь транслюється мільйонам. Тобто з пропаганди сьогодні принципово стерте відсилання на пропаганду» [14, с. 27].

Відкриті питання осмислення інформаційних і смислових війн сучасності. У самому терміні «смислова війна» контрверсійними є обидва слова. Концепт «смисл» тут пов'язаний із поняттями гри і маніпулювання сенсами, а отже – нівелюванням смислу як такого. Концепт війни використовується також дуже умовно, оскільки в більшості випадків достеменно невідомими залишаються сторони протистояння, їхні наміри, а результати є принципово не прогнозованими.

Окреслимо спочатку, які ж особливості смислових протистоянь ставлять під сумнів коректність використання саме терміна «війна».

По-перше, як уже було сказано, у більшості випадків ворог «неявний», цілі «розмиті», результати непрогнозовані, тривалість необмежена, про перемогу не йдеться. Г. Почепцов, враховуючи все це і спираючись на висновки Дж. Лакоффа, запропонував термін «окупація». Аналогія зрозуміла: йдеться про захоплення не територій, а «мізків», «свідомості».

По-друге, елементи інформаційної та смислової війн «притаманні й багатьом мирним ситуаціям. Це й вибори, особливо президентські,

це й війни брендів, це й інструментарій паблік рілейшнз, який, по суті, є м'яким варіантом <таких протистоянь>, оскільки так само... найефективніший тоді, коли непомітний» [14, с. 7].

По-третє, ставиться також питання про дієвість інформаційних і смислових війн без залучення силових методів. Для того, щоб нав'язати українцям, наприклад, парадигму радянського «щастя», потрібні були репресії і фактично масове фізичне винищення. Картина світу народу не так просто піддається трансформаціям.

По-четверте, потрібно пам'ятати, що трансформації соціокультурних явищ відбуваються постійно, і не тільки в результаті воєнних операцій чи в результаті агресії та деструкції. І тоді дуже важко визначити (цим захоплюються поціновувачі конспірологічних версій), змінилися уявлення і цінності народу в результаті природної еволюції чи завдяки чіємусь втручанню. Наприклад, питанню, як розпався СРСР – у результаті нежиттєздатності системи чи завдяки операціям Заходу, присвячено чимало публікацій.

З цього приводу І. Яковенко пише (і на цьому ж акцентує увагу Г. Почепцов): «Можна виділити два потоки процесу трансформації базових основ культури. Перший потік реалізується в межах самоорганізації соціокультурного цілого. Так, наприкінці 60-х років ХХ століття... на книжкових полицях з'явилися якісно нові дитячі казки. “Мумі-тролі” Туве Янсон, “Чарівник смарагдового міста” Олександра Волкова, книги про Мері Попінс... користувалися шаленою популярністю... Діти, виховані на цій літературі, весело поховали Радянський Союз. Другий потік трансформації базових основ культури реалізується в межах систематичної роботи соціальних і політичних інститутів дуже різного рівня. Як приклад можна навести роботу ордену єзуїтів на території Речі Посполитої... Вони відкривали безкоштовні школи, писали наукові твори... Школа була соціальним ліфтом. А безкоштовна школа – потужним стимулом... Як додаток до освіти йшов світогляд, який визначав базові орієнтири і життєвий шлях вихованця. Із Львівської єзуїтської колегії... утворився перший в Україні університет (1661)» [21]. І це приклади позитивних і не викликаних агресією ментальних зрушень.

Для пояснення неоднозначності визначення війни як «сислової» звернімося до цитованої вже вище книги «Симулякри і симуляція» Жака Бодріяра (1929–2007), у якій ще в 1976–1981 роках минулого століття було зроблено невтішний висновок: «Ми живемо в епоху подій, що не мають наслідків (і теорій, що не ведуть до висновків). Смысл уже не має на що сподіватися. І це, без сумніву, саме так: смысл підвладний смерті» [1, с. 230].

Що мав на увазі філософ? Він на багатьох прикладах показав перехід сучасного світу комунікацій від знаків, «які щось приховують» і чітко «прив'язані» до реальних речей чи уявлень (наприклад, ікона – символ Бога, грошова одиниця – символ часточки золотовалютного запасу країни, ядерна зброя – символ реальної загрози існуванню людства), до знаків, «які приховують, що нічого немає» [1, с. 13]. Наприклад, ікони в лазнях і мощі святих у підвалах особняків можновладців – символ несвідомої дискредитації ідеї Бога; криптовалюта – символ електронної фінансової «гри», правила якої мало кому відомі; ядерна зброя – символ маніпуляцій, залякування, міждержавного шантажу. Наш час Ж. Бодріяр назвав епохою симулякрів – позбавлених прив'язки до реальності моделей буття.

Філософське розкриття «трагедії смислів» пов'язане і з поняттям «демонтажу великих смислів» у суспільстві споживання. Замість індивідуальності зараз оцінюють імідж, стиль життя. Поняття «успіх і досягнення» замінено концептом «успішності». «Тобто, – зазначає Г. Почепцов, – рішення прийнято на користь форми на шкоду змісту. Епоха без змісту породжує відповідний тип героїки. Тепер... немає запиту на велику фігуру. Виходить, що і в цій сфері герої покинули людство. Герої створювали певну впорядкованість у світі. Вони задавали правила вчинків, правила біографій, правила життя. Світ без героїв – це одночасно світ, який втратив свої правила. Світ із героями – сильний світ, світ без героїв – слабкий світ. Тобто світ сьогодні свідомо чи випадково ослаблений» [14, с. 22]. Загалом, ця тема від початку ХХ століття глибоко осмислена як у філософії (О. Шпенглер, Ф. Ніцше), так і в літературі – в романах «Війна з саламандрами» К. Чапека, «Гра в бісер» Г. Гессе, «451 градус за Фаренгейтом» Р. Бредбері, «Літератрон» Р. Ескарпі, «Кись» Т. Толстої та інших.

Логіка «життя для споживання» прижилася, оскільки часи глобальних війн і трагічних потрясінь «відмінили» всі інші логіки. Людина ХХ століття виявилася «розчавленою» не тільки шаленим інформаційним пресом, а ще й постійною зміною нав'язуваних їй ідеологем. «Який потойбічний світ? – запитував герой одного з фільмів, – Його ж, здається, ще в сімнадцятому році “відмінили”. Лектор з міста приїжджав, розказував...» Люди пристосувалися до зміни ціннісних парадигм! Відбулася шалена девальвація слів, понять, цінностей, і це основний виклик для сучасного суспільства.

Завдання і запитання до параграфа

1. Назвіть основні ознаки смислової війни, які відрізняють її від інших видів віртуальних протистоянь.
2. Наведіть приклади деструктивних смислових впливів, відомих зі світової історії.
3. Підберіть, користуючись матеріалами сучасних ЗМІ, приклади застосування таких методів інформаційних і смислових протистоянь, як інтерпретація та реінтерпретація.
4. Знайдіть в різних наукових джерелах визначення пропаганди і порівняйте їх.
5. Що таке латеральне програмування? Охарактеризуйте його різновиди. Як протидіяти подібним впливам на психіку людей?
6. Який, на ваш погляд, із двох термінів – смислова війна чи смислова окупація – точніше відображає сутність поняття? Обґрунтуйте свою думку.
7. Прочитайте книгу Ж. Бодріяра «Симулякри і симуляція». Поясніть поняття «симулякр», «прецесія симулякрів». Чому філософ зробив невтішний висновок про те, що «сенси підвладні смерті»?

Список використаної та рекомендованої літератури

1. Бодріяр Ж. Симулякри і симуляція / Ж. Бодріяр; пер. з фр. Володимир Ховкун. – Київ : Видавництво Соломії Павличко «Основи», 2004. – 230 с.
-

2. Дзюба І. М. Нагнітання мороку: від чорносотенців початку ХХ століття до українофобів початку століття ХХІ. – Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2011. – 504 с.
3. Дзюба І. Шевченкофобія в сучасній Україні. – Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2006. – С. 4-5
4. Колісніченко Р. М. Прийоми політичних маніпуляцій і стійкість до маніпулятивних впливів як складова демократичної електоральної культури / Роман Миколайович Колісніченко // Освіта регіону. Український науковий журнал. – 2010. – № 2. – С. 75.
5. Майський Г. Запізнілий крик душі – сповідь бойовика-сепаратиста / Г. Майський // Преса України. – 12.10.2015. – Режим доступу : <http://uapress.info/uk/news/show/99987> (дата звернення: 27.04.2018).
6. Марутян Р. Р. Меметична зброя як інструмент смислової війни РФ проти України [Електронний ресурс] / Р. Р. Марутян // Matrix-divergent. – 15.05.2017. – Режим доступу: <http://matrix-info.com/2017/05/15/memetychna-zbroya-yak-instrument-smyslovoyi-vijny-rf-proty-ukrayiny> (дата звернення: 27.04.2018).
7. Марутян Р. Р. Сміслові війни сучасності: український вимір [Електронний ресурс] / Р. Р. Марутян // Matrix-divergent. – 13.03.2017. – Режим доступу : <http://matrix-info.com/2017/03/13/ROSIYA-GOTUYETSYA-DO-VELYKOYI-VIJNY-TU> (дата звернення: 27.04.2018).
8. Марутян Р. Р. Що таке сміслові війни та чому вони загрозовіші за інформаційні? [Електронний ресурс] / Р. Р. Марутян // UKRLIFE.TV. – Грудень 2017. – Режим доступу: https://www.youtube.com/watch?v=b2EZh_7Grkw (дата звернення: 27.04.2018).
9. Не вписалася у стандарти: У Росії можуть заборонити продаж ляльки Барбі через "релігійну" невідповідність [Електронний ресурс] // Патріоти України. – 19.09.2016. – Режим доступу: <http://patrioty.org.ua/other/ne-vpysalasia-u-standarty-u-rosii-mozhut-zaboronyty-prodazh-lialky-barbi-cherez-relihiinu-nevidpovidnist-134258.html> (дата звернення: 27.04.2018).
10. Орвелл Дж. 1984 : роман / Джордж Орвелл; пер. з англ. В. Шовкун. – Київ : Вид-во Жупанського, 2015. – 312 с.
11. Пелін О. В. Сміслова зброя в умовах інформаційних війн / О. В. Пелін, Ю. А. Давидова // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: «Педагогіка, соціальна робота». – Випуск 31. – С. 125-127.
12. Поппер К. Відкрите суспільство та його вороги. Том 1. / К. Поппер; перекл. з англ. О. Коваленка. – К.: Основи, 1994. – 444 с.
13. Почепцов Г. Інформаційна політика : навч. посіб. / Г. Г. Почепцов, С. А. Чукут. – 2-ге вид. – Київ : Знання, 2008. – 663 с.
14. Почепцов Г. Г. Смісли і війни: Україна і Росія в інформаційній і смисловій війнах / Георгій Почепцов. – Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2016. – 316 с.
15. Почепцов Г. Г. Сміслові війни в політиці та бізнесі [Електронний ресурс] / Георгій Почепцов // Детектор медіа. – 10.03.2013. – Режим доступу : http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/smislovi_viyni_v_polititsi_ta_bi_znesi (дата звернення: 27.04.2018).

-
-
16. Почепцов Г. Г. Смыслові та інформаційні війни / Георгій Почепцов // Інформаційне суспільство. – Випуск 18. – 2013. – С. 21-27.
 17. Почепцов Г. Г. Смыслові та інформаційні війни: пошук відмінностей [Електронний ресурс] / Г. Почепцов // Детектор медіа. – 17.03.2013. – Режим доступу : http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/smislovi_tainformatsiyni_viyni_poshuk_vidminnostey (дата звернення: 27.04.2018).
 18. Почепцов Г. Г. Смысловые войны сегодняшнего дня, или Ментальные трансформации массового сознания [Електронний ресурс] / Георгий Почепцов // Детектор медіа. – 04.08.2017. – Режим доступу : <http://detector.media/withoutsection/article/128632/2017-08-04-smyslovye-voiny-segodnyashnego-dnya-ili-mentalnye-transformatsii-massovogo-soznaniya> (дата звернення: 27.04.2018).
 19. Почепцов Г. Г. Тоталитарный человек. Очерки тоталитарного символизма и мифологии / Г. Г. Почепцов. – Київ : Глобус, 1994. – 152 с.
 20. Шевченко Т. І мертвим, і живим, і ненародженим землякам моїм в Україні і не в Україні моє дружнє посланіє // Шевченко Т. Кобзар. – Київ : «Радянська школа», 1983. – С. 265-271.
 21. Яковенко И. Г. Что делать? [Електронний ресурс] / Игорь Григорьевич Яковенко // Новая газета. – 16.03.2012. – № 29. – Режим доступу: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2012/03/15/48804-chto-delat> (дата звернення: 27.04.2018).

Автор параграфа:
канд. філол. н., доц. каф. журналістики
НПУ імені М. П. Драгоманова
ОЛЕНА ХАРИТОНЕНКО

§ 6. «Зброя» смислової війни. Основні інструменти для зміни системи цінностей

У межах інформаційних війн використовуються переважно факти, фейки (неправдиві факти), і вже на основі них здійснюються дезінформація, інформування в потрібному напрямку, інтерпретація, замовчування, переакцентування і відвернення уваги за допомогою інформаційних шумів тощо.

Смислові війни передбачають використання зовсім іншого інструментарію. Факти відходять на другий план: «Достовірність факту тут не є настільки важливим параметром, як у випадку з інформаційним простором. У крайньому разі завжди можна знайти інший факт, якщо цей не підійде. Факт вторинний, первинним є необхідний образ-смісл» [28, с. 16].

Г. Почепцов дуже вдало сформулював принцип застосування зброї у смисловій війні: якщо інформаційна операція починається з факту, який потім видозмінюється шляхом маніпулювання, то семантичні диверсії «стартують» від образу, метафори, влучно підбраного слова-кліше, під які згодом факти реальної дійсності лише «підтасовуються». Противник у цій війні «працює з образом окремо, а з фактом окремо; потрібний образ робить яскравим, а непотрібний факт – каламутним і спірним... <Наприклад>, образ “бандерівця” живе власним життям, не пов’язаним ні з історією цього поняття, ні із сучасною українською реальністю» [цит. за 28, с. 16].

На наш погляд, у науці сьогодні не достатньо вивченим залишається питання про те, що ж саме є «зброєю» смислової війни, за допомогою чого можна вільно «зайти» на «територію сенсів» жертви агресії. Пояснимо на прикладах особливості застосування основних інструментів смислових протистоянь – міфологічних структур, концептів, фреймів, патернів, мемів.

Сьогодні, зазначає Т. Пода, в інформаційному просторі «в значній кількості народжуються соціальні, політичні, художні,

релігійні міфи, які, незважаючи на свій ілюзорний характер, здійснюють досить реальний вплив на соціальне життя. В підсумку, сучасний міф перетворився на засіб соціальної мобілізації та маніпуляції суспільною свідомістю. Істина, яку для себе визначає людина, відкривається у формі міфу, тому що у ньому концентрується певне світорозуміння, аутентичне даній культурі, і при цьому не вимагає будь-яких аргументів. Міф, який виступає як колосальне джерело масової енергії, здатний мобілізувати навіть групи людей до певних дій. Інформація, яка оформлена в оболонку міфу, набуває чуттєво-виразну конкретність, легко запам'ятовується, естетизуючи життєвий світ сучасної людини, кидає її, в кращому випадку, в обійми ілюзій, а в гіршому, – робить її об'єктом різних маніпуляцій, в тому числі політичних» [26, с. 69].

Міфологічні структури як інструмент пропаганди і впливів на маси в межах смислової війни, зв'язки сучасних ідеологій, як «правих», так і «лівих», із міфом аналізували протягом усього ХХ століття Е. Кассінер, К. Поппер, М. Еліаде, К. Леві-Строс, Р. Барт. Сьогодні в Україні ці проблеми розглянуті в публікаціях Г. Почепцова, Л. Зубрицької, Т. Поди, Г. Суріної та інших.

Відчуття тривоги, породженої невизначеністю, супроводжує сучасну людину скрізь і завжди. Недарма Д. Белл (1919–2011) свою працю «Соціальні межі інформаційного суспільства» відкрив епіграфом із «Каменя (Піснеспівів)» Т. Еліота, перецитованого сьогодні в довільних перекладах уже в десятках праць: «Постійна гонитва в колі ідей і новацій, / Винаходів, відкриттів, експериментів / Дає розуміння сутності руху, але не спокій. / О життя, змарноване в існуванні... / О мудрість, загублена у знанні... / О знання, втрачене в інформації...» [2, с. 330]

У трагічні моменти історії та в складних реаліях сьогодення люди завжди прагнуть спрощення, системності, стабільності й легко приймають «несуперечливі» моделі існування. Поділений на «своїх» і «чужих», «героїв» і тих, кого ці герої неодмінно захистять, світ одразу стає зрозумілішим, «системнішим, ніж мозаїка його представлення у новинах» [28, с. 60].

М. Еліаде (1907–1986) у своїй книзі «Міф про вічне повернення» (розділ «Жах перед історією») охарактеризував це явище так: «Хотілося б, наприклад, знати, як можна стерпіти і виправдати муки і зникнення стількох народів, які страждають і зникають із однієї причини – тому що вони опинилися на шляху історії, тому що вони є сусідами імперій, схильних здійснювати постійну експансію. Як, наприклад, виправдати той факт, що Південно-Східній Європі довелося багато століть страждати... тільки тому, що вона опинилася на шляху нашестя азійських народів... А сьогодні... як би людина могла перенести катастрофи і “жахи історії” – від депортацій і масових вбивств до атомного бомбардування, – якби за ними не можливо було відчутти жодного знаку, жодного трансісторичного замислу, якщо всі вони є не чим іншим, як сліпою грою економічних, соціальних або політичних сил?.. Нам відомо, як в минулому людству вдавалося пережити страждання... Кожен герой повторював архетипне дійство, кожна війна відновлювала боротьбу між добром і злом, кожна нова соціальна несправедливість ототожнювалася зі стражданнями Спасителя... кожна нова бійня повторювала смерть мучеників...» (переклад наш) [36, с. 134-135].

Спираючись на висновки більшості дослідників міфу, охарактеризуймо основні його структурні одиниці (міфологеми), які змушують сучасну людину відмовитися від реальності й радісно сприймати імплементацію у своє життя архаїчних, племінних моделей існування.

Нсамперед, міфологічна й модерна історична свідомість різняться опозицією *«колектив»* – *«індивідуум»*, *«ми»* – *«Я»*. Визнання кожної особистості в суспільстві як вільної і незалежної накладає на неї безліч зобов'язань, змушує нести тягар відповідальності за свої вчинки, залишає сам на сам і перед державою, і перед космосом. Куди легше бути «як усі», нічого не вирішувати, не рефлексувати, не намагатися на свій ризик щось змінити на краще. Усвідомлюючи одночасно як привабливість такої картини світу, так і її небезпечність, К. Поппер у праці «Відкрите суспільство та його вороги» свого часу писав: «Ми повинні прямо подивитись у вічі цій проблемі, як би важко нам не було це зробити.

Якщо ми мріємо про повернення до нашого дитинства, якщо ми відчуваємо спокусу перекласти відповідальність на інших і в такий спосіб здобути щастя, якщо ми прагнемо ухилитися від своєї ноші – від хреста людяності, розуму та відповідальності, якщо ми втратили хоробрість і хочемо позбавитись від напруження – тоді ми повинні зміцнити себе чітким розумінням того простого рішення, яке нам доведеться приймати. Ми можемо знову стати тваринами. Але, якщо ми хочемо залишитися людьми, тоді є лише один шлях – це шлях до відкритого суспільства. Ми повинні й далі просуватись до невідомого, відчуваючи непевність і небезпеку, використовуючи наш розум, щоб планувати, наскільки це можливо, як нашу безпеку, так і нашу свободу» [27, с. 225].

По-друге, у міфологічній картині світу важливу роль завжди відіграє опозиція *«свій»* – *«чужий»*, *«друг»* – *«ворог»*. Причому архаїчна мораль не знає співчуття, в її межах не можна ставити себе на місце «чужого», відчувати до нього жаль чи ще якісь емоції, як це ми звикли робити за «золотим правилом» етики сьогодні. Пригадаймо, у сучасних фільмах, стенд-апах часто в гумористичному плані осмислюється «жорстокість» народних дитячих казок. «Як таке може бути?» – запитує з подивом наш сучасник. Наприклад, епізод, у якому Івасик Телесик кидає в піч доньку Змії, а потім спостерігає, як мати їсть власну дитину, справді моторошний у системі сучасних ціннісних координат. Але він абсолютно нормальний з погляду логіки природного відбору – або ти, або тебе.

По-третє, міф культивує *«сакральний» час («золотий вік»)* і протиставляє його *«профанному»*. Архаїчна свідомість живиться *ідеєю «циклічності»*, тобто постійних повернень до проживання обраної за зразок «історії» в реальному, такому, що розгортається *«лінійно»*, від народження до смерті, житті людини. Буття в такий спосіб позбувається трагічної невизначеності і наповнюється сенсом. У сучасній культурі ці уявлення ще зберігаються в релігійних ритуальних циклах (Син Божий народжується і воскресає щороку), аграрному календарному році. Однак використання «сакральних» історій у політичному дискурсі – це завжди маніпулювання. Реальну історичну подію, з її подвигами і зрадами, втратами і здобутками

вихолощують до однозначно інтерпретованого символу – знаку своєї ідентичності. К. Леві-Строс про це писав так: «Що робить історик, коли говорить про Французьку революцію? Французька революція є реальністю, що лежить в іншій площині, це послідовність подій минулих, але водночас і схема, наділена перманентною життєвістю, яка дає змогу пояснити соціальну структуру сучасної Франції...» [18, с. 198]. Так само в СРСР говорили про «Велику Жовтневу соціалістичну революцію» і недарма призначили 7 листопада «червоним днем календаря». Ритуальне проживання щороку «взірцевої історії» докорінної зміни соціально-політичного устрою виправдовувало убогість і трагічність реального існування мільйонів людей. Спроби віднайти в історії «сакральний» зразок здійснюються і в Україні. Л. Зубрицька так описала ці пошуки: «Якщо раніше маркером була дата проголошення незалежності держави і сучасна історія України поділялась на передісторію (існування у складі СРСР) і власне історію незалежної України, то сьогодні маркером виступають події на Майдані, які посунули у часі передісторію і початок “нової ери”. Всі події тепер розглядаються як до Майдану та після цих подій» [8, с. 74]. Набагато чеснішою щодо історії була, наприклад, позиція Т. Шевченка. З одного боку, він закликав побачити «славу, / Живу славу дідів своїх», з іншого, визнавав: «Я ридаю, як згадаю / Діла незабуті / Дідів наших. Тяжкі діла! / Якби їх забути, / Я оддав би веселого / Віку половину» [35, с. 270]. Однак не всім такий реалістичний і свідомий погляд до снаги.

По-четверте, міфологічний простір організований як чітке протиставлення «*тут*» і «*там*», причому як вертикально («пекло – земля – рай»), так і горизонтально («до порогу життя» і «за порогом невідомість»). Ці опозиції, до того ж, чітко марковані: «тут» пов’язане з відчуттями «порядку, стабільності, спокою», а «там», відповідно, – «хаосу, страху, невідомості». Природно, це суперечить логіці сучасного відкритого суспільства і глобального світу. Г. Почепцов навів цікавий приклад парадоксального нав’язування цієї прадавньої парадигми мислення в СРСР: радянський простір, на його думку, був механічно змодельований і до того ж дивовижним чином не збігався з фізичним. Так, уявлення про «соціалістичний, прогресивний» «Схід» і

«загниваючий Захід» ніяк не співвідносилось з реальною картою. За запропонованою логікою Японія і Південна Корея потрапляли в «західні координати», а Північна – у «свої, східні». «Кордон, що перебував “на замку”, відтворював традиційний для давніх культур образ ритуального порога... Радянська людина, яка повернулася з мандрівки за кордон, якщо не чужа, то вже не цілком своя...» [цит. за 8, с. 74].

Важливим елементом міфологічних структур були образи *«героїв» і «жертв»*. Давні люди роль особистості в історії осмислювали однозначно: зміни в сталій картині світу не могли відбуватися самі по собі, вони потребували персоніфікації. Геракл, Прометей, Тесей – втілення уявлень про божий промисел, який творить дива і вирішує проблеми колективу зусиллями наділених надприродними можливостями лідерів. У сучасній картині світу ці уявлення трансформуються в створювані «пантеони героїв», міфологему «сакральної влади».

Крім героїв, ще одним засобом забезпечення порядку у Всесвіті для давньої людини були жертви. У випадку як і з героями, так і з жертвами потрібно пам'ятати: міф живиться потребами соціуму, а не індивіда. Міфологічна свідомість легко жертвує кимось, і ця жорстокість виправдовується загальним благом. Саме тому нав'язування цих міфологічних констант неприродним, маніпулятивним шляхом сучасній людині небезпечно. Радянський Союз дав безліч прикладів виправдання жертвоприношень. Обраних як свідомо, так і цілком довільно «ворогів», «чужинців системи» вели на заклання заради ствердження ідеалів світлого майбутнього мільйонів будівничих комунізму. І громадськість, прищеплена архаїчними нормами суспільної моралі, не мала нічого проти.

Г. Суріна, наприклад, так описує «міфологію» СРСР: «Радянська міфологія вбирала в себе численні традиційні елементи, які були органічно пов'язані між собою і набували системного характеру: міфологічні способи організації простору (Зимовий палац, Смольний як сакральні місця), міфоритуальні ідеї карнавалу (народні демонстрації на 1 травня і 7 листопада), уявлення про деміургів – культурних героїв (трійця – Маркс, Енгельс, Ленін), новокласичні ритуали переходу (від революції 1917 року до комунізму), феномен

близнюків («Ленін і партія – близнюки-брати»), магія початку першого дня (7 листопада 1917 року), смислоутворювальна знакова роль числа, звуку («Інтернаціонал»)» [32, с. 167-168].

Р. Барт у «Міфологіях» [1] описав міфологеми, створені й постійно відтворювані в межах західної цивілізації через кіно, мюзикли, літературу, моделі дозвілля, рекламу.

Описані міфологічні моделі світу, прадавні архетипи колективного несвідомого живуть у кожній людині і виявляються до сьогодні у формах поведінки, побутових ритуалах, мистецтві тощо. Особливе місце вони посідають у політиці. К. Леві-Строс із цього приводу писав: «Ніщо так не схоже на міфічну думку, як політична ідеологія. Можливо, остання просто замінила першу в сучасних суспільствах» [18, с. 198]. Це абсолютно природні процеси, які ми не можемо «відмінити». Однак усвідомлювати їхню небезпеку варто. Недооцінювати ризики відтворення міфологічного мислення в межах сучасних цивілізаційних координат небезпечно.

Сама по собі міфологізація – явище ані позитивне, ані негативне. Однак завдяки спрощенню, схематизації реальності вона завжди є прекрасним ґрунтом для культивування примітивізму, невігластва і конфронтацій. Людей, які не схильні думати, самотійно діяти, відповідати за себе, які до того ж оцінюють події з позицій «свій – чужий», підштовхнути до війни можна легко і непомітно. Саме тому, на наш погляд, варто прислухатися до поради цитованого вже вище К. Поппера: «Ми не можемо повернутися до цнотливості та краси закритого суспільства... Раз почавши покладатись на власний розум і використовувати здатність критичного сприйняття, раз почувши поклик особистої відповідальності, а заразом і відповідальності за сприяння прогресу знання, ми вже не можемо повернутися до держави, що цілковито кориться племінній магії... Що дужче ми будемо прагнути повернути героїчну добу трибалізму, то певніше ми скотимось до інквізиції, таємної поліції та романтизованого гангстеризму...» [27, с. 225]

На завершення розмови про міфологічні структури зауважимо: сьогодні велику кількість міфологем, які створюються і поширюються через засоби масової інформації, насправді можна

назвати структурними елементами нової міфології, наприклад: «міф про ЄС» – «вихід за поріг, у потойбіччя» / «страх перед чужинцем»; «міф про розп'ятого хлопчика» – «уявлення про ритуальну жертву»; «міф про кіборгів» – «подвиги героїв, наділених надприродними якостями». Однак часто слово «міф» вживають і як синонім до слів «неправда», «вігадка». Наприклад, «міф про чесних депутатів», «міф пенсійної реформи». В останньому випадку наведені приклади жодного стосунку до міфологічних структур як інструменту смислових війн не мають.

Концепт – це виражена за допомогою вербального («життя», «правда», «війна», «книга») чи невербального знака (жест «вікторія», культурна пам'ятка «Софія Київська») сукупність уявлень певного народу про пов'язаний із цим і подібними знаками («життя» – «буття», «правда» – «істина») предмет (явище, процес). Сформований і зафіксований у межах картини світу, концепт відображає ментальні риси етносу, особливості його образно-асоціативного мислення, характер пізнання і ставлення до дійсності.

Віддавна і донині концепт – улюблений інструмент пропаганди і маніпуляцій. Класичний приклад – орвеллівське «Війна – це мир. Свобода – це рабство. Неуцтво – це сила» [24, с. 8]. Для того, щоб зрозуміти, як використовується цей інструмент і з якою метою, маємо зрозуміти особливості його будови.

Оскільки концепт під «шапкою» одного знака (наприклад, слова) об'єднує розгалужену систему асоціативно пов'язаних із ним знаків, понять (сигніфікатів) і предметів (денотатів), його структура може бути описана так: 1) знакові вербальні дескриптори; 2) понятійні та предметні дескриптори; 3) знакові невербальні дескриптори. Для прикладу опишемо структуру концепту «війна».

Структура концепту «війна» і його концептосфера

Знакові вербальні дескриптори концепту	Понятійні та предметні дескриптори концепту	Знакові неверб. дескриптори
<i>Слова, якими описується значення слова:</i> збройна боротьба – суперечка <i>Синоніми:</i> зіткнення, протиборство, сутичка,	<i>Значення:</i> протистояння <i>Функції:</i> завоювання, визволення, навернення в свою віру <i>Суб'єкти і об'єкти (ролі):</i>	<i>Плакати:</i> «А ти записався добровольцем?» <i>Відео, фільми:</i> «Кіборги»

Знакові вербальні дескриптори концепту	Понятійні та предметні дескриптори концепту	Знакові неверб. дескриптори
<p>дуель...</p> <p>Антоніми: мир</p> <p>Сталі словосполучення: іти війною, зарити сокиру війни, боротьба за мир, стати на стежку війни, гострити меч, дамoclів меч, проливати кров, завдавати удару, брязкати зброєю, сипати вогнем, вогнем і мечем...</p> <p>Сталі означення: кривава, велика, справедлива, священна...</p> <p>Приказки і прислів'я: поганий мир кращий за добру війну, війна людей пожирає; кров'ю запиває, кому війна – кому мати рідна...</p> <p>Афоризми: хто хоче миру, нехай готується до війни (римські воєначальники); «Гроші – двигун війни» (Цицерон); «Війна – продовження політики іншими засобами» (К. Клаузевіц)...</p> <p>Цитати: «Війна і мир», «Війна світів», «Війна престолів», «У війни нежіноче обличчя», «Ті, що не вернулися з походів / Грізної, великої війни» (В. Симоненко), «три голодовки випало і три війни!» (Гр. Тютюнник)...</p>	<p>військовий (солдат, командир), герой, партизан, колаборант, зрадник, противник, ворог...</p> <p>Праведники народів світу, кіборги...</p> <p>Атрибути: зброя, збруя, меч, щит, автомат, бомба, вогонь, військова форма, ордени і медалі...</p> <p>Сценарії: оголошення війни, мобілізація, наступ, бій, облога, трибунал, страти, полон, перемога, поразка, повернення з війни...</p> <p>Ситуації: небезпека, горе, смерть, втрати, мародерство...</p> <p>Емоції та почуття: страх, відвага, ненависть, радість перемоги</p> <p>Історичні реалії: релігійні війни, ядерна / холодна / гібридна / Столітня війна, Друга світова війна, Голокост, фашизм</p> <p>Міжкультурні реалії: джихад, маска війни, камікадзе, самурай...</p>	<p>Аудіо: музика пісень «Священна війна», «Плине кача»</p> <p>Ігри: рольові та комп'ютерні ігри про війну, дитячі іграшки на воєнну тематику...</p> <p>Пам'ятки культури: меморіали: вічний вогонь, пам'ятник визволителю, музей війни</p> <p>Ритуали: військовий парад, система військової комунікації</p>

Як бачимо, у межах заданої структури кожен із елементів (дескрипторів) наповнюється реальним змістом – одиницями, які представляють концепт у мовленні, логіці та реальності. Уся сукупність цих одиниць становить концептосферу.

У цілому описати концептосферу, яка стосується того чи іншого знака, навряд чи можливо, оскільки в неї за всю історію етносу

«втягується» безліч знаків, понять і явищ реального світу. Ми можемо мати лише приблизне уявлення про неї.

Набагато легше описати актуалізовану в свідомості представників етносу і протилежну їй – латентну (приховану) – концептосфери. У той чи інший період у свідомості людей неодмінно закріплюються одні одиниці концептосфери і відходять на периферію інші. Наприклад, після Другої світової війни в СРСР аналізований нами концепт був представлений приблизно так: «Велика вітчизняна війна – священна війна за мир – фашисти / наші – бої – блокада – звірства – героїство – солдати – партизани – Перемога – прапор над Рейхстагом – Парад Перемоги – вічний вогонь – хлопчачі ігри у війну – фільм “У бій ідуть...” – 9 Травня». Сьогодні ж ми маємо іншу картину: «Друга світова війна – війна двох тоталітарних систем – жертви – Голокост – загороджувальні загони – героїство – переділ Європи – дивізія СС “Галичина” – меморіали пам’яті – перепоховання жертв Другої світової – 8 Травня – червоні маки». Саме так концепт фіксує зміни в картині світу конкретного народу в конкретний історичний період.

Тепер розглянемо, як концепт може бути використаний у сучасних інформаційних і смислових війнах. Фактично, базовою технологією тут є актуалізація в свідомості певних складових концептосфери і виведення на периферію інших. Основним же інструментом для маніпуляцій стає давній і перевірений засіб пізнання – метафора, тобто характеристика ознак одного поняття за допомогою іншого. Власне, саме це Джонсон Лакофф назвав «висвітленням» і «затемненням» концепту в межах концептуальної метафори. Аналізуючи метафору «суперечка – це війна», вчений зазначає: «Системність, завдяки якій ми можемо осмислювати деякі аспекти одного поняття в термінах іншого... неминуче затемнює інші аспекти цього поняття... Коли ми поглинуті виключно воєнним аспектом суперечки, ми часто забуваємо про аспекти співпраці» (переклад наш) [17, с. 390] і, додамо від себе, не згадуємо про можливість метафори «суперечка – шлях до істини».

Наведемо кілька прикладів інформаційних і смислових впливів за допомогою концептів. Уже описані нами вище дві актуалізовані

концептосфери війни були використані для того, щоб створити штучне протистояння Сходу і Заходу України в період з 2003 року і донині. Умовно їх можна назвати концепт «Великої вітчизняної» (священна війна в боротьбі проти фашизму) і концепт «Другої світової» (масштабна трагедія ХХ століття). Однак це ще не все. Російській Федерації знадобилися ще три концепти: «“громадянська“ війна» (щоб нав'язати думку про свою буцімто непричетність до подій на Сході України); «“визвольна“ війна» (щоб виправдати в очах самих росіян окупацію Криму під приводом захисту російськомовного населення і «відновлення історичної “справедливості”»). І. Дзюба не дарма привернув увагу ще 2011 року до того, наскільки гучно в РФ звучать лозунги типу: «Русский народ издавна выступал в истории как *друг и освободитель угнетенных...*» [6, с. 451]. Для кримчан же був використаний третій концепт – у «кращих традиціях» Міністерства Правди Дж. Оруелла: «війна – це мир». Справа в тому, що на півострові засобами пропаганди українська сторона постійно представлялась як аргесор-людоджер, який неодмінно прийде і всіх знищить, а отже, асоціативно міцно прив'язувалася до концепту «війни». Натомість РФ поставала в цій картині світу як «голуб миру».

Потрібно визнати, що концепт і концептуальна метафора – улюблений інструмент не тільки політиків і політтехнологів, а й журналістів. І вони ним вміють вправно користуватися. Наприклад, візьмемо низку заголовків із сучасних засобів масової інформації: «Кому війна, а кому бізнес» («Антикор»), «Кому війна, а кому – цигарки по 12 гривень: тютюновими виробами з "ДНР" торгують у Харкові» (24tv.ua), «Кому війна, а кому "поток": як з "Укроборонпрому" виводять кошти» (pravda.com.ua). У концептосфері «війна», як ми можемо переконалися, є поняття «гроші», наприклад: «Гроші – двигун війни» (Цицерон); так само є поняття «заробляти на війні»: «Кому війна, а кому мати рідна». Зближуючи й актуалізуючи в свідомості людей ці два поняття, журналісти привертають увагу, змушують замислюватися над тим, що відбувається.

Відзначимо, попередні концептосфери утворювалися в результаті маніпулювання одиницями (війна – мир, війна – захист,

війна – священна боротьба, війна – трагедія, війна – гроші), наявними в базовому концепті «війна». Однак можливим є й варіант зближення за допомогою метафори одиниць абсолютно різних концептосфер. Наприклад, «війна» і «свято»: «Кому війна, а кому ні. Чи доречні веселощі у країні, що воює» (nv.ua). Такий прийом дозволяє так само привернути увагу і наголосити: відбувається щось нечуване, неприродне, те, що в принципі не притаманне картині світу народу.

Зрештою, протягом останніх років ми спостерігаємо появу нових дефініцій війни – від офіційних до «народних»: «гібридна», «інформаційна», «смілова», «поведінкова», «кібервійна», «цивілізаційна», «проксі-війна», «тиха», «не твоя війна». Зіставну кількість означень породило минуле століття: «громадянська», «світова», «неоголошена», «холодна», «ядерна», «психологічна», – але ж за сто років! Нововведення розмивають межі всього концепту і межі окремих понять. Г. Яворська з цього приводу зазначає: «Складається враження, що нині настав час, передбачений одним впливовим американським військовим аналітиком, який понад 10 років тому писав: “У кінцевому підсумку ми змушені будемо мати справу із заплутаною дійсністю, яка не вкладається в комірки концептуальних категорій”. Тоді йшлося про зміни стратегічних концепцій НАТО та США внаслідок змін у безпековому довіллі після 11 вересня 2001 року. Сьогодні, після російської агресії в Україні, ця нова невпорядкована реальність уже оточує нас...» [37, с. 18].

Отже, ми з'ясували, що переакцентування уваги людей з актуалізованих на латентні сфери концепту може мати на меті: нав'язування нових смислів; створення конфліктної ситуації; заклик замислитися над тим, що відбувається; дискредитацію сформованої системи цінностей і породження, таким чином, відчуттів невпевненості, песимізму, розгубленості, егоїзму.

Фрейми – це моделі (шаблони) образів, сценаріїв, планів, які презентують закарбовані в свідомості (пам'яті) людей стереотипні уявлення про суттєві ознаки предметів, явищ, ситуацій і пов'язані з ними асоціації. За Дж. Лакоффом, це «ментальні структури, за якими відбувається наше мислення» [17, с. 388], призначені для

ідентифікації ситуативних образів, сценаріїв, планів за традиційними «зразками» в нових когнітивних ситуаціях.

На відміну від концептів, вони менше прив'язані до конкретного знака (наприклад, до якогось одного слова), натомість більшою мірою стосуються суто поведінкових моделей у певних ситуаціях. Крім того, фрейми – це не абстрактна сума всіх уявлень народу про предмет чи явище, а вже актуалізований структурний елемент концепту. Тобто, фрейм – це частина, одна із складових концепту. Порівняймо концепт «війна» з фреймами «облога фортеці / міста», «повітряний бій», «хімічна атака» тощо.

З 70-х років ХХ століття фрейми вивчали соціолог І. Гофман, Дж. Лакофф, американський лінгвіст, професор когнітивної лінгвістики; М. Мінський, дослідник у галузі штучного інтелекту, американський лінгвіст Ч. Дж. Філлмор. Теорія має багато аналогів у лінгвістиці, наприклад: теорією семантичних полів (Й. Трир), прикладну семіотику (Д. О. Поспелов) і багато інших.

Теорія фреймів допомагає представити все розмаїття знань і уявлень про предмет чи явище як сукупність стереотипних шаблонів. Наприклад, фрейм «освіта – навчання» вибудовується за допомогою об'єктів та понять (дитячий садочок, школа, виш); ролей (учень, студент, вихователь, вчитель, викладач); сценаріїв (навчання, складання ЗНО, випускний вечір, вступ до вишу, посвята в студенти,); ситуацій (списування на іспиті, тривога перед оприлюдненням результатів вступної кампанії) тощо.

На основі аналізу найпоширеніших фреймів історії та сучасності спробуємо виділити способи їх застосування в межах смислових війн. Зауважимо, «робота» з фреймами проводиться, по-перше, непомітно для об'єкта впливу, по-друге, через багаторазове повторення.

Спосіб перший. Приховане переосмислення – непомітне наповнення готового фрейму новим змістом. Мета – легалізація у свідомості людей нових культурних парадигм.

Один із дуже показових прикладів цієї технології дуже вдало продемонстрований у серіалі «Хроніка надій та ілюзій. Дзеркало історії» студії «Телекон» (2003). У серії «Весілля» показана трансформація релігійних ритуалів і народних обрядів одруження, яка

відбувалася в СРСР. За твердженням авторів сценарію, кінохроніка свідчить про таке: до 1956 року державу мало цікавила тема сім'ї. З кінця 50-х влада звернула увагу на те, що в народі ще живе ностальгія за обрядом вінчання. Почали впроваджуватися нові ритуали, які буквально «калькували» форму попередників, однак пропонували абсолютно нові змісти. «Оздоблення палаців одруження подекуди не поступалося за розкішшю церковному. Вбрання представників держави (довгі й широкі ризи, наприклад) нагадувало традиційні шати представників Господа» (цитата з фільму). Молодята, як і в церкві, тримали свічки, однак тепер вони символізували «вогонь кохання». Навколо замість ікон були портрети вождів. Таким чином, «заколисуючи» людей зовнішньо подібними атрибутами, їх призвичаювали до нових сенсів, цінностей, реалій життя.

«Схожий інструментарій, – наводить приклад Г. Почепцов, – використовували римляни. Вони вводили нових богів захоплених територій у свій пантеон, хоча й на другорядні ролі, що різко знижувало подальший опір нового населення... Це трансформація віртуального простору, оскільки “мої” боги зміщуються на маргінальні позиції, хоча й продовжують називатися богами» [28, с. 11]. Те саме, додамо, радянські ідеологи застосовували, приміром, до літературних «пантеонів» усіх «братніх» республік, крім РРФСР. Так, ніхто не заперечував значущість Т. Шевченка, йому зводили пам'ятники, відкривали музеї. Водночас образ Кобзаря частково маргіналізувався, зокрема, нав'язливо відтворювався тільки один образ втомленого життям немолодого Тараса в смушевій шапці, вводилися заборони на несанкціоновані вшанування пам'яті тощо.

Спосіб другий. Явне переосмислення – контроверсійне «вживляння» нового в традиційний фрейм. Мета – створення конфлікту.

Яскравий приклад нам дали 2004 і 2014 роки. Це «Майдан – Антимайдан». Під час обох останніх революцій в Україні унікальне явище вияву громадського протесту і народної солідарності щодо вирішення тих чи інших проблем у державі просто скопіювали і наповнили абсолютно протилежним змістом.

Майдани 2004 і 2013 частково спонтанно, частково завдяки колективній історичній пам'яті сформували свою власну автентичну систему комунікацій (виступи зі сцени, риторика лідерів громадської думки, гасла, музичний супровід), «ритуалів» – сценаріїв і поведінкових стереотипів (проведення віча, періодичні демонстрації, флешмоби, акції взаємодопомоги), просторові координати (наметове містечко), правила поведінки. Усе це як готовий фрейм із визначеними в ньому ролями, сценаріями і ситуаціями опоненти абсолютно штучно навіть не скопіювали, а «змавпували» в антимайдані. Для чого? Якщо для дискредитації Майдану, то ця мета не була досягнута. Для об'єктивності представлення різних поглядів? Але об'єктивність не притаманна вулиці, для неї потрібна тиша розмірковування, а не сплеск емоцій мас. Єдиний очевидний результат – це створений штучно й унаочнений у центрі Києва конфлікт, який згодом переріс у відкрите протистояння на Сході України.

Схожий приклад: фрейм-образ військової відзнаки «Георгіївська стрічка» багаторазово наповнювався в історії новими смислами. У Російській Федерації з 2005 року його маніпулятивно «прив'язали» до Перемоги в Другій світовій війні. Потім так само маніпулятивно змістили акценти в бік ототожнення з «руським міром». Згодом у пресі з'явилися негативні тлумачення, прибічники яких вважали стрічку символом нацистів і власівців. Українська сторона підхопила останній дискурс і ввела в обіг мем «колоради», означивши ним презирство до сепаратистів, колаборантів, найманців і агресорів. Результат: сьогодні «георгіївська стрічка» – символ конфлікту.

Спосіб третій. Підміна – заміщення фреймів (або їхніх дескрипторів) із очевидною невідповідністю нової моделі тій, яку замінюють. Мета – створення напруги, розгубленості, шокування.

Г. Почепцов, розмірковуючи про природу смислових війн, навів кілька прикладів із казок. Вище ми вже згадували Буратіно і П'єро. Тепер черга «Червоного капелюшка». Як пам'ятаєте, дівчинка, завітавши до бабусі, ніяк не могла усвідомити, що бабусі немає, і вовка ідентифікувати як вовка. Вона чомусь готова була повірити в те, що бабуся так кардинально змінилася, замість того, щоб визнати

очевидне, тікати і бити на сполох. Мала так звикла до фрейму «гостини в бабусі», настільки була не готова до підміни й обману, що заморожено і навіть із цікавістю просто чекала неминучої розв'язки. Чи не правда, це нагадує одну подію з нашої недавньої історії. Всі ми чітко знали, що озброєні люди в Криму, які не належать до МВС і ЗСУ України, – це агресор, а сам факт їхньої присутності на території нашої держави – «загарбання». Однак протягом тривалого часу з дитячою безпосередністю слухали казки про «зелених чоловічків» і «ввічливих людей». Ми так само не здатні були повірити в очевидність підміни, і так само чекали, не усвідомлюючи своєї приреченості до втрати частини території. Тут використана технологія, «яка дає можливість “розмивати смисли”, змушувати їх не існувати у вигляді цінностей, а лише мерехтіти перед противником, створювати так звану “маячню”, змушувати втрачати зміст того, що відбувається навколо» [25, с. 126].

Спосіб четвертий. Накладання, змішування, поєднання різних фреймів загалом або дескрипторів різних фреймів. Мета – формування лояльного ставлення до неприйняттого фрейму на тлі актуалізації того, який не викликає спротиву. Універсальний приклад закарбовано в першому пролетарському гімні: «Весь світ насильства ми зруйнуєм, З корінням вирвем, а тоді, Своє, нове життя збудуєм». Те, що ролі «руйнівника» і «будівничого», сценарії знищення і створення не поєднуються принципово, історія довела неодноразово. Попри це запропонована модель «революції» – «докорінного перевороту в житті суспільства, який призводить до ліквідації віджилого суспільного ладу і утвердження нового, прогресивного» (<http://sum.in.ua>) – протягом століть створює можливості тимчасового об'єднання прибічників обох фреймів – «руйнація» і «будівництво».

Патерн – це ще один інструмент, який так чи інакше задіяний у смислових війнах. Саме поняття поки що доволі розмите, оскільки використовується в різних галузях знань (мистецтвознавстві, інформатиці, психології, соціології, соціальних комунікаціях) і часто ототожнюється з концептом і фреймом.

У контексті аналізованих впливів на масову свідомість ми будемо говорити про **патерни поведінки в конфліктних ситуаціях.**

На наш погляд, вони доволі вдало означені й описані на прикладах роботи сучасних засобів масової інформації в публікаціях Ю. Крилової-Грек [15] і Т. Бондаренко [3].

«Патерн поведінки – це набір типових реакцій (шаблонів), які реалізуються у певній ситуації... Під патернами поведінки у конфліктній ситуації ми розуміємо сталі шаблони поведінки, які закріплені у свідомості і реалізуються у різних конфліктних ситуаціях» [13, с. 156-157], – зазначає Ю. Крилова-Грек, уточнюючи, що, на відміну від стратегій поведінки (планів досягнення певних комунікативних цілей), патерни обираються несвідомо, автоматично, «за звичкою».

До основних патернів поведінки в конфліктних ситуаціях зазвичай відносять: «захист», «напад», «нейтралітет», «образа», «контр-відповідь (опір)», «компроміс» [15, с. 156-157]. З огляду на досвід їхнього використання нині, можемо ще додати: «ігнорування», «подивування», «розгубленість», «пасивний протест». Усі вони застосовуються в межах стратегій «конфронтація», «відтермінування конфлікту», «уникнення конфлікту (згладжування)», «пристосування», «співробітництво», «компроміс».

Для активізації патернів використовуються такі мовленнєві тактики, як *натяк, замовчування, іронія, образа, похвала, погроза, докір, переведення дискусії в іншу площину*. Їхніми ж репрезентантами на вербальному і невербальному рівнях стають *ненормативна лексика, слова-паразити, інтонації, смішки, акценти на певні слова, швидкість та гучність мовлення, перебивання співрозмовника, жести, міміка*.

Порівняно з фреймами, патерни – більш узагальнені моделі, причому не стільки поведінки, скільки поведінкових реакцій. До того ж, вони універсальні, тобто можуть використовуватися в межах різних, навіть діаметрально протилежних фреймів. Наприклад, патерн «контр-відповідь» може бути актуалізований у десятках фреймів – «бесіда з політиком у студії», «виховна бесіда в школі», «бесіда батьків із дитиною», «бесіда підлітків», «бесіда з лікарем» тощо.

Під час смислових війн саме патерни суттєво впливають на зміни картини світу народу, його базових поведінкових ціннісних

орієнтирів. Девід Гордон і Мерібет Майерс-Андерсон у книзі «Фенікс. Терапевтичні патерни Мілтона Еріксона» зазначають: «Коли досвід... моделює вашу поведінку у межах певного контексту, поряд з новими поведінковими звичками формуються узагальнення та критерії, конгруентні даним формам поведінки. І навпаки, зміна ваших узагальнень або критеріїв щодо певного контексту призведе до змін у поведінці, конгруентним змінам у вашій моделі світу. Іншими словами, те, яким чином ви будете реагувати (поводитися) у даному контексті, визначатиме ваші переконання відносно того, що добре, а що погано, що корисно, а що шкідливо, що цікаво чи важливо, а що небезпечно в конкретному контексті» [цит. за 15, с. 157].

Дуже чітко це може бути продемонстровано на одному прикладі: 05 травня 2014 року на каналі «Росія 1» у Москві обговорювалося протистояння на Сході України. Всі гості студії наголошували на тому, що в Україні йде «громадянська війна» і Росія не має до цього жодного стосунку. Звучали прямі образи, «вішалися» ярлики – все в «кращих» традиціях пропагандистської машини РФ. Представник НАТО Роберт Пшель намагався донести до аудиторії інший погляд на обговорюваний конфлікт, однак його постійно перебивали, додаючи обурливих інтонацій, «чіпляючись» за слова, не даючи довести до кінця жодної думки. Усвідомивши, що відбувається, Роберт Пшель дуже чітко артикулював, що продемонстровані росіянами патерни дискусії на світоглядному рівні відрізняється від тих, які прийняті в західному світі. Наведемо, хоч і розлогу, але надзвичайно важливу цитату (записано з відео, переклад наш): «Я хочу сказати три речі. Перше, я тепер уже, чесно кажучи, сумніваюсь, для чого ви мене запросили... Я думав, ми будемо обговорювати серйозні аспекти міжнародної ситуації. Вийшов... сеанс ненависті... З цього боку я чую: “Це не люди, це шкідлива країна” (*гості студії перебивають спікера*)... Я не помилився, є проблема з якістю вашої програми... сеанс пропаганди... Друге, є погляд на ситуацію в Україні, який відрізняється від того, який представлений у цій студії. Це потрібно усвідомити (*гості студії перебивають спікера*)... Я знаю, у вас такі звички... У моєму світі, повторюю, звички інші: потрібно слухати інших. Можете не

погодитися з оцінкою, але не можете розповідати людям в Росії, що всі люди в світі... погоджуються з позицією Росії щодо конфлікту в Україні, мовляв, Росія не втручається... Це неправда (*гості студії перебувають спікера*)... Така якість дискусії... Якщо не почнете дивитися на інших людей, на їхню точку зору як на таку, яка має право на існування, тоді як взагалі ви можете дискутувати? Ось (*показує*) «об'єктивний» журналіст, який не дає договорити навіть двох слів...»

Повторюємо, у цьому монолозі Роберта Пшеля максимально чітко й виразно наголошено: патерни поведінки в дискусії демонструють відмінності насамперед ціннісних парадигм – нетерпимість, зверхність, закритість, з одного боку, і толерантність, лібералізм, відкритість, націленість на пошук компромісів, з іншого.

Останні роки дають нам багато прикладів використання патернів у смисловій війні. На наш погляд, вони демонструють два основних способи «роботи» з шаблонами поведінкових реакцій: 1) нав'язування агресивних патернів; 2) руйнування старих і введення нових моделей, нетипових для стандартних ситуації і незвичних для аудиторії. У другому випадку йдеться про так звані асиметричні моделі. Суб'єктами, які «нав'язують» патерни іншим або «перезформатовують» їх, можуть виступати політики, журналісти, соціальні мережі, діячі культури і навіть маси.

Пальма першості тут, безперечно, належить політикам. Розглянемо два приклади спілкування президентів держав із представниками засобів масової інформації.

