

Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Києво-Могилянська академія»
Факультет правничих наук
Кафедра «Києво-Могилянська школа врядування імені Андрія Мелешевича»

Магістерська робота
освітній ступінь – магістр

на тему: **«ЗМЕНШЕННЯ ВПЛИВУ РОСІЙСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ ЗІ
СТОРИНОК ЕЛЕКТРОННИХ ЗМІ НА ЖИТЕЛІВ ПРИКОРДОННИХ
ОБЛАСТЕЙ (КЕЙС СУМЩИНИ)»**

Виконала: студентка 2-го року навчання,
Спеціальності
281 Публічне управління та адміністрування

Хачатар'ян Каріна Азатівна

Керівник Тертичка В. В.,
доктор наук з державного управління,
професор

Рецензент _____
(прізвище та ініціали)

Магістерська робота захищена
з оцінкою _____

Секретар ЕК _____

«___» _____ 20__ р.

Київ – 20__

**Декларація
академічної доброчесності
студента НаУКМА**

Я, Хачатар'ян Каріна Азатівна, студентка 2021-2022 року навчання факультету правничих наук, спеціальність 281. Суспільна політика і врядування, адреса електронної пошти karina.khachatarian@ukma.edu.ua.

- Підтверджую, що написана мною кваліфікаційна (випускова) робота на тему «Зменшення впливу російської пропаганди зі сторінок електронних ЗМІ на жителів прикордонних областей (кейс Сумщини)»» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, передбачених п. 1.3 Тимчасового положення про порядок перевірки письмових робіт студентів НаУКМА на відповідність вимогам академічної доброчесності, зі змістом якого ознайомена;

- Заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;

- Згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет-системи StrikePlagiarism.com, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи*.

Дата

Підпис

Прізвище, ініціали

* під перевіркою за допомогою інтернет-системи StrikePlagiarism.com розуміється порівняння змісту роботи переданої на перевірку для виявлення порушень, формування звіту подібності та зберігання роботи у базі даних для порівняння цієї та майбутніх робіт

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ.....	4
ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ЯВИЩА «ІНФОРМАЦІЙНА ВІЙНА»	9
1.1 Підходи до визначення поняття «інформаційна/гібридна війна». Джерельна база й методологія питання.....	9
1.2 Законодавча та інституційна база в Україні.....	12
1.3 Зарубіжний досвід реалізації державної політики з протидії гібридній війні	14
Висновки до розділу 1	17
РОЗДІЛ 2. УКРАЇНА В ПРОТИДІЇ РОСІЙСЬКІЙ ПРОПАГАНДІ.....	19
2.1 Моніторинг дієвості державної політики.....	19
2.2 Дії центральної влади зі зменшення впливу російської пропаганди зі сторінок електронних ЗМІ на жителів прикордонних областей.....	21
2.3 Як зменшити вплив російської пропаганди зі сторінок електронних ЗМІ на жителів Сумської області (Аналітична записка)	26
Висновки до розділу 2	37
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ ЗІ ЗМЕНШЕННЯ ВПЛИВУ РОСІЙСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ ЗІ СТОРІНОК ЕЛЕКТРОННИХ ЗМІ НА ЖИТЕЛІВ ПРИКОРДОННИХ ОБЛАСТЕЙ НА ПРИКЛАДІ СУМЩИНИ.....	39
3.1 Очікувані результати реалізації державної політики зі зменшення впливу російської пропаганди зі сторінок електронних ЗМІ на жителів прикордонних областей.....	39
3.2 Формулювання варіантів реалізації політики	40
3.3 Практичні рекомендації реалізації державної політики зі зменшення впливу російської пропаганди зі сторінок електронних ЗМІ на жителів прикордонних областей на прикладі Сумщини.....	44
Висновки до розділу 3	47
ВИСНОВКИ.....	49
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	51
ДОДАТКИ.....	57

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

СРСР	Союз Радянських Соціалістичних Республік
ЗМІ	Засоби масової інформації
РФ	російська федерація
США	Сполучені Штати Америки
ВГТРК	Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания
ТОВ	Товариство з обмеженою відповідальністю
АТ	Акціонерне товариство
ТНТ	«Твоё новое телевидение»
НТВ	«Независимое телевидение»
РТР	российская телерадиокомпания
ЄС	Європейський Союз
ВРУ	Верховна Рада України
МКІП	Міністерство культури та інформаційної політики
ІТ	Інформаційні технології
СБУ	Служба безпеки України
ТБ	Телебачення
ЗВО	Заклад вищої освіти
ЕОМ	Електронно-обчислювальна машина
СОІППО	«Сумський обласний інститут післядипломної педагогічної освіти»

ВСТУП

Актуальність роботи. Нагальність вирішення проблеми. Мета вирішення проблеми.

Проблема пропаганди бере початок ще з радянських часів. Тоді вона трималася на упередженій та надто цензурованій журналістиці. Маніпуляція передбачала заборону більшості тем, вигідне владі висвітлення подій, навішування ярликів, а також вихваляння СРСР, партії, вождя.

Російська пропаганда сьогодні ж – це головний інструмент ведення багаторічної інформаційної війни, яка переросла в повномасштабне вторгнення РФ на територію України.

На гостроті проблеми акцентує увагу Рада національної безпеки і оборони України в рішенні «Про Стратегію інформаційної безпеки». «Тривалий час спеціальні служби Російської Федерації проводять свої спеціальні інформаційні операції, більшість із яких спрямовані на підрив національної безпеки України, її національних інтересів, ліквідацію української державності та знищення української ідентичності, провокування проявів екстремізму, панічних настроїв у суспільстві, загострення і дестабілізацію суспільно-політичної та соціально-економічної ситуації в Україні. Російською Федерацією використовуються нові активні заходи, у тому числі міжнародного характеру, щодо легітимізації спроби анексії Автономної Республіки Крим та міста Севастополя, заперечення своєї участі у війні на території Донецької та Луганської областей та посилення адвокаційної кампанії за зняття санкцій, запроваджених у зв'язку з порушенням Російською Федерацією суверенітету і територіальної цілісності України. Задіяння у цьому процесі Російською Федерацією всіх її спроможностей (політичних, інформаційних, економічних, розвідувальних та інших) залишається особливо небезпечним викликом для України». [1] Сьогодні ж до цього переліку можна додати війну, у процесі якої навчені пропагандисти

Кремля заперечували, виправдовували агресію РФ, висловлювали підтримку людей, які воюють проти України.

Відповідно до цього, 14 березня 2022 року Президентом України було ухвалено Закон «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України (щодо заборони виготовлення та поширення інформаційної продукції, спрямованої на пропагування дій держави-агресора)», де зазначено закони «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» та «Про телебачення і радіомовлення» в частинах заборони використання ЗМІ доповнити абзацами такого змісту: «Виправдовування, визнання правомірною, заперечення збройної агресії Російської Федерації проти України у 2014 році, у тому числі, шляхом представлення збройної агресії Російської Федерації проти України, як «внутрішнього конфлікту», «громадянського конфлікту», «громадянської війни», заперечення тимчасової окупації частини території України; глорифікація осіб, які здійснювали збройну агресію Російської Федерації проти України у 2014 році, представників як збройних формувань Російської Федерації, так і іррегулярних незаконних збройних формувань, озброєних банд та груп найманців, створених, підпорядкованих, керованих та фінансованих Російською Федерацією, а також представників окупаційної адміністрації Російської Федерації, яку складають її державні органи і структури, функціонально відповідальні за управління тимчасово окупованими територіями України, та представників підконтрольних Російській Федерації самопроголошених органів, які узурпували виконання владних функцій на тимчасово окупованих територіях України, у тому числі, шляхом їх визначення як «повстанці», «ополченці», «ввічливі військові люди». [2]

Громадська організація «Інтерньюз-Україна» підготували видання «Приборкати гідру. Як протистояти інформаційній агресії Кремля», де зазначили: «У ситуації, коли інформація дедалі більше стає зброєю, національні уряди і парламенти, а також міжнародна спільнота, мають шукати шляхів роззброєння зловмисних інформаційних стратегій та інструментів. Безпека та роззброєння були ключовими принципами Гельсінського процесу 1970х років,

який став основою європейської безпеки. Сьогодні важливо застосовувати цей підхід роззброєння в інформаційній сфері, для протидії зловмисним, агресивним та дезінформаційним практикам. Це «інфо-роззброєння» має брати до уваги той факт, що інструменти, що їх використовує Росія для здійснення своїх інформаційних операцій, є дуже гнучкими». [3]

Мета і завдання дослідження.