Дванадцятого березня 2018 року журналіст британської корпорації ВВС Стів Розенберг поставив Володимирі Путіну питання, чи не несе Росія відповідальність за інцидент з отруєнням колишнього співробітника російської військової розвідки Сергія Скрипаля. Президент РФ у цей час оглядав теплиці Національного центру зерна. Подія набула неабиякого розголосу, і всі чекали від першої особи однієї з найбільших держав світу *заперечення причетності, співчуття, здивування* тощо. Однак відповідь була такою: «Ми тут обговорюємо питання сільського господарства... а ви питаєте мене про якісь трагедії. Ви там розберіться у себе, а потім ми

з вами будемо це обговорювати» (<https://www.eurointegration.com.ua/news/2018/03/12/7078654>). Зазначимо, що така *демонстративна зневага* і до життя людини, і до Великобританії – країни, на території якої вчинено злочин, обурила світ і загострила протистояння між державами.

27 травня 2016 року Президент України Петро Порошенко під час офіційного візиту до Фінляндії відмовився дати інтерв'ю російським журналістам і звернувся до них так: «Перестаньте вбивати українців». Українські медіа відреагували на це заголовками типу: «Інтерв'ю з ворогом: коли відмова відповідати красномовніша за відповідь» [11]. Асиметрична відповідь була використана для привернення уваги до трагедії в Україні й означення чіткої позиції держави щодо цього питання на міжнародному рівні.

Показовим прикладом політичних патернів стали відомі з 2013 року в Україні «глибока стурбованість» і «занепокоєння» – форми пасивного протесту, «м'якої» реакції міжнародної спільноти на воєнні чи внутрішньополітичні конфлікти держав-сусідів. Ці кліше дипломатичної мови протягом останніх років були своєрідними мемами, які обговорюються в соціальних мережах і позначають там, окрім пасивного протесту, ще й роздратування чиєюсь бездіяльністю, образу, докір тощо.

Потрібно зазначити, що необмежені можливості в «роботі» з патернами політикам надає ціла низка жанрів журналістики: не тільки інтерв'ю, а й бесіди, ток-шоу. Саме ток-шоу – і це трохи вище вже було продемонстровано – один із найзручніших «полігонів» випробування «мови ворожнечі» як зброї в інформаційній і смисловій війнах.

У засобах масової інформації та в царині культури протягом останнього часу теж почастишали випадки руйнування усталених патернів. Так, 6 лютого 2017 Сергій Дацюк залишив студію каналу «112» через маніпуляції ведучих. 24 липня 2017 року Остап Дроздов попросив гостя залишити студію через відмову останнього спілкуватися українською і порушення попередніх домовленостей щодо цього питання вже в прямому ефірі. 18 січня 2018 року ведуча Роксана Руно звільнилася з каналу ZIK через відмову піарити

проросійськи налаштованого політика. 21 березня телеведучий «Першого Автомобільного» Юрій Рихлик відмовився від проекту через незгоду спілкуватися російською мовою. Новини про такі демонстративні демарші одразу облітають усі засоби масової інформації і стають предметом обговорення в соціальних мережах.

Такі патерни мають свою історію не лише в царині засобів масової інформації. Пригадаймо відмову В. Шкляра в березні 2011 отримувати Шевченківську премію: «прошу... врахувати в Указі з нагоди нагородження лауреатів Шевченківської премії моє прохання про перенесення нагородження мене Шевченківською премією на той час, коли при владі в Україні не буде українофоба Дмитра Табачника». Прикметно, що «Українська правда» відреагувала на цю заяву публікацією з красномовним заголовком: «Роман Шкляра як віха в україно-російській війні» [10]. Звернімо увагу, це було опубліковано ще 2011 року!

Важливо згадати, що патерни, на відміну від концептів і фреймів, це інструмент, яким «озброєні» не тільки політики і засоби масової інформації, а й до недавнього часу пасивний актант інформаційних і смислових війн – народ, маси. Розвиток соціальних мереж дав поштовх для трансформації класичних патернів – з'явилися «лайки», «дизлайки», «репости», «штурханці», тобто нова «мова» поведінкових невербальних реакцій. Крім того, він ознаменував повернення в широкий політичний дискурс таких тактик мовленнєвої поведінки, як іронія та висміювання. Власне, кожен третій коментар у мережах на злободенні події – це своєрідний памфлет, щоправда, він тепер не виголошується на площах при натовпі, як у XVIII столітті, наприклад, а поширюється і репоститься на мільйонну аудиторію. Потенціал таких нових громадянських патернів уже осмислили ЗМІ. Канали пропонують огляди соціальних мереж, у яких озвучують добірки коментарів щодо тієї чи іншої топ-новини дня чи тижня. Це більш потужний засіб порівняно з тими, що використовувалися засобами масової інформації і використовуються донині, наприклад, опитування аудиторії в студії, випадкові коментарі на вулиці, «народна трибуна», дзвінки у студію. Більш дієвий він, на наш погляд, тому що демонструє свідому, заздалегідь

продуману, чітко артикульовану реакцію на подію. Що ж, як влучно висловився цитований уже нами Ж. Бодріяр, тепер не ми дивимося телебачення, тепер телебачення дивиться на нас.

До речі, не зайве усвідомлювати, що патерни мас можуть використовуватися як у позитивному сенсі (реакції людей на події змушують владу прислуховуватися до думки народу), так і маніпулятивно. «Детектор медіа» ще 24 лютого 2016 року привернув до цього увагу, опублікувавши статтю Олени Голуб «Сайти соцмереж як джерело інформації», у якій стверджується: «Соціальні мережі нині є важливим джерелом інформації не тільки для аудиторії, але й для самих традиційних ЗМІ. За результатами дослідження компанії Cision і Кентенберійського університету Церкви Христа, близько третини британських журналістів стверджують, що вони не могли би виконувати редакторську роботу без соціальних медіа. 39 % респондентів зазначили, що соціальні медіа підвищили рівень їхньої продуктивності. Дослідники провели опитування серед 3650 журналістів із 11 країн (Великобританія, Франція, Німеччина, Фінляндія, Швеція, Італія, Іспанія, Нідерланди, США, Канада й Австралія)... Частина експертів наголошує на небезпеці використання соціальних мереж як джерела інформації, оскільки саме так звані нові медіа є одним із найпоширеніших способів поширення неправдивої інформації та фейків» [4].

Мем (meme) – «одиниця» культурної інформації; комплексна ідея, закарбована в легких для запам'ятовування і відтворення словесних формулах, зображеннях, відео, мелодіях, жестах, діях, ритуалах, іміджах відомих людей; утворюється шляхом стереотипізації та спрощення уявлень про складні поняття і явища; свідомо чи несвідомо передається від людини до людини і впливає на її світогляд та поведінку; на відміну від концептів, стосується окремих культурних явищ; набуває великої популярності у вживанні протягом певного періоду.

Мем пройшов еволюцію від найдавніших часів («хліба й видовищ!», «Бог помер», «не читайте перед обідом радянських газет») до сьогодні («професор», «візитка Яроша», «ввічливі люди»); поширення набув з розвитком мережевої комунікації.

Джерелами виникнення мемів «можуть бути актуальні події й новини, персонажі фільмів, фрази і висловлювання відомих людей, випадкові висловлювання (обмовки), відомі особистості» [9, с. 68].

До наукового обігу термін увів англійський біолог Річард Докінз («Егоїстичний ген», «Розширений фенотип»). Метафоричні синоніми: «культурний ген», «культурний квант», «вірус у сфері культури».

Повного визначення і вичерпної характеристики мемів станом на сьогодні науковці ще не запропонували. На основі власних спостережень і думок дослідників теми спробуємо описати найважливіші ознаки цього явища.

Ідіоматичність. О. Чернікова з цього приводу зазначає: «мем несе в собі більше інформації, ніж можна побачити на поверхні, він “посилається” на цілу ситуацію, сума його слів не дорівнює його значенню» [33, с. 153]. Наприклад, значення мемів «візитка Яроша» чи «Зорян і Шкіряк», як і будь-якого фразеологізму, не дорівнює значенню окремих слів цих сталих словосполучень, а позначає дещо абсолютно інше, у нашому випадку – «безглуздість російської пропаганди».

Рухлива семантика, багатозначність. Семантичне поле мема може легко трансформуватися. Так, розгляньмо мем «Кримнаш». Його вживають усі, «приблизний» зміст мема очевидний для будь-кого, але в представників різних сторін протистояння зміст різний: 1) росіяни – «Кримнаш» (гордість, радість від «прирощення» своїх територій і «встановлення історичної справедливості»); 2) кримчани – «Кримнаш» (= «Кримваш», усвідомлене чи неусвідомлене приниження і запобігання); 3) українці на неокупованій території – «Кримнаш» (злість щодо окупантів і колаборантів). Тобто «з часом семантичне та етимологічне наповнення мема трансформується, а залишається лише форма й ситуативне значення; форма... фіксована, але може підлягати ситуативній трансформації» [33, с. 153].

Жаргонний характер мемів зумовлений такими його особливостями: 1) емоційність мему набагато важливіша за його значення; 2) виникає він здебільшого завдяки «тиражуванню» у соціальних мережах, тобто відображає особливості світосприйняття певної субкультури; 3) значення мему зрозуміле не всім і не

затримується надовго в пам'яті: «суб'єктові, незнайомому з контекстом виникнення мема, суб'єктові, котрий не спілкується в Інтернеті, особливо в тому середовищі, де меми виникають найчастіше (блоги та форуми), поширений і улюблений серед користувачів мем може здатися апофеозом нісенітниці» [9, с. 68; 31, с. 120]. Тобто мем майже стовідсотково підпадає під визначення жаргону.

Мем як зброя смислової війни. «Сьогодні, доводиться констатувати, – акцентує Р. Марутян, – що на фронті смислової війни (інформаційно-ідеологічному фронті) Росія за три роки завдала Україні низку дошкульних ударів... Наслідком цього стала втрата територій, великої кількості матеріальних й людських ресурсів під час конфлікту. В сучасному інформаційному просторі меми стають зброєю у смисловій війні, за допомогою якої можна маніпулювати свідомістю та впливати на поведінку громадян країни, проти якої здійснюється агресія. Меми стали елементами ментальної зброї та вплинули на формування світоглядних позицій протидіючих сторін» [20].

Пригадаймо меми, які набули популярності в період 2004–2018 років. Зауважимо, поданий нижче перелік не вичерпний і болісний для мовних пуристів. Однак пам'ятаймо, що меми є «найкращою ілюстрацією того, що відбувалося й активно обговорювалося останнім часом. Вони відображають культурні стереотипи і явища сучасної дійсності...» [9, с. 69]. Це своєрідне дзеркало політичної і мовної культури суспільства. Звичайно, дзеркало можна розбити, але, на наш погляд, краще в нього подивитися і спробувати змінитися на краще.

«українські»	«антиукраїнські»
2004	
разом нас багато – нас не подолати, свободу не спинити, злочинна влада, бандитам – тюрми, банду – геть!, схід і захід – разом, баба Параска, проФФесор, все буде Донбас, підрахуй, пісуар, антимайдан, ці руки нічого не крали, встати з колін, умикнути Україну, підпис здесь, все пропало, по-дебільному написано, бімба	апельсини обколоті, Донбас порожняк не гонить, козли, які нам заважають жити, шкодливий Леопольд, помаранчеві пацюки (оранжевые крысы), вони майданять – ми працюєм, нас ніхто не ставив на коліна

«українські»	«антиукраїнські»
2013–2018	
<p>З негативним «зарядом» йолка, хто не скаче – той москаль, банду – геть!, нас дістало!, диктаторські закони («поліцейські закони», «драконівські закони», «ручні закони», «копитні закони»), спасибі жителям Донбасу, Груша (Грушевського), антимайдан, тітушки, куля-в-лоб, ціна свободи, золотий унітаз, пшонкостайл, ручку зламав, колоради, Путлер, ПТН-ПНХ, московський карлик, валіза-вокзал-Росія, каціопи, рашисти, ватники, вата, кремлівські валянки, Няш-мяш, запорєбрик, Мордор (ОРДЛЮ), Даунбас, даунбасівець, донбасятина, Лугандон, лугандонівець, лугандафюрер, мышєбратья, кисельовщина, рука Москви, глибоке занепокоєння, сміттева люстрація, скотиняка, зрада – перемога, злочинна влада, порохоботи.</p> <p>Позитивно «заряджені» Євромайдан, не злий майдан, революція гідності, слава Україні – героям слава!, Схід і Захід разом, Донбас, приєднуйся до нас!, борітеся – поборете, герої не вмирають, небесна сотня, кіборги, ціна свободи</p>	<p>З негативним «зарядом» майдауни, майдануті, щеневмерлики, свідомі, свідоміти, гейропа, печеньки Нуланд, ввічливі чоловічки, зелені чоловічки, Кримнаш, розіп'ятий хлопчик, візитка Яроша, правосеки, бандерлоги, укропи, хунта, недонарод, київська хунта, найманці Америки, поцреоти, салоїди</p>

Негативно «заряджені» меми, безумовно, посилюють мову ворожнечі й сприяють розгортанню конфлікту. Так само не викликає сумнівів і те, що вони не тільки фіксують, а й *закріплюють* у свідомості людей надовго суттєві віхи протистояння, а отже, справді є зброєю смислових протистоянь. Наприклад, «розп'ятий хлопчик» для однієї сторони – це символ «бандерівців, які прийдуть і всіх знищать», а для іншої – символ абсурдності «рашистської пропаганди». І, на жаль, їх не так просто буде «викорчувати» з пам'яті: слова і слогани часом живучіші за ідеї. Це своєрідний засіб мовного «програмування», результати якого можуть відгукнутися і через десятиліття.

Однак феномен мемів, на наш погляд, ще не осмислений належним чином, і його потрібно буде вивчати. Так, належить проаналізувати функції мемів і як зброї нападу, і як засобів оборони, самозахисту.

Крім того, меми – надзвичайно цікавий і показовий матеріал для аналізу змін у картині світу соціуму. Так, повторюваність мемів («злочинна влада») у різні періоди свідчить про «хронічні хвороби»;

перехід від «свободу не спинити» до «ціна свободи» афористично й точно означає драматичні етапи дорослішання українського суспільства.

Наприкінці розмови про різновиди «зброї» смислових війн хотілось би зауважити: сенси – «це основа світогляду, вони включають безліч цільових установок з виробленою системою розуміння світу і себе в ньому» [12]. Саме тому детальне осмислення інструментарію семантичних протистоянь ще попереду.

Завдання і запитання до параграфа

1. Які міфологічні структури використовуються для смислових впливів на свідомість мас? Чому, на думку М. Еліаде і К. Поппера, за допомогою міфологічних структур легко нав'язувати суспільству будь-яку політичну ідеологію?
2. Охарактеризуйте поняття «концепт», «фрейм», «патерни поведінки в конфліктних ситуаціях» і поясніть відмінності між ними.
3. Опишіть структуру концепту «народ» / «держава» / «слово» (на вибір) і можливі варіанти маніпулювання ними.
4. Підберіть приклади маніпулювання фреймами.
5. Опишіть найтипівіші патерни поведінки в конфліктних ситуаціях на прикладі одного з випусків сучасного політичного ток-шоу.
6. Що таке меметика? Як меметична зброя використовується в сучасних смислових війнах?
7. Підберіть приклади використання мемів у соціальних мережах. Спрогнозуйте наслідки їх поширення і активного використання.

Список використаної та рекомендованої літератури

1. Барт Р. Мифологии / Р. Барт. – Москва : Изд-во им. Сабашниковых, 1996. – 314 с.
2. Белл Д. Социальные рамки информационного общества / Д. Белл // Новая технократическая волна на Западе. / под ред. Гуревича П. С. – Москва : Прогресс, 1986. – 450 с. – С. 330-343.

3. Бондаренко Т. Сприйняття медіааудиторією мови війни: асоціативний експеримент / Т. Бондаренко // *Образ*. – 2017. – Випуск 1(23). – С. 11-17.
4. Голуб О. Сайти соцмереж як джерело інформації [Електронний ресурс] / О. Голуб // *Детектор медіа*. – 24 лютого 2016. – Режим доступу: http://ms.detector.media/web/social/sayti_sotsmerezh_yak_dzherelo_informatsii (дата звернення: 24.04.2018).
5. Давидов М. В. Інфологічна модель концептів української жестової мови / М. В. Давидов, О. В. Лозинська, В. В. Пасічник // *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Інформаційні системи та мережі*. – 2014. – № 805. – С. 279-288.
6. Дзюба І. М. Нагнітання мороку: від чорносотенців початку ХХ століття до українофобів початку століття ХХІ. – Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2011. – 504 с.
7. Зозуля О. С. Інформаційна зброя як геополітичний чинник та інструмент силової політики» [Електронний ресурс] / О. С. Зозуля. – Режим доступу: <http://www.academy.gov.ua/ej/ej18/PDF/12.pdf> (дата звернення: 24.04.2018).
8. Зубрицька Л. Й. Активізація міфу у період кризи: особливості міфологеми «війни» та «героя» / Л. Й. Зубрицька // *Наукові записки НаУКМА*. – 2016. – Том. 186. Політичні науки. – С. 72-76.
9. Жулінська М. Інтернет-меми як одиниці інформації у кіберпросторі / М. Жулінська, Н. Смоляр // *Актуальні питання іноземної філології. Науковий журнал*. – 2015. – № 2. – С. 66-71.
10. Кізка В. Роман Шкляра як віха в україно-російській війні / В. Кізка // *Українська правда*. – 11 березня 2011. – Режим доступу: http://life.pravda.com.ua/columns/2011/03/11/74779/view_print (дата звернення: 24.04.2018).
11. Кокотюха А. Інтерв'ю з ворогом: коли відмова відповідати красномовніша за відповідь [Електронний ресурс] / А. Кокотюха // *Детектор медіа*. – 27 травня 2016. – Режим доступу: <http://detector.media/infospace/article/115499/2016-05-27>. (дата звернення: 24.04.2018).
12. Колесник О. С. Концепт війна в аспекті лінгвосеміотики та лінгвокультурології / О. С. Колесник // *Мовні і концептуальні картини світу*. – 2014. – Вип. 48. – С. 216-230.
13. Комова М. До теоретичного осмислення теорії Ж. Бодріяра про симуляцію в мас-медіа / М. Комова // *Теле- та радіожурналістика*. – 2014. – Випуск 13. – С. 87-95.
14. Крайнікова Т. Споживчі патерни медіаповедінки: суть і роль у культурі медіаспоживання / Т. Крайнікова // *Вісник Книжкової палати*. – 2014. – № 3. – С. 1-4.
15. Крилова-Грек Ю. М. Психологічні засади патернів поведінки у конфліктних ситуаціях / Ю. М. Крилова-Грек // *Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки*. – Випуск 19. – 2013. – С. 155-161.
16. Літяга В. Поняття «концепт» у парадигмі сучасних лінгвістичних досліджень / В. Літяга // *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Іноземна філологія*. – 2013. – № 1(46). – С. 48-50.

17. Лакофф Дж. Метафори, которими мы живем / Дж. Лакофф, М. Джонсон // Теория метафори. – Москва, 1990. – С. 387-415.
18. Леві-Строс К. Структурна антропология / К. Леві-Стросс; пер. з фр. Зої Борисюк. – Київ : Основи, 1997. – 387 с.
19. Малик Я. Інформаційна війна і Україна / Я. Малик // Демократичне врядування. Науковий вісник. – 2005. – Випуск 15.
20. Марутян Р. Р. Меметична зброя як інструмент смислової війни РФ проти України [Електронний ресурс] / Р. Р. Марутян // Matrix-divergent. – 15.05.2017. – Режим доступу : <http://matrix-info.com/2017/05/15/memetychna-zbroya-yaq-instrument-smyslovoyi-vijny-rf-proty-ukrayiny> (дата звернення: 24.04.2018).
21. Марутян Р. Р. Сміслові війни сучасності: український вимір [Електронний ресурс] / Р. Р. Марутян // Matrix-divergent. – 13.03.2017. – Режим доступу : <http://matrix-info.com/2017/03/13/ROSIYA-GOTUYETSIA-DO-VELYKOYI-VIJNY-TU> (дата звернення: 24.04.2018).
22. Мина Ж. Інформаційна зброя як інструмент впливу на сучасне суспільство / Ж. Мина, А. Яновська, О. Матвійчук // INFORMATION, COMMUNICATION, SOCIETY. LVIV. – 19-21 MAY 2016. – С. 84-85.
23. Надолинська А. Словник концептів української культури як ключова проблема навчальної лексикографії / А. Надолинська // Вісник Львівського університету. Серія: Філологія. – 2010. – Вип. 50. – С. 274-280.
24. Орвелл Дж. 1984 : роман / Джордж Орвелл ; пер. з англ. В. Шовкун. – Київ : Вид-во Жупанського, 2015. – 312 с.
25. Пелін О. В. Сміслова зброя в умовах інформаційних війн / О. В. Пелін, Ю. А. Давидова // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: «Педагогіка, соціальна робота». – 2014. – Випуск 31. – С. 125-127.
26. Пода Т. А. Інформаційна війна як стратегія формування політичної свідомості(соціально-філософський аналіз) / Т. А. Пода // Вісник Національного авіаційного університету. Сер. : Філософія. Культурологія. – 2014. – № 1. – С. 67-70
27. Поппер К. Відкрите суспільство та його вороги. Том 1. / К. Поппер ; перекл. з англ. О. Коваленка. – Київ : Основи, 1994. – 444 с.
28. Почепцов Г. Г. Смісли і війни: Україна і Росія в інформаційній і смисловій війнах / Георгій Почепцов. – Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2016. – 316 с.
29. Слободян М. В. Концепт як одиниця когнітивних досліджень / М. В. Слободян // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Сер. : Філологічна. – 2010. – Вип. 16. – С. 276-284.
30. Смеречко А. Відбиття антиномії мир – війна у фразеології (на матеріалі української та російської мов) / А. Семеречко, О. Куцик // Молодь і ринок. – 2011. – № 11 (82). – С. 87-91.
31. Соколова К. В. Меми як засіб комунікації в Інтернет-середовищі / К. В. Соколова // Гуманітарний часопис. – 2012. – № 1. – С. 118-123.
32. Суріна Г. Ю. Міфологізація масової свідомості засобами ідеології і реклами / Г. Ю. Суріна // Нова парадигма. – 2013. – Вип. 114. – С. 165-174.

-
-
33. Чернікова О. І. Вербальний, невербальний та комплексний мему: класифікація за способом подання та сприйняття інформації в Інтернет-середовищі / О. І. Чернікова // Вісник КНЛУ. Серія: Філологія. – 2015. – Том 18. – № 1. – С. 151-155.
 34. Чернікова О. І. Вербальний мем: лінгвістичний аспект / О. І. Чернікова. – Наук. записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна». – Острог : Вид-во Національного ун-ту “Острозька академія”, 2015. – Вип. 51. – С. 354-356.
 35. Шевченко Т. І мертвим, і живим, і ненарожденним землякам моїм в Україні і не в Україні моє дружнєє посланіє // Шевченко Т. Кобзар. – Київ : «Радянська школа», 1983. – С. 265-271.
 36. Элиаде М. Космос и история: Избранные работы / М. Элиаде; пер. с фр. и англ. А. А. Васильевой, В. Р. Рокитянского, Е. Г. Борисовой ; сост., вступ. ст. и комм. Н. Я. Дараган. Послесл. В. А. Чаликовой ; под общ. ред. И. Р. Григулевича и М. Л. Гаспарова. – Москва : Прогресс, 1987.
 37. Яворська Г. М. Концепт «війна»: семантика і прагматика / Г. М. Яворська // Стратегічні пріоритети. Серія : Філософія. – 2016. – № 1. – С. 14-23.
 38. Гофман И. Анализ фреймов : Эссе об организации повседневного опыта / пер. с англ. Р. Е. Бумагина, Ю. А. Данилова, А. Д. Ковалева, О. А. Оберемко ; под ред. Г. С. Батыгина и Л. А. Козловой. – Москва : Институт Социологии РАН ; ФОМ, 2003. – 752 с.
 39. Харитоненко О. І. Висвітлення поняття фрейму як засобу інтерпретації та маніпулювання в навчальних курсах медіаграмотності / О. І. Харитоненко // Молодий вчений. – № 9.1.(61.1) вересень. – 2018. – С. 128-133.

Автор параграфа:

канд. філол. н., доц. каф. журналістики
НПУ імені М.П. Драгоманова

ОЛЕНА ХАРИТОНЕНКО

§ 7. Тактика смислових війн і спроби протидії

Як ми вже з'ясували, інформаційні та смислові війни різняться за багатьма параметрами. Однак **засоби впливу** здебільшого в них однакові:

- 1) маніпулювання фактами і смислами – замовчування, спотворення, некоректний відбір, неточне відтворення, введення в неправильний контекст, хибна інтерпретація, представлення випадкового факту як системного, заміна джерела інформації, заміна каналу трансляції / поширення, акцентування на таємності чи сенсаційності, підміна понять, уведення потрібних у контексті операції характеристик, заміна звичних характеристик об'єкта новими [9, с. 597];
- 2) застосування асиметричних дій, реакцій [9, с. 568], наприклад: емоційні «аргументи» не по темі проти раціональних звинувачень; відсутність реакції; звинувачення на звинувачення типу «сам такий»; незрозуміла або парадоксальна реакція (вихід за межі прописаних алгоритмів дії); скандал; перебивання опонента тощо;
- 3) посилення на авторитет; концепти прогресивності, новизни / традиційності (залежно від ситуації), моралі, патріотизму, ціннісні орієнтири; образи – стимулятори лояльності (образи тварин, дітей, закоханих тощо);
- 4) багаторазове відтворення «потрібних, бажаних» тем у загальному строкатому, «мозаїчному» контенті; відволікання уваги від «непотрібного» контенту; заборони; замовчування.

Однак у тактиці проведення інформаційних і смислових війн є суттєві розбіжності. Подамо їх у таблиці для порівняння.

Інформаційні війни	Смислові війни
Ускладнення інформаційної картини події; занурення аудиторії в хаос незрозумілих і по-різному інтерпретованих подій	Спрощення картини світу; надання подіям чи явищам системності, створення ілюзорно несуперечливої моделі існування [9, с. 60]

Інформаційні війни	Смислові війни
Нагнітання відчуттів тривоги, страху, невизначеності; посилення песимістичних настроїв	Сприяння появі відчуттів спокою, стабільності в межах нової системи координат
Введення <i>ситуативних</i> опозицій «ворог – друг», «свій – чужий», «добро – зло», полюси яких можуть легко змінюватися щодо тих чи інших об'єктів	Нав'язування <i>сталих</i> кліше «ворог – друг», «свій – чужий», «добро – зло»
Стимулювання індивідуалізму в апеляціях до особистості (її персональної здатності думати, оцінювати, відчувати)	Стимулювання колективізму в апеляціях до колективного підсвідомого
Імітація «багатоголосся», об'єктивності, представлення різних точок зору	Акцентування на авторитетності єдиного джерела повідомлень, створення ореолу довіри до обраних джерел інформації
Наближення інтересів, виправдання очікувань аудиторії (оприлюднення того, що хочуть чути) – відтворення стереотипів висловлювання (на рівні мови), мислення, потреб, естетичних і художніх пріоритетів	Крім наближення інтересів, використовуються ще й тактики шокування, епатування

Щодо останнього із зазначених пунктів варто зробити кілька зауважень. В інформаційних війнах використовують різні засоби дезорієнтації, але всі вони здебільшого «працюють» на тому матеріалі, який може бути «спожитий» аудиторією беззастережно. Одвічний принцип: говори, що від тебе хочуть почути, і ніхто навіть не запідозрить, що потрапив на гачок маніпулювання. Смислові війни, навпаки, націлені на розширення можливостей сприймання, вихід за межі можливого в усталеній системі ціннісних координат. Саме тому на полі смислових протистоянь дискусії розгортаються зокрема і навколо контroversійних повідомлень.

З 2010 року на Заході і в 2014–2016 роках в Україні та Росії соціальні мережі захлиснула полеміка щодо технологій під назвою «вікно Овертона».

«Вікно Овертона» («вікно можливостей») – це межі сприйняття суспільством політичних рішень. У середині так званого «вікна можливостей» – спектр ідей, які відповідають наявній у певному соціумі картині світу, системі ціннісних координат і завдяки цьому можуть проголошуватися публічно та втілюватися в життя. Поза

«вікном» перебуває все, що вважається неприйнятним, неможливим, шкідливим, незрозумілим і несумісним із ustalеними в суспільстві нормами. Природно, ідеї цього ряду наштовхуються на спротив або ж ігноруються. Явище назване на честь автора концепції «вікна можливостей» віце-президента Макінського центру публічної політики Джозефа Овертона (1990–2003).

Поняття це не нове, воно використовувалося і використовується в психології, педагогіці, маркетингу, пропаганді, PR-технологіях і навіть у журналістиці. Наприклад, у книзі «Журналістське розслідування» (2014), виданій Інститутом масової інформації, читаємо: «Існують випадки, або теми, про які ми не можемо зробити журналістське розслідування. Наприклад, у Франції не можна критикувати виробництво атомної енергії, бо цей комплекс забезпечує французів енергією на 80 відсотків... Наприклад, ось що відбувалося у Франції, коли вибухнув Чорнобиль. Коли ядерна хмара з'явилася над Західною Європою, тодішній прем'єр-міністр Жак-Ширак пояснив, що буцімто хмара зупинилася на кордоні з Францією, і люди цьому повірили, навіть журналісти... Цей приклад демонструє, що інколи дуже важко проводити журналістське розслідування, якщо це суперечить громадським настроям. Перша проблема – чи хочуть люди почути те, про що ви збираєтеся їм розповісти... Є певні сюжети, яких не варто торкатися в тому сенсі, що ваші читачі цього не сприйматимуть» [2, с. 35-36].

Дж. Овертон не розробляв технологій розширення чи звуження «вікна можливостей» і активного впливу на масову свідомість. Однак такі технології існують і цілком дієві – підтвердженням цьому є вся історія людства.

Станом на сьогодні у безлічі роликів і публікацій викладено, як буцімто завдяки «вікну Овертона» можна зробити популярною і позитивно маркованою в очах громадськості абсолютно до того неприйнятну ідею, наприклад – узаконення людоїдства. Мовляв, для цього потрібно всього-на-всього ввести її в суспільний дискурс і почати обговорювати. Спочатку робити це в сферах, які перебувають на маргінесі масової свідомості, але «заряджені» авторитетом: у наукових колах і в царині елітарної культури. Тут тема

«апробується» спочатку як щось дуже радикальне, а згодом і як цілком можливе і привабливе для раціонального пізнання в антропологічному, міфологічному, літературному, релігійному контекстах. На цьому ж етапі для позначення непривабливого поняття підбирається незрозумілий для багатьох, але звучний термін, наприклад, «антропофілія». Потім підключаються засоби масової інформації та індустрія маскульту. Вони роблять тему популярною, акцентуючи увагу на шельмуванні «ретроградів», які досі проти людоїдства, на свободі вибору кожної людини, толерантності, реальних випадках канібалізму. Після цього всього можуть уже розгортати свої кампанії політики, які, провівши соціологічні опитування, будуть змагатися між собою за право заборонити чи дозволити це явище на рівні законів.

Загалом, дуже точний перелік технологій маніпулювання свідомістю, щодо якого потрібно враховувати: до Дж. Овертона він має опосередковане відношення, такі технології існували стільки, скільки існує людство, і модифікуються донині, «інструкція» невичерпна, послідовність описаних заходів зазвичай варіюється і застосовується довільно.

Для того, щоб завершити «літературно-фантастичний» дискурс в обговоренні тактик інформаційних і смислових впливів, пропонуємо згадати роман ученого в галузі соціальних комунікацій, письменника Роберта Ескарпі «Літератрон» (1964), у якому, власне, описані ті самі засоби маніпулювання масовою свідомістю, що й в «інструкціях» щодо «легалізації канібалізму». Спочатку головний герой роману шахрай Ле Герн змушує людей повірити у винахід, якого насправді ще не існує: придумується влучна назва, проводяться наукові симпозиуми, у журналах публікується біографія генія-винахідника тощо. Потім під уже популярний бренд створюється сама машина – літератрон. Її завдання – компілювати тексти, які цілком задовольняють смаки масового читача. Працюючи фактично з «вікном Овертона» (за сорок років до фактичного введення в науковий обіг цього терміна), Ле Герн «створює» популярних письменників, «прохідних» політиків. Останніх народ обожнює, хоч до того висміював та ігнорував. Р. Ескарпі (в 1964 році!)

наголошував, що всі ці нехитрі маніпуляції були відомі ще римському ритору Квінтіліану, і принципово новою тут може бути тільки технологія поширення, тобто засоби, завдяки яким можна презентувати «лайно як цукерку» не кустарно, а в промислових масштабах.

Розмова про засоби протистояння інформаційним і смисловим загрозам не проста. На перший погляд, і звичайні громадяни («споживачі» інформації), і журналісти (основні «ретранслятори» повідомлень) у результаті такої віртуальної агресії потрапляють у пастку, з якої неможливо вибратися. Впливи здійснюються непомітно, крім того, часто за участі самих об'єктів «зомбування» (наприклад, людям подобаються скандали і сенсації – вони їх і отримують, не замислюючись над наслідками вживання такої «отрути»). Саме тому першим і найдієвішим способом запобігання маніпуляціям вважається медіаграмотність – обізнаність щодо наявних технологій інформаційних і смислових операцій. Однак навіть знаючи, як її можуть ошукати, людина не завжди може вберегтися від нападів і знову опиняється в глухому куті.

Р. Колісніченко зазначає: на думку деяких дослідників, «одним з основних правил поведінки, якого громадяни мають дотримуватися для зменшення вразливості до політичних маніпуляцій, є максимальне скорочення контактів та ігнорування телевізійних новин... Проте, ми не можемо погодитися з цією думкою, оскільки така, усунута від офіційних інформаційних джерел, а отже, належно непоінформована особистість ризикує виявитися активним споживачем чуток та спотвореної міфологічної інформації...» [4, с. 75], а отже, додамо, стане ще вразливішим і керованішим об'єктом для маніпуляцій.

Те саме стосується і журналістів, які щодня в межах своїх професійних обов'язків опиняються в ситуації цугцвангу, коли будь-яка дія призводить лише до погіршення ситуації. Не оприлюднювати важливе, але сумнівне з погляду маніпулятивних впливів повідомлення – звинуватять у замовчуванні. Повідомити і доповнити інтерпретаціями або ж навіть заперечити – означає вивести тему в «топ», тобто знову ж таки «підіграти» зловмиснику.

Попри все сказане, сьогодні вже напрацьовано певні рекомендації щодо протидії інформаційним і смисловим війнам.

Заперечення лише підсилюють вплив, заборони дієві. Насамперед, потрібно пам'ятати, що просте заперечення будь-чого, що становить інформаційну чи смислову загрозу, є не тільки неієвим, а шкідливим: воно лише підсилює негативний ефект. В інформаційному просторі піднімається хвиля обговорень, яка стимулює зацікавленість темою. Однак заборони проникнення «інфікованого» масмедійного чи культурного продукту на територію країни поки що цілком ефективні. Вище вже йшлося про «боротьбу» з ляльками і серіалами. Попри те, що обговорення таких заборон теж бувають досить бурхливими, вони не завдають серйозної шкоди, оскільки для масового споживача фізично унеможливлено «контакт із вірусом». Серед важливих засобів протидії віртуальним впливам називають також «законодавчу заборону найбільш шкідливих прийомів латерального програмування» [4, с. 79].

Асиметрична відповідь. Г. Почепцов наголошує на тому, що інформаційні впливи мають асиметричний характер, відповідно, так само асиметричними, «неадекватними» мають бути і відповіді: «Можна навести такий приклад з китайських стратегій, коли місто, не маючи змоги захиститись від наступаючого війська, відкрило свою браму і жителі щось там почали прибирати. Військо зупинилося і обминуло місто, бо полководець подумав: мабуть, у них сильне військо, якщо вони нас не бояться. Неадекватна дія принесла перемогу проти сильного противника. Симетрична (адекватна) відповідь принесла б лише поразку... Тобто ми можемо сформулювати таке правило: чим сильніший супротивник, тим більш асиметричною має бути інформаційна дія, яка здійснювана проти нього. Сьогодні розроблено велику кількість таких асиметричних варіантів поведінки, які отримали назву ненасильницьких дій протесту. Загалом у цьому списку 198 видів таких дій» [9, с. 566]. Це голодування, блокування руху транспорту, політичні флешмоби, символічні акції.

Основний постулат асиметричної реакції на інформаційну атаку ґрунтується на етичному імперативі не відповідати насильством на

насильство, агресією на агресію. Багатьма прикладами доведено, що відгукуватися на звинувачення, компромат, обмову зустрічними звинуваченнями чи виправданнями неефективно. Якщо при цьому, звичайно, ставиться мета розв'язати конфлікт, а не поглибити його чи розтягнути в часі. Натомість набагато продуктивніше діють 1) емоційні реакції мовця або апеляції до емоцій реципієнтів (схвилювання, замилювання) у відповідь на раціональні випадки і, навпаки, аргументована контратака на емотивні образи; 2) висміювання (гумор, іронія) у відповідь на застрашування; 3) ігнорування (замовчування, пряма відмова опонувати, виконувати накази, підпорядковуватися нав'язаним правилам); 4) демонстрування поваги до закону, попри очевидну незаконність дій агресора тощо.

Свідомий захист національних цінностей, наявність національної моделі розвитку, подолання песимізму. Р. Марутян зауважує: «обов'язкове врахування інформаційних і смислових загроз», наявність власних сенсів, «потужні інформаційні ресурси для тиражування національних моделей в різних типах носіїв (ЗМІ, література, мистецтво, освіта, наука)», яскравий і автентичний власний інформаційний і культурний продукт, який продукуватиме власну модель світу – найважливіші складові національної безпеки [6]. Схожими є й висновки Г. Почепцова: «для України одними з перших завдань, на нашу думку, мають стати такі, як «створення національної ідентичності» і «подолання високого рівня песимізму населення», оскільки без вирішення їх Україна не зможе залишитися незалежною державою» [9, с. 635].

Медіаграмотність і відкритий доступ громадян до знань про маніпуляції. З середини ХХ століття у наукових і освітянських колах широко обговорюються питання медіаосвіти і медіаграмотності.

Медіаграмотність визначається як «здатність експериментувати, інтерпретувати / аналізувати та створювати медіатексти» [7, с. 10]. Під медіаосвітою зазвичай розуміють надання учням загальноосвітніх шкіл, студентам вишів і всім охочим знань про особливості створення медійних продуктів, технологій маніпулятивних впливів з метою формування навичок здійснювати самостійний пошук інформації, створювати та популяризувати власний медійний продукт, критично

осмислювати медіатексти, убезпечувати свій власний інтелектуальний і духовний простір від інформаційної та смислової агресії. Останній із зазначених пунктів пов'язаний із безпекою і має надзвичайно велике значення в сучасному світі, де «віртуальна картинка світу часто сильно відрізняється від реальної». Безперечно, у цій ситуації людина повинна мати «інструментарій для самозахисту й учити критично сприймати медіаповідомлення» [7, с. 22].

Одна з перших навчальних програм із медіаосвіти з'явилася в 1959 році. Нині в багатьох країнах світу такі навчальні програми не тільки розроблені, а й впроваджені в освітній процес як обов'язкові: «Канада, Велика Британія, Австралія, Франція, США, Росія – лідери з розвитку шкільної медіаосвіти. У Канаді з вересня 1999 року вивчення медіакультури обов'язкове для учнів середніх шкіл з 1 по 12 клас. У Великій Британії в 1995 році 30 тисяч школярів обрали екзамен з предмета «Медіа» для отримання свідоцтва про закінчення середньої школи. 1994 року американський президент підписав указ «Цілі 2000: Американський освітній акт», яким увів рекомендований стандарт з медіаосвіти на всіх рівнях початкової та середньої шкільної освіти. Інші країни – Австралія, Франція, всі скандинавські та країни Південної Європи запровадили предметні обов'язкові навчальні курси з медіа в шкільну освіту» [7, с. 15]. Концепції медіаосвіти пройшли апробацію в низці міжнародних інституцій. Тут можна згадати Грюнвальдську декларацію 1982; рекомендації Тулузької конференції 1990, Віденської конференції 1999, семінару ЮНЕСКО в Севільї 2002; Паризьку програму-рекомендації з медіаосвіти ЮНЕСКО 2007; резолюцію Європарламенту щодо медіаграмотності у світі цифрової інформації 2008, Феську декларацію ЮНЕСКО з медіаінформаційної грамотності 2011; Паризьку декларацію ЮНЕСКО з медіаінформаційної грамотності в цифрову епоху 2014 р. На засіданні Європейського парламенту 2008 було підкреслено: «медіаграмотність – базовий елемент політики в сфері споживання інформації, й вона має охоплювати всі категорії людей протягом усього їхнього життя, для того щоб допомогти їм практично та творчо використовувати медіа» [7, с. 7].

Сьогодні світові тренди медіаосвіти популяризуються і в Україні. «Набуває актуальності необхідність ґрунтовного вивчення... найбільш поширених маніпулятивних прийомів та шляхів їх подолання, обмін досвідом нейтралізації політичних маніпуляцій місцевими громадами, його максимальне оприлюднення у ЗМІ», – зазначає Р. Колісніченко, розмірковуючи про «необхідність формування стійкої до маніпулятивних впливів електоральної культури суспільства». У суспільстві в результаті має бути вироблена звичка критичного «осмислення інформації, визначення сутності питань та цілей організаторів інформаційних повідомлень» [4, с. 76].

У 2010 році постановою президії Національної академії педагогічних наук України була погоджена «Концепція впровадження медіаосвіти в Україні». Результатом стала поява численних курсів і лекторіїв, присвячених цій темі, розроблені програми, підручники, робочі зошити для загальноосвітніх шкіл, дисципліна «Медіакультура» включена до варіативної частини навчальних планів. Однак, на жаль, системного впровадження в освітній процес курсів медіаграмотності та виходу за межі експерименту поки що немає. Крім того, часто медіаосвіту в Україні – підтримуємо тут висновки авторів підручника з медіаосвіти та медіаграмотності 2012 року за редакцією В. Іванова і О. Волошенюк – розуміють не як формування «критичного мислення та автономної від медіа особистості (як у багатьох західних країнах), а <як> опанування медіаобладнання та використання можливостей медіа в навчальному процесі» [7, с. 22-23].

Два роки тому, 21 квітня 2016 року, Президія Національної академії педагогічних наук України ухвалила нову редакцію Концепції впровадження медіаосвіти в педагогічну практику на всіх рівнях. У ній, зокрема, наголошено: «Медіаосвіта – не тільки шлях до ефективності діяльності людини в системі трудових відносин, але спосіб залишатися самим собою, цілісною особистістю, здатною до самовираження і людяності. Не втрачають значення і традиційні завдання медіаосвіти, які полягають у запобіганні вразливості людини до медіаманіпуляцій і медіанасильства, втечі від реальності, у профілактиці поширення медіазалежностей» [5].

У Концепції описані мета і завдання медіаосвіти, найважливішими з яких є сприяння формуванню: 1) *медіаграмотності*, тобто знань про особливості створення контенту медіа; 2) *медіаіммунітету*, тобто здатності протистояти деструктивним інформаційним і смисловим впливам; 3) *навичок критичного мислення*, які забезпечують свідоме споживання медіапродукції; 4) *здатності до медіатворчості*; 5) *медіакультури*, тобто здатності сприймати і аналізувати продукти візуальної, аудіальної культур, медіа-арту. Як основні принципи медіаосвіти подані: особистісний соціально-психологічний підхід, перманентне оновлення змісту, орієнтація на розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, орієнтація на розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, пріоритет морально-етичних цінностей, пошанування національних традицій, патріотизм, громадянська спрямованість, естетична наснаженість, продуктивна мотивація. Передбачається, що медіаосвіта до 2020 року буде впроваджена в усіх складових системи безперервної освіти в Україні на рівнях дошкільної, шкільної та вищої освіти.

Дж. Поттер у підручнику, присвяченому медіаосвіті, лаконічно і дуже влучно зауважив: «Підвищуючи власну медіаграмотність, людина отримує чіткіше уявлення про межу між реальним світом і світом, що створили для неї мас-медіа» (Potter W. J. Media Literacy. Thousand Oaks, London, 2001) [цит. за 7, с. 12]. Перефразувавши це висловлювання, наголосимо: якщо ми не хочемо остаточно втратити зв'язок з реальністю й жити в змодельованій кимось «матриці», мусимо більше уваги приділяти підвищенню якості своєї культури роботи з інформацією.

Завдання і запитання до параграфа

1. Охарактеризуйте засоби агресивних впливів у межах інформаційних і смислових війн. Наведіть приклади до кожного з них.
2. Назвіть відмінності в тактиці проведення інформаційних і смислових війн. Відповідь проілюструйте прикладами.

3. Прочитайте «Літератрон» Р. Ескарпі. Які засоби маніпулювання описані в цьому романі?
4. Назвіть основні засоби протидії інформаційним і смисловим загрозам.
5. Наведіть приклади вдалого застосування асиметричних відповідей на деструктивні інформаційні та смислові впливи.

Список використаної та рекомендованої літератури

1. Бабенко Ю. Інформаційна війна – зброя масового знищення / Ю. Бабенко // Українська правда. – 20 квітня 2006. – Режим доступу : <https://www.pravda.com.ua/rus/articles/2006/04/20/4399050> (дата звернення: 27.04.2018).
2. Журналістське розслідування. За матеріалами семінарів Інституту масової інформації (Київ), Центру підготовки та вдосконалення журналістів (Париж), нідерландської програми МАТРА / Інститут масової інформації. – К., 2004. – 112 с.
3. Зозуля О. С. Інформаційна зброя як геополітичний чинник та інструмент силової політики» [Електронний ресурс] / О. С. Зозуля. – Режим доступу : <http://www.academy.gov.ua/ej/ej18/PDF/12.pdf> (дата звернення: 27.04.2018).
4. Колісніченко Р. М. Прийоми політичних маніпуляцій і стійкість до маніпулятивних впливів як складова демократичної електоральної культури / Роман Миколайович Колісніченко // Освіта регіону. Український науковий журнал. – 2010. – № 2. – С. 75.
5. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) [Електронний ресурс] // Детектор медіа. – 24 квітня 2016. – Режим доступу : http://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya (дата звернення: 27.04.2018).
6. Марутян Р. Р. Меметична зброя як інструмент смислової війни РФ проти України [Електронний ресурс] / Р. Р. Марутян // Matrix-divergent. – 15.05.2017. – Режим доступу : <http://matrix-info.com/2017/05/15/memetychna-zbroya-yak-instrument-smyslovoyi-vijny-rf-proty-ukrayiny> (дата звернення: 27.04.2018).
7. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк ; за науковою редакцією В. В. Різуна. – Київ : Центр вільної преси, 2012. – 352 с.
8. Пелін О. В. Смислова зброя в умовах інформаційних війн / О. В. Пелін, Ю. А. Давидова // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: «Педагогіка, соціальна робота». – 2014. – Випуск 31. – С. 125-127.
9. Почепцов Г. Інформаційна політика : навч. посіб. / Г. Г. Почепцов, С. А. Чукут. – 2-ге вид. – Київ : Знання, 2008. – 663 с.

10. Почепцов Г. Г. Сенси і війни: Україна і Росія в інформаційній і смисловій війнах / Георгій Почепцов. – Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2016. – 316 с.
11. Эскарпи Р. Литератрон / Р. Эскарпи ; пер. с фр. Э. Лазебниковой. – Москва : Молодая гвардия, 1966. – 160 с.

Автор параграфа:
канд. філол. н., доц. каф. журналістики
НПУ імені М.П. Драгоманова
ОЛЕНА ХАРИТОНЕНКО

§ 8. Класична журналістика в умовах гібридних воєн: конфлікт теорії і сучасних комунікативних практик

Наприкінці розмови про особливості смислових війн доцільно, на наш погляд, окреслити роль засобів масової інформації та перспективи журналістики в сучасному світі загалом в умовах смислових протистоянь зокрема. Це обговорювані у фахових колах питання, виділимо лише найважливіші тези означеного дискурсу.

Репутація журналіста як об'єкт маніпуляцій. Відомий факт, що з середини ХІХ століття популярність журналістики як професії в суспільстві зростає нечувано. Преса стала популярною, тиражі газет зростали, нові жанри з'являлися один за одним, журналіст став персоною грата і улюбленим персонажем як літературних творів, так і кінострічок.

У ХХ столітті авторитет журналістики був підкріплений і посилений введенням двох понять: «четверта влада» і «соціально відповідальна журналістика». Метафоричний термін «четверта влада» тлумачиться зазвичай так: «Інформаційна влада – це здатність журналістики шляхом добору, компонування, коментування та тлумачення інформації впливати на формування громадської думки, суспільних свідомості і тим самим спонукати політиків та суб'єктів гілок державної влади до прийняття безпосередніх рішень і дій у потрібному напрямку... Влада журналістики реалізується через маси, вона... не може бути скасована декретом уряду чи указом президента. Президент може усунути з посади навіть голову уряду, але не спроможний позбавити авторитету впливового журналіста... Журналістів убивають тому, що не спроможні іншими способами боротися з їх інформаційною владою» [6, с. 354-355]. Поняття «четвертої влади» суголосне теорії «соціально відповідальної моделі» журналістики. У 1956 році Ф. Сіберт, Т. Петерсон, У. Шрамм у книзі «Чотири теорії преси» поряд із моделями авторитарної, тоталітарної, лібертаріанської журналістики описали ознаки і моделі соціально

відповідальної: «Найважливіші її особливості такі: 1) концепція виникла в ХХ ст. в США; вона сформувалася на основі праці Комісії з питань свободи преси, її члена У. Е. Хокинга, професора філософії Гарвардського університету, на основі практики журналістики і моральних кодексів журналістики; 2) основні цілі преси – інформувати, розважати, продавати, але головним чином переводити конфлікти в план дискусії; 3) використовувати її може кожен, у кого є що сказати; 4) контролюється вона думкою суспільства, діями споживачів, професійною етикою; 5) заборонено втручання в приватне життя і розголошення державних таємниць; 6) преса перебуває в приватних руках, якщо тільки уряд не змушений узяти її в свої руки в інтересах суспільства; 7) засоби інформації беруть на себе зобов'язання з соціальної відповідальності, а якщо вони цього не роблять, то хтось повинен простежити за тим, щоб вони це робили» [6, с. 354-355].

Однією з суттєвих віх ствердження ідей журналістики як «четвертої влади» і соціально відповідальної журналістики був відомий на весь світ Вотергейтський скандал, пов'язаний із викриттям журналістами порушення закону під час виборчої кампанії Р. Ніксона та наслідком цього викриття – імпічментом президента. До сьогодні ця історія обговорюється як одна з блискучих перемог журналістики і доказ її соціальної значущості: «Це був перший в історії США випадок, коли президент за життя достроково припинив виконання обов'язків. Вирішальну роль у цьому зіграли матеріали журналістів газети «Washington Post», які згодом стали еталоном журналістських розслідувань» [7]. Це опубліковано в «Washington Post», переклад подала «Медіаосвіта» 19.06.2012. За матеріалами цієї політичної справи вже зняті фільми і написані книги. Однак майже одразу почали говорити і про іншу версію відомого скандалу: мовляв, Р. Ніксона хотіли позбутися (тут називаються його соратники, Пентагон, представники великого капіталу) і просто зробили це руками журналістів, «підсунувши» їм потрібні матеріали: «Вотергейт, – писав Ж. Бодріяр, – не скандал: ось що необхідно сказати за будь-яку ціну... Отже, Вотергейт був лише пасткою, влаштованою системою для своїх противників – симуляцією скандалу, що мала регенераційні цілі» [2, с. 24-26]. Те саме доводиться в книзі

Л. Колодні й Р. Гетліна «Тихий переворот». І все це сигнали, які доводять нам, що ми ніколи не можемо бути впевнені в тому, є журналісти в кожній конкретній справі «еталоном розслідувань» чи «об'єктом маніпуляцій».

Той факт, що журналістика в сучасному світі зазнала певних репутаційних втрат, нова «смилова реальність», у якій журналіст уже не персона грата, а «джинсовик», «піарник», «медіакілер», «дилетант», широко обговорюються в наукових, професійних і мережевих дискусіях.

Не сьогодні виник термін «криза ідентичності засобів масової інформації», яким позначають «процес втрати свого індивідуального обличчя, звичної суспільно-політичної позиції, стилю в подачі новин, дизайні традиційних органів масової інформації у зв'язку зі зміною власника, тиском політичних обставин або іншими причинами» [19, с. 430]. І. Михайлин писав про це так: «Загалом правильним є визначення, яким Ф. Сіберт, Т. Петерсон та У. Шрамм розпочали свою книгу “Чотири теорії преси”: “Преса завжди набуває форми й забарвлення тієї соціально-політичної структури, у межах якої вона функціонує”. Зміни в системі викликають зміни в журналістиці... Наприклад, медіа-експерти відзначили, що великі газети “Вашингтон-пост” і “Нью-Йорк таймс”, які ніколи не підігрували американському урядові, під час висвітлення іракської війни, прийняли державну політичну доктрину, хоча реальні обставини давали більш ніж достатньо підстав для її критики» [19, с. 430].

З 2016 року «Детектор медіа» щороку проводить моніторинг якості журналістських розслідувань, одним із завдань якого є оцінити їх «з огляду на актуальність тематики, розкриття теми, жанрової майстерності та дотримання журналістських стандартів... До моніторингу залучені експерти, які мають досвід проведення журналістських розслідувань, а також проходили міжнародні тренінги з технології журналістських розслідувань й брали участь в міжнародних конференціях та / або конкурсах. Експерти переглядають програми шести проектів журналістських розслідувань, зокрема Гроші (1+1), Народна прокуратура (112), Наші Гроші, (24 канал, UA:Перший), Слідство.Інфо (Громадське.ТВ, 24 канал,

UA:Перший), Стоп корупції (5й канал), Схеми (Радіо Свобода, UA:Перший). Аналізуються теми розслідувань з огляду на їх актуальність, тенденції у висвітленні окремих тем в залежності від політичних інтересів власників каналів, політичних подій в країні (якщо такий зв'язок можна припустити)» [18].