Мета роботи – теоретично дослідити дієвість державної політики України у сфері інформаційної безпеки та надати практичні рекомендації з реалізації політики щодо зменшення впливу російської пропаганди на жителів конкретного прикордонного регіону.

Для досягнення мети необхідно виконати такі *завдання*:

- дослідити підходи до визначення поняття «інформаційна/гібридна війна»;
- проаналізувати наявну законодавчу та інституційну базу в Україні;
- узагальнити зарубіжний досвід реалізації державної політики з протидії гібридній війні;
- промоніторити дієвість державної політики;
- визначити дії центральної влади зі зменшення впливу російської пропаганди зі сторінок електронних ЗМІ на жителів прикордонних областей;
- надати практичні рекомендації щодо реалізації державної політики зі зменшення впливу російської пропаганди зі сторінок електронних ЗМІ на жителів прикордонних областей в Україні.

Об'єкт дослідження – електронні ЗМІ Сумщини.

Предмет дослідження – державна політика України зі зменшення впливу російської пропаганди.

Методи дослідження – задля найбільш об'єктивного та ґрунтовного аналізу фактів у роботі ми використовували емпіричні й теоретичні методи дослідження. З-поміж емпіричних обрали метод спостереження – для оцінки актуальності теми, масштабів проблеми та отримання відомостей щодо закордонного досвіду. А також метод опису – для характеристики явища

пропаганди в контексті інформаційної війни, наявності пропаганди на сторінках електронних медіа прикордонного регіону.

Серед теоретичних методів ми працювали з методом аналізу (поділ питання зменшення впливу російської пропаганди з сторінок електронних ЗМІ на жителів прикордонних областей на логічні складові, занурення в структуру проблеми); методом синтезу (поєднання абстрагованих сторін державної політики України зі зменшення впливу російської пропаганди та політики центральних органів влади задля створення взаємозв'язків); методом узагальнення (розгляд окремих фактів пропаганди як ключового елементу гібридної війни РФ у сукупності, виокремлення типових рис серед медіа, які поширюють пропаганду, формування відповідних висновків); методом дедукції (висновки – від окремих до загальних тематичних положень); методом індукції (висновки – від загальних до окремих тематичних положень); методом пояснення (дослідження витоків пропаганди, її роль, мета, значення прикордонних регіонів в інформаційних атаках тощо); методом класифікації (розподіл пропаганди на типи, класифікація публікацій ЗМІ за відповідністю журналістським стандартам, класифікація можливих варіантів політики за відповідними критеріями реалізації).

Окрім того, наша робота ґрунтується на системному методі наукового дослідження, який передбачає комплексний підхід у реалізації політики, спрямованої на зменшення впливу російської пропаганди зі сторінок електронних ЗМІ на жителів прикордонних областей.

РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ЯВИЩА «ІНФОРМАЦІЙНА ВІЙНА»

1.1 Підходи до визначення поняття «інформаційна/гібридна війна». Джерельна база й методологія питання.

Оскільки явище інформаційної війни у світі не є новим, його досліджували чимало науковців. Серед найбільш відомих прізвищ – вчені І. Панарін, Г. Почепцов, В. Різун, О. Цуканова, Г. Кіссінджер, М. Лібікі, У. Липман, М. Маклюєн тощо. Очевидно, що вичерпно подати цей перелік важко, оскільки обрана нами тема не втрачає актуальності десятки років поспіль.

У когорті перших праць про інформаційні війни вирізняється думка М. Маклюєна, датована 1960 роком, «якщо «гарячі» війни минулого використовували зброю, знищуючи ворогів одного за іншим, то інформаційна зброя за допомогою телебачення та кіно, навпаки, занурює все населення у певний світ уяви: «земна куля тепер – не більше, ніж село». [4]

Експерт із інформаційних технологій М. Лібікі визначив інформаційну війну як «засоби, які включають збір, передачу, захист, маніпулювання, спростування, заперечення та знищення інформації, завдяки яким можна встановити перевагу над противником. Маніпулювання інформацією в контексті інформаційної війни – це зміна інформації з метою викривлення сприйняття дійсності противником». [5]

Британський журналіст Пітер Помаранцев назвав інформаційну війну явищем, яке «чинить невидимий вплив, подібний до радіації, і населення навіть не відчуває, що потрапляє під її дію». [6] У цій роботі автор цікаво апелював до праці «Операції інформаційно-психологічної війни: короткий енциклопедичний словник-довідник», виданої 2011 року в росії. Тамтешні аналітики ствердили, що «війни майбутнього вестимуться не на полях бою, а в головах людей». [6]

Про те, що, власне, собою представляє гібридна війна, також оприлюднено різні точки зору:

1. «Військова стратегія, яка поєднує звичайну війну, малу війну та кібервійну;
2. Атака з використанням ядерної, біологічної, хімічної зброї, саморобних знарядь для терористичних атак та інформаційного тиску;
3. Складна та гнучка динаміка бойового простору (battlespace), яка передбачає швидку реакцію та адаптацію учасників протистояння;
4. Сучасний вид партизанської війни, яка поєднує сучасні технології та методи мобілізації (Біл Неметт, підполковник Корпусу морської піхоти США);
5. Основний метод у асиметричній війні, яка ведеться на трьох умовних фронтах: серед населення конфліктної зони, тилового населення та міжнародної спільноти (полковник Армії США Джек МакКуен);
6. Франк Хоффман визначає гібридну війну у вигляді будь-яких дій ворога, який швидко та гнучко використовує найрізноманітніші комбінації дозволеної зброї, партизанську війну, тероризм, злочини на полі бою, і все для досягнення політичних цілей». [7, с. 22-39]

Сутність же гібридної війни росії проти України науковець П. Шевчук описує такими ознаками:

- «поступове зниження міжнародного іміджу України з метою послаблення її геополітичного значення;
 - відповідне дозування та спотворення інформації з метою дестабілізації ситуації в державі та впровадження власної політики «керованого хаосу»;
 - формування стереотипу меншовартості та вторинності українців, а також відповідне руйнування почуття нації та народу;
 - домінування російської мови, культури та традицій для утвердження самоідентифікації при одночасному витісненні української мови та культури».
- [8]

Для розуміння принципів інформаційної поведінки російської федерації достатньо прочитати три офіційні документи: Воєнну доктрину росії, Доктрину інформаційної безпеки та Концепцію зовнішньої політики РФ.

Наприклад, у Военній доктрині Росії (2010) [9] серед характерних рис сучасних воєнних конфліктів згадується «зміцнення ролі інформаційного протиборства» (п. 12 г) та «завчасне проведення заходів інформаційного протиборства», зокрема для «формування сприятливої реакції світової спільноти на застосування воєнної сили» (п. 13 г). У зв'язку з цим, одним із пріоритетів Военної доктрини Росії згадується «розвиток сил і засобів інформаційного протиборства» (п. 41.в).

У Доктрині інформаційної безпеки Російської Федерації [10] використання спеціальними службами окремих держав засобів здійснення інформаційно-психологічного впливу, що спрямований на дестабілізацію внутрішньополітичної і соціальної ситуації в різних регіонах світу і призводить до підриву суверенітету і порушенню територіальної цілісності інших держав», причому «широко використовуються можливості інформаційних технологій» (п. 12). Складно позбутися враження, що це своєрідний самоопис дій самої Росії, який тлумачиться як «дзеркальна відповідь» діям «окремих держав» західного світу. У Концепції зовнішньої політики Російської Федерації (2016) [11] йдеться про те, що «невіддільною складовою сучасної міжнародної політики для вирішення зовнішньополітичних завдань стає застосування інструментів «м'якої сили», передусім можливостей громадянського суспільства, інформаційно-комунікаційних, гуманітарних та інших методів та технологій, на додачу до традиційних дипломатичних методів». «М'яка сила» тут тлумачиться не з позиції внутрішнього реформування суспільств для досягнення прогресивних моделей, а з погляду вирішення «зовнішньополітичних завдань». Одним із пріоритетів зовнішньої політики Росії визначається «зміцнення позицій російських засобів масової інформації і масових комунікацій в глобальному інформаційному просторі та доведення до широких кіл світової громадськості російської точки зору на міжнародні процеси». Також чітко і ясно йдеться про те, що Росія «розвиває власні ефективні засоби інформаційного впливу на громадську думку за кордоном», а також «сприяє зміцненню позицій російських

і російськомовних засобів масової інформації в світовому інформаційному просторі, надаючи їм необхідну для цього державну підтримку».