Результати моніторингу оприлюднюються в публікаціях, назви яких промовистіші за коментарі: «Ілюзія розслідування» (19-25 вересня 2016); «Журналісти-супергерої» (7-13 листопада 2016); «Повна хата компромату, або Як захпати у вушко голки скирту сіна» (27 листопада – 3 грудня 2017); «Бізнес-розслідування, або Чому економічні теми для українських “розслідувачів” особливі» (8 березня 2018); «Експертне стидобище, або Про “мудреців” в українських розслідуваннях» (24 березня 2018); «Свінгери, або Страшні таємниці закритого клубу українських розслідувачів» (10 квітня 2018); «Зниклі безвісти, або Чому журналісти ховають від глядачів свої розслідування» (20 квітня 2018); «Небожителі, або Новий міф про журналістів, які знають, уміють і можуть геть усе» (3 травня 2018).

Сьогодні ж науковці й експерти дедалі частіше наголошують на тому, що журналісти стають не просто все більш ангажованими «заручниками» нових соціально-політичних трендів, вони – «солдати» інформаційних і смислових протистоянь [17].

«Імплозія смислу в засобах масової інформації», або ЗМІ як «розсадник» інформаційних і смислових «вірусів». Вкотре звертаючись до теорії симулякрів і симуляції Ж. Бодріяра, акцентуємо увагу на таких висновках філософа: «Інформацію розглядають як чинник продукування комунікації... існує загальний консенсус щодо того, що ми маємо справу все-таки із зростанням смислу... Ми всі співучасники цього міфу. Це альфа і омега нашої модерності, без чого надійність нашої соціальної організації зазнала б краху. Однак справа в тому, що вона таки зазнає краху, причому саме з цієї причини. Адже там, де, на нашу думку, інформація продукує смисл, відбувається протилежне. Інформація пожирає свої власні змісти. Вона пожирає комунікацію і соціальне» [2, с. 118-119].

Чому ж Ж. Бодріяр вважав, що засоби масової інформації напряду дотичні до руйнації смислів? Він назвав дві дуже конкретні

причини: 1) розігруючи «п'єсу» новин, яку глядачі хочуть бачити, засоби масової інформації вичерпують свої сили на «інсценування комунікації», на реальний пошук смислів не залишається ні часу, ні фізичних ресурсів; 2) кожне повідомлення, яке проходить через канали комунікації, уже містить у собі певні викривлення. Щодо останнього твердження наведений цікавий приклад: «засоби масової інформації стають носієм морального осуду тероризму та використання страху в політичних цілях, але одночасно, із щонайбільшою двозначністю, вони поширюють грубе зачарування терористичною дією, вони самі терористи... Засоби масової інформації несуть у собі смисл і викривлення смислу, вони маніпулюють у всіх відношеннях одночасно, ніхто не здатен контролювати цей процес, вони переносять симуляцію, яка є внутрішньою щодо системи, і симуляцію, яка руйнує систему... Цьому не існує ні альтернативи, ні логічного розв'язку. Лише логічне загострення та катастрофічний розв'язок» [2, с. 125].

Про те, що засоби масової інформації свідомо чи несвідомо є дотичними до спотворення інформації, підміни понять, нав'язування певних сенсів, ішлося вище. У зв'язку ж з концепцією Ж. Бодріяра маємо наголосити на іншому: будь-яке повідомлення щодо будь-якого факту, оприлюднене в медіа, може мати непрогнозовані наслідки. Те саме стосується і царини маскульту загалом. Мало хто не замислювався над тим, що будь-який документальний чи художній фільм про злочинця і його «подвиги» (так само як передачі про гучні злочини і афери) є одночасно як осудом, застереженням, так і «детальною інструкцією» та «поетизацією» цього соціального зла.

Наведені проблеми свідчать про хронічні хвороби не лише журналістики, але й суспільства. Власне, журналісти – це лише медіатори, комунікатори між суб'єктами суспільних відносин, і без оздоровлення (тільки шляхом просвіти і духовного зростання!) останніх кардинальних змін в медіа-просторі чекати марно.

Як уже було сказано, всі зазначені проблеми не нові, і вже протягом багатьох десятиліть триває пошук шляхів їх вирішення. Склавши руки, очікувати «катастрофічного розв'язку» ніхто не хоче. Вище були зазначені засоби протидії смисловим впливам, які можуть

використовуватися окремими громадянами, суспільством в цілому і державою загалом. Тепер окреслимо основні напрямки протистояння смисловій агресії саме в журналістському середовищі.

Відповідальність і професіоналізм. Прямою відповіддю на загрози «імплузії смислів» у засобах масової інформації є суто професійна рекомендація: журналіст має замислюватися не тільки над тим, що саме він оприлюднює, а й для чого він це робить і які наслідки це матиме. Ю. Макаров з цього приводу пише: «Ізольований факт нічого не вартий. Починаючи з 1990-х на журфаках новачків навчають ставити правильні запитання за допомогою запозиченого з англосаксонської преси правила “6 W”: Who, What, When, Where, Why, in What way (хто, що, коли, де, навіщо, яким чином)? Насправді цей перекладений із латини перелік належить давньоримському красномовцеві Гермагору з Темноса: Quis, Quid, Quando, Ubi, Cur, Quem... Через дві з чимось тисячі років наші сучасники перестали нарешті задовольнятися класикою й дедалі частіше ставлять іще одне запитання: and What of it? І що з того? Що саме ти хотів сказати? Частиною якого ширшого дискурсу (не випадково таке модне слово) це стає?» [13, с. 224]

Відсутність у журналістів внутрішнього «цензу» і рефлексії щодо «and What of it?» має зазвичай два наслідки.

Наслідок перший: інформаційний простір наповнюється беззмістовними новинами, які спочатку інтерпретуються, потім реінтерпретуються, під кінець глядачам чи читачам натякають, що сам привід обговорення – це «мильна булька», яка від самого початку була не варта уваги. Так, до речі, зараз працюють деякі телевізійні канали новин. У топ виводиться якесь повідомлення, що відтворюється багаторазово протягом дня. Увечері цю новину коментують експерти А, В, С. Наступного дня експерти D і F реінтерпретують уже не сам факт, а коментарі, наприклад, пана С, висловлюючись щодо правильності чи хибності його думок. Нарешті, на третій день з'ясовується або неправдивість повідомлення, або мізерність новини на тлі інших подій і фактів.

Показовим щодо маніпуляцій експертною думкою і реінтерпретації фактів є, зокрема, такий приклад: у серпні 2017 року

видання «The New York Times» із посиланням на дослідження експерта Міжнародного інституту стратегічних досліджень Майкла Еллемана пояснило успіхи КНДР у виготовленні ядерних ракет постачанням двигунів для цих ракет із українського заводу в Дніпрі. Цю інформацію поширили інші західні видання – «Financial Times», «The Telegraph» та «Newsweek». Українські можновладці опротестували дезінформацію й назвали це замовленням РФ, провокацією, що ґрунтується на некомпетентній експертній думці. Врешті Майкл Еллеман, на експертні коментарі якого посилалися, заявив, що взагалі не говорив про причетність української влади до постачання ракетних двигунів у КНДР.

Наслідок другий: зміст повідомлення чи форма його представлення сприймаються аудиторією не так, як цього очікували журналісти. У результаті оприлюднена інформація породжує цілком реальні проблеми або ж цілу низку нових приводів для дискусій.

Пригадаймо, як на початку розгортання бойових дій на території України в 2014 році журналістів доводилося «привчати» до того, що не всі повідомлення і не будь-яку інформацію, отриману з власних джерел, можна одразу оприлюднювати, оскільки вона легко може бути використана ворогом.

Як приклад того, що наслідки оприлюднення якоїсь інформації здатні бути неочікуваними, несподіваними і неприємними, можна навести ситуацію, яка трапилася в студії «Шустер Live» 29 травня 2015 року. Ведучий вивів у ефір пряму мову «російського військовослужбовця», який на умовах анонімності погодився розповісти про справжній стан справ на Донбасі. Спочатку «гість» справді розповідав про участь росіян у військових діях, а потім несподівано заявив, що все це неправда і що він спеціально підготував цей «розіграш», щоб довести, наскільки легко, дякуючи журналістам, ввести в інформаційний простір України будь-яку дезінформацію.

Продукування сенсів як основне завдання медіа «періоду розвитку». Проблеми функціонування соціально відповідальної моделі журналістики, як уже було сказано, сьогодні відчутні в усьому світі. У країнах зі сформованими традиціями демократії налагоджені

вже певні механізми забезпечення від ризиків маніпулювання. Вони, на жаль, не спрацьовують там, де ідеї демократичного розвитку і державності ще не ствердилися в свідомості людей. «Для української преси, – зазначав І. Михайлин, посилаючись на праці Д. Маккуейла, – найбільш цікавою й актуальною є теорія для медіа періоду розвитку, оскільки вона найбільш щільно припасована до нашої внутрішньої політичної ситуації... Преса в молодих країнах, що тільки-но стали на шлях самостійного розвитку, мусить допомагати своїй державі в її становленні... На роль чинника величезної ваги висувається залежність молодих країн від розвинутих, яка виражається на технічному, культурному й інформаційному рівнях. Громадянське суспільства таких країн може ставити перед собою тільки одне завдання – економічний, політичний, соціальний і культурний розвиток країни. Цій меті повинні бути підпорядковані всі соціальні інститути з журналістикою включно. Журналістика працює над усвідомленням спільнотою країни її національної ідентичності, осмисленням своїх інтересів у міжнародній політиці. Журналістика в молодій державі виконує ту ж функцію, що й уряд (націотворчу й державобудівну), і тому, за визначенням, не повинна йому протистояти. Вона спрямована на утвердження державної незалежності, на заперечення переважного впливу сусідів і світових інформаційних лідерів, на вироблення своєї національної інформаційної традиції» [19, с. 397].

З моменту проголошення незалежності України в 1991 році низка засобів масової інформації загалом і значна кількість журналістів персонально визначили свою не тільки громадянську, а й професійну позицію. Узагальнено її можна окреслити так: формування національно-патріотичної складової свідомості сучасних українців через об'єктивне висвітлення найважливіших суспільно-політичних проблем; привернення уваги до спотворених імперською ідеологією фактів історії України; сприяння процесам самопізнання нації та прогнозування прогресивних, сучасних шляхів розвитку держави; обстоювання прав української мови. Все це, природно, розраховане не на масову аудиторію, тому прибічники такої моделі журналістики апріорі прирікали себе спочатку на незначні рейтинги

чи накладі. Однак можемо зараз констатувати: попри таке «самоусунення» на «маргінес» в інформаційному просторі, журналістам вдалося-таки сформувати свою стабільну аудиторію, завоювати в неї авторитет і ствердитися в ньому, а отже, отримати інструменти впливу на найбільш свідому й пасіонарну частину суспільства.

Одним із піонерів у справі моделювання національно і патріотично зорієнтованого напрямку журналістики в незалежній Україні виступила газета «День». Редакторський колектив, очолюваний Ларисою Івшиною, співпрацював із більшістю наукових установ і закладів вищої освіти, визначивши «академічний» характер як автури, так і читацької аудиторії. Це дало можливість зробити пріоритетними такі теми: правдива історія України, сучасний інтелектуальний потенціал держави. Легендарною стала рубрика «Україна Incognita», у межах якої подавалися публікації про «білі» плями нашої коли трагічної, коли славної минувшини. Сьогодні «Україна Incognita» – це спецпроект «Дня», газета в газеті, рубрики якої говорять самі за себе: «Інтелектуальна карта України», «Історія і я», «Сімейний альбом України», «Музеї онлайн», «Топ-книг», «Інтелектуальний календар». Випущені за матеріалами найрезонансніших публікацій у межах серії «Бібліотека “Дня”» книги «І вічність Джеймса Мейса», «Сила м'якого знака», «Апокрифи Клари Гудзик», «Україна. ТОП 25», «Повернення в Царгород», «Я свідок – записки з окупованого Луганська», «Котел, або Справа без терміну давності», «Катастрофа і тріумф. Історії українських героїв» користуються неабиякою популярністю в читачів.

Ті самі принципи сповідує Вахтанг Кіпіані (головний редактор інтернет-видання «Історична правда» і ведучий програми «Історична правда з Вахтангом Кіпіані»). Концепція проекту «Історична правда», наприклад, редакторами артикульована доволі чітко: «Ми відкриті для всіх компетентних точок зору і думок, не друкуємо замовних текстів... Пишемо передусім про історію... Від стародавніх часів до сьогодення. Але акцент, фокус – на політичній історії ХХ століття: боротьба за державність, людські права, науково-технічний прогрес, тоталітарні проекти та експерименти, людські долі. Апелюємо до читачів,

стимулюючи їх сканувати родинні архіви, писати сімейні історії, заглиблюватися в генеалогію, історію свого міста, села, краю. "Історична Правда" – майданчик для наукових і публіцистичних дискусій навколо історичної політики та політики пам'яті... Співпрацюємо з вузами, академічними установами, "Меморіалом"...» [10].

Данило Яневський свою концепцію «продукування сенсів» реалізує сьогодні в таких медійних проектах, як «Слава України», «Історія з м'ясом», «Моя книга». Перший із них має на меті показати історію нашої країни як *історію досягнень* на прикладі здобутків найвидатніших представників нашої еліти. Лаконічно основна ціль сформульована так: «Розповіді про осіб різних національностей та віросповідань, які впродовж століть створювали простір "Україна"». Героями останніх випусків стали В. Жаботинський, О. Казаков, Ф. Рубо, С. Шептицький, В. Науменко, Р. Вайгль, О. Вертинський, Я. Окуневський, Я. Гандзюк, М. Драгоманов, С. Потоцький, Т. Зелінський. Девіз «Історії з м'ясом» сформульований так: «Гарячий гриль контroversійних версій подій та портрети реальних людей, які своїми вчинками творили історію України. Такого в підручниках не пишуть». Проект «Моя книга» покликаний популяризувати гідні книги і цікавість людей до читання: «Подивившись це відео, ви, можливо, захочете поповнити домашню бібліотеку. Ми будемо від цього безмежно щасливі».

Юрій Макаров 2014 року спробував узагальнити свої життєві та професійні пріоритети в книзі «R2U». Найважливіше, на його думку, «позбутися ідейного та ментального субстрату радянської ідеології» та нав'язаної українцям російської «культурної матриці» [13, с. 5], після чого дорости до власної мовної, культурної, політичної ідентифікації, усвідомлення важливості таких понять, як свобода, незалежність, національна гідність, патріотизм. Саме цій ідеї підпорядковані лейтмотиви його авторських колонок в «Українському тижні», документальних фільмів «Споконвіку було слово», «Мій Шевченко», «Мазепа: кохання, велич, зрада».

Наведений перелік спроб зробити українську журналістику не полем інформаційних баталій, а майданчиком для обговорення суспільно важливих тем і створення тих сенсів, які допомагають

українцям ствердитися як політичній нації, не вичерпується лише названими іменами журналістів і засобів масової інформації. Крім того, як бачимо, позиціонування журналістики як засобу продукування націєтворчих сенсів у незалежній Україні стабільно залишається актуальним уже понад два десятиліття (це якщо не брати до уваги ще й історичний аспект розвитку української журналістики), а отже, має перспективи.

Незалежність як базис засобів масової інформації демократичного спрямування. Протягом останніх десятиліть у законодавчій царині розроблено низку Законів України, які зокрема покликані гарантувати *незалежність засобів масової інформації*, наприклад: «Про інформацію» (1992, нова редакція – 2011), «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів» (1997, останні зміни – 2003), «Про доступ до публічної інформації» (2011, останні зміни – 2015), «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України» (2014), «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо посилення гарантій законної професійної діяльності журналістів» (2015), «Про внесення змін до деяких законів України щодо забезпечення прозорості власності засобів масової інформації та реалізації принципів державної політики у сфері телебачення і радіомовлення» (2015), «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації» (2016). Розробляється проект Закону України «Про друковані засоби масової інформації», який прийде на зміну чинному з 1993 року закону.

У Кодексі етики українського журналіста, затвердженому 2013 року Національною спілкою журналістів України і Комітетом Незалежної медіа-профспілки України, доволі чітко сформульовані перестороги щодо будь-якої ангажованості: «служіння інтересам влади чи засновників, а не суспільства, є порушенням етики журналіста»; «журналіста не можна службовим порядком зобов'язати писати чи виконувати будь-що, якщо це суперечить його власним переконанням чи принципам». Не так афористично, але не менш однозначно ці норми були відображені в Кодексі професійної етики українського журналіста 2002 року: «Журналіст у практичній діяльності не

піддається тискові владних структур, особливо в тих випадках, коли йому нав'язують чужу чи хибну думку, орієнтують на фальсифікацію фактів. Він вважає непристойним використовувати свою репутацію і службове становище для поширення матеріалів з метою наживи, самореклами, у кар'єристських цілях та керуючись прагненням догодити певним силам чи особам» (<http://nsju.org/page/196>).

Попри це журналістика досі не відчуває себе вільною і постійно опиняється перед загрозою як не державного контролю, то економічного диктату. «Раніше вважали, що відсутність державної політичної цензури, тобто можливість публікувати і говорити в ЗМІ “все, що заманеться”, – це і є найголовнішим у реалізації свободи, – пише О. Разуваєва. – Ця трохи наївна позиція відбиває реалії тих днів... в умовах існування монополії держави на ЗМІ введення приватної власності на мас-медіа і бачилося як панацея, однак це далеко не так. Під “незалежними ЗМІ” не можна розуміти ті, що належать приватним особам, а не державі... ЗМІ – досить витратне виробництво, яке частіше вимагає підживлення... Приватні ЗМІ (як утім, і державні) завжди будуть комусь належати, а значить, виражати волю своїх власників» [23, с. 68].

Наслідком економічної залежності є не лише пряме втручання власника в редакційну політику засобу масової інформації і здійснення таким чином впливу на маси в «потрібному» напрямку. Не менш загрозливою є тенденція до загравання з аудиторією, а відтак спрощення і вихолощування смислів на користь розважальності: «поки інформаційне підприємство залишається в приватній власності, доти немає гарантії, що його власник в один прекрасний момент не запрагне отримати від його діяльності ще більшого прибутку, ніж дістає на цей час, а такі інтенції потребуватимуть трансформації інформаційної політики видання в бік від скорочення аналітичності до посилення розважальності... Справедливість цих припущень підтверджена сучасними дослідженнями західної журналістики, де як стійка тенденція спостерігається таблоїдизація якісної преси» [19, с. 397].

Найнадійнішим засобом демократизації медіа і виходу їх з-під опіки й контролю вважається створення громадських засобів масової інформації з акціонерним складом власників, які представляють

інтереси локальних спільнот. Описуючи маккуейлівську модель «преси демократичної участі», І. Михайлин наголошує: «усунення монополій з домінування на інформаційному ринку сприятиме багатовекторності у створенні інформаційної картини світу, утворенню своєрідного броунівського руху новинарного продукту в інформаційному середовищі... Модель демократичної участі передбачає розширення складу учасників творення інформаційного продукту, широке використання інтерактивності, взаємозамінність ролей створювача, відправника і отримувача інформації. Автори теорії свідомі того, що це приведе до зниження професійного рівня журналістики в цілому, але участь дилетантів у створенні інформаційного продукту дасть, на їх погляд, інші важливі переваги, а саме: децентралізацію медіа, їх самостійність, незалежність від підкupu, незацікавленість у маніпулятивному впливі і неможливість нав'язати силоміць суспільству в цілому певну ідеологію» [19, с. 398].

«Сильний текст». Г. Почепцов охарактеризував цей засіб протидії так: «Мартін Лібікі виділяв два види структур для входження чужих повідомлень, навіть не цінностей – базари і замки... Базар може дозволити будь-які “чужі” повідомлення, а замок намагається від них захиститися... Технічно орієнтовані кіберспеціалісти намагаються побудувати “стіну”. Але це може допомогти виключно у випадку інформаційної війни. Вона може вибудовувати захист саме завдяки фільтрації повідомлень. Що стосується смислової війни, то неможливо зупинити масову культуру... Не стіна, а тільки власний сильний текст можуть слугувати захистом. Саме це і є особливістю захисту в смисловій війні... Є залежність країни і в інформаційному, і смисловому вимірах. Це коли країні не вистачає власних новин чи власних фільмів, і вона заповнює ці порожнини чужим продуктом. Україна є чітким прикладом цієї ситуації» [21].

Питання створення «сильного тексту» дотичне до дискусії про користь чи шкідливість об'єктивності та відстороненості в журналістиці. Протягом останніх років активізувалися дискусії щодо так званих «стандартів» журналістики і потреби їх дотримуватися.

Еталоном визнаний кодекс професійної поведінки British Broadcasting Corporation (BBC).

От як, наприклад, про це написано в посібнику для журналістів, підготовленим Інститутом масової інформації: «"Якби світ і люди в ньому були досконалі, то журналісти при роботі могли б керуватися лише власною думкою", – так починаються редакційні настанови Бі-Бі-Сі, якими керуються журналісти компанії при написанні матеріалів. Але світ недосконалий, відповідно, щоб правильно його висвітлювати варто керуватися журналістськими стандартами... Більшість українських медійних ГО (Інститут масової інформації, Телекритика, Інститут демократії Пилипа Орлика, Інтерньюз-Україна, Комісія з журналістської етики) визначили шість основних професійних стандартів новинної та аналітичної журналістики, вони перегуковуються зі стандартами, що визначили для себе такі світові та українські мовники як Бі-Бі-Сі, Громадське, НТН та ін.» [8]. Йдеться про оперативність, достовірність, точність, повноту, баланс думок (надання слова всім сторонам конфлікту і неупередженість), відокремлення фактів від коментарів.

У більшості випадків наголошують на важливості саме двох останніх пунктів, тобто на вимозі до журналіста надати слово всім сторонам, які дотичні до обговорюваної події чи проблеми, а самому зайняти абсолютно нейтральну позицію посередника.

Противники абсолютизації прописаних BBC норм наголошують, що все-таки потрібно враховувати ще й концепцію засобу масової інформації, жанрові особливості програм / публікацій, у межах яких таке обговорення відбувається, змінний характер норм, які формулюються зазвичай у межах суто внутрішньоредакційного професійно-етичного кодексу. Крім того, у світі відбувається безліч подій, щодо яких залишатися «відстороненим посередником» просто аморально. І нарешті, за такого підходу творча професія перетворюється всього лиш на рутину.

Інтернет-видання «Тексти.org.ua» протягом кількох років постійно повертається до цієї теми. Наведемо низку висловлювань відомих журналістів, переклади публікацій яких були оприлюднені на цьому сайті.

Так, зокрема, засновник «De Correspondent» Р. Вейнберг пише: «Об'єктивність в журналістиці, як і багато західних стереотипів, бере свої початки наприкінці ХІХ століття. Спочатку журналістика була лише мегафоном для вельмож: король говорив, а журналісти записували... Просвітництво та розвиток науки призвели до контрудару: журналісти – це сторожовий пес, а не провідник повідомлень. Це переконання було спричинене новим ідеалом, більш відомим як об'єктивність... Лише ми, журналісти, вирішуємо, що повідомляти. Ми робимо це лише тоді, коли переконаємось, що це правда. Тепер, через століття, коли піар став окремою професійною сферою інформаційної індустрії, ми втратили всі ілюзії щодо «Правди» з великої «П», об'єктивність стала означати протилежне» [3]. Журналіст і редактор переконливо доводить, що

- 1) об'єктивність – це ілюзія («новини мають позицію... Чому в вечірніх новинах не показують НЛО? Бо редакційний відділ підтримує позицію, що НЛО не існує» [3]);
- 2) журналісти просто зобов'язані говорити суспільству про те, що є добром, а що злом, що варте уваги, а що нісенітниця, інакше вони стають простими трансляторами точок зору впливових людей або «поширювачами офіційних прес-релізів» [3];
- 3) «в умовах масових масових фейкових новин і брехунів у політиці принцип “об'єктивності” – пряма загроза демократії» [3].

У статті «Заангажованість новин. Епоха “неупереджених ЗМІ” закінчується» представлена добірка висловлювань провідних журналістів світу. Більшість із них зауважує, що наполягання на об'єктивності історично було зумовлене здебільшого економічними обставинами, зокрема вимогами рекламодавців: «Журналісти погодилися на те, що вони не будуть викликати відразу в частини аудиторії, щоб рекламодавці могли опрацьовувати всю аудиторію без винятку». Сьогодні ж популярними є інші думки: «орієнтовані на висловлення власної позиції канали новин – це переконливий підхід, хоч сама ВВС залишатиметься неупередженою» (Марк Томпсон, гендиректор ВВС) [9]; «Час усвідомити факт, що певне джерело новин має свою позицію, і саме через це вони про цю новину і повідомляють» (Крішна Бхарат, творець Google News)

[Заангажованість]; «настав час вивільнити журналістів із гамівних сорочок – і перестати вдавати, що в них нема власної думки» (Містер Розен, аналітик) [9].

У минулому редактор Le Monde, автор багаторазово перевиданого «Підручника журналістики» Ів Аньєс так охарактеризував амплітуду коливань журналістики між полюсами «відстороненість» – «власна думка»: «Журналістика не завжди була фахом посередництва, орієнтованим на потреби читачів. “Журналістика на французький лад”... тривалий час була на перехресті літератури й політики. Її автономність вибудувалася із запізненням – протягом ХХ сторіччя, під впливом англосаксів, ближчих до спрощеного викладу фактів... Навчальні заклади сприяли поширенню такої практики методичної журналістики, незалежної як від літератури, так і від політики... Це означає, що журналіст перейшов від позиції учасника соціального життя до позиції спостерігача тієї самої реальності. Раптово у нас також встановилося панування першості факту, а коментар відсунувся на другий план. Масовий розвиток журналів... зробив із тих небагатьох газет “із власною думкою”, що досі публікуються, свого роду останців – свідків минулих століть. Жени природу в двері, вона увійде через вікно: поширення блогів, які, у першу чергу, є формами індивідуального самовираження та дискусії, є цьому доказом» [1, с. 14].

Ю. Макаров у публічній відеолекції «Інформаційний вибух», як і в інших численних своїх публікаціях, теж привертає увагу до цієї проблеми. Він акцентує на тому, що в епоху шаленого зростання кількості інформації основне завдання журналіста полягає не в тому, щоб шукати і оприлюднювати новини, а в тому, щоб продукувати картину світу, займати позицію не «медіатора» і «посередника», а лідера: «Виходячи з того, що весь... обсяг інформації досягнути неможливо, робляться спроби впоратися з інформаційним потоком механічно... Був відомий стартап юного хлопця з-під Лондона... Він нібито розробляв програму, яка нібито будь-яке текстове повідомлення могла стиснути до 400 знаків... Увага була до цього стартапу надзвичайна, він дуже швидко набрав кілька мільйонів фунтів і відтоді про цю програму нічого не чути. *Не можна просто*

так... за допомогою клею і ножиць стиснути механічно текст до якоїсь розумної межі. Для цього потрібна інша людина, яка б могла цей текст зрозуміти, інтерпретувати і відредагувати... Останні дослідження переглядів інтернет-ресурсів користувачами свідчать, що люди не надто прагнуть коротких текстів... Це означає, що людина не так уже прагне простоти... Людина потребує контексту. Журналіст продукує не просто інформацію, він продукує контекст... Журналіст продукує картину світу. Мені дуже подобається вислів... О. Геніса: "Проиграв Интернету, поумневшая газета... теперь не столько делится информацией, сколько защищает от нее читателя, отбирая и открывая наиболее важное"... І в цьому сенсі гасло улюбленої газети О. Геніса «Нью-Йорк таймс» «Всі новини, які заслуговують на те, щоб бути надрукованими» тепер слід читати інакше: «Всі новини, які ЗАСЛУГОВУЮТЬ на те, щоб бути надрукованими», і жодної з новин більше. Сьогодні ЗМІ – це не лише спосіб інформування, а й спосіб захисту свого споживача від надмірної інформації» (записано з відео) [16].

Ю. Макаров повертає також увагу до етичної сторони проблеми. У відеолекції «Журналістика в час гібридної війни» він зазначає, що є ситуації, в яких просто неможливо і непотрібно залишатися тільки посередником, а потрібно мати однозначну й чітко артикульовану позицію. Чи можна було висвітлювати Нюрнберзький процес об'єктивно і відсторонено? «Велич всесвітньої компанії Бі-Бі-Сі, – резюмує Юрій Володимирович, – полягає в тому, наскільки вона задурила мізки своїм кодексом» (записано з відео) [15].

Журналіст Р. Скрипін в інтерв'ю IdeaList.media «Стандарти BBC – це не Біблія» теж доволі чітко визначив усі як етичні, так і професійні «за» і «проти» щодо бездумного застосування стандартів у редакційній політиці ЗМІ: «Що таке стандарти BBC, на які багато хто посилається?... Стандарти BBC – це не Біблія, це не недоторканна книжка. Самі бібісішники працюють над цими стандартами постійно... Стандарти BBC є відповіддю на спірні питання, які виникають між журналістами, менеджментом, редакторами, аудиторією... Заборон, встановлених стандартами, вкрай мало. Заборонено бути необ'єктивним або не прагнути об'єктивності.

Взагалі, вся суть стандартів BBC – на першій сторінці, ви відкриваєте, і там очільник BBC написав, що все, чим керуються журналісти, не лише цими стандартами, а здоровим глуздом і відповідальністю перед аудиторією. Пам’ятайте про ці дві речі, засадничі базові, а далі можете читати стандарти, можете не читати... Механічно переставити їх на українське поле не можна. Ми маємо думати над своїми стандартами, опрацьовувати, не спинятися на стандартах, тому що життя у нас не таке просте, ми не в Британії... Не можна говорити: “У нас українська специфіка, у нас війна, і ми не будемо дотримуватися стандартів”. Але деякі стандарти під час війни або під час надзвичайних ситуацій дійсно не спрацьовують...» [25].

«Сильна позиція», наявність чітко артикульованого спротиву. Відомий український журналіст В. Портніков в одному з інтерв’ю зазначив, що інформаційна журналістика фактично вичерпала себе і майже не потрібна в сучасних реаліях. Слід очікувати повернення журналістики персональної, де відіграють роль не значущість, оперативність чи сенсаційність повідомлення, а репутація і здатність артикулювати важливі для суспільства звернення: «Журналістика буде повністю змінюватися в наступні роки... Соціальні мережі, доступ звичайних громадян до можливості транслювати інформацію... справді все змінять... Може, ще залишиться, умовно кажучи, такий жанр, як розслідування, хоча це теж абсолютно не обов’язково. Бо якщо самі працівники правоохоронних органів отримують доступ до соціальних мереж, вони зможуть свої розслідування, по суті, скидати туди. Нині всі розслідування в світі – це розслідування, які хтось дає журналістам, вони їх майже не проводять. Вони працюють із документацією, тому що вона стала доступнішою в електронному вигляді. Тобто журналіст тут посередник. Хіба якийсь WikiLeaks щось розслідує? Ні, він виступає як публікатор, це все публікатори документів. І так є всюди. Чи потрібні ми президенту Трампу, який може свої думки висловлювати в Twitter? Чи потрібні ви мені як людина, яка зі мною розмовляє? Не потрібні, я можу сам це сказати. Я думаю, що через 5-10 років журналістика не буде фабрикою, не буде посередником.

Думаю, що від журналістики залишиться тільки позиція. І люди, які цю позицію здатні транслювати. Це важливий момент» [26].

Продемонструємо дієвість такого засобу протидії інформаційним і смисловим впливам, як «сильна позиція», на прикладі. Він доволі розгорнутий, але важливий у контексті цієї книги, оскільки стосується саме засобів масової інформації.

У січні – лютому 2017 року ми спостерігали «сплеск емоцій» у засобах масової інформації щодо активного використання політиками терміна «ефективний контроль» і твердження: «Росія здійснює на території ОРДЛО не окупацію, а ефективний контроль».

Цей приклад потребує деяких пояснень. З 2014 року міжнародна спільнота і українська сторона активно шукають терміни, за допомогою яких можна означити процеси, що відбуваються в Криму і на Сході України. У вжиток введені «анексія», «окупація», «контрольовані території», «окуповані території», «тимчасово окуповані території». З 2014 і донині використовується ще й термін «ефективний контроль» РФ.

У чому контрверсійність і небезпечність впроваджуваного в масову свідомість словосполучення. Власне, *effective control* – це міжнародний термін, який означає, що держава-агресор не встановила своє пряме правління на захоплених землях, але контролює владу самозванців на чужій території, допомагає їм зброєю, економічно, тощо. Тобто не встановлює на чужих землях свою юрисдикцію, але повністю управляє ними.

Чи можна це явище позначати терміном «ефективний контроль»? Справа в тому, що в українській мові слово «ефективний» має ще й значення «корисний», «успішний», «результативний». У академічному тлумачному словнику чітко зазначено: «Ефективний. Який приводить до потрібних результатів, наслідків, дає найбільший ефект» (<http://sum.in.ua/s/efektyvnyj>). Тобто, вживаючи цей термін, ми підсвідомо наголошуємо, що РФ здійснює на території України «корисний» контроль, який має призвести до «потрібних наслідків»?!

На наш погляд, перекладачі, які мають справу з офіційними міжнародними документами, мали б запропонувати адекватніший варіант, наприклад, «дієвий / дійовий контроль» – від більш

нейтрального «дійовий», тобто «здатний активно діяти; здатний робити вплив на що-небудь» (<http://sum.in.ua/s/dijovyj>). Власне, у цій ситуації це була пряма функція перекладача: «в документах міжнародного права терміни, як правило, вживаються тільки в одному, специфічному для певної інформаційної галузі значенні, *i саме в тому, яке не викликає подвійного тлумачення*» [12], «переклад правничих текстів з іншомовних оригіналів вимагає не лише особливо обережного ставлення до передачі змісту документа, а й ретельного добору українських відповідників чужомовних юридичних термінів... Помилка перекладу може поставити правників у складну ситуацію, коли тлумачення правничих положень призводитиме до протиріч або хибних висновків» [24].

Тепер погляньмо, як розгортався в пресі «маховик» впровадження в свідомість людей лояльного ставлення до дій РФ на території ОРДЛО.

ПРОБЛЕМИ ЩЕ НЕ ІСНУЄ

Ні «за», ні «проти»

16 квітня 2014. Громадський сектор Євромайдану поширює допис від Олександра Задорожнього, в якому неемоційно пояснюється, що «ефективний контроль» – це термін міжнародного права, а «доктрина ефективного контролю передбачає, що держава та фізичні особи відповідають за діяльність третіх осіб у випадку, якщо вони здійснюють ефективний контроль над діяльністю цих третіх осіб, тобто прямо дають їм вказівки та інструкції щодо планування і проведення воєнних операцій» (<https://www.facebook.com/hrom.sektor.euromaidan/posts>).

ПРОБЛЕМА ВВОДИТЬСЯ В ІНФОРМАЦІЙНИЙ І СМИСЛОВИЙ ПРОСТОРИ НА РІВНІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОВІДОМЛЕНЬ.

Ні «за», ні «проти»

6 січня 2017 в ефірі ток-шоу «Свобода слова» нардеп від «Блоку Петра Порошенка» Ірина Луценко наголосила: Росією здійснюється "ефективний контроль над окремими районами Донецької та Луганської областей". Термін «ефективний контроль» запропоновано розглядати як такий, що «широко поширений у багатьох міжнародних документах».

7 січня 2017 на цей виступ відгукнулася інформаційними повідомленнями (без інтерпретацій, але з певними «натяками») значна кількість ЗМІ, зокрема «Антикор», опублікував замітку «Ефективний контроль Росії – народний депутат запропонувала відмовитися від термінів окупація і агресія».

ПРОБЛЕМА ДИСКУТУЄТЬСЯ. КОНФЛІКТ РОЗГОРТАЄТЬСЯ НА РІВНІ АРГУМЕНТІВ І ГІПОТЕЗ.

«За»

23 січня 2017 Міністерство з питань тимчасово окупованих територій та внутрішньо переміщених осіб оприлюднило інфографіку, за допомогою якої роз'яснювало міжнародну доктрину «ефективного контролю» [20]. Те саме 24 січня 2017 на «Експресо TV» артикулював Г. Тука. Той самий дискурс підтримав «ZIK» 25 січня 2017, прокоментувавши слова чиновника.

«Проти»

26 січня 2017 року до дискусії підключається газета «День». Л. Волошина у статті «Міністерство з ефективно неконтрольованих територій» гостро критикує позицію міністерства і лобістів нового терміна. Журналіст наголошує: численні докази реальної присутності РФ на території ДНР і ЛНР визнає навіть міжнародна спільнота, крім того, в офіційних документах ЄС фігурують терміни «окупація», «гібридна анексія», та й саме міністерство, зрештою, називається «Міністерство з питань тимчасово окупованих територій...» У цій ситуації не зрозуміло, для чого українській стороні знадобилося «завуальювати» реальність. Автор публікації висунула гіпотезу: це робиться напередодні засідання Парламентської асамблеї Ради Європи, на якому Росія хоче доводити, що на Сході України не агресія, а «громадянська війна». Питання, для чого українські політики підігрують РФ, «День» залишив відкритим: «Дивним чином тлумачення Міністерства з окупованих територій щодо відповідальності України за землі, які вона фактично не контролює, за права людей, до яких немає жодного доступу, співпадає з риторикою російської влади. Цей момент потребує пояснення. Сподіваюсь, ми його почуємо» [5].

27 січня 2017 видання «Гордон» надає слово екс-судді Міжнародного кримінального трибуналу В. Василенку, який заявляє: «Українські політики демонструють правову некомпетентність і вводять в оману громадян України» [22], оскільки здійснення ефективного контролю не означає, що немає окупації. Тема також «прив'язується» до того, з чийого бюджету – РФ чи України – мають утримуватися ЛНР і ДНР.

«За»

7 лютого 2017 Міністерство з питань тимчасово окупованих територій та внутрішньо переміщених осіб публікує «Деякі роз'яснення щодо Резолюції ПАРЄ від 12.10.2016».

«Проти»

07 лютого 2017. «Правда из блогов». Т. Висоцька «Ефективний контроль. Влада хоче за нашими спинами протягнути страшну річ»: «Тихим сапом українська влада впарює нам спеціальний статус окупованого Донбасу, готуючись до “реінтеграції” окупованих територій – не виганяючи звідти окупантів, а співпрацюючи з ними» [4].

«За»

11 лютого 2017. Урядовий портал. Роз'яснення «Поняття “ефективний контроль” у міждержавних заявах України проти Російської Федерації».

ПРОБЛЕМА ДИСКУТУЄТЬСЯ. КОНФЛІКТ РОЗГОРТАЄТЬСЯ НА РІВНІ ЕМОЦІЙ.

«Проти»

11 лютого 2017. SKRYPIN.UA. «Про "ефективний контроль" на Донбасі. Депутат Наталія Веселова» (<https://www.youtube.com/watch?v=N1fbQhnrPYs>). Триває обговорення статусу ДНР і ЛНР. Однак після слів депутата про звільнення українською стороною цих територій як про акт «загарбання» Р. Скрипін перериває діалог і раніше запланованого часу завершує передачу.

13 лютого 2017. SKRYPIN.UA повертається до теми «Ефективний контроль чи окупація?» в діалозі Д. Яневського і Д. Лиховія:

«Дмитро Лиховій. Для Росії, але не для нас, це якийсь там контроль, якийсь гібридний. Чи є сенс це впроваджувати на

державному рівні, я, чесно кажучи, дуже сумніваюся, саме з боку України... Я не розумію, для чого ця тема була запущена...

Данило Яневський. Сон розуму породжує химери» (<https://www.youtube.com/watch?v=Jb5DDj8rgVg>).

ПРОБЛЕМА ЗВОДИТЬСЯ НАНІВЕЦЬ. КОНФЛІКТ «ЗГОРТАЄТЬСЯ» І ПЕРЕВОДИТЬСЯ В ЕКСПЕРТНЕ СЕРЕДОВИЩЕ.

«За»

17 лютого 2017. «Українська правда». «Щодо ефективного контролю і неефективної критики» (<https://www.pravda.com.ua/columns/2017/02/17/7135511>). У статті в доволі нейтральному тоні наголошується, що слово «ефективний» в обговорюваному контексті не пов'язане з оціночними, позитивними асоціаціями, а термін «ефективний контроль» не має нічого спільного з політичними оцінками і емоційними ярликами. Автор публікації – експерт Проекту Ради Європи "Посилення захисту прав людини внутрішньо переміщених осіб в Україні", кандидат юридичних наук, доцент, адвокат Є. Герасименко.

«За»

17 березня 2017. Громадське радіо. «Правова абетка № 25: ефективний контроль чи окупація». Учасники – експерти Української Гельсінської спілки з прав людини.

РЕЗУЛЬТАТ.

Про «ефективний контроль» час від часу говорять правники. В медіа і масовій свідомості він поки що частково «нейтралізований».

Спираючись на все сказане, можна стверджувати, що «операція» зі впровадження в масову свідомість терміна «ефективний контроль» була одночасно як інформаційною, так і смисловою «диверсією», здійсненою невідомо ким чи то в результаті «сну розуму», чи то зі злим наміром. Завданням інформаційної атаки було виконати якісь поточні політичні завдання напередодні засідання Парламентської асамблеї Ради Європи. Мета смислової – перевірити українців на лояльність до дій РФ на території України, можливо, – закріпити в свідомості людей нейтральне ставлення до окупації, протистояння, війни.

Саме журналісти ці дві атаки «відбили». І засобами протидії тут виступили «Репутація – Позиція – Реакція». Всі засоби масової

інформації та персонально журналісти, які «відгукнулися» на подію, мали сформований протягом багатьох років авторитет у своєї аудиторії. Крім того, вони чітко назвали «маячню маячнею» і таким чином «нейтралізували» вплив впроваджуваного нового фрейму. В одній зі своїх статей Ю. Макаров у контексті іншої, хоч і подібної, теми якось написав: «мені кортить остаточно розібратися з демонами інтелектуального боягузтва... які кружляють над континентом і заважають *назвати kota котом*» [14]. Непогана назва для позначення засобу протидії віртуальним впливам на свідомість людей – «назвати kota котом».

Як бачимо, ефективними засобами протидії негативним інформаційним впливам і смисловій агресії є відповідальність, професіоналізм, пошук і продукування смислів у кожному повідомленні і у виданні загалом, незалежність, «сильний текст і сильна позиція», посилення авторитету журналіста і його репутації.

Усі описані рекомендації щодо запобігання смисловим загрозам – у площині етики. До них, можливо, суспільство, призвичаєне до простих рецептів та інструкцій, «чарівних» пігулок від усіх хвороб, не готове. Однак інших шляхів, окрім морально-духовної дисципліни і освіти, немає.

Завдання і запитання до параграфа

1. Поясніть термін «імплізія смислів».
 2. Назвіть українських журналістів, які, на вашу думку, у минулому і сучасності протистояли смисловим загрозам своєю творчою працею і чітко артикульованою громадською позицією.
 3. Прочитайте і проаналізуйте Концепцію впровадження медіаосвіти в Україні (у редакції 2016 року)
 4. Напишіть реферат на тему: «Журналісти в епіцентрі інформаційних і смислових протистоянь»
-
-

Список використаної та рекомендованої літератури

1. Аньєс І. Підручник із журналістики. Пишемо для газет / Ів Аньєс; пер. з франц. Андрія Андрусяка. – Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2013. – 544 с.
2. Бодріяр Ж. Симулякри і симуляція / Ж. Бодріяр; пер. з фр. Володимир Ховкуна. – Київ : Видавництво Соломії Павличко «Основи», 2004. – 230 с.
3. Вейнберг Р. Чому об'єктивна журналістика – це оманлива і шкідлива ілюзія? (переклад з публікації в «De Correspondent» [Електронний ресурс] // Тексти.org.ua. – 06.11.2017. – Режим доступу: <http://texty.org.ua/pg/article/Oximets/read/80661> (дата звернення: 27.04.2018).
4. Висоцька Т. Ефективний контроль. Влада хоче за нашими спинами протягнути страшну річ [Електронний ресурс] // Правда из блогов. – 07 лютого 2017. – Режим доступу: <http://uainfo.org/blognews/1486470493--efektivniy-kontrol-vlada-hoche-za-nashimi-spinami-protyagnuti.html> (дата звернення: 27.04.2018).
5. Волошина Л. Міністерство з ефективно неконтрольованих територій / Л. Волошина [Електронний ресурс] // День. – 26 січня 2017. – Режим доступу : <https://day.kyiv.ua/uk/blog/polityka/ministerstvo-z-efektyvno-nekontrolovanyh-terytoriy> (дата звернення: 27.04.2018).
6. Гетьманець М. Ф., Михайлин І. Л. Сучасний словник літератури і журналістики / М. Ф. Гетьманець, І. Л. Михайлин – Х. : Прапор, 2009. – 389 с.
7. Доуні Л. 40 років після Вотергейту / Л. Доуні; пер. Марини Дорош з публікації в Washington Post [Електронний ресурс] // Медіаграмотність. – 19.06.2012. – Режим доступу : http://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/40_rokiv_pislya_votergeytu (дата звернення: 27.04.2018).
8. Журналістські стандарти [Електронний ресурс] // Як писати про місцеву владу : посібник для журналістів / Інститут масової інформації. – 19.05.2016. – Режим доступу : <http://imi.org.ua/advice/journalistski-standarti> (дата звернення: 27.04.2018).
9. Заангажованість новин. Епоха «неупередженості ЗМІ» закінчується. Спеціальний звіт The Economist // Тексти.org.ua. – 03.08.2011. – Режим доступу: http://texty.org.ua/pg/article/newsmaker/read/30452/Zaangazhovanist_povyn_Jeroha_neuperedzhenyh_ZMI_zakinchujetsa (дата звернення: 27.04.2018).
10. Кіпіані В. Про проект «Історична правда» [Електронний ресурс] / В. Кіпіані, П. Солодько // Історична правда. – Режим доступу : <http://www.istpravda.com.ua/about> (дата звернення: 27.04.2018).
11. Комова М. До теоретичного осмислення теорії Ж. Бодрієра про симуляцію в мас-медіа / М. Комова // Теле- та радіожурналістика. – 2014. – Випуск 13. – С. 87-95.
12. Лось О. В. Особливості перекладу термінів в документах міжнародного права / О. В. Лось. // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Педагогічні науки. – 2013. – Вип. 108.1. – Режим

- доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VchdpuP_2013_1_108_53 (дата звернення: 27.04.2018).
13. Макаров Ю. R2U. Збірка / Юрій Макаров. – К. : Нора-Друк, 2014. – 256 с.
 14. Макаров Ю. Ілюзія громадянської війни [Електронний ресурс] / Юрій Макаров // Український тиждень. – № 7 (483). – 15 лютого 2017. – Режим доступу: <http://tyzhden.ua/Magazine/483> (дата звернення: 27.04.2018).
 15. Макаров Ю. Журналістика в час гібридної війни. Відкрита лекція Ю. Макарова і Євгена Степаненка [відео] // Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=xoa0avK6Qc4> (дата звернення: 27.04.2018).
 16. Макаров Ю. Сучасні тенденції в журналістиці. Лекція 1. Інформаційний вибух [відео] // Режим доступу: https://www.youtube.com/watch?v=ZBJM_XYbyk8&index=1&list=PLIBMxIRQfCFOabj1hi7Pfo5s3wlozBWuH (дата звернення: 27.04.2018).
 17. Марутян Р. Р. Меметична зброя як інструмент смислової війни РФ проти України [Електронний ресурс] / Р.Р. Марутян // Matrix-divergent. – 15.05.2017. – Режим доступу: <http://matrix-info.com/2017/05/15/memetychna-zbroya-yak-instrument-smyslovoi-vijny-rf-proty-ukrayiny> (дата звернення: 27.04.2018).
 18. Методологія якості журналістських розслідувань [Електронний ресурс] // Детектор медіа. – 4 жовтня 2016. – Режим доступу: <http://detector.media/monitoring/article/119360/2016-10-04-metodologiya-otsinyuvannya-yakosti-zhurnalistykh-rozsliduvan> (дата звернення: 27.04.2018).
 19. Михайлин І. Л. Основи журналістики: підручник. 5-те вид. перероб. та доп. – Київ: Центр учбової літератури, 2011. – 496 с.
 20. Окупація та ефективний контроль: національне сприйняття та міжнародно-правові реалії [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://mtot.gov.ua/okupatsiya-ta-efektyvnyj-kontrol-natsionalne-spryjnyattya-ta-mizhnarodno-pravovi-realiyi> (дата звернення: 27.04.2018).
 21. Почепцов Г. Г. Сміслові та інформаційні війни: пошук відмінностей / Г. Г. Почепцов [Електронний ресурс] // Детектор медіа. – 17.03.2013. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/smislovi_ta_informatsiyni_viyuni_poshuk_vidminnostey (дата звернення: 27.04.2018).
 22. Преступно снимать ответственность с оккупанта и брать на себя расходы – экс-судья Международного уголовного трибунала Василенко [Електронний ресурс] // Гордон. – 27 янв., 2017. – Режим доступу: <http://gordonua.com/news/war/prestupno-snimat-otvetstvennost-s-okkupanta-i-brat-na-sebya-rashody-eks-sudya-mezhdunarodnogo-ugolovnog-tribunala-vasilenko-171122.html> (дата звернення: 27.04.2018).
 23. Разуваєва О. О. Громадські ЗМІ як спосіб подолання політичної ангажованості медіа / О. О. Разуваєва // Актуальні питання масової комунікації. – 2006. – Вип. 7. – С. 67-70.
 24. Сахаров Г. Мовні помилки у перекладах міжнародних правничих документів / Г. Сахаров // Права людини: бюлетень. – 2000. – № 5.
 25. Скрипін Р. Стандарти ВВС – це не Біблія [Електронний ресурс] / Р. Скрипін // IdeaList.media. – 28.06.2016. – Режим доступу: <http://idealist.media/>

index.php/roman-skripin-standarti-vvs-tse-ne-bibliya (дата звернення: 27.04.2018).

26. Холоденко О. «Віталій Портников: Через 5-10 років від журналістики залишиться тільки позиція і люди, які цю позицію здатні транслювати» (інтерв'ю з Віталієм Портниковим) / Олена Холоденко // Детектор медіа. – 12 липня 2017. – Режим доступу : <http://detector.media/community/article/127877/2017-07-12-vitalii-portnikov-cherez-510-rokiv-vid-zhurnalistiki-zalishitsya-tilki-pozitsiya-i-lyudi-yaki-tsyu-pozitsiyu-zdatni-translyuvati> (дата звернення: 27.04.2018).

Автор параграфа:

канд. філол. н., доц. каф. журналістики
НПУ імені М.П. Драгоманова

ОЛЕНА ХАРИТОНЕНКО

Розділ 3

ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНИЙ, ТЕХНОЛОГІЧНИЙ І СИЛОВИЙ ВИМІРИ ГІБРИДНИХ ЕКСПАНСІЙ

§ 9. Інформаційно-психологічні операції: поняття, види, способи використання в умовах гібридної війни

Інформаційні впливи на суспільство сьогодні набувають якісно нових форм: проводяться акції з використанням дезінформації, зливу компроматів, із замовчуванням та перекручуванням фактів.

Ці питання вже протягом багатьох років є предметом аналізу таких науковців, як Ю. Бабенко, Г. Грачов, В. Гусаров, Н. Зражевська, С. Кара-Мурза, Л. Компанцева, В. Петрик, Б. Потятиник, Г. Почепцов, М. Присяжнюк, А. Цуладзе та інші. У фокусі їхньої уваги ціла низка проблем, а саме: нормативно-правове регулювання інформаційної безпеки України, загрози інформаційній безпеці в нашій державі та в світі, технічні, психологічні, лінгвістичні інструменти й засоби маніпулювання, способи захисту від негативних впливів на свідомість мас.

Заслуговує на увагу монографія В. Горбуліна «Інформаційні операції та безпека суспільства: загрози, протидія, моделювання», що присвячена питанням аналізу інформаційних операцій як компонента інформаційних протистоянь. Також концептуальною є монографія

О. Литвиненка «Інформаційні впливи та операції», де проаналізовані системи здійснення інформаційних операцій у провідних країнах світу та підходи до захисту від спеціальних інформаційних операцій.

Опис методик індивідуального і колективного захисту від інформаційних загроз, формування звички чинити опір тим, хто вводить в оману, використовує технології навіювання, латерального програмування – такі завдання нині ставлять перед собою і науковці, і журналісти. Потужна база відкритих наукових досліджень інформаційно-психологічних операцій уже вчить населення протидіяти пропаганді й довіряти інформаційним каналам, що мають медійний авторитет, бути свідомими у відборі інформації. Такі сайти, як detector.media та mediasapiens.ua, постійно надають слово науковцям, експертам, журналістам, які розповідають про досвід, традиції та тенденції ведення інформаційної війни проти агресора.

Наше завдання зараз – з'ясувати сутність понять «інформаційно-психологічна операція» та «інформаційна операція».

У широкому сенсі під **інформаційно-психологічною операцією** розуміють сплановане використання засобів, форм і методів поширення інформації задля впливу на свідомість і поведінку людини.

Інформаційна війна, власне, складається з комплексу інформаційно-психологічних операцій. Одні сплановані агресором, який за допомогою дезінформації, зміщення чи заміщення акцентів у актуальних дискусіях, залякування, шокування намагається досягти своєї переваги в тих чи інших політичних, фінансово-економічних, соціальних питаннях. Інші ж розробляються як відповідь на деструктивний вплив. На неправдиву інформацію з боку нападника можна зреагувати якісним інформаційним продуктом, який здатний подолати інформаційний голод чи, навпаки, прибрати надлишок інформації.