1.2 Законодавча та інституційна база в Україні

Реалізація чинної політики з протидії російській пропаганді на державному рівні закріплена в таких документах:

1. Доктрина інформаційної безпеки України. [12]
2. Закон України «Про інформацію». [13]
3. Закон України «Про захист інформацію в інформаційно-телекомунікаційних системах». [14]
4. Закон України «Про захист персональних даних». [15]
5. Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо забезпечення прозорості власності засобів масової інформації та реалізації принципів державної політики у сфері телебачення і радіомовлення». [16]
6. Закон «Про внесення змін до деяких законів України щодо захисту інформаційного телерадіопростору України». [17]
7. Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо обмеження доступу на український ринок іноземної друкованої продукції антиукраїнського змісту». [18]
8. Указ Президента №133/2017 «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 28 квітня 2017 року «Про застосування персональних спеціальних економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій)». [19]
9. Законопроект «Про внесення змін до Закону України «Про телебачення і радіомовлення» (щодо частки пісень державною мовою в музичних радіопрограмах і радіопередачах)». [20]
10. Постанова «Про Звернення Верховної Ради України до Міжнародної Федерації Журналістів, Європейської Федерації Журналістів, Асоціації Європейських Журналістів, міжнародної організації «Репортери без кордонів»,

Міжнародного олімпійського комітету щодо інформаційно-психологічної агресії, що здійснюється засобами масової інформації Російської Федерації проти України». [21]

11. Постанова Кабінету міністрів України «Про затвердження Правил забезпечення захисту інформації в інформаційних, телекомунікаційних та інформаційно-телекомунікаційних системах». [22]

12. Закон «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України (щодо заборони виготовлення та поширення інформаційної продукції, спрямованої на пропагування дій держави-агресора). [23]

Інституційну базу вважаємо за доцільне розглядати в межах Сумської області, оскільки наша робота побудована конкретно на цьому прикордонному кейсі.

На вирішення визначеної нами проблеми найбільше впливає Департамент культури, інформаційної політики та туризму, оскільки цей підрозділ органу виконавчої влади в регіоні, який опікується забезпеченням суспільного спокою й протидії будь-яким проявам агресії в тому числі.

Раніше проблемою впливу російської пропаганди зі сторінок електронних ЗМІ на жителів Сумської області опікувалася Сумська обласна рада. У місті створили науково-дослідну лабораторію з проблем медіаосвіти та медіаграмотності Комунальний заклад Сумської обласної ради «Сумський обласний інститут післядипломної педагогічної освіти».

Чинники середовища, що формують контекст проблеми

1. Соціальна складова

Ставимо на перший щабель рейтингу, оскільки соціальна поведінка та настрої є головними показниками ефективності протистояння російській пропаганді.

2. Політична складова

Передбачає внесення проблеми мінімізації впливу російської пропаганди на жителів Сумщини до порядку денного питань Сумської обласної ради,

Сумської обласної державної адміністрації, місцевих рад, ухвалення відповідних рішень, розробки програми медіаграмотності.

3. Економічна складова

Третя за значимістю, проте також важлива, оскільки будь-яке протистояння вимагає фінансових затрат. Коли ми говоримо про зменшення впливу російської пропаганди зі сторінок електронних ЗМІ на жителів Сумської області, ми також маємо на увазі «підсилення» власних інтернет-ресурсів, заохочення працювати в регіональних виданнях журналістів-професіоналів, дофінансування районних видань, які читають там, де слабе інтернет-покриття.

4. Фізична складова

Найнижче в нашому рейтингу, оскільки має значення лише в кадровому питанні: забезпечення медіа-ресурсів Сумщини кваліфікованими журналістами. Як альтернативу – пропонуємо запрошувати в Суми медіа-тренерів.

У масштабах країни вирішенням питання протидії російській пропаганді займаються такі інституції, як Міністерство інформаційної політики України, Рада національної безпеки і оборони України, Національна поліція України, Служба безпеки України, Міністерство оборони України, Міністерство закордонних справ України, Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення, Державна служба спеціального зв'язку та захисту інформації України, Національна суспільна телерадіокомпанія України, Комітет Верховної Ради України з питань свободи слова та інформаційної політики тощо.

1.3 Зарубіжний досвід реалізації державної політики з протидії гібридній війні

Директор Агентства США з глобальних медіа Джон Ленсінг вважає боротьбу з російською пропагандою «головним боєм ХХІ століття». [24] Тож, Агентство у свою чергу вживає таких заходів: залучення технологій для своєчасного виявлення іноземних кампаній з дезінформації; аналіз іноземної аудиторії, найбільш схильної до дезінформації; розвиток партнерських відносин

з ключовими фігурами на місцевому рівні з метою розробки контенту для найбільш важливої аудиторії. [25]

Крім цього працюють над нарощуванням технічних навичок організацій громадянського суспільства, неурядових організацій та журналістів з метою залучення уваги до поширення дезінформації.

Також «Уряд США виділив 40 мільйонів доларів міжвідомчій установі «Центр глобальної взаємодії» на підтримку ініціатив з «протидії дезінформації і пропаганді, що поширюються іноземними державами за кордоном». [26]

Кошторис витратять на раннє попередження дезінформації, моніторинг міжнародної аудиторії, яка помітно піддається її впливу та налагодження взаємодії з авторитетними соціальними медіа, неурядовими організаціями тощо.

Найбільш ефективним механізмом реагування на конкретні факти іноземного втручання у внутрішні справи іншої країни, зокрема і з використанням інформаційних кампаній у США є запровадження санкцій відносно бенефіціарів таких інформаційних кампаній та окремих медіа-ресурсів, які були задіяні у таких кампаніях.

Яскравим прикладом цього є запровадження санкцій США у 2021 році у відповідь на втручання в хід президентських виборів пов'язаних з РФ осіб.

Однак, запровадження санкцій відносно медіа не розглядається країнами розвинутої демократії як основний інструмент протидії дезінформації, оскільки це неодмінно негативно позначається на дотриманні принципів свободи слова.

У Франції ж помітною спробою законодавчої боротьби проти дезінформації та інформаційних маніпуляцій є проект французького закону про боротьбу з «маніпуляцією-інформацією».

Проект передбачає:

- а) боротьбу з навмисною маніпуляцією інформацією;
- б) санкції за навмисні дії з інформаційною маніпуляцією;
- в) поширення на виборчий період;

г) ключову роль спеціальних суддів (*juges des référés*) у винесенні швидких рішень про санкції;

д) вимогу від інтернет-платформ щодо забезпечення прозорості, яка дозволить відстежувати тих, хто веде кампанії з дезінформації.

Дискусія щодо проекту засвідчила, що у французькому праві вже достатньо норм, що дозволяють боротися проти дезінформації. Такою може бути і ситуація в інших країнах.

Пріоритетом, за вище згаданою інструкцією «Як приборкати гідру...» для національних законодавчих органів може бути:

1. «Аналіз внутрішнього законодавства на предмет норм, що стосуються свідомого поширення неправди, введення в оману, дезінформації тощо, та адаптація цих норм до сучасних реалій. Насамперед, накладання зобов'язань на платформи соціальних мереж боротися проти системних поширювачів неправдивої інформації». [3]

2. «Використання елементів французького законодавства, зокрема щодо ролі спеціальних суддів (*juges des référés*) та активізації боротьби з дезінформацією у передвиборчий період. Такі спеціальні судді не виносять фінального рішення, але дозволяють здійснити тимчасові і швидкі заходи для того, аби захистити права і свободи громадян». [3]

Окрім того, країни, що стають мішенню російської інформаційної війни, мають брати приклад з дій США, Канади, Великої Британії та балтійських країн щодо більш жорсткого підходу.