У вужчому значенні інформаційно-психологічні операції розглядаються як інструмент, «зброя», технологія, що лише супроводжує бойові дії, гарячі фази збройних конфліктів або передуює їм. У цьому сенсі вони застосовуються переважно для деморалізації і

дезорієнтації противника чи, навпаки, зміцнення морального духу населення.

Таким чином, інформаційно-психологічні операції – обов’язкова складова війни. Однак пам’ятаймо, що вони цілком можуть розроблятися й проводитися і в мирний час. Такі операції складаються з політичних, військових та ідеологічних заходів, мета яких – зміна поведінкових і емоційних установок певних груп людей та окремих осіб з тих чи тих питань у бажаному напрямку. Інформаційні операції використовуються як один із напрямів політики національної безпеки провідних країн світу.

На думку В. Горбуліна, термін «“інформаційні операції”» дає змогу точніше, ніж традиційний термін “інформаційні війни”, дослідити місце та роль інформаційного протиборства як компонента глобальних протистоянь. <Його зміст> охоплює та розкриває інформаційний вплив на масову свідомість (як на ворожу, так і на дружню), вплив на інформацію, доступну супротивникові та необхідну йому для прийняття рішень, а також на інформаційно-аналітичні системи супротивника. Загалом інформаційні операції охоплюють також дії, спрямовані на фізичне ураження (знищення) автоматизованих систем, виведення з ладу засобів комп’ютерно-телекомунікаційної інфраструктури тощо» [4].

Також інформаційно-психологічну операцію можна розглядати як багаторівневу багат шарову мережеву агресивну структуру, «динаміку перехрещення централізації, децентралізації і транснаціоналізації» [2], яка якісно різноманітна за засобами і змістом.

В. М. Петрик у статті «Інформаційні операції в системі стратегічних комунікацій» пропонує розрізняти два поняття – акція інформаційного впливу і спеціальна інформаційна операція.

Акція інформаційного впливу – це поширення неповної, неточної, упередженої, недостовірної інформації, яке здійснюється одноразово і в дуже стислі терміни (1-3 дні). Спеціальна інформаційна операція, на думку науковця, має такі особливості: спланованість, скерованість на чітко визначену аудиторію, більша, порівняно з акцією, тривалість (від одного тижня і понад місяць);

лавиноподібний характер зростання повідомлень на певну тему; сенсаційний, тенденційний і емоційний способи їх обговорення. У межах інформаційно-психологічної операції може бути проведено кілька акцій інформаційного впливу.

Отже, інформаційно-психологічна операція – це розробка і реалізація за продуманим планом інформаційно-психологічних впливів на життєві установки та поведінку людей для досягнення заздалегідь визначених цілей, зазвичай – прийняття якихось управлінських рішень.

Основне завдання інформаційних операцій (за В. Горбуліним) полягає в маніпулюванні масовою свідомістю з такими цілями, як, наприклад: внесення в суспільну свідомість і свідомість окремих людей визначених ідей і поглядів; дезорієнтація людей та їхня дезінформація; ослаблення усталених переконань людей, основ суспільства; залякування мас.

Ведучи мову про завдання інформаційних операцій слід зазначити: їхня реалізація не завжди може приводити до прогнозованих наслідків. Така природа віртуальних впливів.

По-перше, нереально врахувати всі соціальні, політичні, релігійні, історичні, економічні, психологічні, ментальні, культурні чинники, а також особливості сприймання інформації різними за національною належністю, віком, соціальним становищем та іншими характеристиками аудиторіями. Таким чином, неможливо точно передбачити ефект впливу, оскільки він залежить від безлічі не лише об'єктивних, а й суб'єктивних факторів, а також швидко змінюваної політичної кон'юнктури [20].

По-друге, потрібно враховувати і такий фактор, як наявність «іммунітету» до певних інформаційних впливів у певному соціальному середовищі. У Білій книзі 2007 написано, що «інформаційні операції здійснюються в деякому ідеологічно спрямованому соціальному середовищі, тому, відповідно, для успішного їхнього проведення необхідно адаптуватися до цього середовища, перебороти певний бар'єр... до інформаційного впливу. Цей бар'єр виникає завдяки так званій імунній системі середовища, що може не пропустити інформаційні впливи, якщо вона досить потужна та / або вже

навчилася захищатися від подібних впливів. До підготовчих дій для здійснення інформаційних операцій може відноситися створення “імунодефіциту” соціального середовища шляхом впливу через інформаційний простір, наприклад, за допомогою матеріалів у ЗМІ. Дуже часто інформаційні впливи використовують механізми “вірусного маркетингу”, наприклад, у вигляді чуток, коли сенсаційно подана дезінформація поширюється з величезною швидкістю. Саме імунна система протидіє подібним інформаційним операціям. Дуже часто з імунною системою суспільства ототожнюють державу, яка покликана <дбати про> безпеку всього суспільства» [1].

Таким чином, ефект від виконання запланованих завдань у межах інформаційних операцій часто буває негативним, непередбачуваним, непомітним до певного часу, таким, що потребує оперативного коригування.

Канали впливу, використовувані від найдавніших часів і дотепер для реалізації інформаційних операцій дуже різноманітні: від оприлюднення і поширення листівок, плакатів до трансляції на багатомільйонну аудиторію промов політиків і лідерів думок, коментарів експертів, новин через програми телерадіомовлення та інтернет-ресурси, соціальні мережі.

До основних **видів** інформаційно-психологічних операцій відносять *наступальні* та *оборонні*. Хоча, як зазначає В. Горбулін, «на практиці більшість інформаційних операцій є змішаними» [4, с. 19]. За метою і спрямованістю розрізняють також інформаційно-психологічні операції, які націлені 1) на *прийняття потрібних агресорові управлінських рішень*; 2) на *компромат*; 3) на *пошкодження, виведення з ладу*; 4) на *дестабілізацію* політичної чи економічної ситуації [18, с. 73]. За часом проведення зазвичай йдеться про короткострокові (1-2 тижні), середньострокові (2-4 тижні) і довгострокові (понад місяць) [18, с. 71].

Оскільки однією з найважливіших ознак інформаційно-психологічних операцій є їхня спланованість і продуманість у межах заздалегідь створеного плану, важливо усвідомлювати, якими є основні **етапи їхнього розгортання**, інакше кажучи – яким є сам

план. У науці сьогодні немає одностайності в цьому питанні, тому для порівняння наведемо кілька запропонованих дослідниками схем.

В. Горбулін описує два алгоритми проведення інформаційно-психологічних операцій – для наступальних і оборонних.

***Порівняння етапів інформаційно-психологічних операцій
наступу і оборони за В. Горбуліним [4, с. 20]***

<i>ІПО наступу</i>	<i>ІПО оборони</i>
<i>Оцінка необхідності проведення операції</i>	
1. Визначення мети, прогноз досяжності, ступеня впливу. 2. Збір інформації.	1. Аналіз можливих вразливостей (цілей). 2. Збір інформації про можливі операції. 3. Визначення можливих «замовників» інформаційних впливів: а) визначення сфер спільного інтересу об'єкта і потенційних «замовників»; б) ранжирування потенційних замовників за їхніми інтересами.
<i>Планування</i>	
1. Стратегічне планування оборонної операції (явне або неявне): а) визначення критеріїв інформаційних впливів; б) моделювання інформаційних впливів з урахуванням зв'язків об'єкта; динаміки впливу; «особливих» (критичних) точок впливу; в) прогнозування наступних кроків; г) розрахунок наслідків.	1. Стратегічне планування оборонної операції (явне або неявне): а) визначення критеріїв інформаційних впливів; б) моделювання інформаційних впливів з урахуванням зв'язків об'єкта; динаміки впливу; «особливих» (критичних) точок впливу; в) прогнозування наступних кроків; г) розрахунок наслідків. 2. Тактичне планування контроперацій.
<i>Виконання</i>	
1. Знаходження або створення інформаційного приводу. 2. Розкручування інформаційного приводу (пропаганда). 3. Оперативна розвідка. 4. Оцінка впливу. 5. Перешкода інформаційній протидії. 6. Коригування інформаційного впливу.	1. Виявлення та «згладжування» інформаційного приводу. 2. Контрпропаганда. 3. Оперативна розвідка. 4. Оцінка інформаційного середовища. 5. Коригування інформаційної протидії.

<i>ІПО наступу</i>	<i>ІПО оборони</i>
<i>Завершальна фаза</i>	
1. Аналіз ефективності. 2. Використання позитивних результатів інформаційного впливу. 3. Протидія негативним результатам.	

Інший підхід до фіксації етапів проведення інформаційно-психологічних операцій пов'язаний із урахуванням не лише наступального чи оборонного характеру останніх, а ще й із тими засобами, які в межах запланованих акцій використовуються. Причому тут наступ і оборона розглядаються як компоненти однієї й тієї самої операції.

Перша фаза – «експансія» (наступ) з метою забезпечення власної переваги на всіх фазах військової спецоперації через вплив на інформаційні процеси противника. Тут використовуються такі спеціальні засоби:

1) технічні (максимальний захист власної інформації щодо плану, характеру і шляхів здійснення операції; радіоелектронна боротьба, атаки комп'ютерних мереж);

2) психологічні (засоби введення в оману противника про хід операції; схиляння населення й перетворення поведінки особового складу ворога на вигідну для себе);

3) публічні (інформування (без дезінформації!) громадськості про свої цілі й дружні війська; налагодження зв'язків з командуванням на території противника з метою створення сприятливих умов для проведення операції).

Друга фаза – власне «оборонна інформаційна операція». Це, на думку С. Жука, В. Чмельова, Т. Дзюби, сукупність взаємозалежних заходів щодо захисту інформаційного середовища, розкриття ознак нападу, відновлення боєздатності й організації відповідних протидій з нейтралізації нападу. Тут використовуються всі ті засоби, що й під час інформаційного наступу, а також додаються протипропаганда, контррозвідка, фізичний захист інформаційної інфраструктури [6].

Оборона має забезпечувати адекватну відсіч загрозам, включно із загрозами терористичного та асиметричного характеру. Для

прикладу, в протитерористичних спеціальних операціях переможний результат, що очевидно, може бути досягнутий не застосуванням новітніх високотехнологічних озброєнь, а шляхом інформаційної експансії. «Війни на випередження» відбуваються завдяки активізації інформаційно-психологічного протиборства й диверсійно-розвідувальної діяльності держави [19].

В. М. Петрик подає в своєму дослідженні схему інформаційно-психологічної операції з огляду на ознаки, які помітні в інформаційному просторі під час її проведення. Зокрема, науковець стверджує: «Спеціальні інформаційні операції здійснюються за приблизно однаковою схемою: 1. Створення передумов (інформаційний етап) передбачає створення інформаційного приводу – конкретної або вигаданої події, яка використовується для спеціальної інформаційної операції. 2. «Розкрутка» інформаційного приводу передбачає поступове зростання напруги (кількості повідомлень та їх сенсаційності, тенденційності, емоційності і, як правило, недостовірності). 3. Загострення напруги... 4. Вихід із операції» [18, с. 72].

У своїй книзі «Війна та антивійна» Е. Тоффлер [27] наводить приклади прийомів, які найчастіше використовується для впливу на інших: звинувачення в звір'ячості; гіперболізація ставок; демонізація та дегуманізація опонента; поляризація; «божественні санкції»; метапропаганда, яка дискредитує пропаганду іншої сторони.

Сьогодні найпопулярнішими **методами**, які застосовуються в межах інформаційно-психологічних операцій, є дезінформація, психологічний тиск, розповсюдження чуток, диверсифікація громадської думки. Зазвичай вони є надійною «зброєю» пропаганди, інформаційної агресії, маніпулювання, інформаційного тероризму.

Пропаганда в межах інформаційно-психологічних операцій застосовується як спеціальний метод впливу на думки, емоції, настанови чи поведінку будь-якої окремої групи людей з метою набуття переваг, прямих чи непрямих. Яскравим прикладом ведення пропагандистських кампаній вважають діяльність Йозефа Геббельса, який проголосив такі принципи пропаганди: 1) пропаганда має бути спланована і вестися з однієї інстанції; 2) тільки авторитет може

визначити, має бути результатом пропаганди істинним чи фальшивим; 3) чорна пропаганда використовується, коли біла неможлива або вона не має належного ефекту; 4) пропаганда має характеризувати події та людей влучними фразами чи гаслами; 5) для кращого сприйняття пропаганда має викликати інтерес в аудиторії і передаватися через привабливе увазі середовище комунікацій [7].

Прояви інформаційної агресії в інформаційно-психологічних операціях зазвичай такі: 1) виключення із засобів інформаційної дії найнебезпечніших видів – інформаційної зброї; 2) обмеження розмірів простору, об'єктів інформаційної інфраструктури та соціальних груп, що піддаються ураженню інформаційною дією (агресія зачіпає інформаційний простір держави-жертви не цілком, а тільки його частину); 3) обмеження за метою (переслідує локальну, приватну мету) і часом (як правило, агресія припиняється після повного досягнення агресором усієї поставленої конкретної мети й рідко набуває затяжного характеру), а також за силами і засобами [3].

Маніпулювання – спосіб психологічного впливу, спрямований на зміну напрямку активності інших людей, здійснюваний настільки мистецьки, що залишається непомічений ними [14].

Інформаційний тероризм – небезпечні дії інформаційного впливу на соціальні групи осіб, державні органи влади й управління, пов'язані з поширенням інформації, яка містить погрози переслідування, розправи, вбивства, а також спотворення об'єктивної інформації, що викликає виникнення кризових ситуацій у державі, нагнітання страху й напруги в суспільстві [11].

Інформаційний терор у чистому вигляді передбачає реалізацію «теракту» вже не в реальності, а в головах, у свідомості. Власне, робота великих медіаорганізацій провадиться саме в такий спосіб, щоб тероризувати тих, кому визначено невдячну роль споживача інформації; такий споживач перебуває у свідомо пасивному статусі, радикальний контрзахід, що він може його почати – натиснути кнопку вимикання на дистанційному пульті. Тим часом методики і технології інформаційного впливу на нього вдосконалюються з небувалою швидкістю. Жах і заціпеніння змінюються керованою апатією.

Розглянемо кожен із методів на прикладах сучасних інформаційно-психологічних операцій.

Дезінформація – це «метод, який передбачає введення об'єкта впливу в оману щодо справжності намірів для спонукання його до запрограмованих дій» [18, с. 73]. Розрізняють такі види дезінформації, як *тенденційне викладення фактів* (упереджене висвітлення інформації щодо подій за допомогою спеціально підібраних правдивих даних); *дезінформування «від зворотного»* (надання правдивих відомостей у перекоханому вигляді чи в такій ситуації, коли вони сприймаються об'єктом спрямувань як неправдиві); *термінологічне «мінування»* (викривлення первинної правильної суті принципово важливих, базових термінів і тлумачень загальносвітоглядного та оперативного-прикладного характеру); *«сіре» дезінформування* (використання синтезу правдивої інформації з дезінформацією); *«чорне» дезінформування* (передбачає використання переважно неправдивої інформації) [17].

Продемонструємо використання дезінформації на прикладі. Загалом, щоб детально описати будь-яку інформаційно-психологічну операцію, потрібно провести ґрунтовну інформаційно-аналітичну роботу, вивчити офіційні та медіаматеріали за певний проміжок часу, дослідити завдання та цільову аудиторію, концепт пропагандистських матеріалів і засобів впливу, оцінку інформаційних операцій супротивника та способів протидії. У межах цього параграфа схематично окреслимо основні фази деяких операцій, свідомо опустивши великий перелік офіційних заяв і публікацій у засобах масової інформації.

НАЗВА: «Заблокований транзит» (2016). Операція цілком ефективна для агресора (за матеріалами pidubny.com).

ФАКТ: Росія заборонила транзит польських вантажівок.

ДЕЗІНФОРМАЦІЯ: Польща і Туреччина заборонили транзит російських вантажівок (пряме спотворення факту).

КАНАЛ: новину запустили російські засоби масової інформації, українські згодом її, не перевірявши, поширили.

МАНІПУЛЯТИВНИЙ ПРОГНОЗ: українська сторона підтримає Польщу і Туреччину.

РОЗГОРТАННЯ ПОДІЙ: українські активісти справді почали блокувати російські вантажівки «як у Польщі», а уряд під їхнім тиском узагалі заборонив в'їзд російських фур.

РЕЗУЛЬТАТ: Україна втратила ринок перевезень і багатомільярдні доходи. Згодом Росія і Польща домовилися про транзит.

Психологічний тиск – цілеспрямований вплив на психіку людини шляхом залякування, погроз із метою схилення до певної запланованої моделі поведінки [11]. До форм психологічного тиску відносять: доведення до об'єкта відомостей про реальні чи неіснуючі загрози та небезпеки; прогнози щодо репресій, переслідувань, убивств тощо; шантажування; здійснення вибухів, підпалів, масових отруєнь, захоплення заручників, інші терористичні акції [3].

НАЗВА: «Ядерний шантаж» (2018). Операція має здебільшого негативні наслідки для самого агресора (за матеріалами ukr.segodnya.ua).

ФАКТ: у березні 2018 року російський президент продемонстрував усьому світові ракету «Сатана» 2007 року.

ПСИХОЛОГІЧНИЙ ТИСК ЧЕРЕЗ ДЕЗІНФОРМАЦІЮ: ракету було «представлено» як абсолютно новий зразок зброї – ракету «Сармат» (gslvsyf afrne).

КАНАЛ: публічну заяву оприлюднили всі світові провідні засоби масової інформації.

МАНІПУЛЯТИВНИЙ ПРОГНОЗ: посилення позицій Росії на міжнародній арені; демонстрування того, що вона активно розвиває свій збройний потенціал і у випадку застосування проти неї та її союзників (яких не було уточнено) такого виду зброї, дасть відсіч.

РЕЗУЛЬТАТ: США зреагували на таку інформаційно-психологічну агресію асиметрично. Наступного дня Дональд Трамп продовжив санкції проти Росії.

НАСЛІДКИ: негативна реакція міжнародної спільноти на «ядерний шантаж»; актуалізація тези «в ядерній війні переможців не може бути».

Поширення чуток – діяльність із поширення різноманітної інформації (найчастіше неправдивої) серед широких мас населення

переважно за допомогою неофіційних каналів із метою дезорганізації громадськості та держави або їх окремих закладів чи організацій [11].

Класифікація чуток здійснюється за різноманітними критеріями. Так, «за експресивною характеристикою визначають чутки-бажання, чутки залякування й роз'єднувальні агресивні чутки. 1. Чутки-бажання. Інформація поширюється з метою викликати розчарування з приводу нездійснених очікувань і деморалізацію об'єкта впливу. 2. Чутки-залякування. При їх поширенні в особи ініціюється стан тривоги, непевності. Це можуть бути чутки про смертельну суперзброю, якою володіє противник (сторона, що поширює чутки), про нестачу продовольства, зараження місцевості, питної води тощо. 3. Роз'єднувальні агресивні чутки. Поширювана інформація має на меті внести розлад у суспільство, порушити соціальні зв'язки. За інформаційною характеристикою чутки поділяються на абсолютно недостовірні, недостовірні, недостовірні з елементами правдоподібності та правдоподібні» [10, с. 25].

У сучасних умовах чутки поширюються переважно через соціальні мережі й мають такі наслідки: поширення паніки, емоційна пригніченість, прийняття неправильних рішень.

При розробці операцій і контроперацій із використанням чуток надзвичайно важливим є прорахунок часу. В. Д. Тогобицька зазначає: «Ті, хто займається управлінням громадської думки, знають “правило 45 хвилин – 6 годин – 3 дні – 2 тижні”. Власне, це періоди поширення чуток, знаючи які, можна керувати чутками і зменшувати значення негативної і почасти правдивої інформації. Якщо пропущений один період, то запобігти подальшому поширенню інформації до наступного періоду стає набагато складніше» [22, с. 399].

НАЗВА: «Спекуляція на темі об'єднання церков» (2014). Операція стала ефективною для агресора і мала негативні наслідки для України перед окупацією Криму (за матеріалами gisu.org.ua).

ФАКТ: 22 лютого 2014 року після трагічних подій на Майдані Синод УПЦ КП прийняв два звернення про необхідність невідкладного подолання розділення Православної Церкви в Україні.

ЧУТКИ: увечері Майданом почали поширюватися чутки про те, що з Києво-Печерської лаври виносять цінності й хочуть вивезти їх до Росії. Частина людей рушила до лаври захищати святині.

Самооборона кілька разів зупиняла підбурений провокаторами натовп.

КАНАЛ: провокатори в натовпі під час масових акцій протесту.

МАНИПУЛЯТИВНИЙ ПРОГНОЗ: «картинка» для засобів масової інформації РФ і Сходу України про очевидне, мовляв, для всіх посилення безладу в Києві й пограння святинь.

РЕЗУЛЬТАТ: 24 лютого Патріарх Московський Кирил закликав вірян в Україні, які перебувають у розколі, повернутися до Церкви.

НАСЛІДКИ (опосередковані численними іншими акціями й операціями): окупація Криму й збройна агресія на Сході України під приводом серед іншого захисту «духовних скреп».

Диверсифікація громадської думки – розгалуження уваги правлячої еліти держави на різні штучно акцентовані проблеми з метою відволікання від вирішення першочергових завдань суспільно-політичного та економічного розвитку для нормального функціонування суспільства й держави [11].

Як бачимо, вплив інформаційних операцій країн-агресорів на систему міжнародних відносин настільки вагомий, що варто розробляти ефективні стратегії протидії, враховуючи гнучкість і непередбачуваність інформаційної зброї, а також концепції інформаційних війн.

Заходи протидії інформаційним операціям та заходи оборони можуть використовуватися як у межах операцій-відповідей на агресію, так і в межах кампаній реалізації глобальних стратегій безпекової політики держави.

Для прикладу розглянемо думки експертів щодо цього питання. В. Гусаров [5] описує такі заходи: 1) створення та тиражування друкованих матеріалів; створення та транслявання телевізійних і радіопередач на позначений район; 2) передавання необхідних повідомлень через звукові засоби; використання мережі Інтернет в інтересах операції; 3) забезпечення можливості залучення організацій державної та недержавної форм власності з метою створення і трансляції рекламних роликів на телебаченні та в радіоефірах; 4) залучення операторів мобільного зв'язку для забезпечення передачі текстових, фотографічних, звукових та аудіовізуальних повідомлень пропагандистського характеру за допомогою мобільних телефонів.

В. Панченко [16] відзначає, що в інформаційній війні виправдовуються: 1) інформаційно-роз'яснювальна робота з населенням окупованих територій; 2) дискредитація діяльності незаконних терористичних угруповань та їх ватажків; 3) формування морально-психологічної стійкості українського суспільства до диверсійних та терористичних актів; 4) дискредитація дій ворожого уряду (порушення національного та міжнародного законодавства, необґрунтовані втрати серед військовослужбовців); 5) дискредитація ворожих каналів масової інформації, які поширюють фейки про події в Україні, маніпулюють історичними фактами; 6) наголошення на легітимності дій українського уряду; 7) мобілізація українського суспільства навколо ідеї захисту національної державності, боротьби з корупцією, розвитку економічного потенціалу України; 8) об'єктивне широкомасштабне інформування світової спільноти про події, що відбуваються в Україні, в тому числі шляхом створення іншомовних каналів поширення інформації, через дипломатичні можливості, експертне середовище; 9) формування нетерпимості до порушення норм міжнародного права, терористичних засобів політичної боротьби.

Доктриною інформаційної безпеки [23], що набула чинності 25 лютого 2017 року, на Міністерство інформаційної політики України, Міністерство закордонних справ України, Міністерство оборони України, Службу безпеки України, Міністерство культури України, Державне агентство України з питань кіно, Національну раду України з питань телебачення і радіомовлення, Державний комітет телебачення і радіомовлення України, Державну службу спеціального зв'язку та захисту інформації України відповідно до компетенції покладено, серед інших, повноваження брати участь у забезпеченні захисту українського інформаційного простору від деструктивної пропагандистської інформації, протидіяти проведенню проти України спеціальних інформаційних операцій, моніторити загрози національним інтересам і національній безпеці України в інформаційній сфері, щоб кожен громадянин мав право на інформацію та свободу слова і разом із тим був захищений у своїй державі.

Завдання і запитання до параграфа

1. Поясніть визначення інформаційної війни як стратегії, як технології управління інформацією і як спрямованої дії на інформацію.
2. Розмежуйте поняття «інформаційна війна» та «інформаційна операція».
3. Назвіть основні завдання та умови здійснення інформаційних операцій.
4. Обґрунтуйте фази інформаційної операції.
5. Розкрийте й проілюструйте прикладами суть основних методів здійснення інформаційних операцій.

Список використаної та рекомендованої літератури

1. Біла книга 2007: Служба безпеки та розвідувальні органи України / за заг. ред. В. П. Горбуліна. – Київ, 2017. – 72 с.
2. Вендт А. Четыре социологии международных отношений / А. Вендт // Международные отношения: Социологические подходы. – Москва, 1998. – 458 с.
3. Горбань Ю. Інформаційна війна проти України та форми її ведення [Електронний ресурс] / Ю. Горбань // Вісник НАРА. – Режим доступу: <http://visnyk.academy.gov.ua/wp-content/uploads/2015/04/20.pdf> (дата звернення: 25.04.2018).
4. Горбулін В. Інформаційні операції та безпека суспільства: загрози, протидія, моделювання : монографія / В. П. Горбулін, О. Г. Додонов, Д. В. Ланде. – Київ : Інтертехнологія, 2009. – 164 с.
5. Гусаров В. Сили інформаційних операцій Росії: якою має бути відповідь України? [Електронний ресурс] / В. Гусаров // Інформаційно-аналітичний центр Національної безпеки України. – Режим доступу : <http://mediarnbo.org/2014/10/07/sili-informatsiynih-operatsiy-rosiyi-yak> (дата звернення: 18.04.2018).
6. Жук С. Тенденції та перспективи розвитку інформаційної боротьби й інформаційної зброї / С. Я. Жук, В. О. Чмельов, Т. М. Дзюба // Наука і оборона. – 2006. – № 2. – С. 35-41.
7. Жуковская Д. Йозеф Геббельс – теоретик СМІ Третього Рейха [Электронный ресурс] / Д. Жуковская. – Режим доступу : http://www.historicus.ru/joseph_Gebbels_teoretik_SMI_Tretyego_Reiha (дата звернення: 02.03.2018).

8. Закон України «Про основи національної безпеки України» // Відомості Верховної Ради України (ВВР) – 2003. – № 39. – С. 351. – Режим доступу : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/964-15> (дата звернення: 12.03.2018)
9. Інформаційні виклики гібридної війни: контент, канали, механізми протидії : аналіт. доп. / за заг. ред. А. Баровської – Київ : НІСД, 2016. – С. 69-80.
10. Історія інформаційно-психологічного протиборства : підруч. / [Я. М. Жарков, Л. Ф. Компанцева, В. В. Остроухов, В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк, Є. Д. Скулиш]; за заг. ред. д.ю.н., проф., засл. юриста України Є. Д. Скулиша. – Київ : Наук.-вид. відділ НА СБ України, 2012. – 212 с.
11. Информационно-психологическая безопасность в эпоху глобализации : учеб. пособ. / В. М. Петрик, В. В. Остроухов, А. А. Штоквиш и др. ; под ред. В. В. Остроухова. – Київ : ОАО «Белоцерковская книжная фабрика», 2008. – 544 с.
12. Куса І. ЗМІ та влада. Як перетворити фейк на правду [Електронний ресурс] / Ілія Куса // Фокус. – Режим доступу : <https://focus.ua/opinions/395090/> (дата звернення: 23.04.2018).
13. Левченко О. В. Система заходів протидії інформаційним операціям / О. В. Левченко // Збірник наукових праць Харківського університету Повітряних Сил. – 2016. – Випуск 3(48). – С. 57-60
14. Онищук М. Особливості психологічного впливу в ході проведення психологічних операцій / М. І. Онищук, Я. М. Жарков // Збірник наукових праць Військового інституту Київського національного університету ім. Т. Шевченка. – 2008. – Вип. 16. – С. 136-139.
15. Панченко В. М. Інформаційні операції в асиметричній війні Росії проти України: підходи до моделювання / В. М. Панченко // Інформація і право. – 2014. – № 3(12). – С. 13-16.
16. Панченко В. М. Інформаційні операції в системі стратегічних комунікацій / В. М. Панченко // Стратегічні комунікації. – 2016. – № 4. – С. 72-79.
17. Петрик В. Сутність інформаційної безпеки держави, суспільства та особи [Електронний ресурс] / В. Петрик. – Режим доступу: <http://justinian.com.ua/article.php?id=3222> (дата звернення: 23.03.2018).
18. Петрик В. Сутність і особливості проведення спеціальних інформаційних операцій та акцій інформаційного впливу / В. Петрик // Сучасні інформаційні технології у сфері безпеки та оборони. – 2009. – № 3(6). – С. 71-75.
19. Петров В. В. Інформаційні виміри воєнної безпеки / В. В. Петров // Стратегічна панорама. – 2008. – № 1. – С. 166-170.
20. Піддубний О. Що таке постправа? [Електронний ресурс] / О. Піддубний. – Режим доступу : <http://piddubny.com/scho-take-postpravda> (дата звернення: 27.03.2018).
21. Почепцов Г. Інформаційні війни: тенденції та шляхи розвитку [Електронний ресурс] / Г. Почепцов. – Режим доступу : <http://ms.detector.media/ethics/>

-
-
- manipulation/informatsiyni_viyni_tendantsii_ta_shlyakhi_rozvitku (дата звернення: 15.03.2018).
22. Тогобицька В. Д. Психологічні особливості розповсюдження чуток в умовах надзвичайної ситуації / В. Д. Тогобицька // Психологічні науки. – 2013. – № 4 (69). – С. 393-402.
 23. Указ Президента України від 25 лютого 2017 року № 47/2017 Про Доктрину інформаційної безпеки України [Електронний ресурс] // Офіційне інтернет-представництво Президента України. – Режим доступу : <http://www.president.gov.ua/documents/472017-21374> (дата звернення: 10.05.2018).
 24. Фелікстов А. О. Сучасні погляди на місце інформаційних операцій в системах інформаційної боротьби / А. О. Фелікстов // Системи озброєння і військова техніка. – 2010. – № 2(22). – С. 25-27
 25. Burke M. M. Knowledge Operations: above and beyond Information Operations / Martin Burke // 6th International Command and Control Research and Technology, June 19 – 21, 2001.
 26. Lasswell H. D. The structure and function of communication in society // The Communication of Ideas / Ed.: L. Bryson. – New York : Harper and Brothers, 1948.
 27. Toffler A. War and anti-war. Survival at the dawn of the 21st century / Alvin Toffler; Heidi Toffler. – London, 1993. – 388 p.

Автор параграфа:

канд. пед. н., доц. каф. журналістики

НПУ імені М. П. Драгоманова

ОЛЕКСАНДРА МАРКІВ

§ 10. Інформаційно-технологічні атаки і способи захисту кіберпростору: новітні тактики гібридних війн

Захищеність кіберпростору як складова інформаційної безпеки. На сучасному етапі розвитку суспільства інформаційна безпека держави перебуває у фокусі уваги, стає одним із пріоритетів державної політики, адже ведення інформаційних війн передбачає необхідність протидіяти їм. Аналізуючи Доктрину інформаційної безпеки України, що затверджена указом Президента України від 25 лютого 2017 року, можна виокремити *кілька напрямів забезпечення інформаційної безпеки*: утвердження свободи слова в країні; формування якісних урядових комунікацій – комплексу заходів, що передбачають діалог уповноважених представників Кабінету Міністрів України з цільовою аудиторією з метою роз'яснення урядової позиції та/або політики з певних проблемних питань [28]; об'єктивне інформування світової спільноти про Україну і формування її позитивного іміджу через систему іномовлення; інформаційна реінтеграція тимчасово окупованих територій; боротьба з пропагандою (контрпропаганда); протистояння кібератакам.

Механізм реалізації Доктрини інформаційної безпеки полягає в розподілі обов'язків між різними державними суб'єктами. До державних органів, що відповідальні у межах своєї компетенції за виконання зазначених напрямів, належать Міністерство інформаційної політики України, Міністерство закордонних справ України, Міністерство культури України, Державне агентство України з питань кіно, Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення, Державний комітет телебачення і радіомовлення. Координацію діяльності органів виконавчої влади щодо реалізації Доктрини та забезпечення національної безпеки в інформаційній сфері має здійснювати РНБО, яка також визначає ключові заходи, відповідно до положень документа [26]. Кабінет Міністрів України також забезпечує здійснення інформаційної

політики держави, фінансування програм, пов'язаних з інформаційною безпекою, спрямовує й координує роботу міністерств, інших органів виконавчої влади в цій сфері [26].

Створення безпечного кіберпростору є одним із напрямів інформаційної політики. В Окінавській хартії глобального інформаційного суспільства, прийнятій лідерами країн вісімки у японському м. Окінава у 2000 р., кіберпростір розглядається як частина глобального інформаційного простору, пов'язана з комп'ютерною інфраструктурою, насамперед з Інтернетом [22, с. 205].

Д. Дубов характеризує **кіберпростір** як середовище, створене організованою сукупністю інформаційних процесів на підставі об'єднаних загальними принципами та правилами інформаційних, телекомунікаційних та інформаційно-телекомунікаційних систем незалежно від форми власності [8, с. 70].

Кіберпростір держави перебуває під різноманітними **кіберзагрозами**, серед яких вплив на 1) стан електронних інформаційних ресурсів та на можливість доступу до інформації; 2) функціонування об'єктів критичної інфраструктури; 3) складові частини інформаційно-комунікаційної інфраструктури; 4) морально-психологічний стан суб'єктів кіберпростору.

Тож поняття **кібербезпека** позначає стан захищеності життєво важливих інтересів особистості, суспільства і держави в умовах використання комп'ютерних систем та / або телекомунікаційних мереж, за якого мінімізується можливість завдати їм шкоди (через неповноту, невчасність та невірогідність інформації, що використовується; негативний інформаційний вплив; негативні наслідки функціонування інформаційних технологій; несанкціоноване поширення, використання і порушення цілісності, конфіденційності та доступності інформації) [8, с. 72] і стосується не лише технічних питань і технологічного складника, а й людського чинника – ворожих інсайдерських дій чи людський помилок, а також проблем владних відносин на національному та міжнародному рівнях [8, с. 71].

Можливість країни впливати на кіберпростір у науковій літературі окреслили поняттям **кіберпотужність**, яка залежить від багатьох чинників (можливості інтернету та інформаційних

технологій, можливості інтернет-ринку та ІТ-індустрії та ін.) [8, с. 59-60]. Рідше у вітчизняних джерелах використовується термін **кіберсила** (CyberPower) – потужність на основі інформаційних ресурсів, що залежить від ресурсів, які характеризують кіберпростір [33, с. 3]. Кіберсила країни вимірюється через такі параметри: рівень залежності, атак та захисту в кіберпросторі [23, с. 385]. Подію, яка може порушити кібербезпеку (конфіденційність, цілісність та доступність інформації у кіберпросторі), називають **кіберінцидентом** [6, с. 179].

Нормативно-правове підґрунтя для створення національної системи кібербезпеки. Країною з найпотужнішою кіберсилою є Сполучені Штати Америки, тож важливо знати її досвід у сфері кібербезпеки, зокрема, в питаннях створення відповідної нормативно-правової бази. У 2003 році була опублікована Національна стратегія безпеки кіберпростору (National Strategy to Secure Cyberspace) США. Вона стала складовою частиною стратегії національної безпеки. NSSC визначає три стратегічні цілі: захист від кібератак критичних інфраструктур США; зменшення вразливості від кібератак в загальнонаціональному масштабі; мінімізація збитків та часу відновлення від кібератак.

Адміністрація президента Барака Обама створила дієвий інструмент стримування потенційних кіберзагроз для обороноздатності і економіки США. Першого квітня 2015 року був підписаний указ «Про арешт власності осіб, причетних до серйозних протиправних дій у кіберпросторі», який дає владі США право накладати санкції на компанії і фізичних осіб, причетних до кібератак, що порушують функціонування об'єктів критичної інфраструктури США та ключових комп'ютерних мереж і систем, а також застосовувати відповідні санкції до осіб і компаній, які за допомогою кібератак незаконно привласнили кошти або інші активи, включаючи комерційні секрети, персональні дані та фінансову інформацію американських компаній і організацій, або використовували їх, якщо їм було відомо, що вони викрадені в ході кібератаки третьою стороною. Саме прописані в ньому механізми й лягли в основу прийнятих у грудні 2016 року санкцій проти Росії.

Питання кібербезпеки стало одним із пріоритетних напрямів діяльності і нового президента – Дональда Трампа, який має намір приділяти увагу розвитку кіберкомандування збройних сил Америки (у кінці січня в американських ЗМІ було оприлюднено проект президентського указу «Про зміцнення кібербезпеки і можливостей США в кіберпросторі»). У ньому визначено такі напрями роботи:

- 1) комплексна перевірка американської інформаційної інфраструктури на предмет критичних вразливостей (відповідальне відомство Міноборони щодо систем, які забезпечують національну безпеку та Міністерством внутрішньої безпеки – щодо цивільної інфраструктури, серед іншого систем федерального уряду і приватного сектора, а координація зазначених завдань покладається на директора нацрозвідки, помічника президента з питань нацбезпеки, а також помічника президента з питань внутрішньої безпеки та боротьби з тероризмом);
- 2) оцінювання потенційних супротивників США в кіберпросторі;
- 3) оцінювання можливостей США в кіберпросторі (мають здійснювати Міністерство оборони, Міністерство внутрішньої безпеки і Агентство національної безпеки для розроблення системи рекомендацій і практичних кроків для зміцнення захисту американської критичної інфраструктури);
- 4) дослідження і розробка заохочувальних заходів для зміцнення кібербезпеки приватного сектора (відповідальне Міністерство торгівлі) [4].

У Стратегії національної безпеки України 2015 р. вперше сформульовано загрози кібербезпеці та безпеці інформаційних ресурсів, а також визначено пріоритети забезпечення кібербезпеки. У 2016 р. було прийнято Стратегію кібербезпеки України, спрямовану на реалізацію до 2020 р. положень Стратегії національної безпеки України. Стратегія закладає основу формування національної системи кібербезпеки.

До пріоритетів України в сфері кібербезпеки належать: розвиток інформаційної інфраструктури держави; розвиток мережі реагування на комп'ютерні надзвичайні події (CERT – Computer

Emergency Response Team – команда реагування на комп'ютерні надзвичайні події), розвиток спроможностей правоохоронних органів щодо розслідування кіберзлочинів, забезпечення захищеності об'єктів критичної інфраструктури, державних інформаційних ресурсів від кібератак, створення системи підготовки кадрів у сфері кібербезпеки для потреб органів сектору безпеки і оборони, розвиток міжнародного співробітництва у сфері забезпечення кібербезпеки, інтенсифікація співпраці України та НАТО, зокрема в межах Трестового фонду НАТО для посилення спроможностей України у сфері кібербезпеки.

У Стратегії кібербезпеки України зазначено, що розвиток безпечного, стабільного і надійного кіберпростору має полягати, зокрема, у таких діях:

- 1) вироблення і оперативна адаптація державної політики у сфері кібербезпеки, спрямованої на розвиток кіберпростору, досягненні сумісності з відповідними стандартами ЄС та НАТО;
- 2) створення вітчизняної нормативно-правової та термінологічної баз у цій сфері, гармонізація нормативних документів у сфері електронних комунікацій, захисту інформації, інформаційної та кібербезпеки відповідно до міжнародних стандартів і стандартів ЄС та НАТО;
- 3) формування конкурентного середовища у сфері електронних комунікацій, надання послуг із захисту інформації та кіберзахисту;
- 4) розвиток технологій кіберзахисту засобів рухомого зв'язку, забезпечення апаратної, контентної безпеки, безпеки додатків та сервісів зв'язку;
- 5) підвищення цифрової грамотності громадян та культури безпекової поведінки в кіберпросторі, набуття комплексних знань, навичок і здібностей, необхідних для підтримки кібербезпеки, впровадження державних і громадських проектів підвищення рівня обізнаності суспільства щодо кіберзагроз та кіберзахисту;
- 6) розвиток міжнародного співробітництва у сфері забезпечення кібербезпеки, підтримка міжнародних ініціатив у сфері кібербезпеки, які відповідають національним інтересам України,

поглиблення співпраці України з ЄС та НАТО для посилення спроможностей України у сфері кібербезпеки, участь у заходах зі зміцнення довіри у кіберпросторі, які проводяться під егідою ОБСЄ.

П'ятого жовтня 2017 року було прийнято Закон України «Про основні засади забезпечення кібербезпеки України», який «визначає правові та організаційні основи забезпечення захисту життєво важливих інтересів людини і громадянина, суспільства та держави, національних інтересів України у кіберпросторі, основні цілі, напрями та принципи державної політики у сфері кібербезпеки, повноваження державних органів, підприємств, установ, організацій, осіб та громадян у цій сфері, основні засади координації їхньої діяльності із забезпечення кібербезпеки» [24].

Важливим є питання формування ефективної **національної системи кібербезпеки**. Вона «має забезпечити взаємодію з питань кібербезпеки державних органів, органів місцевого самоврядування, військових формувань, правоохоронних органів, наукових установ, навчальних закладів, громадських об'єднань, а також підприємств, установ та організацій незалежно від форми власності, які провадять діяльність у сфері електронних комунікацій, захисту інформації та / або є власниками (розпорядниками) об'єктів критичної інформаційної інфраструктури» [27].

Суб'єктами національної системи кібербезпеки, які становлять її основу, є Міністерство оборони України, Державна служба спеціального зв'язку та захисту інформації України, Служба безпеки України, Національна поліція України, Національний банк України, розвідувальні органи. Кожен з цих суб'єктів бере на себе частину зобов'язань, щоб забезпечувати кібербезпеку України, а координацію та контроль їх діяльності має здійснювати Рада національної безпеки і оборони України.

Також «мають бути створені умови для залучення підприємств, установ та організацій незалежно від форми власності, які провадять діяльність у сфері електронних комунікацій, захисту інформації та/або є власниками (розпорядниками) об'єктів критичної інфраструктури, до забезпечення кібербезпеки України» [27].

Держава має сприяти і залученню наукових установ, навчальних закладів, організацій, громадських об'єднань і громадян до розробки та реалізації заходів із кібербезпеки і кіберзахисту.

Види кіберконфліктів та протистояння їм. Кіберзагрози охоплюють різноманітні впливи агресора, яким можуть бути окремі держави, групи та особи, на різні сфери життя держави: економічну, науково-технічну, сферу державного управління, оборонно-промисловий і транспортний комплекси, інфраструктуру електронних комунікацій, сектор безпеки і оборони України. Нині кіберзлочинність не обмежується збиранням, зберіганням, використанням, знищенням, поширенням персональних даних, незаконними фінансовими операціями, крадіжками та шахрайствами в мережі Інтернет, а стає транснаціональною проблемою та «здатна завдати значної шкоди інтересам особи, суспільства і держави» [27].

Кібератака розглядається як сукупність дій противника або ворожої групи, яка намагається досягти певної негативної для об'єкта атаки цілі чи ефекту з використанням комп'ютерної техніки зокрема чи можливостей кіберпростору в цілому, найчастіше – з використанням спеціально розроблених для таких завдань засобів. Сукупність кібератак, що перевищують за своїм загальним негативним впливом певне порогове значення, можуть розглядатися як початок кібервійни [8, с. 75] (рис. 10.1).

Кібератаки можуть здійснюватися дилетантами, хакерами, інсайдерами з метою особистого збагачення чи вигоди, а також спонсоруватися державою з метою шпигунства чи в умовах ведення інформаційної війни (рис. 10.2).

М. Каветлі пропонує таку **типологію кіберконфліктів**:

- 1) кібервандалізм (включає зміни чи знищення змісту, наприклад, веб-сайту, вимкнення чи перевантаження сервера, є найпоширенішою формою кіберконфлікту, що має значний суспільний резонанс, однак наслідки таких інцидентів обмежені в часі та відносно незначні);
- 2) інтернет-злочини (діяльність переважно з метою отримання прямого фінансового зиску, може включати як злочини з комп'ютерної техніки, так і суто комп'ютерні злочини);

- 3) кібершпигунство (головною жертвою найчастіше стає корпоративний сектор. За окремими підрахунками, втрати компаній від такої діяльності становлять до 1 трлн доларів США на рік. Урядові мережі, в яких міститься конфіденційна інформація, стають жертвами атак доволі рідко, хоча останнім часом такі атаки частішають);
- 4) кібертероризм (потенційно масштаби збитків від кібертеракту оцінюються надзвичайно високо, однак дотепер не було жодного реального випадку кібертероризму);
- 5) кібервійна [цит. за 8, с. 78].

Прикладом застосування кіберзброї в міжнародному кіберпросторі є кібератаки 2007 року, які завдали шкоди веб-сайтам відомих естонських організацій, зокрема установ громадського сектору, банків і медіа-компаній. Інформаційні ресурси різних країн стають об'єктами кібератак. Так, у 2010 році внаслідок кібератаки на компанію Google була тимчасово зупинена китайська версія цього сайту [16, с. 796].

Щорічно в спільній доповіді розвідувальних служб США йдеться про глобальні загрози національній безпеці. Починаючи з 2014 року, кіберзагрози займають 1-2 місця серед потенційних загроз, а список супротивників США стабільно містить РФ, КНР, Іран і КНДР [4].

У жовтні 2016 року адміністрація США офіційно звинуватила Росію у пошкодженні серверів американських партій під час виборчих перегонів. А в грудні президент США Барак Обама підписав указ про введення санкцій проти ФСБ і ГРУ, трьох російських компаній, що займаються інтернет-технологіями, а також шести громадян РФ у зв'язку з їх імовірною причетністю до кібератак на державні і політичні інститути США. У січні 2017 року розвідувальне відомство США оприлюднило заяву, в якій йшлося про повномасштабну кіберзагрозу для уряду США з боку Росії. У доповіді директора Нацрозвідки Джеймса Клеппера американському уряду та вищим посадовим особам зазначалося, що втручання росіян у процес виборів у США не обмежувалося лише хакерськими атаками. Також були використані такі засоби, як класична

пропаганда, дезінформація, фейкові новини, а наказ на втручання віддав особисто президент РФ.

Щодо України, то, за даними Держспецзв'язку, тільки в 2014 р. фахівці команди реагування CERT-UA вжили заходів щодо реагування на 216 комп'ютерних інцидентів (кіберінцидентів), 124 з яких стосувалися державного сектору України.

До **основних кіберзагроз України** належать:

- 1) використання кібератак для досягнення політичних цілей (атаки на системи ЦВК під час двох виборчих кампаній, використання проти українських урядових і неурядових структур), зокрема за допомогою бот-мереж;
- 2) поява нових та модифікація наявних зразків шкідливого програмного забезпечення проти України (віруси BlackEnergy, Uroboros, EnergeticBear, CrouchingYeti, EpicTurla);
- 3) поширення шкідливого програмного забезпечення, спрямованого на формування бот-мереж; фальшивих антивірусів, вірусів для основних мобільних платформ (у т.ч. для збирання даних з пристроїв, спостереження, запису розмов і перехоплення повідомлень).

Загрози кібербезпеці актуалізуються через дію таких чинників:

- 1) невідповідність інфраструктури електронних комунікацій держави, рівня її розвитку та захищеності сучасним вимогам;
 - 2) недостатній рівень захищеності критичної інформаційної інфраструктури, державних електронних інформаційних ресурсів та інформації, вимога щодо захисту якої встановлена законом, від кіберзагроз;
 - 3) безсистемність заходів кіберзахисту критичної інформаційної інфраструктури;
 - 4) недостатній розвиток організаційно-технічної інфраструктури забезпечення кібербезпеки та кіберзахисту критичної інформаційної інфраструктури та державних електронних інформаційних ресурсів;
-
-

- 5) недостатня ефективність суб'єктів сектору безпеки і оборони України у протидії кіберзагрозам воєнного, кримінального, терористичного та іншого характеру;
- 6) недостатній рівень координації, взаємодії та інформаційного обміну між суб'єктами забезпечення кібербезпеки [27].

В аналітичній доповіді до Щорічного Послання Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2016 році» зазначається, що загалом кількість кібератак в Україні збільшилася. І важливо зазначити не просто загальне зростання, а збільшення кількості атак типу АРТ (Advanced Persistent Threat), тобто цільових кібератак проти комп'ютерної мережі держави в поєднанні з негласними розвідувальними або підривними акціями, основною метою яких є отримання, порушення цілісності або блокування інформації, важливої для держави. Протягом 2013-2015 років було зафіксовано цілу низку АРТ-атак (Snake, Uroboros, Sofacy/APT28, EpicTurla, BlackEnergy 2 та 3, Armageddon та інші) на українські об'єкти. Вони спрямовані переважно проти державних інституцій і мають яскраво виражену мету збору таємної інформації чи інформації з обмеженим доступом. Зважаючи на те, що саме РФ здійснює системну гібридну агресію проти України, можна говорити про те, що за значною кількістю таких атак стоїть саме російський інтерес. Навіть західні партнери однозначно стверджують факт ведення Російською Федерацією кібервійни проти України [1, с. 222].

Серед випадків кібератак, що стались останнім часом, атаки із застосуванням шкідливого програмного забезпечення BlackEnergy наприкінці 2015 року на українські телеканали «СТБ», «5 канал», «Україна». «Їхні сервери, а саме головні завантажувальні записи були повністю змінені. Більшість файлів на диску просто заповнювались нулями, зовні ніяк не змінившись», тож «у результаті атаки постраждала велика кількість інформаційних матеріалів, і робота каналів була значно ускладнена» [11, с. 18]. Як бачимо, кібервійна суттєво впливає й на умови роботи журналіста.

Так, Міністерство юстиції Сполучених Штатів оголосило, що виведення з ладу Yahoo в 2014 році, внаслідок чого було розкрито

понад 500 мільйонів поштових скриньок, – це справа рук російської Федеральної служби безпеки (ФСБ), чії агенти співпрацюють з кіберзлочинцями. Це було одне з найбільших пошкоджень електронної пошти в історії, націлений проти поштових акаунтів групи журналістів, дисидентів і американських урядових чиновників [29].

За словами експерта «Інтерньюз-Україна» Віталія Мороза, кібервійна з Росією диктує нові правила для журналістів і «якщо журналіст розуміє, як безпечно пересилати інформацію, він зменшує ризики для військових» [13].

У червні 2016 року Український кіберальянс – спільнота українських кіберактивістів, що протидіють російській агресії в Україні, – передав волонтерам міжнародної спільноти Inform Naralm величезний масив даних, добутих зі зламаних поштових листувань та хмарних сховищ російських журналістів і пропагандистів.

Було оприлюднене листування російських пропагандистів щодо теми МН17, про обстріли української території, спроби інформаційного впливу росіян, спрямованого не тільки проти України, але і США. Зокрема, було розкрито подробиці роботи журналіста і пропагандиста державного «Першого каналу» РФ Сергія Зеніна, а також інформацію про його співпрацю з «Russia Today» та спроби дискредитації Агентства національної безпеки США [14].

Серед інших випадків атак на Україну – кібератака на Прикарпаття обленерго, що сталася 23 грудня 2015 року. Розслідування цього злочину показало, що функційну частину Black Energy завантажили в систему ще за шість місяців до фактичної дати атаки. Хакери «перепрошили» всю систему віддаленого доступу й отримали повний контроль над управлінням, зокрема рубильниками, а працівники були не в змозі протидіяти. Водночас відбувалася телефонна «сервісовідмовна» атака (так звана TelephonicDenial-of-ServiceAttack): на кол-центри компанії посипалися тисячі дзвінків із фіктивних номерів, що повністю унеможливило комунікацію між користувачами та підприємством через цей канал [11, с. 17]. Унаслідок цього «225 тис. споживачів на години залишилися без світла. За оцінками українських та іноземних фахівців, ця атака безпосередньо пов'язана з діями Російської Федерації. Про це

свідчать масштаби її підготовки (перші заходи, спрямовані на реалізацію цієї атаки, було вжито ще в 2014 році), ціль (абсолютно нетипова для традиційних цілей хакерів, які цікавляться передусім банківськими установами), використані засоби (вірус, що був підготовлений саме для цієї атаки і не детектувався антивірусними засобами)» [1, с. 221-222]. У січні 2016 року була спроба повторити атаку, але вона була невдалою.

16 січня 2016 р. виявлено ознаки хакерського проникнення до інформаційних систем аеропорту «Бориспіль» знову із застосуванням вірусу Black Energy, яке було успішно локалізоване.

12 травня 2017 року сталася масштабна кібератака, від якої постраждали, за словами директора Європолу Роба Вейнрайта, 200 тисяч користувачів у 150 країнах світу. Комп'ютерний вірус-вимагач блокував доступ до файлів на дисках комп'ютерів, вимагаючи грошей за відновлення доступу. Найбільше від нього постраждали Британія і Росія. В Англії під удар вірусу потрапили 48 відділень Національної служби охорони здоров'я, і ще 13 – в Шотландії [9].

Одним із наймасштабніших за наслідками було поширення вірусу NotPetya, який 27 червня 2017 р. атакував численні комп'ютерні системи українських державних і комерційних установ. «Загалом, за підрахунками спеціалістів Microsoft та ESET, кібератака зачепила щонайменше 65 країн. Проте встановлено, що першою й основною (якщо не єдиною) метою кібератаки була саме Україна. [...] За попередніми підрахунками, у результаті атаки на території України станом на 7 липня 2017 р. було виведено з ладу до 10% приватних, урядових і корпоративних комп'ютерів» [12, с. 52-53].