Йдеться, зокрема, про ухвалення законодавства на кшталт «акта Магнітського», що дозволяє урядам накладати нові обмеження на осіб, які задіяні в серйозних порушеннях прав людини та корупційних діях.

Sergei Magnitsky Rule of Law Accountability Act – закон США та низки інших країн, що містить перелік російських чиновників, причетних до шахрайств, переслідувань та порушень прав людини, зокрема пов'язаних зі справою компанії «Hermitage Capital Management» та смертю російського адвоката Сергія Магнітського.

Висновки до розділу 1

Інформація сьогодні стала справжнім інструментом домінування та війни. Про це відверто йдеться в російських офіційних документах, це прослідковуємо в інформаційній політиці Кремля.

За таких обставин національний уряд, а надто – центральні органи влади в прикордонних областях повинні працювати на вороже інформаційне роззброєння, супротив, викриття пропагандистських стратегій, методів, інструментів.

Ця робота створена нами з метою теоретичного дослідження державної політики України у сфері інформаційної безпеки та надання практичних рекомендацій з реалізації політики щодо зменшення впливу російської пропаганди на жителів конкретного прикордонного регіону.

Ключовими принципами Гельсінського процесу 1970х років, який сьогодні лежить в основі європейської безпеки, визначили саме інфо-роззброєння та протидію дезінформаційним агресивним практикам. Ми вважаємо, слід обов'язково спиратися на цей підхід у написанні політики для України.

Із 2000х років росія поступово втілює гібридний удар проти західної цивілізації й повторного завоювання втрачених зон впливу. Інформаційна політика для країни-агресора – суто прояв деструктивної поведінки. Керівниками її є президент, який ставить стратегічні завдання, підлеглі йому міністерства-виконавці поставлених задач, а також решта залежних, наприклад, фінансово суб'єктів.

«В Україні Росія і її спецслужби використовують медіаресурси, що де-юре належать українським політикам, які втекли з країни і нині перебувають у РФ. Такими є, наприклад, Олександр Клименко (холдинг «Вести»), Сергій Курченко (холдинг УМН) та інші. Ці медіаресурси використовуються, зокрема, в інтересах РФ для проведення дезінформаційних чи пропагандистських кампаній. Нещодавнім прикладом є кампанії з дискредитації створення української помісної церкви. Іншими гроху-медіа можна вважати сайт Strana.ua, телеканали

«112» і NewsOne та інші ресурси, які часто грають на цінностях українського патріотизму і навіть можуть поширювати антиросійські меседжі для завоювання популярності аудиторії.

Прототипом таких дій був рух «Український вибір» (лідер руху – Віктор Медведчук, український політик, найближчий до В. Путіна), який з'явився у 2012 році та під маскою «українськості» промотував геополітичний вибір на користь Росії (такий приклад бачимо зараз у Грузії, де ультранаціоналістичний і антизахідний «Грузинський марш» має російську підтримку)». [3]

На наше переконання, саме рівень усвідомлення гібридної загрози визначає силу та пропорційність відповіді на неї. Тож у дослідженні ми апелюватимемо до кращого усвідомлення загроз, а також розвитку медіаграмотності.

У першому розділі ми розкрили підходи до трактування понять «інформаційна/гібридна війна», проаналізували законодавчу та інституційну базу в Україні стосовно нашої теми та стисло описали зарубіжний досвід реалізації політики з протидії гібридній війні.

РОЗДІЛ 2. УКРАЇНА В ПРОТИДІЇ РОСІЙСЬКІЙ ПРОПАГАНДИ

2.1 Моніторинг дієвості державної політики

На нашу думку, показовим інструментом оцінки дієвості державної політики України з протидії пропаганді можуть стати результати соціологічного опитування громадян щодо довіри російським засобам масової інформації.

Ми вже проаналізували дані соціологічних досліджень Українського центру економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова [27], Соціологічної групи «Рейтинг» [28] та «Детектор медіа» [29] з 2014 по 2022 рік.

Довіра російським ЗМІ

2014 рік

Лише 5% українців повністю довіряють, 26% – довіряють лише частково, 48,5% – взагалі не довіряють (20,5% не визначилися).

2018 рік

4% респондентів зазначили, що вони отримують інформацію про ситуацію в Україні і світі з російських телеканалів. З одного боку, це значно менше, ніж українські джерела, але, з іншого боку, в абсолютному вимірі – це близько 1.3 млн. громадян України. Основним технічний спосіб доступу до російських телеканалів для 40% користувачів – супутник (водночас, у грудні 2016 року про цей спосіб вказали 79%). Ще 20% дивляться трансляції в Інтернеті (проти 8% у грудні 2016 року), 17% – за допомогою аналогової антени (проти 6%), а 13% – за допомогою кабельного телебачення (проти 6%).

2019 рік

«Російське телебачення лишається одним з основних джерел інформації для майже 6% респондентів. Аналіз даних опитування показав, що російські телеканали найчастіше дивляться респонденти старше 50 років, які проживають у східних областях України (де частка глядачів сягає 12% серед опитаних респондентів)». [29]

2020 рік

«47 % мають доступ до російських онлайн-ресурсів, 39,5 % – до російських телеканалів, а 22 % до – російських соціальних мереж». [29]

12 % респондентів прямо кажуть, що довіряють російським ЗМІ (від 5 % у Миколаївській і Луганській до 20 % у Запорізькій і 21 % в Донецькій області). Водночас значна частина респондентів ухиляється від відповіді на це запитання. Можна припустити, що відсоток тих, хто довіряє або частково довіряє російським медіа, насправді вищий.

2021 рік

Серед російських медіа найбільшу частку глядачів мають російські телеканали (5%), що однак менше за аудиторію будь-якого загальноукраїнського типу медіа.

«У російськомовних українців значно частіше виникають сумніви щодо правдивості повідомлень у ЗМІ, порівняно з україномовними (різниця 13%).

Частіше за інших сумніваються в інформації, поданій медіа, жителі центральної частини (70%) та сходу (70%). Респонденти, які отримують інформацію від родичів та знайомих (64%) або з месенджерів (66%) не так часто (сума відповідей «часто» і «не так часто, але буває») сумніваються у правдивості повідомлень ЗМІ, як читачі українських інтернет-ЗМІ (73%), соціальних мереж (72%) і глядачі загальнонаціональних телеканалів (69%)». [29]

2022 рік (26 січня)

Російським ЗМІ довіряють 3% українців, а не довіряють – 79%.

Зважаючи на вище зазначене, можемо зробити висновок, що загальнонаціональна політика щодо зменшення впливу російської пропаганди є дієвою, оскільки частка громадян, які довіряють каналам інформації кремля, поступово знижується.

Окрім того, 19 березня 2021 року Указом Президента № 106/2021 [30]. в Україні засновано Центр протидії дезінформації при Раді національної безпеки і оборони.

Установа створена задля супротиву наявним і потенційним національним загрозам та інтересам України в інформаційній сфері, протидії пропаганді, деструктивним дезінформаційним впливам та кампаніям, боротьби з маніпуляцією громадською думкою.

Вважаємо доцільним зазначити, що, в рамках державної політики з протидії російській пропаганді, Україна також опікується підвищенням рівня медіаграмотності громадян. Скільки коштів із бюджету виділено на просвітницькі курси, тренінги, семінари та інші тематичні заходи можна відстежити, наприклад, за допомогою сервісу «Prozorro» [31].

Із-поміж цікавих нам тендерів знайдено 17, які стосуються підвищення рівня медіаграмотності населення. Приклади деяких із них:

1. Послуги з організації та проведення мотиваційних тренінгів для школярів, у тому числі з медіаграмотності (Миколаїв, 299 500 грн).

2. Навчання працівників за загальною короткостроковою програмою підвищення кваліфікації «Медіаграмотність публічних службовців» (Запоріжжя, 13 849 грн).