Відповідно до Стратегії кібербезпеки України боротьба з кіберзлочинністю передбачає здійснення таких заходів:

- 1) створення ефективного і зручного контакт-центру для повідомлень про випадки кіберзлочинів та шахрайства у кіберпросторі, підвищення оперативності реагування на кіберзлочини правоохоронних органів, зокрема їх регіональних підрозділів;
 - 2) удосконалення процесуальних механізмів щодо збирання доказів в електронній формі, що стосуються злочину,
-
-

удосконалення класифікації, методів, засобів і технологій ідентифікації та фіксації кіберзлочинів, проведення експертних досліджень;

- 3) запровадження блокування операторами та провайдерами телекомунікацій визначеного (ідентифікованого) інформаційного ресурсу (інформаційного сервісу) за рішенням суду;
- 4) упровадження схеми (протоколу) координації правоохоронних органів щодо боротьби з кіберзлочинністю;
- 5) підготовка суддів (слідчих суддів), слідчих та прокурорів для роботи з доказами, що стосуються злочину, отриманими в електронній формі, з урахуванням особливостей кіберзлочинів;
- 6) запровадження особливого порядку зняття інформації з каналів телекомунікацій у випадку розслідування кіберзлочинів.

Для протистояння кібератакам та їх знешкодженню, запобіганню інформаційним загрозам у 2007 році в Україні була створена CERT-UA (скор. від Computer Emergency Response Team of Ukraine – команда реагування на комп'ютерні надзвичайні події України) – спеціалізований структурний підрозділ Державного центру кіберзахисту та протидії кіберзагрозам (ДЦКЗ) Державної служби спеціального зв'язку та захисту інформації України (Держспецзв'язку). Основна мета CERT-UA – забезпечити захист державних інформаційних ресурсів та інформаційних і телекомунікаційних систем від несанкціонованого доступу, неправомірного використання, а також порушень їх конфіденційності, цілісності та доступності. А беручи до уваги транскордонність кіберзагроз, передбачені також заходи, спрямовані на ліквідацію інцидентів інформаційної безпеки, які виникають в інформаційному кіберпросторі українського сегмента мережі Інтернет. Членство з 2009 року CERT-UA у FIRST (скор. від Forum for Incident Response and Security Teams – Форум команд реагування на інциденти інформаційної безпеки) дає змогу їй оперативно взаємодіяти з 307 командами реагування на комп'ютерні інциденти (CERT) з 67 країн світу [32].

Також у межах реалізації Стратегії кібербезпеки України в 2015 році сформовано Департамент кіберполіції як структурний підрозділ

Національної поліції України, що спеціалізується на попередженні, виявленні, припиненні та розкритті кримінальних правопорушень, механізмів підготовки, вчинення або приховування яких передбачає використання електронно-обчислювальних машин (комп'ютерів), телекомунікаційних та комп'ютерних інтернет-мереж і систем. Його здобутками, зокрема, є те, що в 2016 р. було виявлено та знешкоджено бот-мережу Mumblehard, керовану з території Російської Федерації, що займалася розсиланням спаму [1, с. 223].

Міжнародна співпраця для посилення кібербезпеки України.

У 2008 році в рамках Спільної робочої групи України – НАТО з питань воєнної реформи за ініціативою Служби безпеки України було започатковано створення робочої підгрупи з питань кібернетичного захисту, що стало поштовхом для розробки концептуальних засад взаємодії між Україною та Північноатлантичним Альянсом у цій сфері, запровадження механізму консультацій та оперативного обміну інформацією в разі скоєння кібернетичних атак національного масштабу, розробки критеріїв оцінки кібернетичних загроз. У 2009 р. штаб-квартира НАТО затвердила стратегічний документ «Рамки співробітництва у питаннях кібернетичного захисту між НАТО та державами-партнерами», яким було закладено політико-правове підґрунтя для налагодження комплексної взаємодії та співробітництва із зацікавленими країнами-партнерами, зокрема й з Україною [17, с. 53].

На основі досягнутих домовленостей між Україною та НАТО було прийнято рішення про створення п'яти трастових фондів для України. Один із них спрямований на розвиток сучасних систем кіберзахисту відповідно до стандартів країн-членів НАТО, контрибуторами якого виступили Румунія, Естонія, Туреччина та Угорщина. Створення Трастового фонду Україна – НАТО з кібербезпеки полягає в можливості надавати Україні необхідну підтримку для розвитку оборонних технічних можливостей, зокрема створення лабораторій для розслідування інцидентів у кібернетичній сфері. Основним завданням діяльності Трастового фонду є створення сприятливих умов для підвищення технічних можливостей України у сфері забезпечення кібербезпеки протягом 24 місяців (постачання устаткування та обладнання, програмного забезпечення, технічної

допомоги, консультативних послуг, проведення навчальних тренінгів), при цьому загальний обсяг фінансування становить 815 тис. євро. У квітні 2015 р. Естонія виділила на діяльність трастового фонду НАТО для підтримки кібербезпеки в Україні 100 тис. євро, решту – інші країни Альянсу. Саме через систему цього Трастового фонду країни-члени НАТО надаватимуть підтримку Україні з метою розвитку її оборонних можливостей у галузі забезпечення кібернетичної безпеки [17, с. 53].

Попри певні успіхи міжнародної співпраці, пріоритетом зовнішньої політики України в аспекті кібербезпеки залишаються військово-технічне співробітництво з іноземними державами, поглиблення конструктивної співпраці з НАТО та ЄС з метою запозичення передового досвіду забезпечення кібербезпеки, результативності функціонування інституцій, які опікуються питаннями кіберзахисту, передусім з Трастовим фондом з кібербезпеки, Міжнародним центром кіберзахисту НАТО.

Завдання і запитання до параграфа

1. Випишіть з «Настанов з кібербезпеки від експертів», розроблених Бельгійським Відділенням Міжнародної Торгової Палати, Федерацією підприємств Бельгії, Ernst&Young, корпорацією Майкрософт, Бельгійським відділенням ISACA, асоціацією L-SEC та Бельгійським центром боротьби проти кіберзлочинності, основні принципи та необхідні заходи інформаційної безпеки.
 2. Що таке кібербезпека і як це поняття співвідноситься з інформаційною безпекою?
 3. Які є види кібератак і кіберконфліктів?
 4. У чому полягає реалізація Стратегії кібербезпеки України?
 5. Як кібервійна впливає на роботу журналіста?
 6. Які завдання у сфері інформаційної безпеки виконують CERT-UA і Департамент кіберполіції?
 7. Які міжнародні організації співпрацюють з Україною для посилення кібербезпеки?
-

Список використаної та рекомендованої літератури

1. Аналітична доповідь до Щорічного Послання Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2016 році» / Національний інститут стратегічних досліджень. – Київ : НІСД, 2016. – 688 с.
2. Богданов О. Перші кроки волонтерів інформаційних військ / О. Богданов, В. Мохор // Безпека інформації. – 2015. – Т. 21, № 1. – С. 100-103.
3. Бурячок В. Л. Стратегія оцінювання рівня захищеності держави від ризику стороннього кібернетичного впливу / В. Л. Бурячок, О. Г. Корченко, В. О. Хорошко, В. А. Кудінов // Захист інформації. – 2013. – Т. 15, № 1. – С. 5-14.
4. Виноградський О. Нова кіберстратегія США: плани і цілі [Електронний ресурс] / Олександр Виноградський // Defense Express. – Режим доступу : <https://defence-ua.com/index.php/statti/2642-nova-kiberstrateghiya-ssha-planu-i-tsilu> (дата звернення: 23.03.2018).
5. Впровадження європейської кібербезпеки: загальний огляд [Електронний ресурс] / ISACA ; пер. Київського відділення ISACA. – Режим доступу : http://www.isaca.org/Knowledge-Center/Research/Documents/European-Cybersecurity-Implementation-Overview_res_Ukr_1215.pdf (дата звернення: 18.03.2018).
6. Гнатюк В. Аналіз дефініцій поняття «інцидент» та його інтерпретація у кіберпросторі / В. Гнатюк // Безпека інформації. – 2013. – Т. 19, № 3. – С. 175-180. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/bezin_2013_19_3_7 (дата звернення: 28.04.2018).
7. Головка А. А. Захист кіберпростору як складова інформаційної безпеки України в умовах гібридної війни / А. А. Головка // Молодий вчений. – 2016. – № 4. – С. 333-336. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2016_4_83 (дата звернення: 02.05.2018).
8. Дубов Д. Геополітичне суперництво у кіберпросторі як чинник впливу на національну безпеку України : дис. ... д-ра наук : спец. 21.01.01 – основи національної безпеки держави (політичні науки) / Д. Дубов ; Нац. ін-т стратегічних досліджень. – Київ, 2016. – 434 с.
9. Європол: загроза кібератаки посилюється [Електронний ресурс] // BBC. Україна : веб-сайт. – Режим доступу : http://www.bbc.com/ukrainian/news-39914971?ocid=socialflow_facebook (дата звернення: 20.04.2018).
10. Живилю Є. О. Стратегія воєнної безпеки кіберпростору України / Є. О. Живилю, О. О. Черноног, В. В. Машталір // Збірник наукових праць Військового інституту телекомунікацій та інформатизації. – 2016. – Вип. 1. – С. 41-52.
11. Заман А. Основи безпеки кібердіяльності / Асіф Заман // Куншт. – 2017. – № 6. – С. 15-18.
12. Інформаційна безпека та кібербезпека держави // Аналітична доповідь до Щорічного Послання Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2017 році» / Національний інститут стратегічних досліджень. – Київ : НІСД, 2017. – С. 47-56.

13. Кібервійна з Росією диктує нові правила для журналістів [Електронний ресурс] // Громадське радіо. – Режим доступу : <https://hromadskeradio.org/programs/rankova-hvylya/kiberviyna-z-rosiyeyu-dyktuye-novi-pravyyla-dlya-zhurnalistiv-mediaekspert> (дата звернення: 01.04.2018).
14. Кібервійна: огляд найуспішніших публічних операцій Українського Кіберальянсу в 2016 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://informnapalm.org/ua/cyberwar-2016> (дата звернення: 10.05.2018).
15. Косошов О. М. Сучасна політика безпеки кіберпростору в умовах його мілітаризації / О. М. Косошов, А. О. Сірик // Сучасні інформаційні технології у сфері безпеки та оборони. – 2015. – № 3. – С. 181-186.
16. Лук'янчикова В. Ю. Кіберпростір: загрози для міжнародних відносин та глобальної безпеки / В. Ю. Лук'янчикова // Гілея. – 2013. – № 72. – С. 793-796.
17. Лук'янчук Р. В. Міжнародне співробітництво у сфері забезпечення кібернетичної безпеки: державні пріоритети / Р. В. Лук'янчук // Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. Серія: Державне управління. – 2015. – № 4. – С. 50-56.
18. Марков В. В. Про механізми скоєння злочинів у кіберпросторі та особливості їх кваліфікації / В. В. Марков // Південноукраїнський правничий часопис. – 2013. – № 1. – С. 112-115.
19. Матвеева О. В. Кіберпростір як місце зіткнення суспільних інтересів / О. В. Матвеева // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2012. – Вип. 104(1). – С. 248-251.
20. Медведєва О. Кіберпростір як сфера діяльності розвідувальних служб / О. Медведєва // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2011. – Вип. 98(2). – С. 116-117. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/armv_2011_98\(2\)_47](http://nbuv.gov.ua/UJRN/armv_2011_98(2)_47) (дата звернення: 14.03.2018).
21. Настанови з кібербезпеки від експертів [Електронний ресурс] / Бельгійське Відділення Міжнародної Торгової Палати, Федерація підприємств Бельгії та ін. ; пер. Київського відділення ISACA, Microsoft Україна. – Режим доступу : <http://www.isaca.org.ua/index.php/press-center/news/191-translation-of-guidelines-on-cybersecurity> (дата звернення: 30.03.2018).
22. Піддубна Л. В. Кіберпростір як соціокультурний фактор мережевого суспільства / Л. В. Піддубна // Гілея. – 2016. – Вип. 105. – С. 204-207.
23. Почепцов Г. Сучасні інформаційні війни / Г. Почепцов. – 2-ге вид., допов. – Київ : Вид. дім «Киево-Могилянська академія», 2016. – 504 с.
24. Про основні засади забезпечення кібербезпеки України: Закон України / Верховна Рада України // Відомості Верховної Ради. – 2017. – № 45. – С. 42-57.
25. Рибка С. В. Кіберпростір, управління інфраструктурою, кібербезпека / С. В. Рибка, Є. В. Кільчицький, О. М. Післегін // Стратегічна панорама. – 2015. – № 1. – С. 126-134.
26. Тарасенко Н. Доктрина інформаційної безпеки України в оцінках експертів [Електронний ресурс] / Н. Тарасенко // Центр досліджень соціальних комунікацій НБУВ : веб-сайт. – Режим доступу : http://nbuviar.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=2759:doktrina-informatsijnoi-

- bezpeki-yak-zasib-protidiji-informatsijnim-zagroزام&catid=8& Itemid=350
(дата звернення: 25.04.2018).
27. Доктрина національної безпеки України. Затверджено Указом Президента України № 47/2017 від 25 лютого 2017 року // Офіційне інтернет-представництво Президента України : веб-сайт. – Режим доступу : <http://www.president.gov.ua/documents/472017-21374> (дата звернення: 14.04.2018).
 28. Указ Президента України №96/2016 Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 27 січня 2016 року «Про Стратегію кібербезпеки України» [Електронний ресурс] // Офіційне інтернет-представництво Президента України : веб-сайт. – Режим доступу : <http://www.president.gov.ua/documents/962016-19836> (дата звернення: 16.03.2018).
 29. Україна – полігон для хакерів: Як Росія пише нові правила кібервійни [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://ua.112.ua/statji/ukraina--polihon-dlia-khakeriv-yak-rosiia-pyshe-novi-pravy-la-kiberviiny-379318.html> (дата звернення: 05.05.2018).
 30. Фахівці США в Києві шукають «російський слід» Black Energy : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.ukrinform.ua/rubric-technology/1954993-fahivci-ssa-v-kievi-sukaut-rosijskij-slid-black-energy.html> (дата звернення: 03.04.2018).
 31. Фурашев В. М. Кіберпростір та інформаційний простір, кібербезпека та інформаційна безпека: сутність, визначення, відмінності / В. М. Фурашев // Інформація і право. – 2012. – № 2. – С. 162-169.
 32. Computer Emergency Response Team of Ukraine [Електронний ресурс] : веб-сайт. – Режим доступу : <http://cert.gov.ua> (дата звернення: 27.03.2018).
 33. Joseph S. Nye, Jr. CyberPower / Joseph S. Nye, Jr. ; Belfer Center for Science and International Affairs, Harvard Kennedy School. – Cambridge, MA, 2010. – 24 с.

Автор параграфа:

канд. філол. н., ст. викладач каф. журналістики
НПУ імені М. П. Драгоманова
Юлія ПОЛТАВЕЦЬ

§ 11. Особливості роботи журналіста в зонах військових конфліктів

Сучасна світова спільнота живе в епоху глобальних соціально-політичних змін, які провокують та підігривають низку військових конфліктів. Розподіл сфер геополітичного та економічного впливу, боротьба за території та природні ресурси, релігійні та культурні розбіжності – основні причини як минулих, так і сучасних війн.

Журналістика ніколи не була легкою та безпечною сферою діяльності. За статистикою, новинна журналістика вважається однією з найбільш небезпечних сучасних професій. За даними Міжнародного комітету захисту журналістів, за останні 15 років (1992–2017 рр.) у світі загинуло 1285 журналістів через виконання своїх професійних обов'язків, 40% було вбито під час висвітлення війн та інших збройних конфліктів.

У деяких країнах засоби масової інформації сприймаються як ворог, на журналістів здійснюють напади, їх беруть у заручники. Війна – це завжди небезпечно і непередбачувано, проте ризики для тих, хто висвітлює перебіг подій у зоні конфліктів, зараз значно зросли.

Комітет із захисту журналістів підтверджує цю думку цифрами: за сім років збройного конфлікту в Іраку (2003–2010 рр.) був убитий 71 журналіст – саме стільки, скільки за всі 20 років В'єтнамської війни. Конфлікт у Сирії, що триває менше п'яти років, уже забрав життя 70 репортерів. Немає якоїсь однієї причини, що зумовлює зростання кількості жертв серед військових журналістів. Каталізаторами цього є кілька взаємопов'язаних чинників. На думку відомого американського військового репортера Джеймса Брабазона, це, насамперед, «низький рівень оплати роботи військових репортерів, легкість проникнення в зони конфліктів, невагомість нового обладнання, невгамовний попит на військові фото і відео, збільшення кількості самих конфліктів» [6].

Але статистика останніх двох років демонструє позитивну та оптимістичну динаміку. У глобальному масштабі кількість

журналістів, убитих під час виконання своїх професійних обов'язків, за два останні роки зменшилася: 17 випадків (станом на 15 грудня 2017 року) проти 18 випадків за весь 2016 рік. Протягом чотирьох років, що передували 2016-ому, щорічна кількість убивств журналістів варіювалася від 61 до 74, оскільки хвиля конфліктів на Близькому Сході спричиняла збільшення людських втрат з боку преси. Журналісти, які висвітлюють досі не згаслі осередки воєн у регіоні, виконують свою роботу з ризиком для життя. У 2017 році найбільш небезпечними країнами для роботи репортерів стали Ірак і Сирія, де було вбито вісім і сім журналістів відповідно.

Причина нинішнього зниження кількості таких убивств залишається невідомою, але вона може бути результатом сумарної дії кількох чинників: самоцензури, зусиль щодо привернення уваги світової громадськості до питання про безкарність злочинців, а також використання інших засобів, наприклад, тюремного ув'язнення, щоб змусити критично налаштованих журналістів замовкнути.

В останні роки зростає міжнародний тиск з метою посилення захисту журналістів та вирішення проблеми високого рівня безкарності злочинців, які вбивають журналістів. Радою з прав людини і Генеральною Асамблеєю ООН прийнято відповідні резолюції. Цього року більшість країн відгукнулася на заклик ООН щодо застосування механізму відповідальності за безкарність злочинців, за яким здійснюється запит інформації про статус розслідувань справ про вбивства журналістів.

Уперше статус журналіста на війні було визначено Гаазькою конвенцією 1907 року «Про закони і звичаї сухопутної війни». У ст. 13 додатку до конвенції зазначено: «Особи, які супроводжують армію, але прямо не належать до неї, такі як кореспонденти газет і репортери, маркітанти та постачальники, які потрапляють до рук ворога і він вважає за доцільне затримати їх, користуються правами військовополонених за умови, що вони мають при собі посвідчення від військового керівництва тієї армії, яку вони супроводжували» [7].

Питання безпеки журналістів на війні неодноразово обговорювалося на засіданнях Генеральної Асамблеї ООН в 70-х роках. 8 червня 1977 року були прийняті Додаткові протоколи до Женевських конвенцій. Статусу військових журналістів присвячений

цілий розділ («Глава III. Журналісти») у Додатковому протоколі I. У ньому знову зазначається, що журналісти є цивільними особами, однак даються уточнення: «Як такі, вони (журналісти) користуються захистом відповідно до Конвенцій і цього Протоколу за умови, що вони не чинять дій, несумісних з їх статусом цивільних осіб, і без шкоди праву воєнних кореспондентів, акредитованих при збройних силах, на статус, передбачений статтею 4 (А.4) Третьої конвенції» [2].

Журналісти – цивільні особи, і користуються вони захистом тільки доти, доки залишаються цивільними особами. Оскільки журналіст – сторонній спостерігач, а не учасник дій, то він не має права будь-яким чином брати участь у військових діях, носити зброю, несанкціоновано перебувати біля важливих військових об'єктів.

Існує дві категорії журналістів, які можуть працювати в зоні збройного конфлікту та які перебувають під захистом міжнародного гуманітарного права: журналісти, прикріплені до військової частини; оперативні військові кореспонденти.

В останні роки посилилася практика «прикріплення» журналістів до військових частин, що знаходяться на передовій. Тобто, журналісти живуть та працюють у військових підрозділах, переміщаються разом з ними. Цей підхід використовувався і раніше, але під час війни в Іраку в 2003 році він став набагато масштабнішим. Британія і США мали разом 700 таких кореспондентів, і це значно вплинуло на висвітлення конфлікту в засобах масової інформації.

Основні вимоги до такої співпраці – це дотримання принципів демократії та верховенства права. Урядові структури не повинні втручатися в редакційну політику засобів масової інформації, спекулювати фактами, тиснути на журналістів та мають надавати тільки об'єктивні коментарі.

Незалежні репортери, неприкріплені до військової частини, мають більше свободи дій, але водночас зростають ризики та небезпека.. «Зазвичай ми їдемо на 2-3 тижні. Перед поїздкою завжди складаємо план: куди їхати, з ким там зустрічатися. Добре наперед мати список історій, які хочеш привезти. Якщо виїхати без плану, можна повернутися ні з чим. Водночас, потрібно бути готовим, що на

місці твої плани можуть кардинально змінитися», – говорить фотокореспондент «Kyiv Post» Анастасія Власова [1].

Військова журналістика народилася в Україні одночасно з самопроголошенням так званих «народних республік» у Донецькій і Луганській областях. Тут журналісти отримали значний досвід роботи під обстрілами, життя з солдатами і волонтерами, вчилися не розкривати військові позиції в публікаціях, вибиратися з полону і відходити від післявоєнного синдрому.

Російське заперечення своєї присутності і нав'язування версії про «громадянську війну» вносить плутанину в терміни і виводить дискусію на міжнародний рівень. Хто воює на Сході: терористи, сепаратисти чи російські війська? Що відбувається: українська криза, АТО, збройний конфлікт, війна з Росією чи громадянська війна? «ЛНР» і «ДНР» в лапках чи ні? Що це взагалі за утворення: «невизнані держави», «самопроголошені республіки» чи «тимчасово окуповані території»? Всі ці терміни паралельно використовуються в ЗМІ і є маркерами сприйняття конфлікту.

Стаття 15 Закону України «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів» та стаття 25 Закону України «Про інформацію» містять однакоvu норму, що надає право засобу масової інформації відряджати журналістів «у місця збройних конфліктів, вчинення терористичних актів, ліквідації небезпечних злочинних груп» та визначають обов'язки журналістів щодо користування отриманою там інформацією. При цьому вся відповідальність за відряджених журналістів покладається на засоби масової інформації, що їх відряджають.

В Англії, наприклад, є юридичне поняття «duty of care» (дослівно – «зобов'язання про турботу»), яке зобов'язує роботодавця забезпечити збереження здоров'я і життя співробітників. Перед відправленням працівника на будь-яке завдання, що потенційно містить небезпеку для життя і здоров'я, співробітники більшості компаній (не тільки ЗМІ) заповнюють спеціальну форму оцінки ризику (risk assessment), відповідно до якої їм надається необхідне для роботи обладнання, засоби захисту, консультації і підготовка. В останні два–три десятиліття у західних країнах турботі про безпеку

журналістів приділяється все більше уваги, незважаючи на відсутність прямих законодавчих вимог.

Підготовчі тренінги та консультації, організовані міжнародними організаціями та вітчизняними ЗМІ для військових журналістів, проводять і в Україні. Ці тренінги дуже практичні і тому корисні – вони дають хорошу базу і допомагають виробити власний алгоритм дій в різних ситуаціях, навчитися чітко розуміти, що правильно, а що ні. Про прикладну цінність та застосування таких знань у житті розповідає Анастасія Власова: «На тренінгу від Internews польський спецназівець навчав, як поводитися під час допиту. Потім у мене був випадок у Донецьку в кінці грудня, коли нас затримала бригада “Схід” і мене три години допитували. Поради спецназівця дійсно допомогли. Наприклад, він навчав при допиті дивитися людині на ніс. В ідеалі той, хто говорить правду, дивиться співрозмовнику в очі, а той, хто намагається щось приховати, навпаки, відводить погляд. Якщо ти дивишся на ніс, то людина, яка тебе слухає, не бачить різниці» [1].

Ще одним важливим аспектом роботи в зоні військових конфліктів є питання акредитації. Для того, щоб отримати дозвіл на роботу на територіях АТО, які підконтрольні українським військовим, потрібно пройти трискладову процедуру:

1) акредитація в Службі безпеки України. Представник засобу масової інформації, що не був раніше акредитованим СБУ, має надіслати до Служби безпеки України лист на бланку засобу масової інформації з проханням акредитувати відповідних працівників. У листі вказуються прізвища, ім'я, по батькові, посади представників ЗМІ, їхні контактні телефони, а також термін відрядження. Лист має бути підписаний керівником засобу масової інформації та засвідчений печаткою. До листа додаються копії паспортів (1 і 2 сторінки) представників ЗМІ, що акредитуються, та їхніх журналістських посвідчень;

2) оформлення прес-карти в прес-центрі АТО. Після отримання відповідної попередньої акредитації від СБУ, представник засобу масової інформації повинен надіслати на електронну пошту presscentreato@ukr.net свою фотокартку, ім'я та прізвище (латиницею та кирилицею, відповідно до основного документа, який посвідчує

особу представника ЗМІ), а також скановану копію документа, що підтверджує належність особи до вказаного засобу масової інформації;

3) отримання прес-карти. Прес-карту можна отримати або в прес-центрі АТО в місті Краматорську (вул. Олекси Тихого, 10-В, тел. для довідок: +38 098 671 30 40), або в місті Києві (проспект Повітрофлотський, 6, тел. для довідок: +38 044 245 44 01). Наявність посвідчення особи при цьому обов'язкова.

Для отримання прес-карти першого рівня акредитації представники ЗМІ обов'язково мають пройти триденні курси при Міністерстві оборони України (на базі Національного університету оборони імені Івана Черняхівського: два дні теоретичних занять, а також одnodенні практичні заняття на полігоні 169 навчального центру Сухопутних військ Збройних Сил України в смт. Десна Чернігівської області. Для представників іноземних ЗМІ, які також за встановленим порядком отримали акредитацію Служби безпеки України, прес-карта першого рівня акредитації видається лише після проходження обов'язкового одnodенного інструктажу [4].

Гострим та неоднозначним є питання роботи журналістів на територіях самопроголошених «ЛНР» та «ДНР». Особливо після травня 2016 року, коли сайт «Миротворець» опублікував список журналістів з акредитацією на підконтрольних бойовикам територіях. У список увійшли дані співробітників іноземних засобів масової інформації з 59 країн. Серед них, зокрема, є журналісти з Австрії, Азербайджану, Бразилії, Іраку і Японії. Кілька співробітників представляють міжарабські ЗМІ і ще четверо – Україну.

Ця подія викликала величезний резонанс серед вітчизняних та зарубіжних представників засобів масової інформації, більшість яких вважає, що це грубе порушення норм про нерозголошення особистих даних журналістів, які, ризикуючи життям, об'єктивно висвітлювали події і розповідали в українських та світових медіа, що відбувалося на окупованих територіях.

«Сайт “Миротворець”, вищі посадові особи держави, такі як глава МВС Арсен Аваков, його радник народний депутат Антін Геращенко і міністр інформполітики Юрій Стець, намагаються прирівняти звичайну акредитацію до співпраці з тероризмом. Вони

намагаються затаврувати працюючих там журналістів як тих, хто йде на угоду з самопроголошеною владою, російськими сепаратистами і кремлівськими інсургентами. Це дуже небезпечно. І просто зараз під ударом виявилися ті журналісти і фіксери, які знаходяться на окупованих територіях», – вважає журналіст Ігор Бурдига, який неодноразово висвітлював події військового конфлікту з окупованих територій [5].

Висвітлення воєнних дій – одне з найскладніших завдань для будь-якої журналістської організації або журналіста, і не тільки через безпеку для здоров'я і життя репортера. Дуже складно оцінювати й зважувати уривчасту та суперечливу інформацію, з'ясовувати, що саме відбувається, і подати об'єктивну картину подій, особливо якщо мова йде про рідну країну самого репортера. Основним ресурсом для тих, хто готується до небезпечного відрядження або передбачає своє перебування в нештатних ситуаціях, був і залишається досвід попередників. Поведінка кожного кореспондента в гарячій точці – справа не тільки його особистої безпеки, але і безпеки колег, на яких може позначитися його нерозважливість або прагнення продемонструвати свої переваги. Важливо знати, як правильно поводитися і як виконувати завдання в таких умовах.

Завдання і запитання до параграфа

- 1) Перегляньте відео «BBC Academy: репортаж із зони конфлікту» та дайте відповіді на такі запитання: а) як називається програма, яка була розпочата в 2003 році в Іраку та докорінно змінила уявлення про військову журналістику? б) Яких двох заборон під час передавання інформації дотримувалися працівники британських та американських ЗМІ? в) Як відбувалася співпраця прикріплених та незалежних кореспондентів? г) Які основні правила поведінки були обов'язковими для працівників BBC? д) Після загибелі якого незалежного журналіста більшість репортерів залишили Ірак? е) Скільки днів тривав офіційний військовий конфлікт? є) Що таке «дружній» вогонь та хто його розпочав?
 - 2) Користуючись Законом України «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів»,
-

накресліть схему прав та обов'язків журналіста, який працює в зоні військового конфлікту.

- 3) Напишіть біографічну замальовку про одного з відомих військових журналістів.

Список використаної та рекомендованої літератури

1. Беляева Я. Моя задача – вызвать у читателя ужас, а не отвращение [Електронний ресурс] / Я. Беляева // Mymedia. – Режим доступу: http://mymedia.org.ua/articles/warzone/anastasia_vlasova_dobass.html (дата звернення 20.05.2018).
2. Додатковий протокол до Женевських конвенцій від 12 серпня 1949 року [Електронний ресурс] // Офіційний веб-сайт Верховної Ради України. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/995_199 (дата звернення 05.03.2018).
3. Журналістика в умовах конфлікту: передовий досвід та рекомендації. – [Електронний ресурс]: посібник рекомендацій для працівників ЗМІ / М. Буроменьський, С. Штурхецький, Е. БІЛЗ та ін. – Київ: «Компанія ВАІТЕ», 2016. – 118с. – Режим доступу: <https://www.osce.org/uk/ukraine/254531?download=true> (дата звернення 25.05.2018).
4. Порядок акредитації в зоні АТО [Електронний ресурс] // Офіційний веб-сайт Служби безпеки України. – Режим доступу: <https://ssu.gov.ua/ua/pages/88> (дата звернення 12.03.2018).
5. Синицина Е. Работать в зоне военного конфликта без аккредитации – самоубийство [Електронний ресурс] / Е. Синицина // Телекритика. – Режим доступу: <http://ua.telekritika.ua/media-i-vlada/2016-05-17/114123> (дата звернення 03.04.2018).
6. Судьба и дешевающая жизнь военных корреспондентов [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.gq.ru/person/sudba-i-desheveyuschaya-zhizn-voennyh-korrespondentov> (дата звернення 23.03.2018).
7. IV Конвенція про закони і звичаї війни на суходолі та додаток до неї: Положення про закони і звичаї війни на суходолі [Електронний ресурс] // Офіційний веб-сайт Верховної Ради України. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/995_222 (дата звернення 15.04.2018).

Автор параграфа:
асист. каф. журналістики
НПУ імені М. П. Драгоманова
СВІТЛАНА ШЕВЧУК

РОЗДІЛ 4

МЕДІАОСВІТА ЯК ФУНДАМЕНТАЛЬНА СКЛАДОВА ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ

§ 12. Роль медіаграмотності в професійному та особистому становленні людини інформаційної епохи

Інформаційний прогрес розширив можливості кожної людини і змінив напрямок розвитку суспільства загалом. Те, про що писали Д. Белл, Е. Тоффлер, М. Маклюен, кожен відчуває сьогодні в своєму повсякденні. Однак якщо більшість країн світу проходили шлях до інформаційного суспільства поступово, крок за кроком, отримуючи зиски від його переваг і маючи час на осмислення і вироблення механізмів подолання загроз, то всі країни колишнього СРСР змушені були еволюціонувати прискореними темпами, за кілька «п'ятирічок». Це, природно, мало свої наслідки.

Нові технології ставали все дешевшими й доступнішими, а люди не поспішали їх освоювати. Це призвело до часткового розриву поколінь: молодь дуже швидко пристосувалася до нової реальності і захоплено вітала можливості, які відкривалися перед нею завдяки все новим і новим гаджетам, а старші покоління все ще боязко поглядали на комп'ютер. Інформація ставала і засобом, і ресурсом, і продуктом, і товаром, що приводило до посилення її ролі. З'явилися і

моментально набули шаленої популярності соціальні мережі, у сфері комунікації розвинулися медіакомунікації, для яких інформувати занадто мало, їм треба здійснювати вплив на громадськість, провокувати реакцію на резонансні повідомлення. Люди ж не вміли й не знали, як правильно весь цей величезний масив інформації, який до того ж часто приховує маніпулятивні змісти, сприймати і осмислювати.

Цим скористалися всі соціальні інститути, особливо політика. Медіа перетворилися на арену для політичних ігор, а ми – на заручників прогагандистських і маніпулятивних технологій.

Людина нової епохи стала залежною від інформації. Вона щодня повинна адаптуватися до нових викликів і ризиків, які породжують медіа. Не маючи знань, як це робити без шкоди для себе, легко розгубитися. Результатом хаотичного накопичення різних відомостей, у яких неясно, що важливе, а що ні, де правда, а де вимисел і облуда, стають втрата світовідчуття, трансформації ціннісних орієнтирів. А все це – вигідна платформа для маніпулювання. Недаремно говорять, що сучасні війни перейшли у сферу свідомості народу. Лише одиниці перевіряють почуте чи побачене в кількох джерелах, більшість не обтяжує себе цим. Парадокс полягає в тому, що шукати інформацію є де, вона відкрита й доступна кожному, але ми не хочемо цього робити, нам легше повірити комусь, хто це не дуже відповідально зробив за нас. Тобто в громадськості взагалі не сформовані навички пошуку, відбору, створення, поширення, сприймання й усвідомлення інформації, і це в першу чергу результат того, що освіта не забезпечила людей системою знань такого типу. Тимчасом успішну самореалізацію особистості годі сьогодні уявити без розвитку високого рівня медіакомпетентності.

Світ зреагував – є низка міжнародних документів, які визначають суть, принципи, основні методики реалізації медіаосвіти: Паризька програма-рекомендація з медіаосвіти ЮНЕСКО (від 22 червня 2007 р.), резолюція Європарламенту щодо медіаграмотності у світі цифрової інформації (від 16 грудня 2008 р.), Феська декларація ЮНЕСКО з медіаінформаційної грамотності (від 17 червня 2011 р.) та Паризька декларація ЮНЕСКО з медіаінформаційної грамотності в

цифрову епоху (від 28 травня 2014 р.). Отже, ЮНЕСКО вказує, що медіаосвіта є частиною основних прав кожного громадянина будь-якої країни світу на свободу самовираження і права на інформацію, крім того, вона є інструментом підтримки демократії. Медіаосвіта рекомендується до впровадження в національні навчальні плани всіх держав, в систему додаткового навчання, неформальної освіти протягом усього життя [10].

Україна також на державному рівні впроваджує медіаосвіту. Президія Національної академії педагогічних наук України в 2010 році створила Концепції впровадження медіаосвіти в Україні. Тоді ж стартував експериментальний етап, який тривав із 2011 по 2016 рік. У цей період у десятих класах шкіл, які взяли участь у експерименті, почали впроваджувати факультатив «Медіакультура». Понад 40 тис. учнів у 250 загальноосвітніх навчальних закладах були долучені до вивчення нової дисципліни.

Двадцять першого квітня 2016 року було схвалено нову редакцію Концепції, а 18 серпня 2017 року датований Наказ МОН України «Про проведення всеукраїнського експерименту за темою “Стандартизація наскрізної соціально-психологічної моделі масового впровадження медіаосвіти у вітчизняну педагогічну практику”», який містить конкретні настанови щодо покрокового впровадження медіаосвіти в навчальний процес.

З 2017 року розпочався наступний етап експерименту з медіаосвіти, який триватиме до 2022 року. На цьому етапі наявну наскрізну модель викладання медіаграмотності перевірять на ефективність і попрацюють над підвищенням рівня медіакомпетентності самих педагогів та студентів педагогічного і психологічного профілю, яких відчутно бракує. Для цього заплановано провести широкі громадські обговорення, здійснити стандартизацію варіативної моделі шкільної медіаосвіти, розробити освітньо-професійні програми для підготовки медіапедагогів у вишах, створювати й поширювати інформаційно-методичні матеріали, доповнити програми різних предметів елементами, які сприятимуть формуванню медіакомпетентностей, посилять медіаосвітні функції бібліотек, фестивалів, конкурсів тощо. Етап 2021–2025 років

зорієнтований на масове впровадження медіаосвіти в навчальні заклади всіх рівнів.

У названих вище документах вичерпно й коректно подані всі визначення основних термінів (медіаосвіта, медіаграмотність, медіакультура, медіапедагогіка тощо), описані мета, завдання, напрямки розвитку медіаосвіти в Україні. Варто зупинитися на основних положеннях, зокрема Концепції 2016 року.

Мета: «сприяння розбудові в Україні ефективної системи медіаосвіти, що має стати фундаментом гуманітарної безпеки держави, розвитку і консолідації громадянського суспільства, протидії зовнішній інформаційній агресії, всебічно підготувати дітей і молодь до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою медіа, формувати у громадян медіаінформаційну грамотність і медіакультуру відповідно до їхніх вікових, індивідуальних та інших особливостей» [3].

Найважливішими **принципами** медіаосвіти названо особистісний соціально-психологічний підхід, перманентне оновлення змісту, орієнтація на розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, пріоритет морально-етичних цінностей, пошанування національних традицій, патріотизм, громадянська спрямованість, естетична наснаженість, продуктивна мотивація.

Основні **завдання** медіаосвіти спрямовані «на формування:

- 1) *медіаінформаційної грамотності* як комплексу умінь, знань, розуміння і відносин, які дають споживачам можливість: ефективно і безпечно користуватися медіа, усвідомлено обирати, розуміти характер контенту і послуг, приймати рішення та користуватися повним спектром можливостей, які пропонують нові комунікаційні технології та медіаінформаційні системи, а також можливість захистити себе і свою сім'ю від шкідливого або вразливого інформаційного матеріалу;
 - 2) *медіаімунітету* особистості, який робить її здатною протистояти агресивному медіасередовищу і деструктивним медіа-інформаційним впливам, забезпечує психологічне благополуччя при споживанні медіапродукції, що передбачає медіаобізнаність, уміння обирати потрібну інформацію, оминати
-
-

інформаційне «сміття», захищатися від потенційно шкідливої інформації з урахуванням прямих і прихованих впливів;

- 3) *рефлексії і критичного мислення* як психологічних механізмів, які забезпечують свідоме споживання медіапродукції і саморегуляцію взаємодії з медіа на основі ефективного орієнтування в медіапросторі та осмислення власних медіапотреб, адекватного та різнобічного оцінювання змісту, джерела, форми і якості надання інформації, її повноцінного і критичного тлумачення з урахуванням особливостей сприймання мови різних медіа, розвивають здатність протистояти зовнішній інформаційній агресії і пропаганді, деструктивним медіаінформаційним впливам;
- 4) *здатності до медіаторчості* для компетентного і здорового самовираження особистості та реалізації її життєвих завдань, розвитку патріотизму, української ідентичності, згуртованості, солідарності, зокрема для подолання соціальних наслідків воєнних дій на Донбасі та окупації Криму, покращення якості міжособової комунікації і приязності соціального середовища, доброзичливості в мережі стосунків, а також якості життя в значущих для особистості спільнотах.
- 5) *спеціалізованих аспектів медіакультури*: візуальної медіакультури (сприймання кіно, телебачення), аудіальної і музичної медіакультури, розвинених естетичних смаків щодо форм мистецтва, опосередкованих мас-медіа, сучасних напрямів медіа-арту тощо» [3].

Наголосимо: виходячи з задекларованих принципів і завдань, медіаосвіта покликана допомогти сучасній людині навчитися:

- 1) користуватися новими технологіями і сформувати звичку до постійного оновлення своїх знань у цій сфері;
 - 2) створювати свій медійний продукт;
 - 3) осмислено і, що найважливіше, критично сприймати інформацію, а отже – оберегати себе від шкідливих впливів технологій маніпулювання і пропаганди;
 - 4) здійснювати пошук, систематизацію, аналіз потрібної в повсякденному житті та професії інформації, долаючи відчуття
-
-

розгубленості від постійного розширення інформаційного поля навколо себе;

- 5) розуміти значущість медійної компоненти в сучасній світовій культурі й долучатися до її творення.

Таким чином, в основі медіаграмотності – модель, яка заохочує людей замислюватися над тим, що вони бачать і читають. Завдання медіаграмотності полягає в трансформації медіаспоживання в активний та критичний процес, допомагаючи людям краще усвідомити потенційну маніпуляцію, а також допомогти зрозуміти роль мас-медіа і засобів масової інформації у формуванні громадської думки [9]. Тобто, «медіаграмотність – складова медіакультури, яка стосується вміння користуватися інформаційно-комунікативною технікою, виражати себе і спілкуватися за допомогою медіазасобів, успішно здобувати необхідну інформацію, свідомо сприймати і критично тлумачити інформацію, отриману з різних медіа, відділяти реальність від її віртуальної симуляції, тобто розуміти реальність, сконструйовану медіаджерелами, осмислювати владні стосунки, міфи і типи контролю, які вони культивують» [3].

Структура медіаосвіти, описана в Концепції, дає змогу формувати навички медіакомпетенції протягом усього життя: медіаосвіта дошкільна, шкільна, позашкільна, у вищій школі, батьківська, дорослих, а також неформальна – медіаосвіта засобами медіа.

Відповідно до цієї структури пріоритетними напрямками розвитку в Україні ефективної системи медіаосвіти є:

- 1) «створення системи шкільної медіаосвіти, що закладає основу медіаосвіти протягом життя і передбачає розроблення психологічно обґрунтованих навчальних програм *інтегрованої* освіти для всіх класів загальноосвітніх шкіл, сприяння поширенню практики інтеграції медіаосвітніх елементів у навчальні програми з різних предметів, з урахуванням профілізації навчання, розвиток різноманітних факультативних, в т.ч. бібліотечних, медіаосвітніх програм для підлітків, упровадження курсу медіакультури для старшокласників, активізацію гурткової роботи, фото-, відео-, анімаційних студій,
-
-

зокрема медіапсихологічних секцій МАН на всеукраїнському рівні, інших позакласних форм учнівської творчості медіаосвітнього спрямування;

- 2) координація шкільної медіаосвіти з медіаосвітою дітей раннього і дошкільного віку, позашкільною медіаосвітою, медіаосвітою в професійній і вищій школі, системі післядипломної освіти, освіти третього віку, неформальною медіаосвітою;
 - 3) розроблення стандартів медіаінформаційної грамотності педагогів, уведення медіакомпетентності у професійні стандарти підготовки педагогів, психологів, спеціалістів з соціальної роботи та інших спеціальностей, відповідне врахування вимог медіаінформаційної грамотності в освітніх і освітньо-наукових програмах фахової підготовки, розроблення спеціалізованих навчальних медіаосвітніх курсів для підготовки і перепідготовки працюючих фахівців;
 - 4) активізація співпраці вищих навчальних закладів, які готують фахівців для медіавиробництва і сфери мистецтва, з Національною академією наук України, Національною академією педагогічних наук України, Національною академією мистецтв України, зокрема з метою проведення міждисциплінарних досліджень з проблем розвитку медіаосвіти, налагодження обміну досвідом і кадрового забезпечення викладання спеціальних дисциплін для медіапедагогів;
 - 5) організація за участю Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення, Незалежної медійної ради, громадських об'єднань і медіавиробників ефективних механізмів захисту дитини від медіапродукції, що може зашкодити її здоров'ю, розвитку і психологічному благополуччю, підтримка різних форм позашкільної освіти, включаючи телевізійні, бібліотечні та інші форми для дітей дошкільного віку, батьківської педагогіки, творчих студій для дітей і молоді, дитячих та молодіжних фестивалів, конкурсів, проектів місцевого і всеукраїнського рівня для сприяння розвитку медіакультури і підтримки системи медіаосвіти;
-
-

- б) налагодження повноцінного суспільного діалогу з метою оптимізації медіаосвітньої діяльності самих медіа, підвищення психологічної та педагогічної компетентності працівників редакцій різних медіа, поліпшення якості дитячих і молодіжних програм» [3].

Варто зазначити, що про медіаосвіту науковці-освітяни почали говорити не вчора. Як необхідність її сприймали і в радянський період. М. Коропатник у дослідженні «Медіаосвіта на вітчизняних теренах: досвід минулого для уроків сьогодення» [4] доводить, що і тоді усвідомлювалася необхідність розвитку медіаосвіти. Щоправда, тоді підкреслювали ідеологічну її компоненту, розглядали її як інтегрований напрямок педагогіки з ідеологічним (пріоритетним) і практичним значенням. Тобто основне тодішнє розуміння медіаосвіти прямо чи опосередковано було пов'язане з необхідністю сформувати лояльне ставлення до пропаганди. Сьогодні завдання протилежне – навчити людей протистояти пропаганді чи маніпуляціям, критично, відповідально працювати з інформацією задля інформаційної безпеки як особистої, так і всієї країни.

«У перші роки незалежності, – зазначає М. Коропатник, – з'явилися відомі українські теоретики комунікацій, медіа та медіаосвіти. Медійні теорії, теорії інформаційного впливу у своїх фундаментальних монографіях аналізував і розробляв Г. Г. Почепцов. Теоретичні підходи розвитку медіаосвіти на матеріалі преси розробляла Г. В. Онкович. Представник львівської медіаосвітньої школи Б. В. Потятиник сформулював визначення медіаосвіти як науково-освітньої сфери діяльності, що ставить перед собою мету допомогти особистості у формуванні психологічного захисту від маніпуляції чи експлуатації з боку мас-медіа і розвивати / прищеплювати інформаційну культуру. Вагомо заявив про себе ще один теоретик медіа – В. Ф. Іванов, який опублікував цілу серію монографій та навчальних посібників, присвячених проблемам масових комунікацій, журналістики та медіаосвіти. У його працях детально аналізуються історичні та сучасні тенденції розвитку науки про медіа, включно з теоретичними концепціями, моделями, проблемами інформаційного суспільства та глобалізації. З початку

XXI ст. розвиток теоретичних концепцій медіаосвіти прискорився. Львівський інститут екології масової інформації зробив ставку на розвиток «попереджувальних», «захисних» підходів, що обґрунтовувалося негативним впливом медіа. Найбільш повно точка зору львівської наукової школи представлена в монографії Б. В. Потятиника «Медіа: ключі до розуміння». Київська група медіапедагогів із Академії педагогічних наук України на чолі з професором Г. В. Онкович сконцентрувалася на проблемах медіадидактики – сукупності «впорядкованих знань, принципів, вмінь, способів і форм організації навчального процесу на матеріалі засобів масової комунікації при інтеграції медіапедагогіки з іншими дисциплінами». Завідувач лабораторії психології масової комунікації Інституту соціальної і політичної психології Академії педагогічних наук України Л. А. Найдьонова розробила модель медіакультури, що складається з чотирьох взаємопов'язаних блоків: «реакції» (пошук інформації, її читання/сканування, ідентифікація / розпізнавання медіатекстів; «актуалізації» (асиміляція, інтеграція нових знань, пов'язаних з медіа); «генерації» (інкубація, творча конвертація, трансформація медійних знань та вмінь); «використання» (передача інформації, інноваційна діяльність, дослідження у галузі медіа)» [5, с. 168-169].

Сьогодні ми вже розуміємо, що на початку становлення інформаційного суспільства в освітньо-культурному просторі, не надали належного значення програмам із медіаосвіти, медіаграмотності, медіакультури. А тепер дивуємося, що діти залежні від соціальних мереж, що ігроманія офіційно стала захворюванням, що журналістика стає пропагандою чи піаристикою, що люди буквально втрачають глузд від згубної дії інформації, що взагалі можлива інформаційна війна, в якій ворог і агресор без особливих зусиль може перемогти.

Суспільство залежне від інформаційних деструктивних впливів, його потрібно лікувати, а щоб воно й далі не хворіло, попереджувати такі стани, формувати медіакомпетентність, насамперед, засобами освіти. Адже медіакомпетентність – це результат медіаосвіти і рівень медіакультури.

Зазначена вище Концепція так визначає термін медіакомпетентність: «рівень медіакультури, що забезпечує розуміння особистістю соціокультурного, економічного і політичного контексту функціонування медіа, засвідчує її здатність бути носієм і передавачем медіакультурних цінностей, смаків і стандартів, ефективно взаємодіяти з медіапростором, створювати нові елементи медіакультури сучасного суспільства, реалізувати активну громадянську позицію» [3].

Отже, «медіаосвіта – не тільки шлях до ефективності діяльності людини в системі трудових відносин, але спосіб залишатися самою собою, цілісною особистістю, здатною до самовираження і людяності. Не втрачають значення і традиційні завдання медіаосвіти, які полягають у запобіганні вразливості людини до медіаманіпуляцій і медіанасильства, втечі від реальності, у профілактиці поширення медіазалежностей» [3].

Оксфордська енциклопедія визначає медіаосвіту як предмет, пов'язаний одночасно з пізнанням того, як створюються і поширюються медіатексти, і розвитком аналітичних здібностей для інтерпретації та оцінки їх змісту.

Багато хто досі розуміє медіаосвіту як залучення медіа до вивчення предметів у навчальних закладах. Але ж поняття вимагає іншого обґрунтування. У 2018–2019 роках у зв'язку з початком масового впровадження освітньої реформи Нової Української Школи одна з ключових компетенцій учня формулюється як «інформаційна; медіаграмотність».

До цього часу дисципліна «Медіаграмотність» викладалася лише як факультатив у шкільній, позашкільній чи вищій школі. І досі питання, чи варто інтегрувати навчання медіаграмотності в наявні предмети, чи викладати її окремим курсом, турбує педагогів.

Однак факт – уперта річ: різними шляхами медіакультура вже ввійшла в освітній простір країни. Крім експерименту НАПН і МОН України є й інші форми впровадження. Так, цього року стартував проект «Вивчай та розрізняй (Learn to Discern)», під час якого буде апробовано навчальні матеріали, що згодом інтегруються в навчальні програми 50 загальноосвітніх шкіл. Також медіаграмотність

включено в стандарт початкової школи, за яким навчатимуться перші класи з нового навчального року.

Як повідомляє detector.media, на шостій щорічній конференції з медіаосвіти та медіаграмотності, яку організовують міжнародна громадська організація Internews в Україні та Академія української преси (АУП), 20-21 квітня 2018 року зроблено 8 основних висновків [1]:

- 1) триває поступове впровадження медіаграмотності в освіту (у старших класах викладається предмет «Медіакультура», у молодших, відповідно до стандарту, з'явиться медіаграмотність, із нового навчального року в десятих класах викладатиметься курс «Громадянська освіта», де одним із семи розділів є «Світ інформації та мас-медіа»);
- 2) важливий виклик – підготовка вчителів (на державному рівні цей напрям частково впроваджується через інститути підвищення кваліфікації, однак не системно; також немає рішення щодо того, чи має бути спеціальність «медіапедагог» на педагогічних факультетах);
- 3) у середовищі освітян є одностайність, що критичне мислення й аналіз медіатекстів мають бути інтегровані в різні предмети, найчастіше – в гуманітарні дисципліни, однак немає одностайності щодо того, чи потрібен додатково до інтеграції обов'язковий окремий предмет;
- 4) бракує координації дій серед державних структур;
- 5) новації щодо медіаосвіти активно підтримує громадський сектор;
- 6) необхідно розвивати елітарну медіаграмотність у середовищі управлінців, медійників, інтелектуальної спільноти;
- 7) великі медіа не беруть на себе зобов'язання щодо медіапросвітництва;
- 8) український медіапродукт не відповідає запитам молодшої аудиторії.

Щодо останніх двох пунктів висновків Любов Найдьонова, заступник директора з наукової роботи Інституту соціальної та політичної психології НАПН України, зазначає: «Якщо вони не будуть залучати і робити передачі для дітей та молоді, то в них через

20 чи через 10 років не буде глядачів взагалі. Медійники, якщо ви не знаєте, що є медіосвіта, це не значить, що її немає» [1].

Професія медіапедагога, на нашу думку, повинна наділятися такими фаховими компетентностями, як медіаторчість, медіаграмотність, медіакультура, медіапсихологія, медіааналітика, медіагігієна.

Медіапедагог мусить системно бачити процеси, що відбуваються в інформаційному полі. Це людина, яка розвиває навички критичного мислення, інформаційно-цифрової компетентності, вчить відділяти реальність від її віртуальної симуляції та маніпуляції, тобто розуміти дійсність, сконструйовану медіаджерелами, протистояти інформаційній агресії, вилучаючи інформаційне «сміття». За Концепцією впровадження медіаосвіти в Україні, «медіапедагоги – вчителі, викладачі, вихователі всіх ланок системи освіти, працівники бібліотек, керівники і співробітники медіастудій різного профілю в структурі центрів роботи з молоддю та інших організацій, які мають відповідну педагогічну і медіапсихологічну компетентність і впроваджують медіаосвіту» [3].

Корисними, на наш погляд, для розвитку медіапедагогіки можуть бути поради вчителя-практика медіакультури та журналістики П. Коваленка [2], який на основі шестирічного досвіду виділяє кілька аспектів у роботі з учнями.

Теми і класи. Педагог зазначає: «якщо мова йде про зовсім маленьких дітей, то тут краще використовувати предмет як засіб інтеграції – мультимедійні аспекти, залучення техніки, причому, можливо, навіть дитячої (смартфони і т.д.), перегляд мультфільмів із коментарями тощо. Якщо ж ми говоримо про старших (8-11 клас), то і тут необхідний <диференційний підхід>. Тому що 8 клас – це такий період, що навіть “насильницьким” шляхом не змушиш подивитися новини, а тим паче робити із них якісь висновки. А в 10-11 класах необхідно вже більше приділити уваги найбільш гострим нині питанням – пропаганді, рекламі, PR, лексичним та графічним можливостям впливу і т.д. Учні із задоволенням знаходять елементи впливу, порівнюють контент відповідно до власника телеканалу і т.д. Отримують навички критичного мислення, простіше кажучи, вже не

вживають медіаматеріали бездумно, а осмислено обирають свої пріоритетні джерела» [2].

Приклади. П. Коваленко пропонує вчителю долучатися до аудиторії, ідентифікуватися з нею. Зокрема, треба розуміти, що сучасна дитина більшість часу проводить у смартфоні, пересилаючи повідомлення, ведучи прямі ефіри у соцмережах, дивлячись серіали чи відео з YouTube. Потрібно звертатися до цього досвіду і використовувати його. Також у такий спосіб легше зрозуміти, що саме «робить підлітків залежними, змушуючи демонструвати своє життя щохвилинно, не говорячи про наслідки», проникнути в сферу сучасних дитячих пріоритетів, наприклад, усвідомити, що «відеоблогери, які є зараз значно більшим кумирами, ніж музиканти чи актори» [2].

Сучасне становище, а саме розмова про війну на Донбасі. П. Коваленко зазначає, що «тема пропаганди, маніпуляцій, фейків, мови ненависті та інші мають зайняти місце у програмі старших класів. І практика демонструє, що отримані знання передаються як мінімум ближчому оточенню – батькам, бабусям / дідусям, друзям тощо. Як би це не звучало пафосно, але цей шлях може стати вирішенням питання захисту в інформаційній боротьбі України» [2].

Не забуваймо: сучасні інформаційні впливи на громадськість – це впливи інформаційної війни, небезпечні, підступні, агресивні, руйнівні. В аналітичній записці «Медіаосвіта як чинник підвищення якості освіти та засіб протистояння гуманітарній агресії» експерти Національного інституту стратегічних досліджень записали: «Інформаційна агресія проти України з широким використанням традиційних і нових медіа вимагає, поряд зі вжиттям адекватних обмежувальних заходів, активної наступальної протидії: 1) заміщення ворожої пропаганди якісним вітчизняним інформаційним продуктом та 2) формування в українській медіааудиторії (передусім, молоді) критичного ставлення до отримуваної інформації та навичок її аналізу щодо виявлення пропагандистської маніпулятивності. Навички критичного сприйняття інформації в Інтернеті і традиційних ЗМІ, аналізу медійних повідомлень, оцінювання їх достовірності і об'єктивності може і повинна формувати українська медіаосвіта.

Реальність гібридної війни вимагає певних змін акцентів у медіаосвіті – поряд з розвитком прагматично-інструментального підходу, потрібне повернення до оновленої “запобіжної” парадигми медіаосвіти. Основним об’єктом її застосування нині є не потенційна недобросовісність бізнесу (недостовірна чи безвідповідальна реклама, нечесна конкуренція тощо), а зовнішня інформаційна агресія. Тому у змістовному плані потрібно посилювати саме контрпропагандистські, виховні та загальнополітичні складові, у тому числі навички критичного аналізу зовнішньополітичних та оборонних контекстів медійних повідомлень, цілей і мотивів їх авторів [7].

Внутрішній світ. Тут потрібно, вважає П. Коваленко, працювати над удосконаленням програм. Важливо зробити їх практично зорієнтованими. Дітей більше цікавить не історія розвитку технологій впливу на свідомість мас, а конкретні питання, пов’язані з тим, як розпізнати маніпулювання, які саме ознаки вірусної і прихованої реклами тощо.

Ігрова складова. П. Коваленко пропонує використовувати ігрові методи навчання для учнів як молодших класів, так і для старшокласників. Це поживляє процес навчання, мотивує, допомагає розвивати творчий потенціал.

Вважаємо, що ми просто зобов’язані дослухатися до порад таких практиків, які шляхом експериментів та спостереження вже напрацьовують методики впровадження медіаосвіти в навчальний процес. Звичайно, в нагоді стане світовий досвід, але під час впровадження медіаосвіти надзвичайно важливо враховувати також особливості національного характеру, світогляду, ментальності. Українці в переважній більшості інтроверти, вони схильні до рефлексій, художнього відтворення світу, естетично чутливі, але, водночас, соціально пасивні. Саме тому легко піддаються російському інформаційному впливу, що породило стереотипну фразу «українці програли інформаційну війну». Насправді, ми її просто тоді не вели, втратили час, очікуючи, що хтось зробить це за нас. Однак ще одна риса – кордоцентризм – об’єднала український народ довкола волонтерського руху на початку і під час війни, активізувала бажання протистояти ворогові на всіх фронтах, особливо

– інформаційному. Дедалі більше з'являється громадських організацій із боротьби з фейками, проводяться тренінги з протидії дезінформації, практичні консультації медіапсихологів, тобто медіаспільнота самостійно навчилася боротися з агресією і допомагати суспільству шукати правду.

Ще один фактор, який потрібно враховувати під час впровадження медіаосвіти, пов'язаний з інерцією мислення представників різних поколінь. У цьому контексті будь-який викладач чи вчитель може пригадати, наприклад, власний досвід університетського навчання. Навіть на межі століть курсові роботи, зокрема, писалися від руки. Студент місяці проводив у бібліотеці, гортаючи великоформатні підшивки газет, книги, енциклопедії, виписуючи потрібні цитати. Український сегмент Інтернету тільки набував популярності. Пройшло не так багато часу в історичному вимірі, але в сучасних студентів така підготовка кваліфікаційних робіт викликає як мінімум подивування. Що виходить? Ми такий підхід до знаходження, збирання та опрацювання необхідної інформації вважаємо відповідальним і ґрунтовним, а наші підопічні цілком слушно зауважують його обмеженість і невиправдану в сучасних умовах трудомісткість.

Таким чином, обов'язково потрібно звернути увагу на те, що постійне вдосконалення власних компетенцій – це завдання, яке потрібно ставити не лише перед учнями і студентами, а й перед собою. Потрібно сприйняти як аксіому, що в сучасному світі маємо вчитися постійно і всі. Епоха MediaSapiens диктує такі правила.

Переходимо до висновків: медіаграмотна людина володіє розвинутою здатністю до сприйняття, аналізу, оцінки і створення медіатекстів, до розуміння соціокультурного і політичного контексту функціонування медіа в сучасному світі, кодових та репрезентаційних систем, що використовуються медіа. Набута в процесі медіаосвіти медіаграмотність допомагає людині активно використовувати можливості інформаційного поля телебачення, радіо, відео, кінематографа, преси, Інтернету, а також краще зрозуміти мову медіакультури.

Медіакомпетентна особистість здатна ефективно протистояти дезінформації, інформаційній агресії, терору. Вона важко піддається інформаційному зомбуванню, нею майже неможливо маніпулювати. Вона критично мислить, її навчили шляхом аналізу різних джерел формувати незалежне судження. Її переконали, що варто звертати увагу і на власника засобу масової інформації, і на відомості про автора, і на дату повідомлення, зрозуміти мету матеріалу, ретельно обдумати ключові поняття тексту, щоб виявити, чи немає в ньому нейролінгвістичного програмування з прогнозованою метою. Така людина відрізняє факти від коментарів та інтерпретацій, визначає пропаганду в журналістських матеріалах, знає все про альтернативний факт, феномен постправди, ефекти комунікації і бар'єри розуміння. Вона скрупульозно вивіряє інформацію, яка видається їй неправдивою чи такою, що містить маніпулятиви; не переймається тим, фейк чи не фейк вона прочитала, а просто тверезо проводить паралелі з реальністю; володіє методиками фільтрування інформації і не дозволяє комусь вплинути на її свідомість. Вона має право вибирати, що їй читати, слухати, дивитися і знає, як самостійно створювати інформаційний продукт. Така людина здорова. Вона озброєна. Вона захищена від руйнівних впливів інформації.

Завдання і запитання до параграфа

1. Обґрунтуйте теоретичні й світоглядні засади медіаосвіти, яка потрібна саме в умовах гібридної війни (скористайтеся положеннями Концепції впровадження медіаосвіти в Україні (2016 р.) та Аналітичною запискою НІСД «Медіаосвіта як чинник підвищення якості освіти та засіб протистояння гуманітарній агресії» (посилання є в списку літератури).
 2. Проаналізуйте за мережевими матеріалами досвід впровадження медіаосвіти в Європі. Опрацюйте статтю керівника напрямку Медіа ГО «Поряд з вами» Ярославцевої Юлії «Медіаграмотність в країнах ЄС: визначення, проблеми, рішення (посилання є в списку літератури)».
-
-

3. Як ви вважаєте, чи варто інтегрувати навчання медіаграмотності у шкільні предмети, чи викладати її окремим курсом і чи потрібна Україні професія «медіапедагог»? Запропонуйте власну модель набуття медіакомпетенції під час навчання в університеті.
4. Обміркуйте можливі шляхи співпраці журналістів з освітянами з метою обміну досвідом і напрацювання нових знань з медіаграмотності.
5. Назвіть критерії сформованості медіакомпетенції.
6. Підготуйте коротку доповідь про роль STEM-освіти у формуванні медіакультури особистості.

Список використаної та рекомендованої літератури

1. Дорош М. Як розвивається медіаграмотність в Україні: вісім висновків зі щорічної конференції / М. Дорош // Детектор медіа. – 23 квітня 2018 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvitayak_rozvivaetsya_mediagramotnist_v_ukraini_visim_visnovkiv_zi_schorichnoi_konferentsii (дата звернення: 15.05.2018).
2. Коваленко П. Зміна акцентів у поданні матеріалів на уроках медіакультури / П. Коваленко // Збірник статей Шостої міжнародної науково-методичної конференції «Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи». – Київ : Центр Вільної Преси, Академія української преси, 2018. – С. 107-108.
3. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) [Електронний ресурс] // Детектор медіа. – 24 квітня 2016. – Режим доступу : http://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya (дата звернення: 27.04.2018).
4. Коропатник М. Медіаосвіта на вітчизняних теренах: досвід минулого для уроків сьогодення / М. Коропатник // Збірник статей Шостої міжнародної науково-методичної конференції «Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи». – Київ : Центр Вільної Преси, Академія української преси, 2018. – С. 33-38.
5. Коропатник М. Медіаосвіта в Україні: історія і сьогодення. / М. Коропатник // Сіверянський літопис. – 2016. – № 3. – С. 159-174.
6. Марків О. Блог як засіб маніпулювання і протидії маніпулятивним впливам в умовах інформаційної війни / О. Марків // Журналістики, видавнича справа, редагування: вчора, сьогодні, завтра: збірник наукових праць «Актуальні

-
-
- проблеми теорії соціальних комунікацій». – Вип. V. – Київ : ДП «Експрес-об'ява», 2015. – С. 26-36.
7. Медіаосвіта як чинник підвищення якості освіти та засіб протистояння гуманітарної агресії. Аналітична записка Національного інституту стратегічних досліджень // – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.niss.gov.ua/articles/1795> (дата звернення: 23.03.2018).
 8. Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник / ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк ; за науковою редакцією В. В. Різуна. – Київ : Центр вільної преси, 2012. – 352 с.
 9. Плахта Д. Чому важливо бути медіаграмотним, або Як виробляти у собі інформаційну «іммунну систему» [Електронний ресурс] / Д. Плахта // День. – 3 лютого 2017. – Режим доступу : <https://day.kyiv.ua/uk/blog/suspilstvo/chomu-vazhlyvo-buty-mediagramotnym> (дата звернення: 12.04.2018).
 10. Education for the Media and the Digital Age. Vienna: UNESCO, 1999, p.273-274. Reprint in: Outlooks on Children and Media. Goteborg: UNESCO & NORDICOM, 2001, p. 152].

Автор параграфа:

канд. пед. н., доц. каф. журналістики
НПУ імені М. П. Драгоманова
ОЛЕКСАНДРА МАРКІВ

§ 13. Формування в майбутніх журналістів культури роботи з інформацією в умовах гібридної війни

Нинішнє суспільство засвідчує тенденцію до збільшення інформаційних потоків, з одного боку, та приголомшливого бажання працівників медійної сфери швидко й оперативно донести їх до кожного, з іншого. Однак досі такі поняття, як «інформувати» й «висвітлювати», суперечать іншому – «нести відповідальність», і це становить основну проблему інформаційного простору, дає можливість створювати маніпуляційні схеми, пропагандистські програми тощо. Особливо активно це виявляється в умовах інформаційної боротьби, коли відбувається нагромадження компрометуючих тем (непідтверджених фактів злочинів чи протиправної або аморальної поведінки), неперевіреної або недостовірної інформації, використання псевдоекспертних оцінок, підставних соціологічних чи статистичних даних, навіювання і цілеспрямованість ціннісних установок. Визначити їх важко навіть професіоналам, не кажучи вже про громадськість загалом.

Зростає роль інформації в гібридній війні, в якій саме інформаційна боротьба відіграє важливу функцію. Використання засобів масової інформації в цій боротьбі є тотальним, адже те, що потрапило в канали масової комунікації, у наш час майже не справляє впливу на розвиток суспільства. Тому агресорам, ворогам так важливо контролювати інформаційний простір, мати доступ до мас. Люди натомість, через відсутність прозорості медіа, не можуть визначити, де правда, а де напівправа або неправда. Така ситуація породжує проблему оприлюднення великої кількості замовних матеріалів, через які інформування відбувається в заданому напрямку – створюються умови для маніпулювання громадською думкою так, як треба. Відбір таких тем, їх опрацювання, поширення й надання можливості коментувати кожному завдяки мережевим технологіям відбувається саме в сфері медіакомунікацій. Адже просто

інформувати суспільство чи просто встановлювати комунікативний зв'язок – занадто мало для медіа, вони порушують резонансні питання, що турбують окремих людей, спільноту, громадськість.

Отже, зростає роль журналіста і редактора засобу масової інформації. Вони мають бути чесними, неупередженими, незаангажованими. Але часто саме журналісти стають заручниками відсутності в державі незалежних засобів масової інформації, що впливає на їх свідомий вибір, ціннісну систему орієнтацій і об'єктивність у висвітленні подій та фактів. І що найгірше, їхня діяльність спровокована такими новими процесами в інформаційному просторі як:

1) створення так званої «журналістики відданості» – вибору між «професіоналізмом і патріотизмом» (В. Мостовий, голова Комісії із журналістської етики);

2) поява нових форм роботи – стрім, лонгріди, зйомки сюжетів на мобільний, потужна фото- та відеодокументалістика, з'явилася професія стрингера-фіксер (А. Магазова, кореспондентка Deutsche Welle (DW) в Києві);

3) відсутність в Україні авторитетних інформаційних трансферів та комерційність системи засобів масової комунікації;

4) відсутність в журналістів компетенції боротьби з інформаційними агресіями;

5) активна пропаганда і вимушена реакція на неї;

6) поширення такого явища сучасної комунікації, як постправа.

Останній пункт потребує додаткових коментарів. З 2016 року у світовому інформаційному просторі з'явилося нове поняття – постправа. За Оскфордським словником, це обставини, за яких об'єктивні чинники надають менше впливу на формування громадської думки, ніж заклики до емоцій і особистих переконань. Лише за кілька років це явище стало трендом у комунікації. Його пов'язують з поширенням ролі соціальних мереж, коли кожен власник профілю перетворюється з посередника в ланцюгу комунікацій на саме медіа, коли будь-яка людина може коригувати базове повідомлення згідно зі своїми уявленнями про факт [10].

Як вважає О. Піддубний, «постправа – це притаманна пересічним обивателям вульгаризація фактів, оскільки ці обивателі... не мають навичок професійно працювати з інформацією, перевіряти її, аналізувати та відділяти факти від суджень. Якщо особа приправляє факт персональною емоцією, що резонує з емоціями інших обивателів, повідомлення перетворюється на вірусне і миттєво поширюється соціальними мережами, що схоже на ефект снігової кулі – вона не зупиниться, поки не переб'ється наступними “сніговими кулями”» [10].

Суть постправи полягає в тому, що вона є не брехнею, а інтерпретацією правди. Спектр таких інтерпретацій настільки широкий, що вони можуть як злегка коригувати факти, так і цілковито їх деформувати (саме цей аспект помилково асоціюється з брехнею). Як результат – зростання в рази кількості фейкових новин, напівправдивих повідомлень та кардинальна трансформація світових медіа.

На нашу думку, всі зазначені чинники ускладнюють формування в Україні демократичного середовища, вищого рівня цивілізації – суспільства спілкування.

Отже, нагально постає питання освіти майбутніх працівників ЗМІ, яка має містити не просто систему знань про особливості роботи з інформацією, а вміння і навички протидіяти інформаційним впливам (інформаційному тиску, інформаційній агресії, інформаційному терору як засобам інформаційної війни).

Не менш важливим є питання культури. Голова Комісії з журналістської етики В. Мостовий зазначає: «Медійники не мають займатися пропагандою, важлива чесність і збалансованість подачі думок» [4]. Президент Академії української преси В. Іванов також переконаний у тому, що «влада, офіційні прес-центри вкидають у ЗМІ недостовірну інформацію і цим підривають довіру до журналістів. Тому медійники мають постійно перевіряти інформацію і не довіряти словам» [4]. У загальному розумінні культура роботи з інформацією – це свідоме, гуманне й чесне використання системи стійких ціннісних орієнтацій, переконань і якісних характеристик професійних стандартів у роботі з інформацією.

Опитування серед випускників журналістських факультетів, організоване ГО «Детектор медіа» показали, що, серед іншого, їм бракує: «умінь із пошуку та підготовки матеріалів», «опору маніпуляціям», «перевірки джерел» [3].

Педагогічним аспектам питання, на жаль, увага науковців майже не приділялась. Щоправда існують тренінги, семінари, практичні зустрічі спеціалістів у студентських аудиторіях з тематики протидії інформаційним війнам. Що стосується теоретичних та функціональних аспектів інформаційного протистояння (наприклад, проблем розгортання інформаційних воєн і застосування інформаційної зброї), то їм сьогодні присвячено багато праць і в медійній, і у військовій сферах наукового дізнання. Привертають увагу проблеми застосування інформаційної зброї як продукту глобального інформаційного суспільства, що висвітлено в працях авторів за кордоном (Т. Стоуньєра, Р. Катца, Д. Рісмана, Х. Шрадєра, Д. Тапськотта, М. Маклюєна, Е. Тоффлера, П. Дракєра, М. Бангєманна, Д. Лайона, Дж. Мартіна та ін.) та вітчизняних (наукові праці В. Толубка, Г. Почєпцова, Г. Перєпєлиці, О. Литвинєнка).

Отже, стрімко збільшується рівень знань, постійно накопичуються нові дані, серед яких з'являється надлишок зайвої інформації, і, навпаки, дефіцит необхідної, що створює блокаду до логічного сприйняття, а подекуди – і до масової паніки, і, як наслідок, до руйнівної дії інформації. Журналістів і редакторів потрібно навчити правдиво, без упереджень і маніпулятивних (комунікативних) технологій створювати інформацію, а людей важливо переконати усвідомлено, поетапно й «гурманно» сприймати все, що опубліковане.

У студентських аудиторіях ми зустрічаємо підготовлену до остаточного формування особистості молодь – людей з певними знаннями, світоглядом, позиціями, з накопиченим досвідом та глобальними геополітичними бажаннями. І від того, як під час навчання вони засвоять моделі роботи з інформацією, залежатимє їхня професійна діяльність. Йдеться про операції пошуку, відбирання, аналізування, перевіряння, підтвердження чи спростування, оформлення відповідно до сучасних вимог, публікування й

поширення інформації. На факультетах журналістики цьому вчать. Прогалина є у формуванні інформаційної компетенції – вміння протидіяти пропаганді, дезінформації, створювати ефективний авторитетний національний інформаційний продукт.

Спочатку пояснимо ключову тезу в заголовку – культура роботи з інформацією. Зазначимо, що культура як система норм і цінностей впливає на формування ідеалів, цілей і засобів їх реалізації, втілюється в поведінці людини. Отже, гарантом культури є сама людина, здатна до культурного влаштування життя. Існує також поняття *інформаційна культура особистості*, яке характеризується такими критеріями: вміння адекватно формулювати свою потребу в інформації; ефективно здійснювати пошук потрібної інформації в усій сукупності інформаційних ресурсів; переробляти інформацію і створювати якісно нову; адекватно відбирати та оцінювати інформацію; розвивати свої комунікативні здібності й комп'ютерну грамотність [5].

Отже, культура постає як специфічний (культурний) спосіб діяльності, якісна характеристика способів життєдіяльності людини – як громадської, так і індивідуальної. Тобто, культура інформаційної, журналістської, редакторської діяльності визначається як керівна частина, а процес опрацювання інформації – керована частина системи. Отже, культурне ставлення до інформації виражається у **«формулі якості професії журналіста»: «Точність + Неупередженість + Відповідальність = Надійність»** і містить такі складові:

- 1) усвідомлення журналістом і редактором потреби аудиторії в об'єктивній і правдивій інформації, а також конституційного права кожного на інформацію;
- 2) ставлення до інформації як до соціальної цінності, яка є елементом освіти і каталізатором громадської думки;
- 3) емоційне сприйняття значущості реальної і фактичної інформації для населення;
- 4) відсутність спокуси «володіти» інформацією, цілеспрямовано, аксіологічно користуватися нею, маніпулюючи при цьому думкою громадськості.

Тобто відповідальність передбачає високу культуру, професійність і певний рівень моральності.

Питання формування культури роботи з інформацією безумовно є педагогічним, тому в навчальному процесі на факультеті журналістики в циклі інформаційних дисциплін **доцільно використовувати таку організаційну модель:**

I. Мета і цілі: визначають зміст і перелік компетенцій, умінь і навичок, що обґрунтовують систему саме культури роботи з інформацією.

Тут доцільно пояснити словами Яни Кутько: «“хороший” і “поганий” журналіст взагалі – дві різні професії. Адже хороший журналіст знає всі підводні течії слова, знає, що значить гратися словом, кидатися словом, прикрашати та знецінювати, будувати та руйнувати... Знає, що мовчання – це ще не тиша, і слово – ще не правда, і що “прагнення свободи – ще не є свобода”. Хороший журналіст знає, що за кожне слово – сказане, написане, кинуте та запущене в гру – він відповідає перед усіма та кожним» [7].

II. Педагогічні умови:

- 1) всебічне мотивування навчальної діяльності майбутніх редакторів, журналістів до формування культурної компетенції в роботі з інформацією (за вищезазначеними принципами);
 - 2) структурування змісту підготовки студентів до розуміння сутності та механізмів формування їхнього фаху, що в умовах інформаційного протистояння або взагалі в умовах глобального інформаційного простору прирівнюється до такого, що формує світогляд населення і впливає на діяльність влади та громадськості, тобто може бути складовою маніпулятивних проєктів і навпаки, засобом протидії маніпуляціям;
 - 3) використання активних методів навчання, які забезпечують формування та розвиток навичок роботи в новітніх засобах масової інформації, тобто розуміння, в якому форматі краще зробити той чи інший матеріал, як створити оригінальний і якісний український інформаційний продукт для поширення як всередині країни, так і за кордоном.
-
-

III. Критерії сформованості:

- 1) ціннісно-мотиваційний (проявляється у позитивному ставленні, інтересі майбутніх журналістів і редакторів до формування особистої культури в роботі з інформацією);
- 2) когнітивний (відображає обсяг, повноту, глибину, системність професійних знань з цього питання);
- 3) діяльнісний (уміння застосувати набуті знання на практиці).

Постає також питання, як вітчизняній журналістиці культурно протистояти некультурній пропагандистській, що полонила сьогодні інформаційний простір і є дієвим механізмом інформаційної війни? Пропаганда шкодить сьогодні не тільки Україні, а й іншим світовим спільнотам. Як зазначає, наприклад, чеський аналітик О. Кундра, який займається пошуком і вивченням першоджерел – інтернет-порталів, зокрема, російських, в Чехії діють десятки проросійських засобів масової інформації. Чеською мовою вони поширюють фейки і пропагандистські меседжі «під прикриттям» незначної частки серйозних і правдивих новин. Це небезпечно, бо чеське демократичне населення не звикло, що під виглядом інформації поширюють дезінформацію і вірить всьому [9]. У Фінляндії почалася цілеспрямована робота по боротьбі з дезінформацією: регулярно збираються прес-секретарі різних державних служб, медіаексперти, обмінюються даними про те, що відбувається в інформаційній сфері. Вони не ведуть контрпропаганди, але відстежують кампанії дезінформації, що стосуються Фінляндії, і намагаються поширювати адекватну інформацію на ці теми [11].

В Україні роками складалася така ситуація, коли населення або вірить усьому, або не вірить нічому. Та й авторитет журналіста підірваний завдяки стереотипному уявленню, що «всі журналісти продажні». Тому свідомо пропонуємо світовий досвід, оскільки українська медіаспільнота ще не напрацювала ефективних технологій протидії пропаганді, а відшукує дієві варіанти шляхом експериментів.

Ураховуючи саме світові приклади, **рекомендуємо майбутніх журналістів і редакторів навчати:**

- 1) завжди дотримуватися правил професійної етики під час висвітлення навіть контроверсійних питань та проблем;

- 2) шукати першоджерела, перевіряти фактичний матеріал; моніторити джерела пропаганди, щоб не натрапити на фальшиву інформацію чи її інтерпретацію, особливо в Інтернеті. До речі, за інформацією сайту Media Sapiens (osvita.mediasapiens.ua), Google виділив £150 000 для трьох британських організацій, що працюють над проектами з перевірки фактів, аби допомогти журналістам і громадськості уникнути поширення фейкових новин;
- 3) не відповідати антипропагандою, антитролінгом, а говорити правду про те, що відбувається, тобто висвітлювати реальну картину світу;
- 4) вміти застосувати публічне викриття пропагандистського нарративу – публічно ставити під сумнів і відкидати пропагандистські заяви. Тут у нагоді стане тренінг з техніки постановки правильних запитань (фактичних, конвергентних, дивергентних чи оціночних) тим особам, які можуть бути фігурантами або причетними до пропагандистського проекту, що дозволить «вивести їх на чисту воду»;
- 5) формувати навички користування технікою дезінформації. Рекомендуємо розробити схеми для регулярного вивчення впливу дезінформації, щоб встановити, які заходи діють для тих чи тих національних і місцевих контекстів. Більше уваги приділяти темам, на які в суспільстві відчувається інформаційний голод. Якщо журналіст і редактор відповідально підходить до роботи у своєму засобі комунікації, то він зобов'язаний вивчити аудиторію, її потреби, проблеми, болючі теми і психологію мас. Це дозволить зрозуміти, якої інформації і де бракує, і яким псевдофактам протидіяти. Щоб сформувати цю компетенцію, варто організовувати студентам тренінги з психологами, які навчать спілкуватися з населенням, дискутувати, переконувати, адже головна мета психологічної війни – свідомість пересічних громадян;
- 6) створювати контент, який може зняти суспільну напругу, переорієнтувати групову динаміку, спрямувати на відновлення довіри в Україні. Для цього потрібно вчити критично

осмислювати теми, які є предметом маніпуляцій у пропагандистському дискурсі;

- 7) важливі події подавати не як окремі фрагменти фактів, а в гарно оформлених статтях, з фотографіями, бекграундом, інформацією про можливі результати, причетність певних осіб. Якщо читач отримує цілісну інформацію, то відразу оцінить професіоналізм журналіста, буде формувати довіру до нього.

Комплексна професійна **компетенція журналістів і редакторів у протистоянні інформаційній агресії** повинна містити такі навички й уміння:

- 1) визначати ознаки ведення інформаційної війни проти країни;
- 2) виявляти методи пропаганди в інформаційному протиборстві;
- 3) ідентифікувати види психологічного впливу в інформаційній війні;
- 4) виявляти й аналізувати інформаційні операції в мережі Інтернет;
- 5) розробляти, наскільки це можливо, план інформаційної операції;
- 6) проводити аналіз цільових аудиторій;
- 7) проводити пропагандистський аналіз;
- 8) аналізувати та виявляти методи дезінформації в інформаційних війнах;
- 9) визначати ефективні способи протидії інформаційним операціям;
- 10) оцінювати ефективність пропагандистських матеріалів у рамках інформаційного протиборства тощо.

Зауважимо, сформувані всі ці навички і вміння не так просто. Портал mediasapiens.ua розмістив у розділі «Медіааналітика» розроблені чеською неурядовою організацією «The European Values» рекомендації щодо протидії пропаганді з урахуванням сучасних реалій російської інформаційної агресії. Подаємо фрагмент рекомендацій для громадськості й журналістів:

«Громадянське суспільство повинне уважно стежити за діяльністю політиків і державних інститутів. Політичні позиції й дії прокремлівських політиків мають висвітлювати та пояснювати в контексті поточних подій громадські організації, засоби масової інформації, експертна спільнота. Складність цього питання вимагає

міждисциплінарного підходу під егідою неурядових організацій (розслідування, політичні дослідження, висвітлення в ЗМІ, розвідка й досвід здійснення зовнішньої політики – усі ці зусилля має бути об'єднано).

Публічне викриття пропагандистського нарративу. Щодо російської пропаганди слід застосовувати контрзаходи. Запровадити такі заходи без порушення норм свободи слова можуть неурядові організації та експертна спільнота. Прокремлівських політиків й організації має бути втягнуто в публічну дискусію не тільки стосовно джерел їхнього фінансування, а й стосовно дій. Це можна зробити шляхом розслідувань або досліджень. Контрольні організації (Watchdog organizations) мають залучити й утримати політичні партії в межах проєвропейського політичного напрямку та уникати публікацій їхніх заяв, інтерв'ю, позицій у прокремлівських псевдо ЗМІ.

Дебатувати з громадянами, особливо в регіонах. Потрібно здійснювати інформаційні заходи, наприклад, багатопартійні дебати політиків у регіоні, аби пом'якшити сприйняття концепції «влада проти народу». Політики також повинні дістати досвід і мати підготовку в боротьбі з дезінформацією. Такі програми з підготовки може розробити експертна спільнота й спеціалізовані науково-дослідні центри.

Забезпечити прозорість власності та фінансування ЗМІ. Якщо є проекти, ворожі до ліберально-демократичних цінностей та інтересів безпеки держави, то їх має бути висвітлено в журналістських розслідуваннях і внесено в контрольні списки агентства контррозвідки. Громадськість має знати, які медіа є пропагандистськими. Тому власники й джерела фінансування медіа повинні бути відкритими. Тиск як із боку журналістської спільноти, так і з боку всього суспільства може бути ефективним інструментом для досягнення цієї мети.

Має бути обговорено визначення ЗМІ та правові рамки. Кожна держава-член повинна створити цільову групу експертів, яка вивчить сліпі плями або невідповідності в медіаправі. Поточні правові рамки було створено без урахування можливих пропагандистських кампаній. За нинішніх умов треба проаналізувати

та переглянути умови й терміни ліцензування ЗМІ для телевізійного мовлення, розробити запобіжні заходи та рекомендації щодо уникнення дезінформації, розпалювання ненависті, помилкових повідомлень тощо.

Медіа й громадянське суспільство мають бути захищені органами національної безпеки. Вільні засоби масової інформації та громадянське суспільство є основою для демократії. Ці групи можуть потрапити під тиск пропаганди. Державні органи безпеки, такі як МВС, поліція й контррозвідка, повинні забезпечити умови для безпечної роботи неурядових організацій, які кидають виклик пропаганді. Вони можуть зазнавати як фізичних, так і кіберзагроз. Тільки захищені структури можуть бути вільними та сміливими у своїх публічних діях.

Докладне й регулярне вивчення впливу дезінформації. Відсутність відповідних даних щодо оцінювання впливу різних методів дезінформації є однією з проблем під час розробки контрзаходів. Тому потрібно здійснювати регулярні опитування, аби встановити, які заходи діють для тих чи інших національних і місцевих контекстів. Ці опитування має бути підтримано міжнародними інститутами й фондами.

Держави повинні здійснювати регулярні та докладні соціологічні дослідження пропаганди. Держава повинна мати точні й свіжі дані про вразливі місця для свого суспільства. Тільки так вона може розробити конкретні довготермінові або невідкладні заходи, спрямовані на протидію дезінформації. За цю діяльність зазвичай відповідає підрозділ МВС. Одне з можливих вирішень цього завдання – запровадження довготермінового гранта для Академії наук або авторитетних соціологічних інститутів університетів на здійснення опитування й дослідження на щоквартальній основі.

Журналістські об'єднання мають навчити й перевіряти своїх членів. Національні та міжнародні професійні журналістські об'єднання повинні бути дуже активними в цій сфері. Наприклад, вони мають розробити свої кодекси поведінки, розвивати й використовувати свої етичні комісії проти тих, які систематично поширюють пропаганду під прикриттям журналістики. Цих осіб і

проекти мають перевіряти громадськість і журналісти. Тих, котрі перешкоджатимуть таким перевіркам, має бути публічно вигнано з об'єднання.

Факультети журналістики у вишах повинні навчати техніки дезінформації. Журналісти є зберігачами інформації для всього суспільства. ЗМІ та журналістським об'єднанням треба розробити навчальні програми для журналістів про дезінформацію та методи її виявлення. Факультети журналістики мають включати спеціальні курси у свої навчальні плани, які підтримує держава, і, можливо, забезпечити додаткове фінансування. Водночас боротьба з дезінформацією повинна стати пріоритетом національної безпеки. Також необхідно запровадити міжнародний обмін знаннями на рівні ОБСЄ, Ради Європи або неурядових організацій.

Запровадити викладання медіаосвіти в початкових і середніх школах. Одна з найвразливіших цілей пропаганди – молодь. Для таких уразливих груп потрібно запровадити уроки з поширення інформації та медіапрактики. Такі уроки, реалізовані в рамках навчального плану початкових і середніх шкіл, є життєво важливою частиною громадянської освіти. Національні уряди мають визначити це як пріоритет і надати відповідні кошти й методичні основи з метою ефективного виконання цих кроків. Учителі повинні бути достатньо кваліфікованими, аби вирізняти пропаганду з інформаційного потоку. Учителі також мають тісно співпрацювати з неурядовими організаціями, спільно розробляти методологічні основи, педагогічні інструменти й практичні заняття з метою розв'язання проблеми. Крім того, педагогічні факультети мають включати спеціальні програми у свої навчальні програми. Водночас держава повинна офіційно підтримувати такі програми й вимагати їх запровадження та потенційно надавати додаткові кошти для них...» [12]

Варто розуміти, що правдою неправду подолати можна, але викоринити таку стійку пропагандистську систему, що добре фінансується й інтегрується в інформаційних потоках, практично неможливо. Тому, насамкінець, звернімося до рекомендацій практичних психологів (зокрема Н. Колотій), як нашій громадськості не стати заручником такої інформаційної діяльності. Вони радять:

1) відстежувати свій психоемоційний стан після контакту зі ЗМІ, соцмережами. Якщо спостерігається підвищена емоційність, немотивована агресія, роздратування, навала деструктивних думок або апатія, депресія, пригніченість, то треба зрозуміти, що «це не мої думки, це – навіювання»;

2) перевіряти інформацію, яка цікавить, у декількох джерелах, найбільш референтних. А ще краще – знайти власне джерело надходження інформації, щоб зрозуміти, де в цій інформації правда, а де маніпулятивний хід. Формувати навички «гурманства» до інформації;

3) не примножувати деструктивну інформацію, плітки, чутки, неперевірені факти. Завжди налаштовуватися на позитив, навіть коли все навколо провокує до психічних зривів та зневіри [6].

Таким чином, ефективними вважаються сьогодні дві основні стратегії захисту. Згідно з першою, захищеність інформаційного простору може гарантувати тільки створення єдиного центру управління інформаційними потоками. Так створюються можливості уникати інформаційних інтервенцій чи інформаційного терору інших держав, витоку стратегічної інформації на користь ворога. При цьому зауважується, що йдеться не про цензуру, а цілком демократичну інституцію. Обов'язковою умовою функціонування таких центрів має бути тільки медійний авторитет у суспільстві [2]. Інша стратегія базується на тому, що медійні структури самі повинні вчасно реагувати адекватними заходами на інформаційні виклики. Канали необхідної інформації повинні бути там, де це важливо.

Тож велике значення у формуванні інформаційної культури має освіта, яка повинна розвивати нового фахівця інформаційного співтовариства, що володіє такими вміннями та навичками: диференціація інформації; виділення значущої інформації; вироблення критеріїв оцінки інформації; вироблення інформації і використання її.

Завдання і запитання до параграфа

1. Проаналізуйте чинники, що формують умови здійснення інформаційної війни.
2. Сформулюйте визначення поняття «культура роботи з інформацією» та поясніть її важливість у гібридній війні. Прокоментуйте складові формули культурного ставлення журналіста (редактора) до інформації.
3. Поясніть, якими навичками повинен володіти сучасний журналіст, щоб протидіяти інформаційній агресії.
4. Опрацюйте статтю Н. Колотій під назвою «Реалії інформаційної війни в Україні» й запропонуйте власну міні-програму навчання людей «гурманно» сприймати інформацію (диференціювати її, виділяти значущу, виробляти критерії оцінки важливої для себе інформації, формувати «здорове» сприйняття інформації тощо).

Список використаної та рекомендованої літератури

1. Вепринцев В. Операции информационно-психологической войны : краткий энциклопедический словарь-справочник / В. Вепринцев, А. Манойло, А. Петренко, Д. Фролов. – Москва : Горячая линия – Телеком, 2005. – 450 с.
2. Гусаров В. Сили інформаційних операцій Росії: яким має бути відповідь України? [Електронний ресурс] / В. Гусаров // Інформаційно-аналітичний центр Національної безпеки України. – Режим доступу: <http://mediarnbo.org/2014/10/07/sili-informatsiynih-operatsiy-rosiyi-yak> (дата звернення: 15.03.2018).
3. Дачковська М. Для танго потрібні двоє: чи є взаємодія між освітянами та медіаіндустрією? [Електронний ресурс] / М. Дачковська. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/education/dlya_tango_potribni_dvoe_chi_e_vzaemodiya_mizh_osvityanami_ta_mediaindustrieyu (дата звернення: 04.04.2018).
4. Іванов і Мостовий закликали журналістів Дніпропетровщини ретельно перевіряти факти [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [//detector.media/community/article/113267/2016-03-02-ivanov-i-mostovii-zaklikali-zhurnalistiv-dnipropetrovshchini-retelno-pereviriyati-fakti](http://detector.media/community/article/113267/2016-03-02-ivanov-i-mostovii-zaklikali-zhurnalistiv-dnipropetrovshchini-retelno-pereviriyati-fakti) (дата звернення: 02.05.2018).
5. Інформаційна культура [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.fio.vrn.ru/2005/6/4.htm> (дата звернення: 14.04.2018).

6. Колотій Н. Реалії інформаційної війни в Україні [Електронний ресурс] / Н. Колотій. – Режим доступу: <http://gazeta.dt.ua/technologies/lyalkovodisvidomosti-.html> (дата звернення: 17.03.2018).
7. Мазурін М. Хто такий сучасний журналіст: у пошуках визначень [Електронний ресурс] / М. Мазурін // День. – Режим доступу: <https://day.kyiv.ua/uk/article/media/hto-takiy-suchasniy-zhurnalist-u-poshukah-viznachen> (дата звернення: 11.04.2018).
8. Nye J. S. America's Information edge / Joseph S. Nye, Jr. and William A. Owens // Foreign Affairs. – 1996. – Vol. 75. – № 2 (Mar. – Apr.). – pp. 20-36.
9. Пеленська О. Як в Чехії почали боротися з російською пропагандою [Електронний ресурс] / О. Пеленська. – Режим доступу: <http://www.radiosvoboda.org/a/27370705.html> 22.11.2016 (дата звернення: 18.03.2018).
10. Піддубний О. Що таке пост правда? [Електронний ресурс] / О. Піддубний. – Режим доступу: <http://pidubny.com/scho-take-postpravda> (дата звернення: 27.03.2018).
11. Шимов Я. Російські тролі прославляють Путіна вже і в Європі [Електронний ресурс] / Я. Шимов. – Режим доступу: <http://www.radiosvoboda.org/a/27095402.html> (дата звернення: 29.03.2018).
12. Якими є необхідні кроки з протидії російській пропаганді? (Рекомендації чеської організації The European Valuens) // Детектор медіа. – 30 серпня 2016. – Режим доступу: http://ms.detector.media/trends/1411978127/yakimi_e_neobkhidni_kroki_z_protidii_rosiyskiy_propagandi_rekomendatsii_cheskoj_organizatsii_the_european_values (дата звернення: 12.03.2018)

Автор параграфа:

канд. пед. н., доц. каф. журналістики
НПУ імені М. П. Драгоманова

ОЛЕКСАНДРА МАРКІВ

§ 14. Світові та вітчизняні тенденції розвитку медіаосвіти

Люди в усьому світі спостерігають різке збільшення кількості інформації. Розвиток технологій робить простішим доступ до неї. Природно, за таких умов всі ми в певний момент ставимо собі запитання, як потрібно здійснювати пошук і відбір найважливіших даних, критично оцінювати отримані відомості, використовувати чужі доробки і публікувати свої.

Медіаосвіта та інформаційна грамотність дають відповіді на ці запитання. Крім того, вони допомагають усвідомити, якими є наші права як споживачів інформації і авторів, які етичні проблеми можуть виникнути під час доступу та використання інформації, як ми можемо співпрацювати з засобами масової інформації і як маємо користуватися інформаційними технологіями, щоб сприяти рівності, міжкультурному та міжрелігійному діалогу, миру, свободі слова. Інформаційна грамотність допомагає всім сформуванню вирішальної компетентності – вижити в XXI столітті.

У 60-х роках минулого століття в провідних країнах-лідерах (Канада, Австралія, Франція, США та ін.) у педагогічній науці оформився специфічний напрямок – медіаосвіта. Він був спрямований на те, щоб учні та студенти засвоїли мову засобів масової інформації, навчились аналізувати медіатексти, а отже, були готові до адаптації в світі медіакультури.

Впровадження медіаосвіти в подальшому розглядалось не лише як частина суто освітньої політики, а «як частина основних прав громадян на свободу висловлювання і права на інформацію, як один із вагомих інструментів підтримки демократії» [20]. З кінця 90-х років медіаосвіта була рекомендована до введення в національні навчальні плани.

Стаття 19 Загальної декларації прав людини говорить: «Кожна людина має право на свободу переконань і на вільне їх виявлення; це право включає свободу безперешкодно дотримуватися своїх переконань та свободу шукати, одержувати і поширювати

інформацію і ідеї будь-якими засобами і незалежно від державних кордонів»[7].

Медійна та інформаційна грамотність (МІГ) озброює людей знаннями і навичками, необхідними їм для повноцінного використання названого вище фундаментального права. Реалізація цього права визначається і Грюнвальдською декларацією з медіаосвіти 1982 року, у якій зазначено, що політичні та освітні системи повинні розвивати в громадянах необхідне розуміння феномену комунікації і стимулювати їхню участь в засобах масової інформації та комунікації (як нових, так і старих) [21].

Медіа, бібліотеки, архіви та Інтернет визнані в усьому світі важливими інструментами, що допомагають людям приймати рішення з урахуванням повноти всієї наявної інформації. Крім того, вони є тими засобами, за допомогою яких суспільство дізнається про себе правду, підтримує діалог з населенням та створює відчуття єдності. Канали комунікації та інформації здатні впливати на навчання протягом усього життя, і тому громадяни повинні хоча б в принципі розуміти, як вони функціонують і як правильно працювати з даними, отриманими завдяки їм. Завдання МІГ якраз і полягає в передачі цих знань користувачам.

Як було відзначено в матеріалах конференції UNESCO «Educating for the Media and the Digital Age» (Відень, 1999), медіаосвіта пов'язана з усіма видами медіа (друкованими та графічними, звуковими, екрановими та ін.) та різними технологіями; вона дає можливість людям зрозуміти, як масові комунікації використовуються і впливають на свідомість, навчити застосовувати медіа в комунікації; сформувати навички того, як аналізувати, критично осмислювати і створювати медіатексти; визначати джерела повідомлень, їхній політичний, соціальний, комерційний та / або культурний контекст; інтерпретувати поширювані медіатексти та цінності; вибирати відповідні медіа для створення та розповсюдження власних повідомлень і працювати із зацікавленою в них аудиторією. Медіаосвіта – частина базових прав кожного громадянина будь-якої країни світу на свободу самовираження та отримання інформації. Також вона є інструментом підтримки демократії. Її рекомендується

впроваджувати в навчальні плани шкіл і вишів, у систему додаткової, неформальної освіти та навчання протягом усього життя людини [20].

Відзначимо, що популяризація МІГ відбувається не лише в галузі освіти. У розвинених країнах роль «медіапросвітників» виконують культурні центри, кіностудії та некомерційні організації, які підтримують такі медіа-проекти. У країнах, що розвиваються, створення медіапроектів швидше прив'язане до регіональних засобів масової інформації та медіацентрів.

Для регіонального просування МІГ партнерські відносини з теле- і радіокомпаніями є ідеальною умовою для створення ефективних і тривалих проектів. Регіональні медіа добре знають потреби місцевого населення, однак їхні можливості просування МІГ часто обмежені недостатністю ресурсів і спеціальних навичок.

Упродовж останнього десятиліття важливість медіаграмотності отримала широке визнання в світі, але прогрес варіюється залежно від країни або регіону і часом страждає від нестачі фінансування.

Австралія, Нова Зеландія і Канада – лідери з упровадження медіаосвіти. У межах шкільної програми вона вивчається як окрема дисципліна або інтегрована в інші предмети, зокрема, ті, які пов'язані з вивченням рідної мови. Налагоджені партнерські відносини між представниками медіаіндустрії та громадянського суспільства; багато громадських асоціацій видають журнали та інформаційні бюлетені, підтримують веб-сайти. У **США** широке коло державних та неурядових організацій працюють у сфері медіаосвіти. У **Латинській Америці** найцікавіша і найпродуктивніша робота в цьому напрямку ініціюється місцевою молоддю та громадськими організаціями. У таких країнах, як **Китай та Гонконг**, швидкий розвиток інформаційних технологій в освіті та масштабні вливання коштів у цю сферу створили потенціал для розвитку креативної роботи з медіа в шкільних закладах. У багатьох країнах, що розвиваються, зокрема африканських, уряди більше стурбовані розвитком звичайної основної грамотності і тільки починають замислюватися над потребою впровадження медіаграмотності.

Надзвичайно цікавим є досвід **просування медіаосвіти у Фінляндії**, де ця новація підтримується на урядовому рівні.

Міністерство освіти та культури країни визначило впровадження медіаграмотності як одне з пріоритетних і стратегічних завдань. Відповідно, для його виконання виділено певні ресурси, вдосконалено законодавство в сфері освіти, культури, молодіжної та мистецької політики. Сформульовано основні принципи формування медіаграмотності дітей та підлітків, розроблено практичні рекомендації щодо співпраці з різними суспільними організаціями для задоволення широкого кола зацікавлених у медіаосвіті сторін. Національні навчальні програми для дошкільної та базової освіти зорієнтовані на формування компетентності «усвідомлення багатогранності інформації та володіння комунікаційними технологіями (ІКТ)», яка покликана наголосити на важливості вміння критично мислити і сприймати готовий медійний продукт, а також виробляти власний. У навчальних планах ІКТ розглядається як мета і як інструмент освіти, який сприяє пошуковому та творчому навчанню.

Фінські експерти активно беруть участь у пропаганді медіаграмотності в країнах Європи, в межах різних проектів Європейського Союзу, Ради Європи та ЮНЕСКО [22]. Наведемо приклади кількох успішних починань.

«Від масового рівня до медіамейнстріму: молодіжний голос редакції». «Молодіжний голос редакції» працює в столичному регіоні як ньюзрум, який постачає матеріал різним засобам масової інформації. Метою є підтримка молоді, яка виробляє мультимедійний контент, а також стимулювання молодих людей до публічного обговорення важливих для них питань. Молоді люди в редакції вчаться писати статті та випускати телепрограми за допомогою професіоналів та провідних журналістів. Співпраця з такими організаціями, як Національна Телерадіокомпанія («YLE») та найбільша національна газета («Helsingin Sanomat») гарантує представлення виробленого контенту в головних фінських засобах масової інформації.

«Тиждень газети». Тиждень газети – це тиждень співпраці між газетами та освітніми закладами, під час яких редакції постачають школи та дитячі садки безкоштовними копіями їхніх публікацій.

Подаровані газетні матеріали використовуються з навчальною метою на різних тематичних заходах. Фундаментальна ідея «Тижня газет» – дати можливість всім школярам ознайомитися з сучасною періодикою.

«*Тиждень медіаграмотності*». Метою цього щорічного заходу є підвищення обізнаності суспільства в сфері медіаграмотності. У ньому зазвичай беруть участь близько 40 організацій (міністерства, державні установи, оператори зв'язку, охоронні компанії, медіакомпанії та інші неурядові організації), які, співпрацюючи, пропонують теми, розробляють кампанії, готують інформаційні матеріали та сценарії зустрічей. Освітні заклади також заохочуються до проведення власних заходів.

Упровадження медіаосвіти в **Піденній Кореї** розпочалося з громадського руху за захист свободи преси та права телевізійної аудиторії на якісні програми. Спочатку влада не бачила правових підстав для такої діяльності. Проте упродовж останніх десяти років неурядові організації при Міністерстві культури, спорту та туризму й Комісія із захисту молоді активно підтримують просвітницьку діяльність у галузі медіа, створюють навчальні матеріали та проводять дослідження в цій галузі.

Нині медіаграмотність у цій країні розглядається як частина більш широкого освітнього середовища, яке створює можливості для безперервного навчання дітей та дорослих. Навчальні спільноти медіавчителів працюють на волонтерських засадах і мають хороший потенціал для посилення медіаосвіти в школах.

Зусилля, докладені Корейською комісією зв'язку, яка є телерадіомовним і телекомунікаційним органом, а також урядовими організаціями Міністерства культури, спорту та туризму (Фундацією корейської преси, Корейським інститутом мовлення та ін.) особливо заслуговують на увагу.

Сьогодні проблемами медіаосвіти в Кореї опікуються різні організації та установи, від урядових до засобів масової інформації, асоціацій громад та колективів волонтерів. Переглянутий у 2000 році Закон «Про мовлення» забезпечив правову основу для медіаосвіти та захисту прав телевізійних глядачів. Закон також був важливим для

мовників, яких зобов'язали створювати та поширювати медіаосвітні програми.

Суспільно-громадські організації, які впроваджують медіаосвітні програми, отримують підтримку від державних органів, пов'язаних із засобами масової інформації. На відміну від них, Міністерство освіти, науки та технологій, яке несе відповідальність за освіту, докладає до поширення медіаграмотності небагато зусиль. Хіба що нещодавно було реформовано національний навчальний план, до якого були включені деякі елементи МІГ.

Медіаосвіта, таким чином, розвивається переважно за межами школи, у неформальному оточенні. Навчання здійснюють інструктори, які не є шкільними вчителями. Тому бажаним є стимулювання уряду розробляти системнішу і ефективнішу політику навчання, а також підтримувати підвищення кваліфікації вчителів [18].

Українські фахівці, які професійно стежать за процесами інтеграції педагогіки та медіа, вже давно знайомі з поняттям та змістом медіаосвіти. Цьому предмету протягом останніх десятиліть приділяється значна увага з боку науковців та практиків освіти, журналістів, фахівців бібліотечної справи, причому не тільки в столиці, а й у багатьох інших регіонах країни. Видаються фундаментальні праці, проводяться конференції, публікуються методичні рекомендації.

Разом із тим, було б перебільшенням вважати, що медіаосвіта стала загальноприйнятною практикою в нашій країні. Ми все ще маємо справу з ініціативами та досвідом ентузіастів – як окремих фахівців, так і провідних організацій, але не з масовим явищем.

Медіаграмотність в українських школах почали впроваджувати після ухвалення Концепції зі впровадження медіаосвіти в Україні в 2010 році. Після цього стартував експериментальний етап, який тривав із 2011 до 2016 року. У цей період у десятих класах шкіл, учасниць експерименту, почали впроваджувати факультатив «Медіакультура». Експериментом було охоплено понад 40 тис. учнів у 250 загальноосвітніх навчальних закладах.

У 2016 році було переглянуто головні завдання та принципи впровадження медіаграмотності й оновлено Концепцію. У новій

версії враховується вплив інформаційної війни, медійна ретравматизація постраждалих від військових дій тощо.

Із 2017 року розпочався наступний етап експерименту з медіаосвіти, який триватиме до 2022 року. На цьому етапі наявну наскрізну модель викладання медіаграмотності перевіряють на ефективність і попрацюють над підвищенням рівня медіакомпетентності самих педагогів та студентів педагогічного і психологічного профілю [17].

На підготовчому етапі в експерименті вже бере участь близько 200 навчальних закладів із усієї країни. Серед них – обласні інститути післядипломної освіти, на базі яких відбувається навчання медіапедагогів, вищі професійні училища, дошкільні навчальні заклади, школи, гімназії, ліцеї, навчально-виховні комплекси. Експериментом буде охоплено всі області України та м. Київ. Підготовлено навчальні програми для початкової, середньої та старшої шкіл, для 8 й 10 класів є готові підручники, а також робочі зошити. На жаль, експериментом не передбачено додаткового фінансування шкіл. Хоча потреба в цьому є, насамперед для придбання посібників і фінансування витрат на відрядження вчителів на семінари чи курси. Медіа – надзвичайно динамічне явище, тому здобувати нові знання та підвищувати кваліфікацію вчителям потрібно постійно. Не кажучи вже про потребу в медіазасобах у самих школах, де часто немає комп'ютерів та Інтернету [19].