3. Тренінг з медіаграмотності для учнів старшої школи (Вінниця, 9 000 грн).

4. Інформаційно-консультаційні послуги на тему "Медіаграмотність" (Тернопіль, 45 000 грн).

5. Послуги з підготовки матеріалів, проведення вебінарів та надання консультацій учням під час проведення профільної школи з медіаграмотності (Київ, МАН, 6 000 грн). [31]

2.2 Дії центральної влади зі зменшення впливу російської пропаганди зі сторінок електронних ЗМІ на жителів прикордонних областей

Боротьба з російськими пропагандистами є пріоритетним завданням центральних органів влади в Україні. Багато чого вже зроблено, але, очевидно, ще більше кроків необхідно буде здійснити.

Ми зібрали перелік рішень, які, на нашу думку, є найбільш ефективними в справі протидії пропаганді кремля. Перший із них – так званий «чорний список». 10 березня 2022 року Кабінет Міністрів України вніс на розгляд Ради національної безпеки та оборони пропозиції щодо безстрокового застосування персональних економічних та інших обмежувальних заходів до фізичних та юридичних осіб Російської Федерації.

Про це повідомив очільник Міністерства культури та інформаційної політики Олександр Ткаченко у Фейсбуці. [32] За його словами, до санкційного списку потрапили:

«Добродєєв Олег Борисович, генеральний директор ВГТРК.

Ернст Костянтин Львович, генеральний директор «Первого канала».

Тюлін Володимир Володимирович, генеральний директор ТОВ «Акцепт», телеканал «Рен ТВ».

Жаров Олександр Олександрович, генеральний директор АТ «Газпром-Медиа Холдинг».

Канделакі Тінатін Гівіївна, телеведуча, виконуюча обов'язки директора каналу ТНТ.

Габрелямов Арам Ашотович, голова ради директорів ВАТ «Редакція газети Известия», генеральний директор і президент видавничого дому «News Media».

Кісельов Дмитро Константинович, генеральний директор Федерального державного унітарного підприємства «Международное информационное агентство «Россия сегодня».

Міткова Тетяна Ростиславівна, заступник генерального директора ВАТ «Телекомпанія НТВ» з інформаційного мовлення, головний редактор Служби інформації НТВ.

Симоньян Маргарита Симонівна, головний редактор Russia Today.

Скабєєва Ольга Володимирівна, телеведуча каналу «Россія-1».

Соловйов Володимир Рудольфович, ведучий «Соловйов Live». [32]

До санкціонованих юридичних осіб віднесли:

«Акціонерне товариство «Перший канал».

Федеральне державне унітарне підприємство «Всеросійська державна телевізійна і радіомовна компанія» (канал РТР).

Федеральне державне унітарне підприємство «Міжнародне інформаційне агентство «Росія сьогодні».

АТ «Газпром-медіа холдинг».

Відкрите акціонерне товариство «Телекомпанія НТВ».

АТ «Телекомпанія НТВ».

ВАТ «Телерадіокомпанія Збройних сил Російської Федерації «Звезда».

ТОВ «Акцепт» (телевізійний канал Рен ТВ).

ТОВ «НАЦІОНАЛЬНИЙ РЕКЛАМНИЙ АЛЬЯНС».

ТОВ «іві.ру».

ТОВ «НТВ ПЛЮС». [32]

Другий, на наше переконання, вагомий крок – санкції Європейського Союзу. Рада ЄС заборонила на території Європи таких російських медіа, як RT (екс-Russia Today) та Sputnik. «До припинення агресії проти України, та до того часу, коли РФ і асоційовані з нею медіакомпанії припинять поширення дезінформації і маніпуляцію інформацією, спрямовану проти ЄС і країн-членів» діяльність мультимедійних платформ Sputnik, а також усіх представництв медіахолдингу екс-Russia Today: RT English, RT UK, RT Germany, RT France, RT Spanish неможлива.

Рішучі кроки від органів влади прослідковуємо в час повномасштабного вторгнення росії. Так, 28 квітня в результаті засідання Комітетів Верховної Ради України з питань інтеграції України до ЄС, з питань зовнішньої політики та міжпарламентського співробітництва та з питань гуманітарної та інформаційної політики ухвалили ряд рішень:

- «звернутися до Ради нацбезпеки та оборони, до Нацради з питань телебачення та радіомовлення щодо необхідності негайно зупинити діяльність не лише центральних, а і регіональних ЗМІ, які контролюються російськими агентами впливу та просувають російські наративи серед населення України;

- звернутися до Кабінету Міністрів України щодо важливості фінансування освітніх програм із медіаграмотності, медіагієни та критичного мислення в закладах освіти та для більш широкого кола громадян за допомоги неурядових громадських організацій та українських медіа для виокремлення питання фінансування таких програм за рахунок міжнародної фінансової допомоги під час переговорів з державами-донорами України;

- звернутися до Кабміну щодо ініціювання на урядовому рівні окремих міжнародних перемовин про можливість отримання фінансування на документування інформаційних злочинів;

- до МЗС Комітети звертаються із тим, щоб спрямувати ухвали до національних парламентів держав-членів ЄС та НАТО, до Європейського Парламенту, парламентських асамблей Ради Європи, НАТО, ОБСЄ та Міжпарламентського союзу». [51]

Також нині в розробці проект Постанови ВРУ щодо протидії дезінформації, пропаганді, маніпуляціям та інформаційному тероризму з боку РФ.

Вартий уваги третій пакет рекомендацій групи «МакФлора-Єрмака», в якому пропонують усі діючі партії Державної Думи РФ визнати «терористичними організаціями або особами, групами чи суб'єктами, причетними до терористичних актів». [52] Може здатися, що таке політичне рішення не має прямого впливу в протидії пропаганді, проте, зважаючи на кількість осіб-членів цих партій (близько 10 млн загалом), кількість публічних ворожих «рупорів» значно зменшиться.

Міністерство культури та інформаційної політики України вилучає російську літературу з бібліотечних фондів. Першими з книжкових полиць прибирають видання, зміст яких спрямований на ліквідацію незалежності України, пропагує війну, національну ворожнечу, а також ті, автори яких публічно підтримали агресію проти України.

За словами Міністра культури та інформаційної політики Олександра Ткаченка, «серед планів МКІП – створення онлайн-музею російської пропаганди

та реалізація ініціативи Президента зі створення в Україні міжнародного хабу, який дозволить ефективно відпрацьовувати ті маніпуляції і фейки, які запусає країна-агресор». [53]

Ситуація наразі вимагає від органів центральної влади в Україні продовжувати вживати дієвих заходів щодо протидії російській пропаганді.

На нашу думку, країна в цьому плані перебуває на правильному шляху. Цікавий той факт, що сім років тому ніби передбачила сучасну реакцію країн на інформаційну агресію росії дочка Бориса Немцова: «При повній безкарності злочинної пропаганди всередині країни єдиним способом хоч якось приборкати її можуть стати міжнародні санкції, у тому числі заборона в'їзду пропагандистів, що особливо відзначилися, в ЄС і США. Серйозним покаранням для псевдожурналістів може стати заморожування активів за кордоном. Інформаційний терор повинен бути зупинений, інакше наслідки можуть бути ще страшнішими: немає нічого небезпечнішого за самозаймання величезного потенціалу ненависті, накопиченого в російському суспільстві». [33]

Письменник та історик Олекса Гайворонський вважає, що нині українське телебачення має працювати на основі двох умов: «1) висока, конкурентоспроможна якість інформаційного продукту і 2) зняття обмежень на мовлення недержавними мовами — насамперед, російською. Інформаційний продукт, створений з урахуванням державних інтересів України російською мовою, має безперечну перевагу перед перекладеними українською мовою прокремлівськими темниками, як і перед україномовними імітаціями російських шоу, що закріплюють вплив російської культури». [34]

Також він додає, що нам необхідна правильна історична пропаганда. «Палітра існуючих жанрів має бути значно розширена: від складних професійних проєктів, розрахованих на високоінтелектуальну аудиторію, до максимально спрощених пізнавальних передач. Скажімо, на російському телебаченні можна бачити безліч надзвичайно простих, але доволі видовищних проєктів, які в найбільш спрощеній формі (але водночас із потужною агітаційною складовою) дають «готові відповіді» на основні запитання аудиторії