Велику роль у методичному забезпеченні вчителів відіграє Академія української преси, яка регулярно видає посібники для вчителів із медіаграмотності та приклади авторських уроків – як українських авторів, так і переклади іноземних.

Багато зусиль до розвитку медіаосвіти докладає «Детектор медіа» (в першу чергу, через сайт MediaSapiens, який є частиною порталу «Детектор медіа», а також спеціалізовані онлайн-ресурси, такі як «МедіаДрайвер» та «Новинна грамотність»), IREX (програма медіаграмотності для громадян 2015–2016 рр., нинішній проект «Вивчай та розрізняй»), Академія Deutsche Welle (тренінги для дорослих), StopFake (через фактчекінгові проекти). Ініціативи з елементами

медіаграмотності впроваджує USAID PACT/ENGAGE, волонтерський культурно-освітній проект «Жовтий автобус» та інші [19].

Загалом, згадані організації та установи, а також вищі навчальні заклади протягом останніх років підготували десятки підручників і навчальних посібників із медіаграмотності [1-3; 5-6; 8-16]. Варто сказати і про розроблені вже допоміжні інноваційні інструменти, які можуть стати в пригоді. Зокрема, це інтерактивний підручник для підлітків «МедіаДрайвер» та курс із новинної грамотності – продукти ГО «Детектор медіа»; гра «Медіаграмотна місія», розроблена IREX, Академією української преси та StopFake; «Медіанавігатор» – збірник вправ із медіаграмотності, над яким працювали педагоги із семи країн.

Серед новацій 2018 року варто відзначити: медіаграмотність включено до стандарту початкової школи, із нового навчального року в десятих класах викладатиметься курс «Громадянська освіта», де є розділ «Світ інформації та мас-медіа». У квітні відбулася організована міжнародною громадською організацією Internews в Україні, Міністерством освіти і науки України й Академією української преси Шоста міжнародна науково-практична конференція з медіаосвіти та медіаграмотності. На пленарному засіданні «Державні пріоритети розвитку медіаграмотності: де ми зараз?» заступник Міністра інформаційної політики України Дмитро Золотухін наголосив, що медіаосвіта є одним із компонентів вирішення проблеми дезінформації, а отже – важливим інструментом протидії інформаційній агресії загалом.

Завдання та запитання до параграфа

1. Яким чином сучасні соціальні медіа впливають на розвиток особистості?
 2. Обґрунтуйте важливість навчання медіаграмотності в загальноосвітніх школах?
 3. Поясніть, який зв'язок має медіаосвіта та історія?
 4. Перегляньте випуск вечірніх новин на двох різних телеканалах. Поясніть, чому і як відрізняється їхній медіавплив.
-

Список використаної та рекомендованої літератури

1. Больц Н. Абетка медіа = Das Abc der Medien / Н. Больц ; за заг. ред. В. Ф. Іванов ; пер. з нім. В. Климченка. – Київ : Акад. Укр. Преси : Центр вільної преси, 2015. – 176 с.
 2. Бугайчук Н. Як діяти в умовах інформаційної війни : практич. заняття з елементами тренінгу для старшокласників / Н. Бугайчук // Шкільний світ. – 2016. – № 17. – С. 27-31.
 3. Від медіаграмотності до медіакультури [Електронний ресурс] : навчально-методичний комплекс медіазанять / наук. ред. В. І. Шуляр. – Миколаїв : Обл. ін-т післядиплом. пед. освіти, 2016. – 68 с. – Режим доступу : <http://labinlib.org.ua/unfo/media.pdf> (дата звернення: 18.04.2018).
 4. Від медіаграмотності до медіакультури: стратегії, проблеми, перспективи [Електронний ресурс] : тези доповідей Міжнар. наук.-практик. Інтернет-конференції (м. Миколаїв, 27 квіт. 2016 р.). – Миколаїв : Обл. ін-т післядиплом. пед. освіти, 2016. – 124 с.
 5. Гребенчук О. Впровадження медіаосвіти в навчально-виховний процес [Електронний ресурс] / О. Гребенчук ; Відділ освіти Балаклійської райдержадміністрації. – Балаклея, 2015. – 51 с. – Режим доступу : <http://www.aup.com.ua/ml/Grebenchuk.pdf> (дата звернення: 05.04.2018).
 6. Гуменюк Л. Практична медіаграмотність [Електронний ресурс] : посіб. для бібліотекарів / Л. Гуменюк, В. Потапова. – Київ : Академія української преси, 2015. – Режим доступу : <http://www.aup.com.ua/books/mbm> (дата звернення: 11.03.2018).
 7. Загальна декларація прав людини. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995_015 (дата звернення: 11.04.2018).
 8. Медіаграмотність на уроках суспільних дисциплін : плани-конспекти уроків / за ред. В. Іванова, О. Волошенюк, О. Мокрогуза. – Київ : ЦВП, АУП, 2015
 9. Медіаграмотність на уроках суспільних дисциплін : посіб. для вчителя / Т. Бакка [та ін.] ; Акад. укр. преси ; Ін-т журналістики Київ. нац. ун-ту ім. Т. Шевченка ; Ін-т мистецтвознавства, фольклористики та етнології ім. М. Т. Рильського НАН України ; за ред. В. Іванова, О. Волошенюк, О. Мокрогуза. – Київ : Акад. Укр. Преси : Центр Вільної Преси, 2016. – 200 с.
 10. Медіаграмотність та критичне мислення на уроках суспільствознавства [Електронний ресурс] : посіб. для вчителя / Т. В. Бакка [та ін.] ; за ред. В. Іванова, О. Волошенюк. – Київ : Центр Вільної Преси : Акад. Укр. Преси, 2016. – 243 с.
-
-

11. Медіаосвіта та медіаграмотність: короткий огляд. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.irf.ua/files/ukr/programs/media/aup-media.pdf> (дата звернення: 12.04.2018).
12. Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник / ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк ; за науковою редакцією В. В. Різуна. – Київ : Центр вільної преси, 2012. – 352 с.
13. Навчання медіаграмотності громадян : посібник для тренерів. – Київ : IREX, АУП, StopFake, 2016. – 200 с.
14. Не потони в інформаційному дощі [Електронний ресурс]: навчання медіаграмотності громадян: посіб. для тренерів. – Режим доступу : http://www.aup.com.ua/wp-content/uploads/2016/03/Citizen-Media-Literacy_Trainers-Manual_ua.pdf (дата звернення: 23.04.2018).
15. Основи медіаграмотності : навчально-методичний посібник для вчителя 8(9) клас. Плани-конспекти уроків / за ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк, О. П. Мокрогуза. – Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2014. – 190 с.
16. Шейбе С. Медіаграмотність : підручник для вчителя / Сінді Шейбе, Фейз Рогоу/ Перекл. з англ. С. Дьома; за загал. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. – Київ : Центр вільної преси, Академія української преси, 2014. – 319 с.
17. Що таке експеримент із медіаосвіти в Україні: 15 запитань та відповідей. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/scho_take_eksperiment_iz_mediaosviti_v_ukraini_15_zapitan_ta_vidpovidey/#q5 (дата звернення: 12.04.2018).
18. Як краще викладати медіаграмотність у школі? Думка вчителів. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/yak_krasche_vikladati_mediagramotnist_u_shkoli_dumka_vchiteliv (дата звернення: 15.04.2018).
19. Як розвивається медіаграмотність в Україні: вісім висновків зі щорічної конференції. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ms.detector.media/mediaprosvita/ediaosvita/yak_rozvivaetsya_mediagramotnist_v_ukraini_visim_visnovkiv_zi_schorichnoi_konferentsii (дата звернення: 28.04.2018).
20. Educating for the Media and the Digital Age. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.mediamanual.at/en/pdf/recommendations.pdf> (дата звернення: 12.04.2018).
21. Grunwald on media education. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.unesco.org/education/pdf/MEDIA_E.PDF (дата звернення: 18.04.2018).
22. History, policy and practices of media education in South Korea. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://eprints.rclis.org/17958/1/012-02-seon.pdf> (дата звернення: 11.05.2018).

-
-
23. Media and information literacy curriculum for teachers. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001929/192971e.pdf> (дата звернення: 17.04.2018).
 24. Media and information literacy: policy and strategy guidelines. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002256/225606e.pdf> (дата звернення: 22.04.2018).
 25. Media education in Finnish educational system. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://kavi.fi/sites/default/files/documents/mil_in_finland.pdf (дата звернення: 12.05.2018).

Автор параграфа:
асист. каф. журналістики
НПУ імені М. П. Драгоманова
СВІТЛАНА ШЕВЧУК

Словник термінів

Агресія – протиправне пряме чи опосередковане застосування збройної сили однією державою проти суверенітету, територіальної цілісності чи політичної незалежності іншої держави. Відповідно до міжнародного права, акт агресії є міжнародним злочином, і це повинно тягнути міжнародно-правову відповідальність як для держави-агресора, так і для політиків, які розв'язали агресивну війну. Територія та майно держави і громадян, що постраждали внаслідок агресії, знаходяться під захистом міжнародного права. Усі придбання держави-агресора внаслідок агресивної війни визнаються за міжнародним правом нікчемними.

Акредитація – процедура призначення журналіста і визнання його повноважень державним, громадським об'єднанням та організацією. Акредитація журналістів та ін. працівників ЗМІ регулюється ст. 26 Закону України «Про інформацію». Акредитація – це не обов'язок і не єдина легальна можливість висвітлювати діяльність акредитуючої структури. Абзац другий частини 1 ст. 26 згаданого Закону передбачає: «Відсутність акредитації не може бути підставою для відмови в допуску журналіста, працівника засобу масової інформації на відкриті заходи, що проводить суб'єкт владних повноважень». Тим більше наявність чи відсутність акредитації не має стосунку до розгляду запитів на інформацію, які регулюються ін. законом і можуть бути надіслані будь-яким приватним суб'єктом, а не лише ЗМІ.

Акти зовнішньої інформаційної агресії (АЗА) – акції, реалізація яких може мати негативний вплив на безпеку інформаційного простору держави.

Атака «людина посередині» (Man-in-the-Middle) – вид атаки, коли зломисник перехоплює канал зв'язку між двома системами й отримує доступ до всієї інформації, що передається.

Атака на відмову в обслуговуванні (DoS-атака) – напад на комп'ютерну систему з наміром зробити комп'ютерні ресурси недоступними користувачам, для яких комп'ютерна система була призначена.

Атакацільова (APT-атака, складна постійна загроза, таргетингова атака) – вид кібератаки, процес якої контролюється вручну в реальному часі людиною, що є центром атаки. Метою такої атаки є

доступ до захищеної інформації з інформаційної системи певної компанії, організації або державної служби.

Безпека – стан, при якому кому-небудь, чому-небудь не загрожує небезпека будь-якого виду, існує захист від небезпеки.

Безпека інформаційна – стан захищеності інформаційного середовища суспільства, що забезпечує його формування, використання і розвиток в інтересах громадян, організацій, держави. Під інформаційною безпекою варто розуміти єдність захисту таких компонентів: системи виробництва інформаційних продуктів; системи доставки інформаційних продуктів до споживача; системи виробництва засобів виробництва інформаційних продуктів та їх доставки; системи виробництва інформаційних технологій; системи накопичення і збереження інформаційних продуктів; системи сервісного обслуговування елементів інформаційної інфраструктури; системи підготовки кадрів.

Безпека інформаційна держави (суспільства) характеризується мірою захищеності держави (суспільства) та стійкості основних сфер життєдіяльності (економіки, науки, техносфери, сфери управління, військової справи) відносно небезпечних (дестабілізувальних, деструктивних, уражаючих державні інтереси) інформаційних впливів, причому як з упровадження, так і з добування інформації. Інформаційна безпека держави визначається здатністю нейтралізувати такі впливи.

Безпека інформаційна особистості – це захищеність психіки і свідомості людини від небезпечних інформаційних впливів: маніпулювання свідомістю, дезінформування, спонукання до самогубства, образ тощо.

Безпека інформаційна України – стан захищеності її національних інтересів в інформаційній сфері, що визначаються сукупністю збалансованих інтересів особистості, суспільства й держави.

Безпека інформаційного забезпечення – сукупність заходів, призначених для досягнення стану захищеності потреб особистостей, суспільства й держави в інформації.

Безпека національна – категорія політичної науки (політології), що характеризує стан соціальних інститутів, що забезпечує їхню ефективну діяльність для підтримки оптимальних умов існування особистості, суспільства та держави. Вона відображає зв'язок безпеки з нацією.

Безпека особистості – положення, при якому особистості не загрожує небезпека. Безпека особистості полягає у формуванні комплексу правових і моральних норм, суспільних інститутів та організацій, що дають змогу розвивати й реалізовувати соціально значущі здібності й потреби, не зазнаючи при цьому протидії держави й суспільства.

Безпека суспільства – наявність суспільних інститутів, норм, розвинених форм суспільної свідомості, які дають змогу реалізувати права та свободи всіх груп населення і протистояти діям, що ведуть до розколу суспільства (зокрема і з боку держави).

Валідність інформації – ступінь довіри аудиторії до органів масової інформації, встановлений внаслідок опитування чи анкетування (Цит. за: Гетьманець М. Ф., Михайлин І. Л. *Сучасний словник літератури і журналістики*. – Х. : Прапор, 2009. – С. 168).

Верифікація – перевірка журналістом на істинність фактичних даних. Є різні способи верифікації: збирання емпіричних фактів, особиста присутність на події або її розгляді (аналізі) в різних інстанціях, опитування свідків, вивчення документів та письмових джерел, опитування та анкетування та ін. (Цит. за: Гетьманець М. Ф., Михайлин І. Л. *Сучасний словник літератури і журналістики*. – Х. : Прапор, 2009. – С. 169)

Війна асиметрична – війна, яка ведеться на різних рівнях, оскільки не може бути двох абсолютно однакових супротивників. Рівні асиметричної війни: військово-стратегічний рівень (партизанська війна, масова відплата, бліцкриг тощо); оперативний рівень (спецоперації, військові хитрощі, віроломство, тероризм тощо); політико-стратегічний рівень (релігійна війна, зіткнення культур).

Війна гібридна – агресивні дії, що здійснюються шляхом поєднання воєнних, дипломатичних, інформаційних, економічних та інших засобів з метою досягнення стратегічних політичних цілей. Специфіка такого поєднання полягає в тому, що кожен із військових і невійськових способів ведення гібридного конфлікту застосовується у воєнних цілях та використовується як зброя (Цит. за: *Світова гібридна війна: український фронт: монографія / за заг ред. В. П. Горбуліна*. – Х. : Фоліо, 2017. – С. 19).

Війна змішана – війна, в якій поєдналися елементи чи складові різних типів війн – військові конфлікти між державами, терористичні акти, національно-визвольні рухи, партизанський супротив, захоплення заручників, інформаційна війна тощо.

Війна інформаційна – комплекс заходів щодо інформаційного впливу на масову свідомість для зміни поведінки людей і нав'язування їм цілей, які не входять до числа їхніх інтересів, а також захист від подібних впливів. Це форма ведення інформаційного протистояння між різними суб'єктами (державами, неурядовими, економічними та іншими структурами), яка передбачає проведення комплексу дій з нанесення шкоди інформаційній сфері конкуруючої сторони і захисту власної інформаційної сфери (Цит. за: *Малик Я. Інформаційна війна і Україна // Демократичне врядування. – 2005. – Випуск 15. – С. 45*). Під час такої війни використовуються інформаційні технології, що впливають на інформаційні системи, маючи на меті введення в оману масової чи індивідуальної свідомості, виведення з ладу або десинхронізацію процесів управління суспільством та його складовими, передовсім військовими (Цит. за: *Почепцов Г. Г., Чукут С. А. Інформаційна політика : навч. посіб. – 2-ге вид. – Київ : Знання, 2008. – С. 559*).

Війна конвенціональна – війна, яка ведеться за певними правилами, передбачає повагу до супротивника, дотримання слова і всього того, що називається кодексом честі.

Війна психологічна – комунікативні технології, що спрямовані на внесення змін у поведінку індивіда за допомогою модифікації його моделі світу, що здійснюється шляхом внесення змін в інформаційні потоки (Цит. за: *Почепцов Г. Г., Чукут С. А. Інформаційна політика : навч. посіб. – 2-ге вид. – Київ : Знання, 2008. – С. 559*).

Війна смислова (інформаційно-смислова, семантична) – вид когнітивного протистояння; впливає на пізнавальну сферу людини. Смислові операції спрямовані на ураження не системи знань і суджень, а цілої системи цінностей, картини світу об'єкта агресії. Тактична мета смислової війни – зробити кожну людину своєрідним «цензором», який сам буде тлумачити факти в потрібному, керованому сенсі: все, визначене як «неправильне», відкидати, і засвоювати тільки те, що «дозволено». Стратегічна мета смислової війни – самознищення об'єкту агресії (соціальної групи, нації тощо). (Викладено за: *Марутян Р. Р. Смислові війни сучасності: український вимір [Електронний ресурс] // Matrix-divergent. – 13.03.2017. – Режим доступу: <http://matrix-info.com/2017/03/13/ROSIYA-GOTUYETSIA-DO-VELYKOYI-VIJNY-TU>; Марутян Р. Р. Що таке смислові війни та чому вони загрозливіші за інформаційні? [Електронний ресурс] // UKRLIFE.TV. – Грудень 2017. – Режим доступу: https://www.youtube.com/watch?v=b2EZh_7Grkw).*

Війна стандартна інформаційна – це інформаційна війна, в якій під час цілеспрямованого інформаційного впливу активно задіяний інформаційний простір, а також культурні цінності, ціннісні орієнтації, символи, світогляд та інші компоненти культурного простору, в якому міститься об'єкт впливу.

Війна стратегічна інформаційна – це інформаційна війна, під час якої здійснюється вплив на інформаційний та культурний простір об'єкта з метою їх трансформації, що призводить до змін у культурних цінностях, світобаченні та поведінці об'єкта інформаційної агресії.

Війна «холодна» – глобальна геополітична, економічна та ідеологічна конфронтація між Радянським Союзом і його союзниками, з одного боку, та США, країнами Західної Європи і їх союзниками – з іншого, що тривала з середини 1940-х до початку 1990-х років, призвела до розпаду СРСР та переросла в сучасне протистояння між Росією та Заходом (*Викладено за: Політологічний енциклопедичний словник / уклад. : Л. М. Герасіна, В. Л. Погрібна, І. О. Поліщук та ін. ; за ред. М. П. Требіна. – Х. : Право, 2015).*

Війна цивілізаційна – глобальне протистояння у сферах культур, сформованих на основі релігій, а саме індуїстської, ісламської, японської, православної, китайської, західної, африканської і латиноамериканської цивілізацій. Обґрунтована Семюелем Філіпсом Хантінгтоном у книзі «Зіткнення цивілізацій і перебудова світового порядку» (1996). Ідеологічні, політичні, економічні війни, на думку вченого, залишилися в минулому. Цивілізаційна війна, на думку Г. Почепцова, відрізняється від смислової тим, що становить об'єктивний, пасивний (тобто такий, що ні від кого персонально не залежить) процес, у той час як смислові операції розробляються і втілюються певним «суб'єктом, який має свої чіткі цілі» (*Цит. за: Почепцов Г.Г. Смислові та інформаційні війни // Інформаційне суспільство. – 2013. – Випуск 18. – С. 23).*

Вплив інформаційний – вплив на масову свідомість (пор. : психологічний вплив – це вплив на свідомість індивідуальну). Інформаційний вплив як процес керування – це порушення (гальмування) у керованій системі процесів, що стимулюють бажаний для сторони, що впливає, вибір. Цей спосіб впливу не припускає прямого виведення з ладу частини елементів його системи, але передбачає передачу супротивникові такої інформації, що наштотує його на вибір необхідного для сторони, що впливає, рішення.

Вплив психологічний – вплив на психіку окремих людей, що може здійснюватися різними засобами: інформаційними, військовими, економічними, політичними. Види: інформаційно-психологічний, психогенний, психоаналітичний, нейролінгвістичний, психотронний, психотропний. Такий психологічний вплив ставить своєю основною метою формування певних соціальних ідей, уявлень, переконань, одночасно він викликає в людей позитивні або негативні емоції, почуття та навіть масові реакції, наприклад, паніку. Зміст психологічного впливу реалізується шляхом проведення психологічних операцій або шляхом здійснення разових заходів.

Глушіння – один з найголовніших прийомів інформаційної війни між країнами, який полягає в створенні шумових перешкод на шляху поширення мовлення радіостанцій противника, завдяки чому аудиторія залишається в межах впливу однієї ідеології й концепції дійсності, яка оголошується правлячим режимом єдиноправильною. Цей метод широко використовувався в Радянському Союзі в часи холодної війни (*Цит. за: Гетьманець М. Ф., Михайлин І. Л. Сучасний словник літератури і журналістики. – Х. : Прапор, 2009. – С. 180-181*).

Дані – формальнозареєстровані відомості, що є складовою частиною інформації. Під час інформаційного процесу дані перетворюються з одного виду в інший за допомогою певних методів. Опрацювання даних містить в собі множину різних операцій. Основними операціями є: збір даних – накопичення інформації з метою забезпечення її достатньої повноти для прийняття рішення; формалізація даних – приведення даних, що надходять із різних джерел до однакової форми; фільтрування даних – усунення зайвих даних, які не потрібні для прийняття рішень; сортування даних – впорядкування даних за певною ознакою з метою зручності використання; архівація даних – збереження даних у зручній та доступній формі; захист даних – комплекс дій, що скеровані на запобігання втрат, відтворення та модифікації даних; перетворення даних – переведення даних з однієї форми або структури в іншу чи зміна типу носія; транспортування даних – прийом та передавання даних між віддаленими користувачами інформаційного процесу.

Дезінформація (дезінформування) – спотворена, свідомо неправдива, провокаційно-тенденційна інформація, поширена як правдива з метою введення в оману громадськості, політичних опонентів, конкурентів тощо; сам процес поширення у ЗМІ викривлених або

свідомо неправдивих відомостей; спосіб оперативного або стратегічного маскуванню, суть якого полягає у планомірному навмисному розповсюдженні неправдивих відомостей (*Цит. за: Енциклопедія сучасної України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://esu.com.ua/search_articles.php?id=21273*)

Дезорієнтація одержувача інформації – відповідь на питання іншим, причому логічно некоректним питанням або ж надання надмірної кількості інформації, що не відноситься до справи, істинної або помилкової інформації з метою відвернути від суті питання, яке розглядається.

Держава – сукупність офіційних органів влади в цій чи іншій країні, основний заклад і спосіб політико-правової організації життя суспільства на чолі з одноособовим або колективним правителем, органами виконавчої та інших видів влади й вертикальною системою управління, за допомогою якої здійснюється влада, охороняється існуючий лад, забезпечується нормальне життя людей.

Деструктивний медіаінформаційний вплив – вплив різноманітного медіаконтенту (інформація та деструктивно спрямовані способи її подання), специфічною ознакою якого є психологічно руйнівний, травматичний, небезпечний зміст повідомлення та / або форми передавання, які мають високий рівень медіаризиків, тобто можуть завдати шкоди здоров'ю, розвитку та психологічному благополуччю людини, зокрема дитини певного віку (*Концепція впровадження медіаосвіти в Україні. Нова редакція від 21.04.2016*).

Диверсифікація громадської думки – розгалуження уваги панівної еліти держави на різні штучно акцентовані проблеми з метою відволікання від вирішення першочергових завдань суспільно-політичного та економічного розвитку для нормального функціонування суспільства й держави.

Дифамація – надання гласності через журналістику неправдивим відомостям, які являють собою клевети, паплюжать, принижують честь, гідність та репутацію громадян, організацій чи установ. У законодавствах усіх країн дифамація відноситься до правопорушень, хоча й цивільних, а не кримінальних... Дифамація є звичайним прийомом в інформаційній війні, використовується також у політичній боротьбі, щоб скомпрометувати особу й не допустити її зайняти важливу державну посаду, бути обраною депутатом та ін. (*Цит. за: Гетьманець М. Ф., Михайлин І. Л.*

Сучасний словник літератури і журналістики. – Х. : Прапор, 2009. – С. 190)

Експансія інформаційна – система, що склалася в засобах інформації розвинених держав, і методи, використані для пропагандистського забезпечення певних геополітичних цілей. Інформаційну експансію можуть створювати і поширювати як державні органи (за допомогою державних і приватних інформаційних установ і заходів), так і транснаціональні корпорації для досягнення власної вигоди: забезпечення ринку збуту, участь у великих міжнародних тендерах, доступ до дешевої сировини і робочої сили, політичні та військові цілі тощо (*Цит. за: Саприкін О. Інформаційна експансія, інформаційна війна та інформаційна атака у засобах масової інформації / О. Саприкін // Вісник книжкової палати. – 2013. – № 1. – С. 1).*

Експерти фейкові – вигадані або несправжні авторитетні фахівці в певних галузях людської діяльності, думка яких покликана підтвердити значущість певної інформації.

Експлоїт – це комп'ютерна програма, фрагмент програмного коду або послідовність команд, що використовують вразливості в програмному забезпеченні та призначені для проведення атаки на обчислювальну систему.

Журналіст – творчий працівник, який професійно збирає, одержує, створює і займається підготовкою інформації для засобів масової інформації, виконує редакційно-посадові службові обов'язки в засобі масової інформації (у штаті або на позаштатних засадах) відповідно до професійних назв посад (роботи) журналіста, які зазначаються вдержавному класифікаторі професій України (*Закон України «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів» // Відомості Верховної Ради України. – 1997. – № 50).*

Журналістика військова – складник інформаційного простору держави, газети і журнали, передачі ефірних органів масової інформації, які організаційно пов'язані з військовим відомством та інформаційно відбивають їх діяльність (*Цит. за: Гетьманець М. Ф., Михайлин І. Л. Сучасний словник літератури і журналістики. – Х. : Прапор, 2009. – С. 208).*

Забезпечення інформаційне інформаційної безпеки – збирання (добування) відомостей про дестабілізуювальні фактори та інформаційні загрози, їхнє опрацювання, обмін інформацією між органами управління і силами та засобами системи інформаційної безпеки. Його основу

складає збирання (добування) необхідних відомостей, здійснюване в процесі розвідувальної, контррозвідувальної, оперативно-розшукової і оперативно-інформаційної діяльності.

Забезпечення інформаційної безпеки – сукупність заходів, призначених для досягнення стану захищеності потреб особистостей, суспільства й держави в інформації.

Заборона цензури та заборона втручання в професійну діяльність журналістів і засобів масової інформації – 1. Забороняється цензура – будь-яка вимога, спрямована, зокрема, до журналіста, засобу масової інформації, його засновника (співзасновника), видавця, керівника, розповсюджувача, узгоджувати інформацію до її поширення або накладення заборони чи перешкоджання в будь-якій іншій формі тиражуванню або поширенню інформації. Ця заборона не поширюється на випадки, коли попереднє узгодження інформації здійснюється на підставі закону, а також у разі накладення судом заборони на поширення інформації. 2. Забороняються втручання у професійну діяльність журналістів, контроль за змістом поширюваної інформації, зокрема з метою поширення чи непоширення певної інформації, замовчування суспільно необхідної інформації, накладення заборони на висвітлення окремих тем, показ окремих осіб або поширення інформації про них, заборони критикувати суб'єкти владних повноважень, крім випадків, встановлених законом, договором між засновником (власником) і трудовим колективом, редакційним статутом. 3. Умисне перешкоджання законній професійній діяльності журналістів та/або переслідування журналіста за виконання професійних обов'язків, за критику тягне за собою відповідальність згідно із законами України (*Цит. за ст. 24: Закон України «Про інформацію». В редакції Закону № 2938-VI (2938-17) від 13.01.2011 // Закони України: «Про інформацію», «Про доступ до публічної інформації» : чинне законодавство зі змінами та доповненнями станом на 1 липня 2011 р. (офіц. текст). – К. : ПАЛИВОДА А.В., 2011. – С. 10-11).*

Завіса залізна – державна політика відокремлення національного інформаційного простору від світового з метою недопущення громадян до правдивої й достовірної інформації та альтернативного коментування подій. Методи реалізації політики залізної завіси: заборона або надзвичайне підвищення ціни на передплату зарубіжних періодичних видань, глушіння в ефірі зарубіжних радіостанцій, застосування дротового радіомовлення для своєї країни, недопущення трансляції передач зарубіжних

телевізійних каналів. Залізною завісою були відгороджені від решти світу громадяни СРСР. З появою новітніх інформаційних технологій (супутникового зв'язку, мережі Інтернет) політика залізної завіси стала неможливою. Термін «залізна завіса» вперше був використаний Гербертом Уеллсом у книзі «Машина часу». Широкого розповсюдження набув після використання у промові Уїнстона Черчилля на означення межі між демократичними і тоталітарними державами (Цит. за: Гетьманець М. Ф., Михайлин І. Л. *Сучасний словник літератури і журналістики*. – Х. : Прапор, 2009. – С. 212).

Загроза – можлива небезпека, тобто здатність заподіяти будь-яку шкоду, призвести до будь-якого нещастя.

Загроза інформаційній безпеці (information security treat) – сукупність умов і факторів, що створюють небезпеку життєво важливим інтересам особистості, суспільства і держави в інформаційній сфері. Основні загрози інформаційній безпеці можна розділити на три групи: 1) загрози впливу неякісної інформації (недостовірної, фальшивої, дезінформації) на особистість, суспільство, державу; 2) загрози несанкціонованого і неправомірного впливу сторонніх осіб на інформацію й інформаційні ресурси (на виробництво інформації, інформаційні ресурси, на системи їхнього формування і використання); 3) загрози інформаційним правам і свободам особистості (праву на виробництво, розповсюдження, пошук, одержання, передавання і використання інформації; праву на інтелектуальну власність на інформацію і речову власність на документовану інформацію; праву на особисту таємницю; праву на захист честі і гідності і т. ін.).

Залякування – залякування супротивника загрозою провалу його планів, поширення тривоги серед прихильників супротивника і запевнення його внутрішньої опозиції для зміни планів або, в ідеалі, повної зміни курсу.

Засоби масової інформації – засоби, призначені для публічного поширення друкованої або аудіовізуальної інформації (*Закон України «Про інформацію» // Відомості Верховної Ради України. – 1992. – № 48, ст. 22*).

Захист інформації – сукупність правових, адміністративних, організаційних, технічних та інших заходів, що забезпечують збереження, цілісність інформації та належний порядок доступу до неї (Цит. за: *Закон України «Про інформацію». В редакції Закону № 2938-VI (2938-17) від 13.01.2011 // Закони України: «Про інформацію», «Про доступ до публічної інформації»: чинне законодавство зі*

змінами та доповненнями станом на 1 липня 2011 р. (офіц. текст). – К. : ПАЛИВОДА А.В., 2011. – С. 3).

Захист проактивний – сукупність технологій, які використовуються в антивірусному програмному забезпеченні, головною метою яких є виявлення потенційно небезпечного програмного забезпечення.

Зброя інформаційна – сукупність засобів, методів і технологій, що забезпечують можливість силового впливу на інформаційну сферу протилежної сторони з метою руйнування її інформаційної інфраструктури, системи управління державою, зниження духовного потенціалу суспільства. Це сукупність спеціалізованих (фізичних, інформаційних, програмних, радіоелектронних) методів і засобів тимчасового або безповоротного виведення з ладу функцій або служб інформаційної інфраструктури загалом або окремих її елементів. Основна дія інформаційної зброї – блокування або спотворення інформаційних потоків та процесів прийняття рішень супротивника.

Зброя інформаційно-психологічна – засоби й технології, які реалізують за своєю природою впливи на психіку, свідомість особи й соціальних груп з метою впровадження ідеологічних і соціальних установок, формування помилкових стереотипів поведінки та прийняття рішень, трансформації в потрібному напрямку настроїв почуттів і волі.

Злочини інформаційні – це злочини, які можуть вчинятися із використанням як інформаційно комп'ютерних, так й інформаційно психологічних методів впливу.

Ідеологія – світогляд, спосіб мислення, який відбивається у вчинках та висловлюваннях осіб та спільнот (Цит. за: Гетьманець М. Ф., Михайлин І. Л. *Сучасний словник літератури і журналістики*. – Х. : Прапор, 2009. – С. 218).

Інтервенція інформаційна – тенденційна інформація; через системи зв'язку розповсюджуються суб'єктивні факти та суб'єктивна інформація, які впливають на суспільну думку й прийняття рішень в іншій державі.

Інтереси держави в інформаційній сфері полягають у створенні умов для гармонійного розвитку інформаційної інфраструктури України; реалізації конституційних прав і свобод людини й громадянина в галузі одержання інформації й користування нею з метою забезпечення непорушності конституційного ладу, суверенітету й територіальної цілісності України, політичної, економічної та соціальної стабільності;

забезпеченні законності та правопорядку, розвитку рівноправного й взаємовигідного міжнародного співробітництва.

Інтереси держави національні – фундаментальні цінності та прагнення народу, його потреби в гідних умовах життєдіяльності, а також цивілізовані шляхи їх створення й способи задоволення. Національні інтереси держави та їхня пріоритетність обумовлюються конкретною ситуацією, що складається в країні та за її межами.

Інтереси життєво важливі – сукупність потреб, задоволення яких надійно забезпечує існування й можливості прогресивного розвитку особистості, суспільства й держави.

Інтереси особистості в інформаційній сфері полягають у реалізації конституційних прав особи й громадянина на доступ до інформації, а також на використання інформації в інтересах здійснення діяльності, яка не заборонена законом; у захисті інформації, що забезпечує особисту безпеку.

Інформація – будь-які відомості та / або дані, які можуть бути збережені на матеріальних носіях або відображені в електронному вигляді. Властивості інформації: об'єктивність та суб'єктивність; повнота; достовірність; адекватність; доступність; актуальність; точність; цінність. Види інформації розрізняють за формами її представлення, кодування та збереження, а також за призначенням. За формами представлення, кодування та збереження виокремлюють графічну, звукову, текстову, числову, відеоінформацію. За призначенням інформація поділяється на масову, яка містить тривіальні відомості і оперує набором понять, зрозумілим більшій частині соціуму; спеціальну, що містить специфічний набір понять, під час її використання відбувається передача відомостей, які можуть бути не зрозумілі основній масі соціуму, але необхідні і зрозумілі в межах вузької соціальної групи, де використовується ця інформація; секретну, що передається вузькому колу осіб закритими (захищеними) каналами; особисту (приватну), що становить набір відомостей про певну особистість, визначає її соціальний стан і типи соціальних взаємодій всередині спільноти.

Інформація достовірна – відомості, що відповідають дійсності, факти, наявність яких за потреби можна підтвердити юридично коректними процедурами з використанням документів, свідків, експертних висновків тощо. Достовірними також вважаються відомості, що публікуються з обов'язковим посиланням на джерело та автора.

Інформація конфіденційна – інформація, доступ до якої обмежено фізичною або юридичною особою, крім суб'єктів владних повноважень; та, яка може поширюватися у визначеному ними порядку за їхнім бажанням відповідно до передбачених ними умов. Не може бути віднесена до конфіденційної інформація, зазначена в частині першій і другій статті 13 Закону (Закон України «Про доступ до публічної інформації» // Відомості Верховної Ради України. – 2011. – № 32. – С. 7).

Інформація масова – інформація, що поширюється з метою її доведення до необмеженого кола осіб (Закон України «Про інформацію» // Відомості Верховної Ради України. – 1992. – № 48. – С. 22).

Інформація публічна – це відображена та задокументована будь-якими засобами та на будь-яких носіях інформація, що була отримана або створена в процесі виконання суб'єктами владних повноважень своїх обов'язків, передбачених чинним законодавством, або яка знаходиться у володінні суб'єктів владних повноважень, інших розпорядників публічної інформації, визначених Законом (Закон України «Про доступ до публічної інформації» // Відомості Верховної Ради України. – 2011. – № 32, ст. 1).

Інформація таємна – інформація, доступ до якої обмежується відповідно до частини другої статті 6 Закону України «Про доступ до публічної інформації», розголошення якої може завдати шкоди особі, суспільству і державі. Таємною визнається інформація, яка містить державну, професійну, банківську таємницю, таємницю досудового розслідування та іншу передбачену законом таємницю (Закон України «Про доступ до публічної інформації» // Відомості Верховної Ради України. – 2011. – № 32, ст. 8).

Керування інформаційне – процес вироблення й застосування керівних впливів, яким притаманний неявний, непрямий, інформаційний характер. Об'єкту керування надається певна інформаційна картина, орієнтуючись на яку він вибирає лінію своєї поведінки, як йому здається, самостійно, тобто інформаційне керування – це спосіб впливу, що спонукає людей до впорядкованої поведінки, виконання необхідних від них дій.

Кібератака – спрямовані (навмисні) дії в кіберпросторі, які здійснюються за допомогою засобів електронних комунікацій (включаючи інформаційно-комунікаційні технології, програмні, програмно-апаратні засоби, інші технічні та технологічні засоби і обладнання) та спрямовані на досягнення однієї або сукупності таких цілей: порушення конфіденційності, цілісності, доступності електронних інформаційних ресурсів, що опрацьовуються (передаються,

зберігаються) в комунікаційних та / або технологічних системах, отримання несанкціонованого доступу до таких ресурсів; порушення безпеки, сталого, надійного та штатного режиму функціонування комунікаційних та / або технологічних систем; використання комунікаційної системи, її ресурсів та засобів електронних комунікацій для здійснення кібератак на інші об'єкти кіберзахисту.

Кібербезпека – захищеність життєво важливих інтересів людини і громадянина, суспільства та держави під час використання кіберпростору, за якої забезпечуються сталий розвиток інформаційного суспільства та цифрового комунікативного середовища, своєчасне виявлення, запобігання і нейтралізація реальних і потенційних загроз національній безпеці в кіберпросторі.

Кібервійна – застосування комп'ютерних технологій та мережі Інтернет однією державою (або за її безпосередньої підтримки) проти іншої держави, спрямоване проти її безпеки і оборони, що є настільки інтенсивним і серйозним, що становить реальну загрозу її безпеці та суверенітету.

Кіберзагроза – наявні та потенційно можливі явища і чинники, що створюють небезпеку життєво важливим національним інтересам у кіберпросторі, справляють негативний вплив на стан кібербезпеки держави, кібербезпеку та кіберзахист її об'єктів.

Кіберзахист – сукупність організаційних, правових, інженерно-технічних заходів, а також заходів криптографічного та технічного захисту інформації, спрямованих на запобігання кіберінцидентам, виявлення та захист від кібератак, ліквідацію їх наслідків, відновлення сталості і надійності функціонування комунікаційних, технологічних систем.

Кіберзлочин (комп'ютерний злочин) – суспільно небезпечне діяння у кіберпросторі та / або з його використанням, відповідальність за яке передбачена законом про кримінальну відповідальність та / або яке визнано злочином міжнародними договорами.

Кібероборона – сукупність політичних, економічних, соціальних, військових, наукових, науково-технічних, інформаційних, правових, організаційних та інших заходів, які здійснюються в кіберпросторі та спрямовані на забезпечення захисту суверенітету та обороноздатності держави, запобігання виникненню збройного конфлікту та відсіч збройній агресії.

- Кіберпростір** – середовище (віртуальний простір), яке надає можливості для здійснення комунікацій та / або реалізації суспільних відносин, утворене в результаті функціонування сумісних (з'єднаних) комунікаційних систем та забезпечення електронних комунікацій з використанням мережі Інтернет та / або інших глобальних мереж передачі даних.
- Кіберрозвідка** – діяльність, що здійснюється розвідувальними органами в кіберпросторі або з його використанням.
- Кіберсила** – потужність на основі інформаційних ресурсів, що залежить від ресурсів, які характеризують кіберпростір.
- Кібертероризм** – терористична діяльність, що здійснюється в кіберпросторі або з його використанням.
- Кібершпигунство (комп'ютерний шпіонаж, кіберрозвідка)** – термін, який позначає несанкціоноване отримання інформації з метою отримання особистої, економічної, політичної чи військової переваги, здійснюваний з використанням обходу (злому) систем комп'ютерної безпеки, із застосуванням шкідливого програмного забезпечення.
- Кілерство інформаційне** – поширення через журналістику дифамації, спрямованої на професійне знищення діяча, усунення його зі сфери професійної діяльності (*Цит. за: Гетьманець М. Ф., Михайлин І. Л. Сучасний словник літератури і журналістики. – Х. : Прапор, 2009. – С. 232*).
- Комунікації стратегічні** – скоординоване і належне використання комунікативних можливостей держави – публічної дипломатії, зв'язків із громадськістю, військових зв'язків, інформаційних та психологічних операцій, заходів, спрямованих на просування цілей держави (*Доктрина інформаційної безпеки, 2017 р.*).
- Комунікація масова** – первісно витлумачувалась як сукупність технічних засобів та каналів поширення масової інформації. У найбільш поширеному за радянських часів визначенні журналістика розумілася як громадська й літературна діяльність зі збирання, обробки й поширення інформації каналами масової комунікації, під якими розумілися преса, радіо, кіно, телебачення. У 1990-х рр. технологічне значення поняття «масова комунікація» стало поступатися західній змістовій версії розуміння цього терміна, у якій слову «комунікація» повернуто його питоме значення. Масова комунікація може бути лише інформаційним обміном між двома активними учасниками. Аудиторія мас-медіа сприймається не як пасивний реципієнт, споживач смислів і предмет впливу, а як

активний суб'єкт інформації. В інформаційному суспільстві під масовою комунікацією розуміється широке (у яке втягнуте все суспільство) і всебічне (яке стосується усіх соціально важливих тем) спілкування, масовий діалог, здійснюваний через журналістику. Унаслідок такого розуміння масова комунікація може бути сприйнята як безперервний загальнозначимий сучасний текст, у створенні й поширенні якого беруть участь за допомогою новітніх технічних засобів як професійні журналісти, так і звичайні громадяни (Цит. за: Михайлин І. Л. *Основи журналістики: підручник. – 5-те вид. перероб. та доп. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – С. 387*).

Конвенції Гаазькі з міжнародного гуманітарного права – міжнародні конвенції про закони та звичаї війни, включені до комплексу норм міжнародного гуманітарного права і прийняті на 1-й та 2-й мирних конференціях у Гаазі 1899 та 1907 років.

Конвенції Женевські з міжнародного гуманітарного права – міжнародні договори про захист жертв збройних конфліктів, прийняті на Дипломатичній конференції у Женеві 12 серпня 1949 року.

Контрпропаганда – система засобів нейтралізації або зниження ефективності пропагандистських впливів.

Конфлікт збройний неміжнародний – збройне протистояння між урядовою владою та недержавними збройними угрупованнями або тільки між недержавними збройними групами. Збройне протистояння в цьому випадку має досягти мінімального рівня інтенсивності, а сторони конфлікту мають характеризуватися мінімальним рівнем. В умовах неміжнародного збройного конфлікту цивільне населення перебуває під таким самим міжнародно-правовим захистом від наслідків конфлікту, як і в умовах міжнародного конфлікту.

Концепт – сучасний термін багатьох гуманітарних наук: мовознавства, літературознавства, філософії, лінгвістики, психології, культурології... Можна виділити три основні підходи до витлумачення поняття «концепт»: 1) лінгвістичний (С. О. Аскольдов, Д. С. Лихачов, В. В. Колесов, В. М. Телія). Оскільки концепт існує для кожного словникового значення, то його слід розглядати як алгебраїчний вираз значення. Загалом, прихильники цього напряму розуміють концепт як увесь потенціал значення слова разом із його конотативним елементом; 2) когнітивний (З. Д. Попов, Й. А. Стернін, О. С. Кубрякова). Концепт – явище ментального характеру. Представники когнітивного підходу зараховують концепт до розумових явищ та

тлумачать його як оперативну змістовну одиницю пам'яті, ментального лексикону; 3) культурологічний (Ю. С. Степанов, Г. Г. Слишкін). Вся культура розуміється як сукупність концептів та відносин між ними. Концепт – головний осередок культури в ментальному світі людини. Науковці, які дотримуються цього підходу, переконані, що при вивченні концепту, увагу слід приділяти культурній інформації, яку він передає. Концепт тут визначається як базова одиниця культури і є її концентратом (*Цит. за: Літяга В. Поняття «концепт» у парадигмі сучасних лінгвістичних досліджень // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Іноземна філологія. – 2013. – № 1(46). – С. 48-50*). Існує також припущення, що подібно до множини в математиці концепт в когнітології – базова аксіоматична категорія, яка не визначається і приймається інтуїтивно, гіперонім поняття, уявлення, схеми, фрейму, сценарію, гештальту та ін. Іншими словами, концепт виступає результатом всієї пізнавальної діяльності людини (когніції), створених з метою обробки її суб'єктивного досвіду, знань та уявлень про довколишній світ (*Цит. за: Слободян М. В. Концепт як одиниця когнітивних досліджень // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Сер. : Філологічна. – 2010. – Вип. 16. – С. 277*). У межах інформаційних і смислових війн – інструмент впливу на масову свідомість.

Концепція інформаційної безпеки держави – це систематизована сукупність відомостей про інформаційну безпеку держави та шляхи її забезпечення. Концепція є юридичним актом, що містить керівні принципи та цільові настанови щодо шляхів, засобів та методів захисту життєво важливих інтересів людини, групи, суспільства та держави.

Концепція інформаційної війни – система поглядів на інформаційну війну та шляхи її ведення.

Кооперація інформаційна – форма забезпечення інформаційної безпеки між рівноправними суб'єктами інформаційного процесу (фізичними, юридичними, міжнародними), що містить сукупність їхніх взаємоузгоджених дій, спрямованих на одержання відомостей про дестабілізувальні чинники, дестабілізувальні та інформаційні загрози й захист від них доступними законними способами й засобами.

Кореспондент військовий – журналіст, який працює в зоні бойових дій і систематично передає в загальні видання повідомлення про переміщення військ, хід операцій, втрати та іншу інформацію.

Може бути як професійним військовим, так і цивільною людиною (Цит. за: Гетьманець М. Ф., Михайлин І. Л. *Сучасний словник літератури і журналістики*. – Х. : Прапор, 2009. – С. 242).

Криза ідентичності мас-медіа – процес втрати свого індивідуального обличчя, звичної суспільно-політичної позиції, стилю в подачі новин, дизайні традиційних органів масової інформації у зв'язку зі зміною власника, тиском політичних обставин або іншими причинами. Загалом правильним є визначення, яким Ф. Сіберт, Т. Петерсон та У. Шрамм розпочали свою книгу «Чотири теорії преси»: «Преса завжди набуває форми й забарвлення тієї соціально-політичної структури, у межах якої вона функціонує». Зміни в системі викликають зміни в журналістиці. Будь-яке видання, яке існує тривалий час, має тенденцію до зміни обличчя, аж до такого ступеня, коли під старою назвою утворюється нове видання... Кризи ідентичностей зазнало багато обласних газет в українських містах, які спочатку були приватизовані, потім продані, потім перепродані і внаслідок цієї процедури цілком втратили своє обличчя, змінили формат, спрямованість, а часом і мову. Це вже зовсім інші газети під старими вивісками назв. У світі так само помічена криза ідентичності мас-медіа. Наприклад, медіа-експерти відзначили, що великі газети «Вашингтон-пост» і «Нью-Йорк таймс», які ніколи не підігрували американському урядові, під час висвітлення іракської війни, прийняли державну політичну доктрину, хоча реальні обставини давали більш ніж достатньо підстав для її критики (Цит. за: Михайлин І. Л. *Основи журналістики : підручник. 5-те вид. перероб. та доп.* – К. : Центр учбової літератури, 2011. – С. 430).

Маніпуляція – майстерність управляти масами за допомогою цілеспрямованого впливу на психіку та поведінку людей; це прихований психологічний прийом, метою якого є змусити людину, всупереч її інтересам, виконати потрібні дії.

Маніпуляція інформаційна – використання інформації з шахрайською метою або в корисливих цілях шляхом її перекручення, надання неповної інформації, тенденційного її витлумачення (Цит. за: Гетьманець М. Ф., Михайлин І. Л. *Сучасний словник літератури і журналістики*. – Х. : Прапор, 2009. – С. 248-249).

Медіа – канали та інструменти, які використовуються, щоб зберігати, передавати й подавати інформацію; у ширшому потрактуванні вони означають єдине середовище для передачі будь-яких даних у будь-яких цілях.

Медіаграмотність – складова медіакультури, яка стосується вміння користуватися інформаційно-комунікативною технікою, виражати себе і спілкуватися за допомогою медіазасобів, успішно здобувати необхідну інформацію, свідомо сприймати і критично тлумачити інформацію, отриману з різних медіа, відділяти реальність від її віртуальної симуляції, тобто розуміти реальність, сконструйовану медіаджерелами, осмислювати владні стосунки, міфи і типи контролю, які вони культивують (*Концепція впровадження медіаосвіти в Україні. Нова редакція від 21.04.2016*).

Медіаінформаційна безпека особистості – забезпечення комфортних і розвивальних емоційно-когнітивних переживань особистості у її взаємодії з медіапростором для реалізації життєвих завдань і цінностей, частина гуманітарної безпеки. Медіаінформаційна безпека людини залежить від здійснення запобіжних заходів в медіаінформаційному полі з боку держави, а також від здатності кожної окремої особистості чинити опір деструктивним медіаінформаційним впливам – психологічним технологіям впливу (*Концепція впровадження медіаосвіти в Україні. Нова редакція від 21.04.2016*).

Медіаінформаційна грамотність (МІГ; media and informational literacy – MIL) – сучасна стратегія ЮНЕСКО, яка полягає у поєднанні традиційних концептів «медіаграмотності» та «інформаційної грамотності» в спільний концепт МІГ, що позначає комбінований набір компетенцій (знань, навичок і відносин), необхідних на сьогоднішній день для життя і роботи. МІГ розглядає всі види засобів масової інформації та інших постачальників інформації, таких як бібліотеки, архів, музеї та інтернет, незалежно від використовуваних технологій. МІГ спрямована на розширення прав і свободи самовираження людей, забезпечення рівноправного доступу до інформації та знань і сприяння формуванню вільної, незалежної і плюралістичної медіа- та інформаційної системи. Концепт МІГ передбачає визнання провідної ролі інформації і медіа в повсякденному житті. МІГ лежить в основі свободи слова та інформації, оскільки дає змогу громадянам зрозуміти функції засобів масової інформації та інших постачальників інформації, критично оцінювати їх зміст, а також ухвалювати обґрунтовані рішення, будучи як користувачами, так і виробниками інформації та медіаконтенту (*Концепція впровадження медіаосвіти в Україні. Нова редакція від 21.04.2016*).

Медіакомпетентність – рівень медіакультури, що забезпечує розуміння особистістю соціокультурного, економічного і політичного

контексту функціонування медіа, засвідчує її здатність бути носієм і передавачем медіакультурних цінностей, смаків і стандартів, ефективно взаємодіяти з медіапростором, створювати нові елементи медіакультури сучасного суспільства, реалізувати активну громадянську позицію (*Концепція впровадження медіаосвіти в Україні. Нова редакція від 21.04.2016*).

Медіакультура – культура сприймання і виробництва соціальними групами та соціумом у цілому сукупності інформаційно-комунікаційних засобів, що функціонують у суспільстві, знакових систем, технологій комунікації, пошуку, збирання, виробництва і передавання інформації. На особистісному рівні медіакультура означає здатність людини ефективно взаємодіяти з мас-медіа, адекватно поводитися в інформаційному середовищі, здійснювати ціннісно-вольову рефлексивну регуляцію інформаційної поведінки (*Концепція впровадження медіаосвіти в Україні. Нова редакція від 21.04.2016*).

Медіанасильство – зростання впливу журналістики на суспільство до такої міри, коли аудиторія вже неспроможна чинити опір тиску мас-медіа. В іншому значенні під медіанасильством розуміється збільшення в медіа (документальних і художніх фільмах, новинах, кримінальній хроніці) кількості сцен та епізодів, пов'язаних з насильством, які справляють негативний вплив на аудиторію (*Цит. за: Гетьманець М. Ф., Михайлин І. Л. Сучасний словник літератури і журналістики. – Х. : Прапор, 2009. – С. 253*).

Медіаобізнаність – складова медіакультури, яка передбачає засвоєння особистістю системи знань про засоби масової комунікації, їх історію та особливості функціонування, користь і шкоду для людини, уміння убезпечити себе від деструктивних медіаінформаційних впливів і вільно орієнтуватись у світі інформації (*Концепція впровадження медіаосвіти в Україні. Нова редакція від 21.04.2016*).

Медіаосвіта – частина освітнього процесу, спрямована на формування в суспільстві медіакультури, підготовку особистості до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою мас-медіа, включаючи як традиційні (друковані видання, радіо, кіно, телебачення), так і новітні (комп'ютерно опосередковане спілкування, інтернет, мобільна телефонія) медіа з урахуванням розвитку інформаційно-комунікаційних технологій (*Концепція впровадження медіаосвіти в Україні. Нова редакція від 21.04.2016*).

Медіаосвітній рух – інтеграція громадських об'єднань різного спрямування, державних інституцій освітнього, культурного та іншого профілю

в напрямі розвитку медіакультури суспільства, зокрема дітей та молоді (*Концепція впровадження медіаосвіти в Україні. Нова редакція від 21.04.2016*).

Медіапедагоги – вчителі, викладачі, вихователі всіх ланок системи освіти, працівники бібліотек, керівники і співробітники медіастудій різного профілю в структурі центрів роботи з молоддю та інших організацій, які мають відповідну педагогічну і медіапсихологічну компетентність і впроваджують медіаосвіту (*Концепція впровадження медіаосвіти в Україні. Нова редакція від 21.04.2016*).