і формують її уявлення про минуле. Проста імітація тут неможлива, та й недопустима: просування державної пропаганди в Україні ускладнене, порівняно з Росією, тим, що в нашій країні відсутня чітко сформульована державна ідеологія і відсутні можливості для нав'язування її як обов'язкової для всіх. Формування такої ідеології — це предмет загальнонаціональної дискусії. Особисто мені представляється перспективною розробка «курсу національного примирення», яке тактовно і неупереджено зачіпає причини і наслідки «гострих моментів» в історичному минулому». [34]

2.3 Як зменшити вплив російської пропаганди зі сторінок електронних ЗМІ на жителів Сумської області (Аналітична записка)

Визначення проблеми, придатної для аналізу політики

Формулювання проблеми

Проблему, придатну для аналізу політики, ми сформулювали таким чином: **«Як зменшити вплив російської пропаганди зі сторінок електронних засобів масової інформації на жителів Сумської області».**

Оскільки спосіб ведення Росією інформаційної війни є досить гнучким і передбачає синхронні дії в різних сферах життєдіяльності, а нові методи з'являються паралельно з розвитком нових технологій, акцентують зазвичай на діях, які дозволяють впливати на людей без посередників. Саме таким впливом є маніпуляції через інформаційні закиди, дописи та коментарі в соціальних мережах.

Власне саме через це ми концентруємося на електронних ЗМІ, які використовують соцмережі як майданчик для поширення матеріалів. Масштаб дослідження, з міркувань актуальності, поки звужуємо лише до прикордонних із Росією областей.

Замовник аналізу

Сумська обласна державна адміністрація як головний орган місцевого самоврядування області – найбільш зацікавлена в напрацюваннях щодо зменшення впливу «сусідської» пропаганди на населення регіону.

Гібридна війна, перш за все, негативно позначається на суспільному настрої всередині Сумщини, як прикордонної області, підриває стабільність мирного життєстрою.

Замовник цілком відповідає вимогам, оскільки є компетентним у сформульованій проблемі, має до неї інтерес і фінансового, і матеріального, і організаційного, і символічного характеру. Окрім того, Сумська обласна державна адміністрація володіє ресурсами, необхідними для вирішення проблеми на рівні регіону.

Симптоми проблеми

До симптомів проблеми впливу російської пропаганди відносимо: вагомий сегмент неякісних місцевих ЗМІ, збільшення кількості російськомовного населення в регіоні, інформаційну безграмотність інтернет-користувачів, які вказують визначають власне місце перебування на території Сумщини.

Опис симптомів

Із 2014 року контрольовані російською владою ЗМІ стали справжнім інструментом реалізації підриву єдності українського суспільства, знищення української держави. Перші результати їхньої діяльності стали відчутними саме на сході України, у прикордонних областях.

Ми не поспішаємо вішати ярлики «проросійських» на конкретні ЗМІ Сумської області, озвучимо поки лише загально доступні факти. Найбільшою аудиторією мовлення на Сумщині у Facebook володіють сторінки таких електронних ЗМІ як «Сумы – лучший город в мире» [35] (34662 підписників), «The Sumy Post» [36] (29528 підписників), «SumyLive» [37] (9300 підписників) та «Сумські дебати» [38] (7796 підписників). Останніх часто використовують з метою чорного чи білого політичного піару в передвиборчий період.

Статистика Instagram-активності згаданих вище ЗМІ демонструє нам схожі дані: «Сумы – лучший город в мире» [39] (32100 підписників), «The Sumy Post» [40] (23800 підписників), «SumyLive» [41] (13500 підписників) та «Сумські дебати» [42] (287 підписників).

Telegram-канал зі згаданих вище медіа має лише «The Sumy Post» [9] (4683 підписники). Інтернет-видання використовує канал для реклами (помічено «джинсу» від політичної партії «Наш край» [44]), дублює на каналі головні новини тижня, а також оприлюднює прогноз погоди.

YouTube-блогерів, які б транслювали думки на суспільно-політичну тематику, в області немає. Найбільшою популярністю користується YouTube-сторінка «Sumy Racing Team» [45] (374 000 підписників), але канал публікує виключно розважальні відео про автомобілі.

За дослідженнями «Детектор медіа» [29], журналістика на Сумщині ще має, куди прагнути, аби називатися якісною. І вагоме значення в цій оцінці мають вже знайомі нам «Сумські дебати». Аналізом встановлено, що команда сайту не лише поширює російські фейки, а й продукує власні. Окрім того, медіа чітко працює «під вибори» й буквально «підносить» проросійську політичну силу в очах споживачів інформації в Сумській області. Як результат – партію підтримують абсолютно на всіх виборчих дільницях регіону.

Другий симптом – мовний. У порівнянні, якщо Харків переважно російськомовним був давно, то Суми як місто більш провінційне донедавна спілкувалося українською.

Дані про зріз російськомовного населення на Сумщині у відкритих джерелах відсутні. Однак, за загальною соціолінгвістичною статистикою в Україні, підрахованою фахівцями радіо «Свобода», у відповідях на запитання «Якою мовою Ви спілкуєтесь у повсякденному житті?» [46] частка української мови суттєво знижується, охоплюючи менше половини респондентів. Варіанти відповідей «виключно українською» та «переважно українською» сумарно становлять 46,9%, аналогічні показники використання російської мови сумарно

становлять 31,8%, відповідь «рівною мірою українською й російською мовами» обрали 20,8 % респондентів.

Кількість російськомовних громадян на 14,7% перевищує частку тих, хто вважає російську рідною. Це означає, що в повсякденному спілкуванні група російськомовних громадян збільшується й завдяки тим, хто називає рідною українську.

Третій симптом – медіабезграмотність. Зашкалюють показники «поширень» у новинах, які вже з заголовку несуть «сенсацію» про тяжке життя в Україні та безхмарне в Росії, швидко разносяться зфотошоплені світлини та знімки екрану з політичними псевдозаявами. У коментарях під час соціопитувань відчутна гостра нестача експертної думки щодо ситуації в країні.

Зважаючи на кількість підписників тих же «Сумських дебатів», лідерами думки для досить великої кількості сумчан є «низькопробні» електронні видання. Оскільки частина населення не розуміється на ролі та приналежності медіа, яке вона читає, довіра до такого медіа зростає.

Ще у 2018 році ми долучилися до семінару «Готуй інформаційний продукт якісно!» [47] спільно з Сумським прес-клубом. Уже тоді нами було виявлено чотири антиукраїнські меседжі в «Сумських дебатах» та по одному в малочитабельних «Телеком-сервіс» та «Голос Конотопа». Фейки були помічені на сторінках електронних ЗМІ «Сумські дебати» та «Голос Конотопу». А мова ворожнечі прослідковувалася лише на конотопських телеканалах.

Як для ситуації, коли в області відсутня інтеграція медіаграмотності в гуманітарний блок освіти, уже й ті показники були невтішними.

Причинно-наслідкові зв'язки

Причинно-наслідкові зв'язки спробуємо відобразити у формі «дерева проблем». У такому разі до «коренів першого порядку» зараховуємо:

1. Неспроможність держави на Сумщині протистояти інформаційним загрозам, що виникають в публікаціях ЗМІ, онлайн-виданнях, соцмережах.
2. Відсутність інтеграції медіаграмотності в гуманітарний блок всіх рівнів освіти.

3. Відсутність покарання за дезінформацію.
4. Олігархічний вплив на ЗМІ, онлайн-видання, соцмережі.

«Коренями другого порядку» відповідно буде відсутність оперативного реагування та спростування фейків, нестача кваліфікованих кадрів для створення якісних видань, відсутність зацікавленості у змінах.

А серед «коренів третього порядку» виділяємо нестачу коштів та відсутність проблеми на порядку денному Сумської обласної державної адміністрації. Оскільки бюджет Сумської обласної державної адміністрації обмежений, вважаємо за необхідне – фінансування програми з бюджету держави. Так як область – прикордонна, вона потребує більшої уваги.