Медіаресурси фейкові – інформаційні ресурси, які створені з метою поширення недостовірної інформації певної тематики. Характерними особливостями таких ЗМІ, як правило, є: реєстрація і розміщення хостингу поза межами регіону, на який вони нібито орієнтовані; зазначення контактних даних, що є нетиповими для регіону; нетипові мовні вислови і чужорідні поведінкові шаблони у викладенні матеріалу; наявність множинних ресурсів, що повністю подібні за оформленням, тематикою і контентом; контент, що не створюється, а копіюється з новинних агрегаторів; низька популярність серед населення регіону.

Медіатизація публічної сфери – у модерних суспільствах зростання в різноманітних галузях людської діяльності ролі журналістики. Сьогодні вона набуває значення істотного чинника у визначенні порядку денного, репрезентації осіб та в артикуляції й розв'язанні проблем. Особливо активно останнім часом говорять про медіатизацію політики. Почалися розмови про медіатизацію сфери релігії... За допомогою журналістики в модерних суспільствах участь у політичному діалозі бере все суспільство, через що відбувається постійний, безперервний процес легітимізації влади... Процес посилення ролі й значення журналістики в житті суспільства триває, що дає підстави деяким сучасним дослідникам говорити навіть про медіакратію (*Цит. за: Михайлин І. Л. Основи журналістики : підручник. 5-те вид. перероб. та доп. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – С. 81-82*).

Мем – одиниця культурної інформації, поширювана від однієї людини до іншої за допомогою імітації, навчання і тому подібного. Інтернет-мем – явище спонтанного розповсюдження певної інформації Інтернетом усіма можливими способами (електронною поштою, в месенджерах, форумах, блогах тощо) – почав використовуватись у середині першого десятиліття ХХІ століття. Інтернет-мемами також вважають нові поняття, що виникли внаслідок

розповсюдження інформації про них. Термін *meme* ввів у 1976 році англійський біолог і популяризатор науки Річард Докінз у книзі «The Selfish Gene» («Егоїстичний ген»). У цій науковій розвідці учений екстраполює на інформаційне середовище концепцію генетики і називає мемом одиницю культурної інформації, яка здатна «розмножуватися» (Цит. за: Жулінська М., Смоляр Н. *Інтернет-меми як одиниці інформації у кіберпросторі // Актуальні питання іноземної філології. – 2015. – № 2. – С. 66-71*). У межах інформаційних і смислових війн мем – інструмент впливу на масову свідомість.

Навіювання або сугестія – процес впливу на психіку людини, пов'язаний зі зниженням свідомості й критичності при сприйнятті навіяного змісту, який не вимагає ні розгорнутого особистого аналізу, ні оцінки спонування до певних дій. Суть навіювання полягає у впливі на відчуття людини, а через них – на її волю й розум (Цит. за: *Історія інформаційно-психологічного протистояння : підруч. / [Я. М. Жарков, Л. Ф. Компанцева, В. В. Остроухов В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк, Є. Д. Скулиш] ; за заг. ред. д.ю.н., проф., засл. юриста України Є. Д. Скулиша. – К. : Наук.-вид. відділ НА СБ України, 2012. – С. 11*).

Наклеп – поширення завідомо неправдивих вигадок, що ганьблять іншу особу. У зарубіжному праві аналогічним до наклепу є поняття дифамації (Цит. за: *Гетьманець М. Ф., Михайлин І. Л. Сучасний словник літератури і журналістики. – Х. : Прапор, 2009. – С. 260*).

Напрями державної інформаційної політики – забезпечення доступу кожного до інформації; забезпечення рівних можливостей щодо створення, збирання, одержання, зберігання, використання, поширення, охорони, захисту інформації; створення умов для формування в Україні інформаційного суспільства; забезпечення відкритості та прозорості діяльності суб'єктів владних повноважень; створення інформаційних систем і мереж інформації, розвиток електронного урядування; постійне оновлення, збагачення та зберігання національних інформаційних ресурсів; забезпечення інформаційної безпеки України; сприяння міжнародній співпраці в інформаційній сфері та входженню України до світового інформаційного простору (*Закон України «Про інформацію» // Відомості Верховної Ради України. – 1992. – № 48, ст.3*).

Наратив стратегічний – спеціально підготовлений текст, призначений для вербального викладення у процесі стратегічних комунікацій з

метою інформаційного впливу на цільову аудиторію (*Доктрина інформаційної безпеки, 2017 р.*).

Нація – стійка історична спільність людей, що визначається соціальними зв'язками певної формації і характеризується специфічними етнічними рисами, зумовленими особливостями економічного й культурного розвитку, спільністю території, мови, побуту, традицій і звичаїв, а також відображенням цих факторів у суспільній свідомості та суспільній психології.

«Новини без поглядів» («Newsnot views») – один із найважливіших принципів журналістики, смисл якого полягає в необхідності розмежовувати факти і коментарі до них, інформаційні повідомлення й оцінки подій і фактів. Цей принцип був сформульований у 1923 році американським товариством редакторів так: «Необхідно проводити чітку межу між інформаційним повідомленням і висловлюванням думок. Інформаційні повідомлення мають бути вільними від висловлення поглядів чи емоцій у будь-якому вигляді» (*Цит. за: Гетьманець М. Ф., Михайлин І. Л. Сучасний словник літератури і журналістики. – Х. : Прапор, 2009. – С. 268.*)

Новини фейкові (фейк, фальшиві новини) – інформаційна містифікація або навмисне поширення дезінформації в соціальних медіа і традиційних ЗМІ з метою введення в оману для отримання фінансової або політичної вигоди.

Операція інформаційна – використання можливостей електронної зброї, комп'ютерних мережевих операцій, психологічних операцій, операцій з військової дезінформації і дезорганізації та операцій безпеки для використання можливостей впливу на людську свідомість з метою руйнування, розкладання або й взагалі перехоплення впливу на прийняття рішень противника, і захисту свого власного рішення. За В. Горбуліним, *операція інформаційна* – це інформаційний вплив на масову свідомість (як на ворожу, так і на дружню), вплив на інформацію, доступну супротивникові та необхідну йому для прийняття рішень, а також на інформаційно-аналітичні системи супротивника, у тому числі дії, спрямовані на фізичний вплив на інформаційно-аналітичні системи, виведення з ладу засобів комп'ютерно-телекомунікаційної інфраструктури.

Операція інформаційно-психологічна – сплановане використання засобів, форм і методів поширення інформації для надання певного впливу на установки і поведінку людини.

Особистість – людина як суб’єкт відносин і свідомої діяльності. До життєво важливих інтересів особистості належать насамперед права і свободи людини й громадянина, зокрема інформаційні.

Патерн поведінки – набір типових реакцій (шаблонів), які реалізуються у певній ситуації (*Цит. за: Крилова-Грек Ю. М. Психологічні засади патернів поведінки у конфліктних ситуаціях // Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки. – 2013. – Випуск 19. – С. 155*).

Патронат інформаційний (захист інформаційний) – форма забезпечення інформаційної безпеки фізичних і юридичних осіб із боку держави. Він припускає забезпечення органів управління системи інформаційної безпеки держави відомостями про дестабілізуювальні фактори й загрози стану поінформованості фізичних і юридичних осіб (інформаційне забезпечення інформаційної безпеки) та власне захист життєво важливих інтересів цих осіб від інформаційних загроз.

Перевага інформаційна – ситуація, що надає можливість змінити уявлення противника про справжній стан речей і позбавити його здатності прогнозувати подальші події та впливати на них.

Події фейкові – створення і нав’язування громадськості нової інтерпретації подій минулого або часткова підміна послідовності подій.

Поінформованість особистості (суспільства та держави) – задоволення в будь-якій мірі потреб в інформації, що призводить до оволодіння відомостями про навколишній світ та процеси, що відбуваються в ньому.

Політика держави інформаційна – головні напрями й предмет діяльності держави в галузі інформації.

Постправа – притаманна пересічним громадянам вульгаризація фактів через відсутність навичок професійно працювати з інформацією, перевіряти її, аналізувати та відділяти факти від суджень. Якщо особа приправляє факт персональною емоцією, що резонує з емоціями інших обивателів, повідомлення перетворюється на вірусне і миттєво шириться соціальними мережами, що схоже на ефект снігової кулі – вона не зупиниться, поки не переб’ється наступними «сніговими кулями»... За Оскфордським словником – це обставини, за яких об’єктивні чинники надають менше впливу на формування громадської думки, ніж заклики до емоцій і особистих переконань (*Цит. за: Піддубний О. Що таке постправа? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pidubny.com/scho-take-postpravda>*).

- Пошук інформаційний** – виконання певних логічних і технічних операцій, необхідних для знаходження інформаційних матеріалів (документів, відомостей про них, фактів, даних і знань), які найбільш повно відповідають запиту (релевантність) та інформаційним потребам (пертинентність) користувача.
- Приниження честі й гідності** – дискредитація людини в громадській думці або такий вплив на громадську думку, який суперечить гідності особистості (*Цит. за: Гетьманець М. Ф., Михайлин І. Л. Сучасний словник літератури і журналістики. – Х. : Прапор, 2009. – С. 296.*
- Принципи інформаційних відносин** – гарантованість права на інформацію; відкритість, доступність інформації, свобода обміну інформацією; достовірність і повнота інформації; свобода вираження поглядів і переконань; правомірність одержання, використання, поширення, зберігання та захисту інформації; захищеність особи від втручання в її особисте та сімейне життя (*Закон України «Про інформацію» // Відомості Верховної Ради України. – 1992. – № 48, ст.2).*
- Продукція інформаційна** – матеріалізований результат інформаційної діяльності, призначений для задоволення потреб суб'єктів інформаційних відносин. Інформаційною послугою є діяльність з надання інформаційної продукції споживачам з метою задоволення їхніх потреб (*Закон України «Про інформацію» // Відомості Верховної Ради України. – 1992. – № 48, ст.23).*
- Пропаганда** – будь-яка інформація, ідеї, доктрини або спеціальні методи впливу на думки, емоції, настанови чи поведінку будь-якої спеціальної групи людей з метою набуття переваг, прямих чи непрямих; форма комунікації, спрямована на поширення в суспільстві – світогляду, теорії, твердження, фактів, аргументів, чуток та інших відомостей для впливу на громадську думку на користь певної спільної справи чи позиції. Це інтенсивні комунікативні процеси, що мають на меті зміну поведінки аудиторії, на яку вони налаштовані. Уперше це слово з'являється в назві відповідної інституції в 1622 р., коли папа Урбан VIII заснував конгрегацію пропаганди як комісію кардиналів, які мали нести відповідальність за іноземні місії церкви. Тобто тут, як і у випадку психологічної війни, йдеться лише про іноземну аудиторію. В XVIII і XIX ст. термін пропаганда був повністю нейтральним, під ним розуміли поширення політичних ідей. У XX ст. активне використання цього терміна під час Першої світової війни та у двох тоталітарних державах – СРСР та Німеччині – перетворило його на далеко не нейтральне поняття, яке в деяких випадках отримало суто негативне значення.

Сьогодні термін пропаганда знову може бути нейтральним (*Цит. за: Почепцов Г. Г., Чукут С. А. Інформаційна політика : навч. посіб. – 2-ге вид. – К. : Знання, 2008. – С. 558, 560*).

Пропаганда «біла», «чорна» і «сіра» – популяризація в журналістиці гуманітарних та демократичних цінностей, здорового способу життя, наукового знання, навчальних програм. Ідеологами «білої» пропаганди виступили американські вчені Гарольд Лассвелл (1902–1978 рр.) і Уолтер Ліппман (1889–1974 рр.), які наполягали на тому, що журналістика – це процес переконання, який іманентно присутній при інформуванні, а відтак журналістика мусить покладати на себе обов'язок пропонувати споживачам новин ідеали добра, справедливості, правди, демократії, гармонійного співіснування з природою тощо. Концепція «білої» пропаганди народилася тоді, коли виразно окреслилася маніпулятивна функція журналістики, використання її з метою спотворити правду в інтересах влади (соціальних груп) чи нав'язати аудиторії певні стереотипи мислення й поведінкові моделі. Маніпулятивне використання журналістики згідно з цією концепцією витлумачується як «чорна пропаганда» (*Цит. за: Михайлин І. Л. Основи журналістики : підручник. – 5-те вид. перероб. та доп. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – С. 154*). Існує також точка зору, згідно з якою... поняття «біла», «сіра», «чорна» пропаганда пов'язані з використанням законних чи протиправних технологій. Так, про «білу» пропаганду можемо говорити тоді, коли з суспільною думкою рахуються, і індивіди добровільно обирають лінію поведінки. Маніпулятивний пропагандистський вплив («чорна пропаганда») відрізняється тим, що маніпулятор, впливаючи на свідомість індивіда, не залишає останньому вибору у визначенні лінії поведінки. Ще один погляд на проблему передбачає розрізнення «білої», «сірої», «чорної» пропаганди за джерелом поширення. За Г. Ласуелом, основною характеристикою «білої» пропаганди є те, що пропагандист відкрито називає себе і дає можливість пов'язати пропагандистські тексти зі справжнім джерелом. Ініціаторами такої пропаганди виступають президент, уряд, офіційні інформаційні агентства. Для поширення «сірої» пропаганди пропагандист використовує спеціально створені джерела чи забезпечує просування матеріалів у певних незалежних засобах масової інформації. «Чорну» пропаганду пропагандист поширює від імені третьої особи (*Викладено за: Коваль О. А. «Соціополіс» маніпулювання свідомістю у сфері релігійно-політичних відносин // Мультиверсум. – К. : Центр духовної культури, 2004. – № 39*).

Пропаганда вертикальна (політична) і горизонтальна (соціологічна).

Сучасна пропаганда просувається не від імені держави, а під виглядом приватних думок, вона «мімікрує або під науку, або під освіту, або під думку конкретної людини, але яка чомусь транслюється мільйонам. Тобто з пропаганди сьогодні принципово стерте відсилання на пропаганду. Це відповідає чітко сформульованій думці Жака Еллюля, що пропаганда тоді ефективна, коли вона подається не як пропаганда. Якщо Радянський Союз захоплювався помітною (вертикальною) пропагандою, то Захід більше орієнтований на пропаганду непомітну (горизонтальну). У термінах Еллюля це політична й соціологічна пропаганда (Цит. за: *Почепцов Г. Г. Сенси і війни: Україна і Росія в інформаційній і смисловій війнах.* – К.: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2016. – С. 27).

Пропаганда в журналістиці – діяльність журналістики в справі роз'яснення і поширення політичних, філософських, наукових, художніх ідей, оцінок, поглядів, знань та учень, утвердження певної ідеології з метою формування масової свідомості, настроїв, уявлень та безпосереднього впливу на поведінку людей. Пропаганда пов'язана з виконанням журналістикою її ідеологічної функції. Звільнення журналістики в пострадянському інформаційному просторі від обов'язкової, силоміць нав'язуваної, ідеологічності створило в журналістів ілюзію про можливість цілковитої деідеологізації масово-інформаційної діяльності. Насправді сьогодні приходить розуміння того, що вона за своєю природою перманентно містить у собі жорстку ідеологічну орієнтацію, незалежно від соціально-економічного ладу, у якому створюється журналістський твір. Сукупність текстів масової інформації у самому своєму змісті відбиває з певних ідеологічних позицій становище країн, соціальних сил та розвиток подій у світі. Від пропаганди й агітації невіддільна партійна журналістика, але й загальні організації масової інформації також зорієнтовані на пропаганду здорового способу життя, моральних національних та загальнолюдських цінностей. Соціально відповідальна модель журналістики не ставиться нейтрально до загальнолюдських цінностей і демократичних свобод, а вважає своїм обов'язком захищати їх і запроваджувати в суспільну свідомість (Цит. за: *Гетьманець М. Ф., Михайлин І. Л. Сучасний словник літератури і журналістики.* – Х.: Прапор, 2009. – С. 298-299).

Простір національний інформаційний – інформаційне середовище, в якому здійснюються інформаційні процеси та інформаційні відносини щодо створення, збирання, відображення, реєстрації, накопичення,

збереження, захисту й поширення інформації, інформаційних продуктів та інформаційних ресурсів, на яке розповсюджується юрисдикція держави.

Ресурси національні електронні інформаційні – систематизовані електронні інформаційні ресурси, які містять інформацію незалежно від виду, змісту, форми, часу і місця її створення (охоплюючи публічну інформацію, державні інформаційні ресурси та іншу інформацію), призначену для задоволення життєво важливих суспільних потреб громадянина, особи, суспільства і держави.

Руткіт – програма або набір програм для приховування слідів присутності зловмисника або шкідливої програми в системі. Це такий спеціальний модуль ядра, який зламувач встановлює на зламаній ним комп'ютерній системі відразу після отримання прав суперкористувача.

Самооборона – невід'ємне право кожної держави чинити збройний опір агресору. Право на самооборону закріплено в ст. 51 Статуту ООН. Самооборона буває індивідуальною (держава самостійно відбиває напад) або колективною (напад допомагають відбивати інші держави на підставі спеціальних міжнародних договорів або на прохання держави-жертви агресії). Про факт збройного нападу на неї держава зобов'язана повідомити Раду Безпеки ООН, що має повноваження згідно Статуту ООН застосувати санкції проти держави-агресора. Право на самооборону не належить державі-агресору, щодо якої застосовує силу жертва агресії.

Свобода преси – право громадян та їх організацій вільно викладати свої погляди через газети, журнали та інші організації масової інформації; це життєво необхідна умова для найповнішого виявлення політичного змісту і суспільних функцій друкованого слова... Основні засади свободи преси сформульовані у міжнародних правових документах. У «Загальній декларації прав людини», що була прийнята на Генеральній Асамблеї ООН 10 грудня 1948 року й виконання якої перебуває під міжнародним контролем, у статті 19 зазначено: «Кожна людина має право на свободу переконань і на вільне висловлювання їх; це право включає свободу безперешкодно дотримуватися своїх переконань і свободу шукати, одержувати й поширювати інформацію та ідеї будь-якими засобами й незалежно від державних кордонів» (*Цит. за: Гетьманець М. Ф., Михайлин І. Л. Сучасний словник літератури і журналістики. – Х. : Прапор, 2009. – С. 314*).

- Свобода слова** – одна з найголовніших демократичних свобод, яка полягає в праві громадян та їх об'єднань вільно публічно висловлювати свої погляди усно чи письмово, відтворювати і витлумачувати об'єктивну дійсність відповідно до своїх поглядів та уподобань, не порушуючи права інших на такі ж висловлювання і закони держави... Право кожної людини на свободу слова гарантується також Європейською конвенцією про захист прав людини і основних свобод, що була підписана державами-членами Ради Європи 4 листопада 1950 року, набула чинності 3 вересня 1953 року (*Цит. за: Гетьманець М. Ф., Михайлин І. Л. Сучасний словник літератури і журналістики. – Х. : Прапор, 2009. – С. 314-316*).
- Середовище інформаційне** – сфера діяльності суб'єктів, пов'язана зі створенням, перетворенням та споживанням інформації.
- Система державна забезпечення інформаційної безпеки держави** – це організаційне об'єднання державних органів, а також сил та засобів інформаційної безпеки, що виконують свої функції на основі закону під контролем і захистом судової влади. Державна система становить найважливішу ланку системи інформаційної безпеки особистості, суспільства й держави в правовій державі.
- Система забезпечення національної безпеки** – організована державою сукупність суб'єктів: державних органів, громадських організацій, посадових осіб та окремих громадян, об'єднаних цілями та завданнями щодо захисту національних інтересів, що здійснюють узгоджену діяльність у межах законодавства держави.
- Соціологія журналістики** – науковий напрямок дослідження у медіастудіях, предметом якого є вивчення та узагальнення ефективності впливу масової інформації на аудиторію. Соціологічні методи збору інформації – анкетування, опитування, соціологічне інтерв'ю, тестування тощо (*Цит. за: Гетьманець М. Ф., Михайлин І. Л. Сучасний словник літератури і журналістики. – Х. : Прапор, 2009. – С. 319*).
- Спам поштовий (Mailbombing)** – метод атаки, суть якого полягає в тому, що велика кількість поштових повідомлень роблять неможливими роботу з поштовими скриньками, а іноді і з цілими поштовими серверами.
- Спотворення інформації** – зміна відомостей про об'єктивну реальність під час їх передавання чи сприймання. Основні причини: багатозначність мови, якою передається інформація, що створює можливість різного тлумачення одного і того ж повідомлення; відмінності в рівні освіти, інтелектуальному розвитку,

професіоналізмі; неповнота інформації через обмеження доступу до неї або навмисне подання інформації не в повному обсязі, що призводить до домислення і доповнення неперевіреними фактами та здогадками; недостатній рівень кваліфікації співробітника, що подає інформацію; емоційне напруження; упередження щодо осіб або явищ, про які дається інформація.

Суспільство – сукупність форм сумісної діяльності людей, що утворилися в процесі історичного розвитку. Життєво важливі інтереси суспільства зв'язані зі створенням і розвитком вільного, гуманного, високоосвіченого, гармонійного суспільства, заснованого на принципах демократії, дбайливого ставлення до своїх традицій і національного надбання, суспільства, що підтримує і всіляко охороняє основний свій осередок – сім'ю.

Суспільство інформаційне – 1) органічний сегмент глобального інформаційного товариства, а також забезпечення пріоритетного розвитку інформаційних ресурсів та інфраструктури, впровадження новітніх інформаційних технологій, захист національних моральних і культурних цінностей, забезпечення конституційних прав на свободу слова та вільний доступ до інформації; 2) суспільство, в якому більшість робітників займаються створенням, збиранням, відображенням, реєстрацією, накопиченням, збереженням і поширенням інформації, особливо її вищої форми – знань; 3) суспільство, в якому діяльність людей ґрунтується на використанні послуг, що надаються за допомогою інформаційних технологій і технологій зв'язку. Теорію інформаційного суспільства розробили учені західного світу Д. Белл, М. Порат, Й. Масуда, Т. Стоуньєр, Р. Кац, Г. Дордік, І. Ванг. Головна роль у її розробці належить Д. Беллу та його праці «Прийдешнє постіндустріальне суспільство» (1973). Постіндустріальне суспільство протистоїть доіндустріальному й індустріальному за типом відношення людини до природи й виробництва. Доіндустріальне господарство є видобувним і базується на сільському господарстві, добуванні корисних копалин, рибальстві, заготівлі лісу, інших ресурсів, аж до природного газу й нафти. Індустріальне суспільство має переважно виробничий характер, використовує вже добуту енергію і машинні технології для виготовлення товарів. Постіндустріальне (інформаційне) суспільство складається переважно з обробних типів промисловості, головним його продуктом є новітні технології, які просувають суспільство вперед по шляху прогресу, а обмін інформацією і знаннями відбувається за допомогою телекомунікацій і комп'ютерів... До журналістики мають безпосереднє відношення такі положення теорії інформаційного

суспільства. По-перше, колосальне збільшення обсягів інформації (економічної, політичної, соціальної, культурної), яку потрібно засвоїти людині інформаційного суспільства, потребує від неї величезної уваги, часу й енергії... По-друге, інтенсивно розвивається ще одна особливість інформації – вона стає дедалі все більш специфічною, вузькоспрямованою, зростає спеціалізація знання, що його здатні розуміти лише вузькі спеціалісти... По-третє, на роль першочергової проблеми висувається потреба в осмисленні інформації. Новини вже не повідомляються, але інтерпретуються... По-четверте, зростання обсягів інформації наштовхується на непереборну перешкоду – обмежену здатність людини цю інформацію засвоювати (*Цит. за: Гетьманець М. Ф., Михайлин І. Л. Сучасний словник літератури і журналістики. – Х. : Прапор, 2009. – С.323-325*).

Сфера інформаційна – сфера діяльності суб'єктів, пов'язана зі створенням, перетворенням і споживанням інформації.

Текст патогенний – у журналістиці твори, які містять порнографію, пропаганду насильства, класової чи національної ворожнечі й ненависті, спрямовані на маніпулювання масовою свідомістю, пропозицію споживачам розваг замість новин і знання. Патогенний (у значенні «хвороботворний») зміст має журналістика в тоталітарних суспільствах, оскільки не несе аудиторії правди, сприяє деградації суспільства, травмує його ідеологічно витриманими прикладами, тримає в ситуації постійного перенапруження, мобілізації на здійснення завдань, проголошених правлячою партією (*Цит. за: Гетьманець М. Ф., Михайлин І. Л. Сучасний словник літератури і журналістики. – Х. : Прапор, 2009. – С. 328*).

«Темник» – неофіційний циркуляр в ідеологічно однополюсних суспільствах, який розповсюджувався серед менеджерів ЗМІ з метою встановлення порядку денного для медіа (*Цит. за: Гетьманець М. Ф., Михайлин І. Л. Сучасний словник літератури і журналістики. – Х. : Прапор, 2009. – С. 335*).

Теорія національної безпеки – наука, що поєднує в собі прикладні аспекти соціальних, воєнних, гуманітарних, технічних, психологічних, біологічних та інших наук із метою дослідження суті, змісту, методів, форм і засобів забезпечення безпеки особистості, суспільства та держави.

Тероризм – загроза або використання насильства в політичних цілях окремими особами або групами, що можуть діяти як на боці, так і

проти чинного уряду, коли такі дії спрямовані на те, щоб вплинути на більшу кількість людей, ніж безпосередні жертви.

Тероризм інформаційний – небезпечні дії інформаційного впливу на соціальні групи осіб, державні органи влади й управління, пов'язані з поширенням інформації, яка містить погрози переслідування, розправи, вбивства, а також спотворення об'єктивної інформації, що викликає виникнення кризових ситуацій у державі, нагнітання страху й напруги в суспільстві.

Технології інформаційні (ІТ) – сукупність методів, виробничих процесів і програмно-технічних засобів, інтегрованих з метою збирання, опрацювання, зберігання, розповсюдження, показу і використання інформації в інтересах її користувачів. Види сучасних інформаційних технологій: інформаційна технологія опрацювання даних; інформаційна технологія керування; інформаційна технологія підтримки прийняття рішень; інформаційна технологія експертних систем.

Тиск психологічний – цілеспрямований вплив на психіку людини шляхом залякування, погроз із метою схилення до певної запланованої моделі поведінки.

Фактори дестабілізувальні в інформаційному просторі – явища та процеси природного й штучного походжень, що породжують інформаційні загрози.

Фактчек (фактчекінг, fact checking) – 1) перевірка публічних заяв політиків та громадських діячів на точність і правдивість; 2) аналітика доступного формату; видовий варіант журналістського розслідування, завданням якого є викриття популізму, маніпуляцій, недостовірних фактів у риториці спікерів різного рівня, публікаціях засобів масової інформації.

Фасцинація – вплив комунікації на уяву та волю споживача з метою його психологічного підкорення. Засобами фасцинації виступають вербальні (інтонація, темп, ритм) і невербальні (жест, міміка) види впливу (*Цит. за: Гетьманець М. Ф., Михайлин І. Л. Сучасний словник літератури і журналістики. – Х. : Прапор, 2009. – С. 342*).

Фіксер – це поширене в журналістському середовищі позначення найманого координатора на місці подій, який допомагає журналістам організувати робочий процес в незнайомому регіоні, зокрема забезпечують їх безпеку, умови проживання і пересування. Часто фіксери виконують роль перекладача з місцевої мови, а також допомагають призначити зустрічі з потрібними людьми для інтерв'ю. Фіксерами можуть бути як професійні журналісти, так і

просто ті, у кого багато зв'язків в потрібному регіоні, хороші організаторські здібності й знання іноземних мов. Мається на увазі, що вони відмінно орієнтуються на конкретній місцевості, розбираються в її законах. Їхніх знань має бути достатньо, щоб звести журналіста з потрібними фахівцями (часом це відомі політики, бізнесмени або інші медійні особи) і забезпечити виконання завдання.

- Фішинг** – виманювання в користувачів персональної інформації (паролів, логінів, даних кредитних карток тощо).
- Флейм** – принизливий коментар, висловлений в образливій формі в процесі електронного спілкування, коли відсутній особистий контакт і ім'я учасників суперечки ховається за вигаданими іменами. Від іменника утворене дієслово «флеймити» (*Цит. за: Гетьманець М. Ф., Михайлин І. Л. Сучасний словник літератури і журналістики. – Х. : Прапор, 2009. – С. 343*).
- Фрейм** – сформовані в певний спосіб інформаційні дані, які відтворюють набуті досвідним шляхом знання про певну стереотипну ситуацію (поняття «ситуація» має узагальнений зміст, оскільки може позначати дію, образ, розповідь тощо)... (*Викладено за: Мінський М. Фрейми для представлення знань. – М. : Енергія, 1979*). У межах інформаційних і смислових війн – інструмент впливу на масову свідомість.
- Цензура** – систематичний контроль за діяльністю журналістики та книговидавництва шляхом конституційних, судових, адміністративних, фінансових або чисто фізичних заходів, що провадяться владою або за її рекомендацією... Сьогодні в суспільній свідомості усталилася однозначна думка: наявність цензури – перша ознака тоталітарного політичного режиму, відсутність цензури – ознака демократичного способу організації суспільства. У всіх розвинутих країнах світу цензура законодавчо заборонена, а конфлікти з пресою громадяни та установи (в тому числі й органи влади) розв'язують лише в судовому порядку. Стаття 15 Конституції України містить категоричне твердження: «Цензура заборонена» (*Цит. за: Гетьманець М. Ф., Михайлин І. Л. Сучасний словник літератури і журналістики. – Х. : Прапор, 2009. – С. 351-353*).


ІЛЮСТРАЦІЇ

<https://www.bravica.net/ru/net-geo.html?cmd=npu.edu.ua>

ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ NPU.EDU.UA

Имя хоста: npu.edu.ua - [Whois](#) • [Трассировка](#) • [Пинг](#)

IP адрес: 213.169.81.98

Страна:  Украина

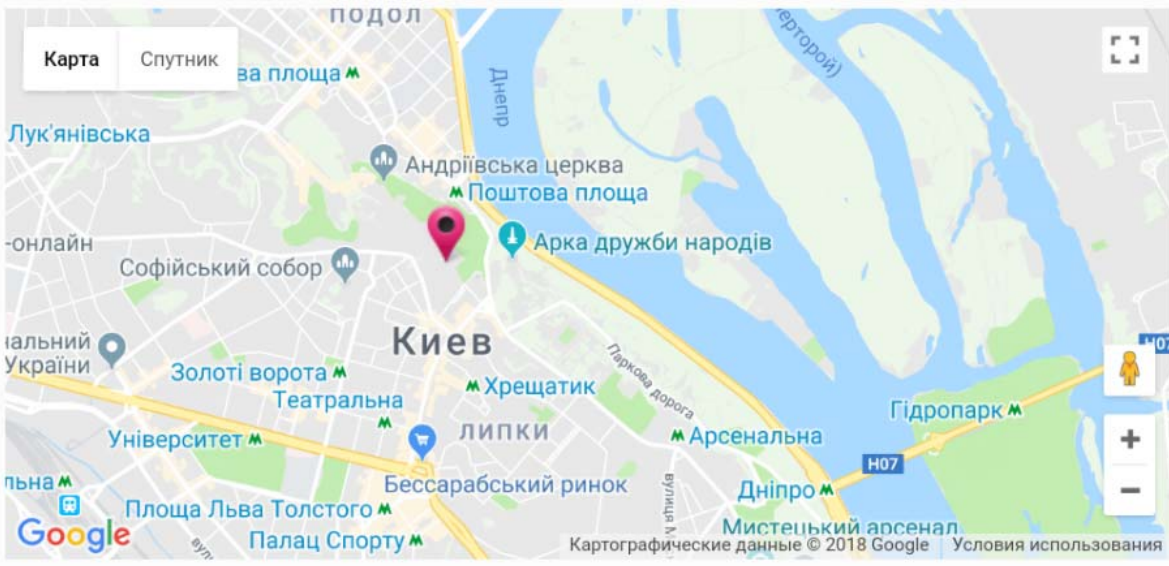
Код страны: UA

Регион: Киев

Город: Киев

Координаты: долгота 50.45466°, широта 30.5238°

Местное время: 19:49, 17.04.2018, временная зона: Europe/Kiev



Карта Спутник

Google

Картографические данные © 2018 Google Условия использования

Рисунок 3.1. Перевірка достовірності джерела інформації

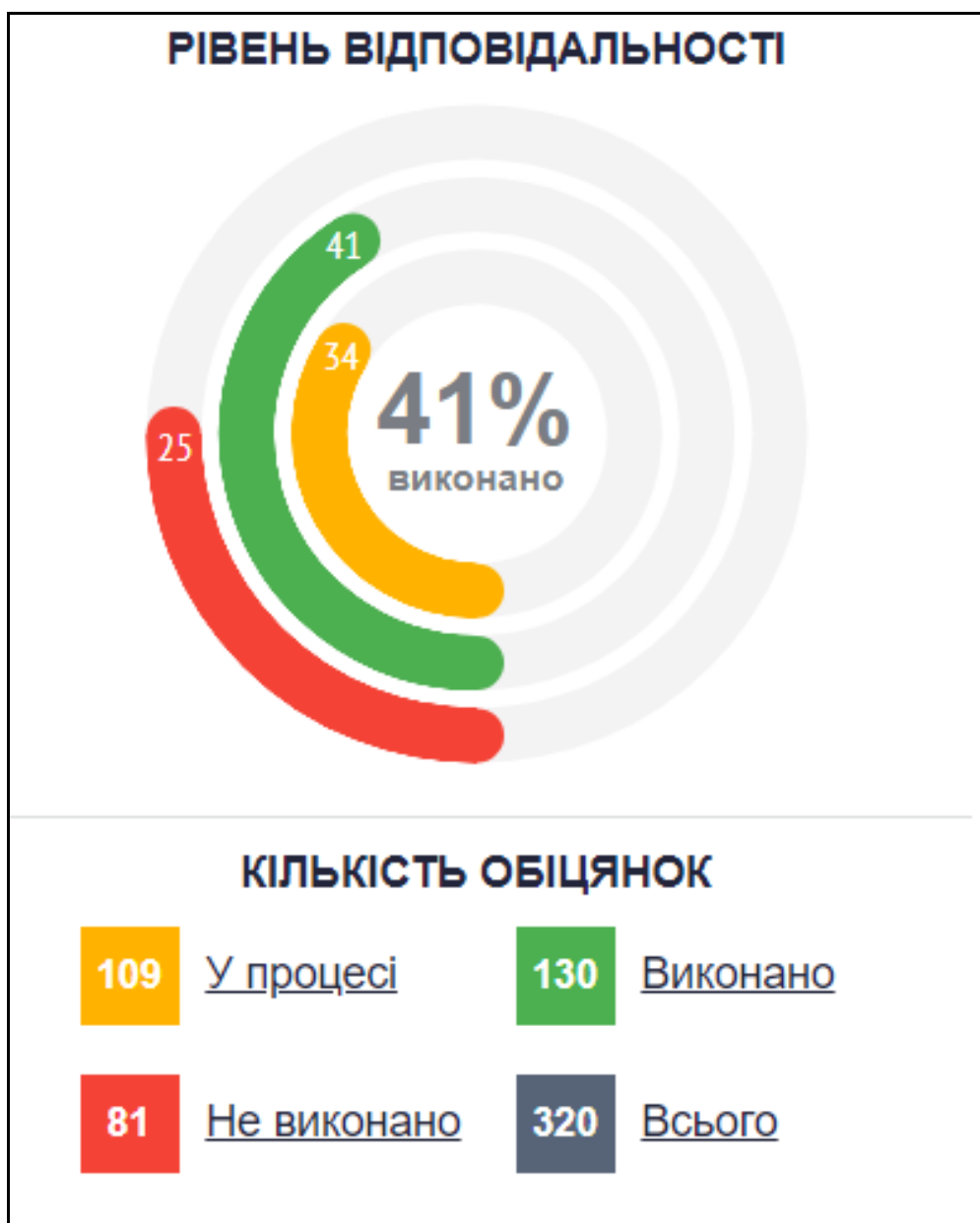


Рисунок 4.1. Результати перевірки рівня відповідальності політиків / чиновників (Скриншот із сайту slovoidilo.ua)



НАЗВА ВЕРДИКТУ / ХАРАКТЕРИСТИКА
<p style="text-align: center;"> ПРАВДА</p> <ul style="list-style-type: none"> • наведені спікером в заяві факти, цифрові/документальні дані відповідають дійсності; • правильно висвітлені причинно-наслідкові зв'язки, інформація є логічною, присутні посилання на джерела.
<p style="text-align: center;"> НАПІВПРАВДА</p> <ul style="list-style-type: none"> • спікер у цілому обізнаний в темі, орієнтується в її особливостях, проте допускає помилки, неточності; • не до кінця розкриває причинно-наслідкові зв'язки або робить не зовсім правильне їх трактування; • логіка має певні хиби, висновки загалом правильні, проте можуть бути не коректними і не збігатися в деталях чи часі.
<p style="text-align: center;"> БРЕХНЯ</p> <ul style="list-style-type: none"> • заява містить перебільшення/зменшення даних, гіперболізацію події/явища, що не має під собою реального підґрунтя; • факти, причинно-наслідкові зв'язки, логіка — викривлені; • маніпулятивно акцентується увага на потрібних аспектах заяви, «заводяться в тінь» незручні деталі; • використовуються неіснуючі чи спотворені дані з посиланням на джерела, які не мають жодного відношення до озвученої спікером теми.

Рисунок 4.2. Вердикт фактчекера

(з кн: Гороховський О. М. Фактчек як тренд розслідувань: можливості та перспективи: практичний посібник / О. М. Гороховський. – Дніпро : ЛІРА, 2017. – С. 27).

THE BALONEY METER: METHODOLOGY

The Baloney Meter is a project of The Canadian Press that examines the level of accuracy in statements made by politicians. Each claim is researched and assigned a rating based on the following scale:

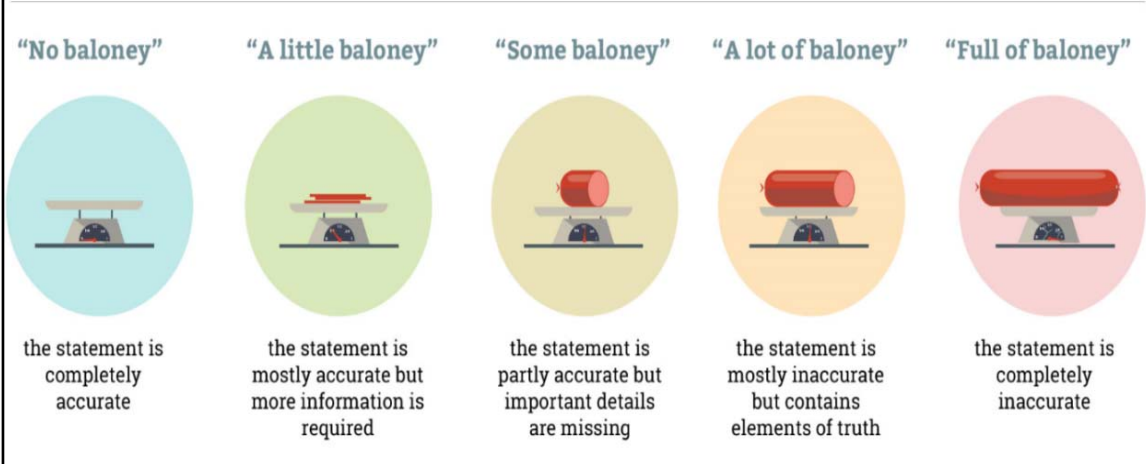


Рисунок 4.3. Шкала правдивості висловлювань від проекту «Baloney Meter»



Рисунок 4.4. Шкала правди проекту «Animal Politico»

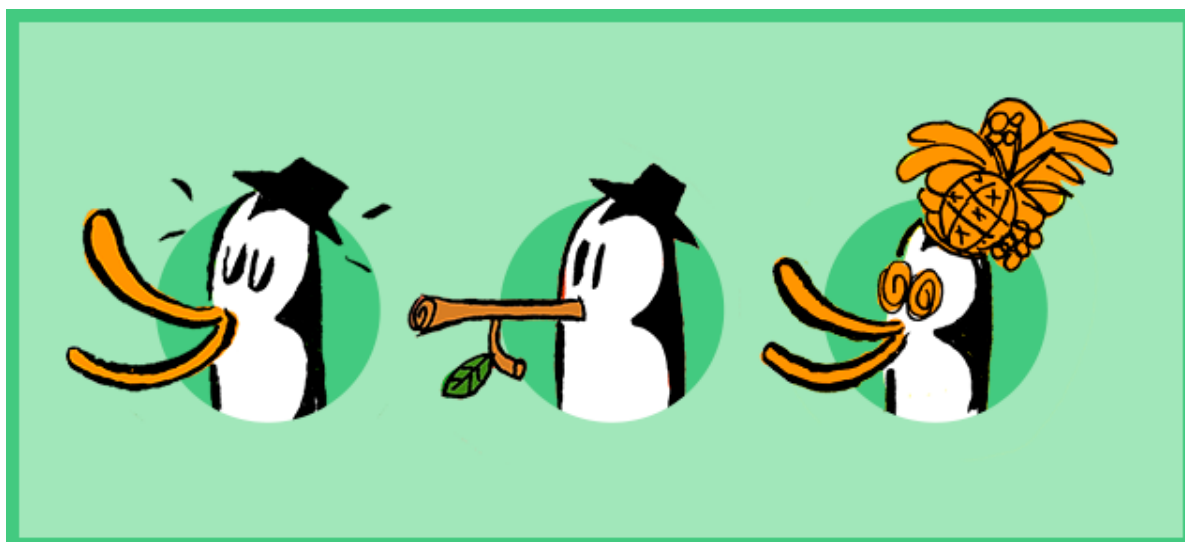


Рисунок 4.5. Позначки правдивості проекту «Лира»

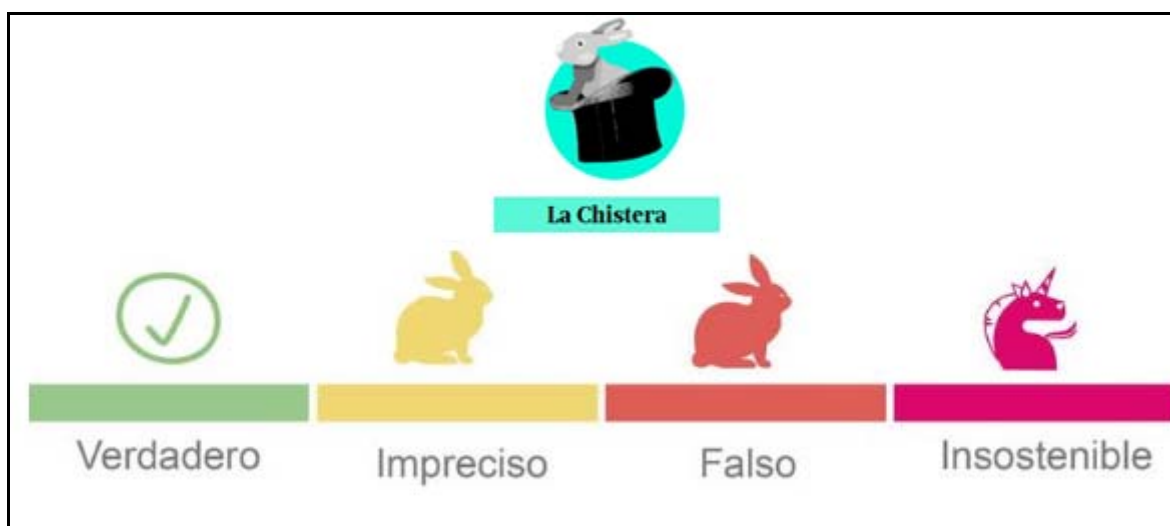


Рисунок 4.6. Логотип і шкала правдивості висловлювань «La Chistera»

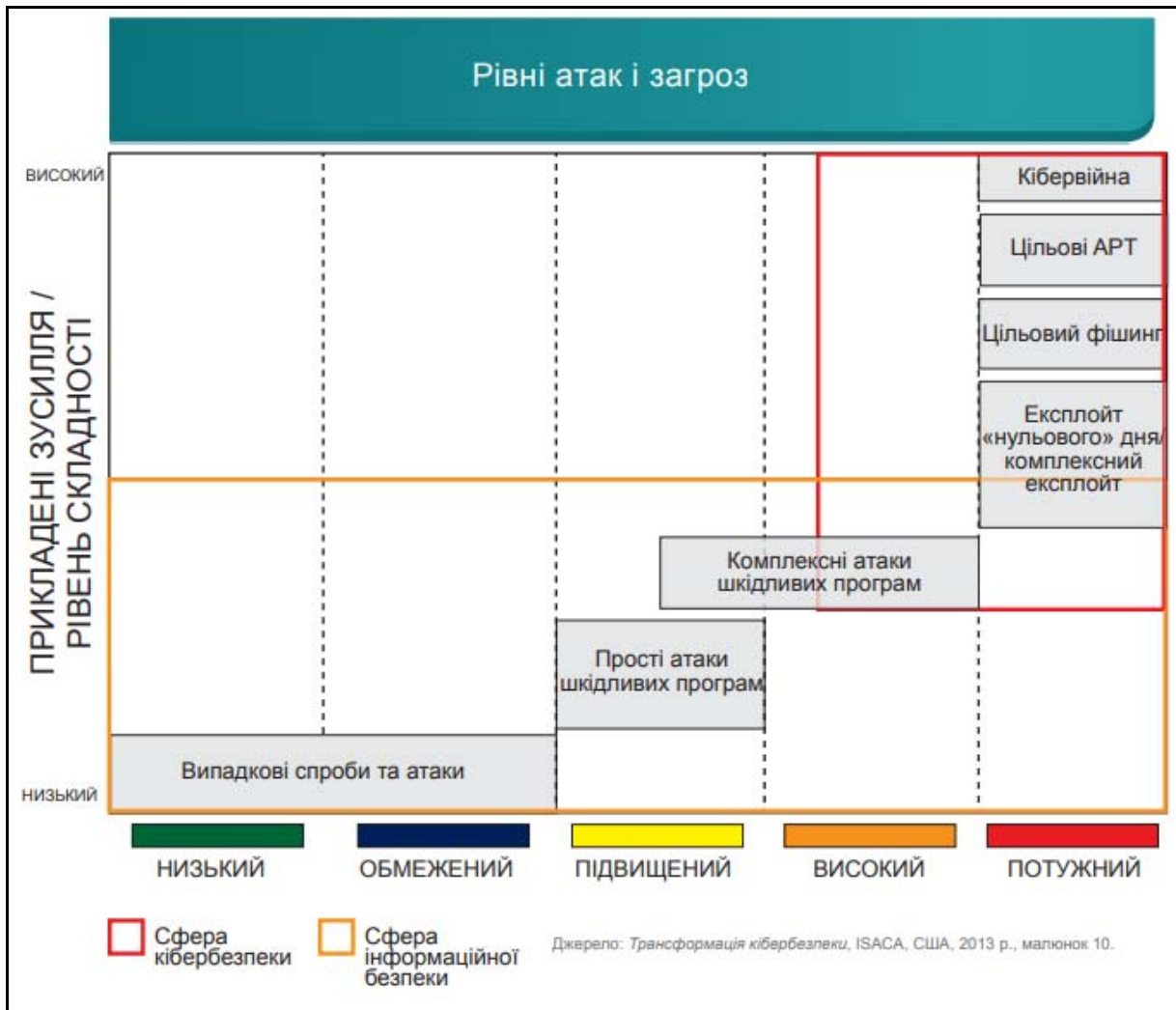


Рисунок 10.1. Оцінювання рівня загроз кібербезпеці залежно від кількості й характеристик кібератак

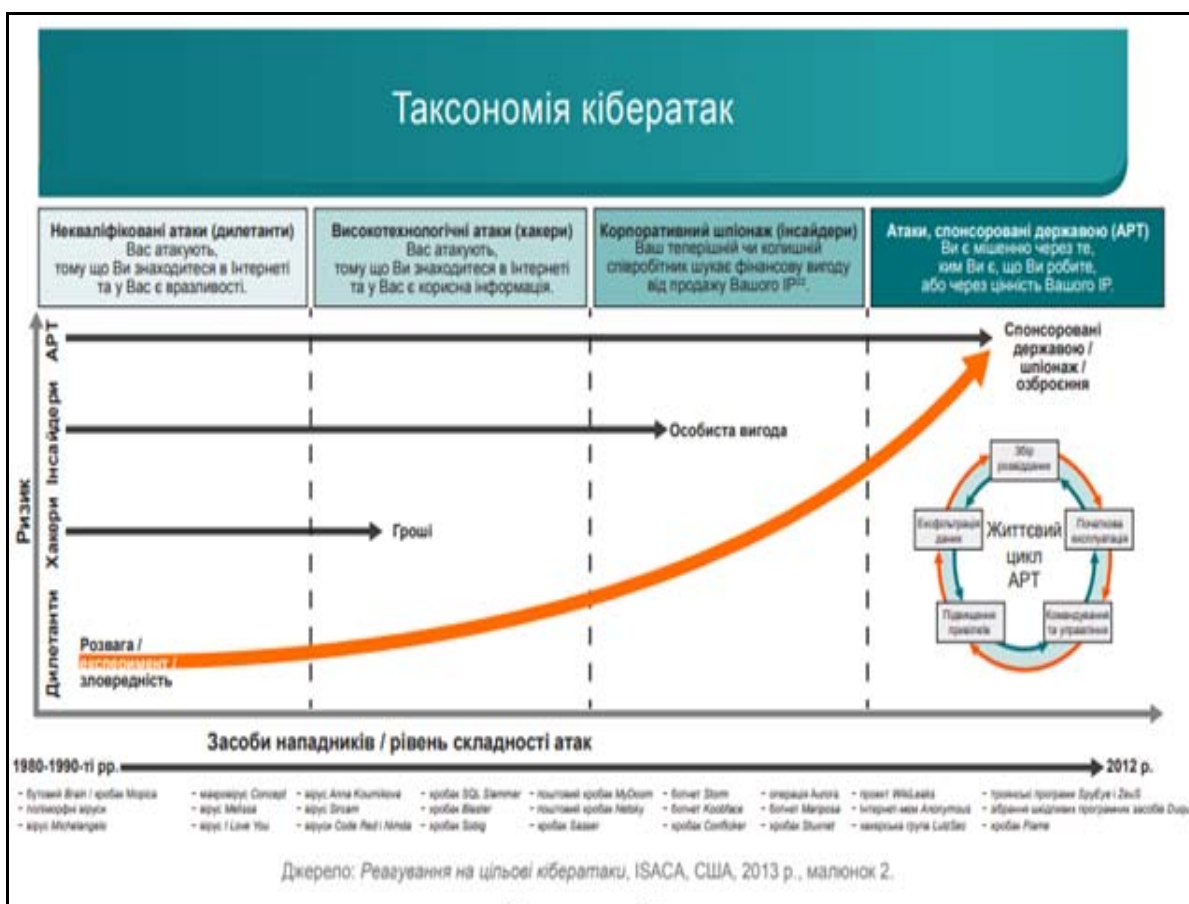


Рисунок 10.2. Залежність ризиків від мети кібератак і характеристик агресора

Навчальне видання

ГІБРИДНА ВІЙНА І ЖУРНАЛІСТИКА

ПРОБЛЕМИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ

Навчальний посібник

За загальною редакцією

*доктора філософських наук, професора кафедри журналістики
НПУ ім. М. П. Драгоманова, академіка НА вищої освіти України*

В. О. Жадька

Авторський колектив:

Жадько Віктор Олексійович, док. філос. н., проф., зав. каф. журналістики НПУ імені М. П. Драгоманова (§ 2 «Інформаційні війни в історії та сучасності: характерні ознаки новітніх протистоянь»)

Клименко Олександр Іванович, ас. каф. журналістики (§ 3 «Технології маніпулювання і методики пошуку, відбору, верифікації даних у журналістиці»)

Куляс Павло Петрович, канд. іст. н., доц. каф. журналістики (вступ «Гібридні війни в сучасному світі. Що про них повинен знати журналіст і редактор?»)

Марків Олександра Тимофіївна, канд. педагог. н., доц. каф. журналістики (§ 9 «Інформаційні й психологічні операції: поняття, види, способи використання в умовах гібридної війни»; § 12 «Роль медіаграмотності в професійному та особистісному становленні людини інформаційної епохи»; § 13 «Формування в майбутніх журналістів культури роботи з інформацією в умовах гібридної війни»)

Полтавець Юлія Сергіївна, канд. філол. н., ст. викл. каф. журналістики (§ 4 «Фактчекінг у роботі сучасного журналіста – дієвий спосіб протистояння інформаційним загрозам»; § 10 «Інформаційно-технологічні атаки і способи захисту кіберпростору: новітні тактики гібридних війн»)

Харитоненко Олена Іванівна, канд. філол. н., доцент каф. журналістики (§ 1 «Визначення, види, актуальні напрямки дослідження інформаційних війн» – у співавторстві; розділ 2 «Смислові війни в межах гібридних протистоянь»)

Харчук Олена Василівна, канд. філол. н., доцент каф. журналістики (§ 1 «Визначення, види, актуальні напрямки дослідження інформаційних війн» – у співавторстві)

Шевчук Світлана Вікторівна, ас. каф. журналістики (§ 11 «Особливості роботи журналіста в зонах військових конфліктів»; § 14 «Світові та вітчизняні тенденції розвитку медіаосвіти»)

Технічний редактор – Т. С. Меркулова

Макетування – Т. М. Ветраченко

Обкладинка – Ф. В. Сергеев



Підписано до друку 26 червня 2018 р.
Формат 60x84/16. Папір офісний. Гарнітура Times New Roman.
Ум. др. арк. 22,25. Об.-вид. арк. 17,75.
Наклад 300 прим. Зам. № 397
Віддруковано з оригіналів

Видавництво Національного педагогічного університету
імені М. П. Драгоманова. 01601, м. Київ-30, вул. Пирогова, 9.
Свідоцтво про реєстрацію ДК № 1101 від 29.10.2002 (044) 234-75-87
Віддруковано в друкарні Національного педагогічного університету
імені М. П. Драгоманова (044) 239-30-26