До чого це призведе? І що буде? Серед наслідків ми вбачаємо повне перетворення регіону на російськомовний, втрата довіри населення до органів місцевого та державного врядування, підрич проукраїнських настроїв. Існують ризики перетворення області в небезпечний регіон з точки зору військової агресії. Окрім того, не виключаємо за таких обставин поширення зони збройної агресії на сході України по кордону в північному напрямку.

Доказова база

Доказова база нашого дослідження ґрунтується на матеріалах сумських електронних засобів масової інформації. Зокрема, нами було досліджено такі новинні портали як «Суми – лучший город в мире», «The Sumy Post», «SumyLive» та «Сумські дебати».

Симптоми проблеми, конкретно – проблеми місцевої журналістики було виявлено за допомогою дослідження авторитетного detector.media. Антиукраїнські меседжі та зразки мови ворожнечі в ЗМІ вдалося виявити за результатами семінару «Готуй інформаційний продукт якісно!»

Якісним методом дослідження, а саме – соціальним опитуванням вдалося встановити частку російськомовного та україномовного населення, про що ми теж згадуємо в симптомах проблеми.

Масштаби проблеми або її симптомів

Проблема – актуальна для всієї України як держави, проти якої відкрито ведуть інформаційну війну. Але ми концентруємося на вирішенні питання конкретно в Сумській області (як одній із прикордонних).

Станом 1 жовтня 2021 року, за даними Головного управління статистики у Сумській області [48], постійне населення регіону становило 1039468 осіб. Площа області складає 23 832 км². Сумщина межує з Брянською, Курською та Белгородською областями. Загальна протяжність кордону з Росією – 298 км.

Логічно, що симптоми проблеми частіше прослідковуємо в людей із проросійськими настроями, а також жителями області, які мають низький рівень медіаграмотності.

Новизна проблеми й нагальність її вирішення

Тема актуальна не лише для жителів прикордонних областей України з РФ, а й взагалі для всієї держави. Оскільки жорсткі реалії українського інформаційного простору вже не так вимагають володіти інформацією, як розбиратися в ній. Якщо ми захищаємо кордони від територіального вторгнення, то мусимо подбати й про захист свідомості жителів прикордонної області від пропагандистського вторгнення. Протистояти війні завжди легше з патріотичним, ненав'язаним настроєм.

Потреба в медіаграмотності – не нова, проте гостро відчутна саме впродовж останніх шести років, доки триває конфлікт на сході України. І ця потреба з кожним днем посилюється. Існує ризик підриву проукраїнської громадянської позиції.

Систематичні помірковані кроки у відповідь на гібридну війну – головний виклик сьогодення. Як зазначають автори рекомендації до інформаційної політики «Як протистояти інформаційній агресії Кремля: «Стратегія Росії є гібридною та гнучкою, має безліч обличь та безліч вимірів. Крім того, вона має унікальну здатність мімікрувати під форми демократичних наративів та інструментів, і навіть під національні наративи. Вона використовує демократію проти неї самої. І саме це робить її такою унікальною, а боротьбу проти неї –

такою складною. Але у часи, коли інформацію дедалі більше використовують як інструмент у війні, ми не маємо жодної іншої альтернативи як боротися проти неї, позбавити зброї зловмисні впливи, приборкати» [49].

Підстави для державного втручання

Десятиліттями раніше Україна не могла зробити того, що вже втілено за останні три роки. Медійний простір ожив, активно існує попри все. Утім час для відпочинку ще не настав.

Серед підстав для державного втручання ми виокремлюємо *негативні зовнішні ефекти* (пропаганда, маніпуляція, сугестія), які відображаються на настроях жителів прикордонних регіонів України, та *асиметричний розподіл, брак, недостовірність інформації* – як хиба місцевої журналістики.

Очевидно, що інформаційний безлад триватиме і надалі, адже Росія перебуває під санкціями.

Треба максимально впроваджувати положення, зазначені в Доктрині інформаційної безпеки України. Зокрема, працювати над стратегічними комунікаціями.

Необхідно координувати ключові державні інституції, які опікуються інформаційною безпекою, політикою та стратегічними комунікаціями (Міністерство інформаційної політики України, Рада національної безпеки і оборони України, Національна поліція України, Служба безпеки України, Міністерство оборони України, Міністерство закордонних справ України, Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення, Державна служба спеціального зв'язку та захисту інформації України, Національна суспільна телерадіокомпанія України, Комітет Верховної Ради України з питань свободи слова та інформаційної політики, та ін.).

Окрім того, важливо систематично проводити моніторинг ефективності державної політики на предмет дієвості вже втіленого та виявлення необхідності заповнення ніш. Для отримання приблизних результатів це можна робити за допомогою соціальних опитувань. Наприклад, на предмет кількості людей, які продовжують користуватися російськими соціальними мережами та інтернет-

сервісами, ефективності російських нарративів, наскільки вони сприймаються громадянами України.

І, власне, чому й присвячена наша Аналітична записка, – робота з прикордонними регіонами. Варто блокувати сигнал російських та сепаратистських медіа на території підконтрольній українській владі. Проводити медіазаходи: круглі столи, конференції, де говорити про українські надбання, здобутки, перемоги, чим зміцнювати позитивний імідж держави в очах жителів зазначених регіонів.

Таблиця 2.1. Консультації

Стейкхолдер	Заінтересованість	Значимість	Впливовість
Цільова група			
Студенти	Дуже заінтересований	Дуже значущий	Дуже впливовий
Пенсіонери	Незаінтересовані	Найімовірніше значущий	Невпливовий
Група непрямого впливу			
Мешканці сільських/віддалених від районних центрів територій	Скоріше заінтересовані, ніж ні	Скоріше незначущий	Найімовірніше невпливовий
Група потенційного впливу			
Редактори місцевих електронних ЗМІ	Скоріше заінтересований, ніж ні	Найімовірніше значущий	Дуже впливовий
Журналісти	Дуже заінтересований	Дуже значущий	Скоріше впливовий, ніж ні
Група з вагомим авторитетом			

Міністерство інформаційної політики України	Дуже заінтересований	Дуже значущий	Дуже впливовий
Міжгалузєва рада з питань розвитку електронного урядування	Скоріше заінтересований, ніж ні	Найімовірніше значущий	Скоріше впливовий, ніж ні
Експерти			
Державна служба з питань спеціального зв'язку та захисту інформації	Дуже заінтересований	Дуже значущий	Скоріше впливовий, ніж ні
Сумський прес-клуб	Скоріше заінтересований, ніж ні	Найімовірніше значущий	Найімовірніше не впливовий
Групи, що виявляють інтерес			
Бізнес-структури	Скоріше заінтересований, ніж ні	Найімовірніше значущий	Скоріше впливовий, ніж ні
Політичні партії	Дуже заінтересований	Дуже значущий	Дуже впливовий

Організовані заінтересовані групи – аналіз стейкголдерів

1. Власники та журналісти провідних регіональних електронних видань

(«The SumyPost», «Трибуна» , редактори місцевих районних газет: «Вісті сумських громад», «Роксолана», «Ворскла», «Білопільщина», «Сільські горизонти», «Вісті Роменщини».

Зацікавлені, оскільки йдеться про поліпшення якості регіональної журналістики. До того ж, коли ми говоримо про електронні ЗМІ, то нові правила роботи медіа прикордонних областей в умовах інформаційної війни передбачатимуть новий характер медіаконтенту, а це збільшить кількість переглядів на посилань на сайти.

Редактори «районок» зацікавлені, певно, найбільше, оскільки до газет знову привернуть увагу. Викриття фейків, протидія пропаганді принесе виданням більше передплатників. дозволить ще протриматися в умовах діджиталізації.

2. Сумський прес-клуб.

Сумщина має шанс стати першою прикордонною областю, де вестимуть організовану протидію пропаганді в електронних ЗМІ. Тоді ж Сумський прес-клуб стане комунікаційною платформою, і в перспективі – поширюватиме досвід для прес-клубів інших областей.

3. ІТ-компанії («ELIT-VECTOR GROUP», «ІТЦ Ісланд-Україна», «Ельф»)

Зацікавлені, оскільки фокус у проблемі саме на електронних ЗМІ, тому такі компанії доведеться залучати до співпраці. До того ж у Сумах їх небагато.

Заінтересовані органи влади

1. Міністерство культури та інформаційної політики України

Зацікавлені, оскільки проблема впливу пропаганди – актуальна для всієї країни.

2. Сумська обласна рада

Зацікавлена як головний орган місцевого самоврядування, оскільки вона стане прикладом для інших областей у протистоянні пропаганді.

Ставлення громадськості

Офіційного опитування громадської думки раніше не проводилося.

Але ось, що говорять експерти:

Леся Гончаренко (кандидат історичних наук): «Одним із найбільших є інформаційний вплив. Про це свідчать хоча б останні два факти. Нещодавно

співробітники СБУ викрили журналіста, який 3 роки працював на території Сумщини та вів агітаційну роботу на користь РФ. Інший – поширював друковану продукцію. Цей випадок був у Лебедині. Також незаперечним є і той факт, що великий вплив Росія робить на три області України через аналогове телебачення. Це Чернігівщина, Харківщина та Сумщина. Це прямий вихід кордону і їхнє ТБ часто саме так закриває ті «білі плями» аналогового телебачення, які має Україна. Про це яскраво вказують і результати дослідження, яке провели минулого року. А саме, близько 1,5 млн населення України користуються російськими ЗМІ для отримання інформації». [49]

Микола Сурженко (блогер, журналіст): «Найбільша небезпека, на мою думку, йде не так від аналогового ТБ, а як від людей, які в Україні, займаючи певні керівні посади, формують думку громадську та мають важелі впливу (такі як - влада) на них. Я б радив думаючим, свідомим людям дивитися через Інтернет російське телебачення. Там чітко прослідковується ставлення росіян до нас – вони нас ненавидять, дивляться зверху. Але там вони ж самі розкривають ті болючі місця, по яким через своїх агентів в Україні будуть бити по нас». [49]

Андріана Костенко (експерт із політології): «Важливо розуміти ще й те, які особливості області. Адже вона неоднорідна, а отже й російська пропаганда сприймається по-різному. Суми – центр – одні, а північні регіони, які межують із РФ, трішки інші середовища. За результатами нашого дослідження, кожна 4-а родина на Сумщині має члена сім'ї-заробітчанина. 70% з яких працюють саме в Російській Федерації. Це пряма взаємодія. Не потрібно дивитися ТБ, а люди самі є носіями інформації, яку поширюють у побуті». [49]

Опис обмежень

1. Бюджетні обмеження – заходи з протидії російській пропаганді на Сумщині не закладені в обласний бюджет, однак бюджет України в напрямку інформаційної безпеки на 2022 рік складає 631, 2 млн грн. [50] Є сенс, частину з цієї суми розподілити для локальної протидії пропаганді по прикордонних областях.

2. Часові – альтернатива дій не передбачає швидкого вирішення проблеми, адже спрямована на мінімізацію наслідків від цієї проблеми. Тому ми не ставимо часові рамки, а визначатимемо результативність за допомогою соціальних опитувань.

3. Очевидно, для зміцнення обороноздатності журналістики на Сумщині забракне людського ресурсу. Нині на регіональних медіа працюють або люди старшого віку, або філологи, вчителі за освітою. Успішні випускники кафедри журналістики місцевого ЗВО виїжджають до Києва, оскільки ані перспектив, ані гідної заробітної плати в Сумах для журналістів не передбачено.

Моделювання проблеми

Мета вирішення проблеми

Підвищення медіаграмотності жителів Сумської області (як прикордонної): навички аналізувати, критично оцінювати інформацію електронних ЗМІ, розмежовувати правду з фейками.

Висновки до розділу 2

XXI століття – час, у якому не стільки важливо контролювати ту чи іншу частину континенту або Світового океану для того, щоб контролювати світ. Пояснюється це тим, що рівні з військовою та економічною потужностями, геополітичні категорії розширилися за рахунок мови та віри, панівних у тій чи іншій державі. Задля удару по могутності країни достатньо зчинити замах на позиції її національної культури.

Атаки на українську національну культуру тривають не перший десяток років. Інформаційна політика нашої держави поступово коригує курс, журналістика перебуває на шляху якісного становлення, однак головне те, що ані політика, ані ЗМІ не можна розглядати окремо від суспільства. Усі подальші кроки в гібридній війні мають спиратися й на громадські запити.

Не секрет, що частина суспільства не готова фінансувати суспільне мовлення з власної кишені. Таким чином ці українці дають мовчазну згоду на споживання абиякого інформаційного продукту, навіть не задумуючись про наслідки. Аби ефективно вплинути на таку ситуацію, є потреба в підвищенні інформаційної культури, прищепленні навичок медіаграмотності: принаймні елементарних навичок розрізнення правди та фейків.

Медіаграмотність та медіагігієна повинні входити в суспільне життя довгостроковими стратегіями. Тематичні курси слід спланувати, опираючись на критичне мислення та критичну обробку інформації. Такі навчки мають бути інтегровані до шкільних курсів історії та інших суспільно-гуманітарних дисциплін.

Практика ретельної перевірки інформації (фактчекінг) повинна бути присутня у кожного споживача інформації, надто – у прикордонних регіонах, принаймні на рівні таких запитань:

1. Хто є власником медіа?
2. Хто автор матеріалу? Що про неї/нього відомо?
3. Чи відповідає фото і заголовок матеріалу його змісту?
4. Чи зазначено джерело інформації?
5. Чи писав про це ще хтось із авторитетних джерел?

Оскільки будь-яка неправда все ж рано чи пізно викривається, важливо, щоб це відбувалося рано. Тому правильним кроком, на наше переконання, буде поширення знань про базову перевірку інформації на Сумщині, а також координація між фактчекерами (пропонуємо представників «Детектор медіа») з місцевими редакціями, тренування ними журналістів.

Авторка проаналізувала дієвість чинної державної політики з протидії пропаганді шляхом моніторингу результатів соціальних опитувань з 2014 року, перерахувала дії центральної влади зі зменшення впливу російської пропаганди, а також запропонувала власну Аналітичну записку, з переліком зацікавлених у ній сторін, для реалізації на території Сумської області

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ ЗІ ЗМЕНШЕННЯ ВПЛИВУ РОСІЙСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ ЗІ СТОРІНОК ЕЛЕКТРОННИХ ЗМІ НА ЖИТЕЛІВ ПРИКОРДОННИХ ОБЛАСТЕЙ НА ПРИКЛАДІ СУМЩИНИ

3.1 Очікувані результати реалізації державної політики зі зменшення впливу російської пропаганди зі сторінок електронних ЗМІ на жителів прикордонних областей

Очікувані результати

Матеріали електронних ЗМІ на Сумщині зможемо назвати якісними, при освітніх закладах функціонуватимуть курси з медіаосвіти. Місцеве населення в більшості мислитиме критично, не поширюватиме фейки в соціальних мережах. Підтримка проросійських політичних сил на найближчих виборах сягне мінімуму. Пануватимуть патріотичні національні настрої.

Перелік показників результативності

Результат зможемо вважати позитивним після проведення повторного (бо перше дослідження заплановано до реалізації програми) соціального дослідження медіаграмотності населення Сумської області, яке покаже, що люди, дійсно, розуміються на методах ведення інформаційної війни Росією, вміють розрізняти фейки, орієнтуються в приналежності топових медіа України. А журналісти при цьому оперативно привселюдно спростовуватимуть фейки, опікуватимуться популяризацією українських здобутків, перемог, надбань. Сторінки електронних медіа мають нести позитивні настрої в маси.

Перелік цільових індикаторів

Для першої цілі (підвищення рівня медіаграмотності серед жителів Сумської області) – соціальне опитування для визначення середнього рівня

медіаграмотності: до реалізації програми й після, співставлення результатів у відсотках.

Для цього нами було розроблено розгорнутий план соціологічного дослідження (див. Додаток А).

Для другої цілі (якісна журналістика на Сумщині) – аналіз та оцінка регіональної журналістики від Детектор.медіа: «100% електронних ЗМІ Сумщини – якісні». Для досягнення цієї цілі необхідно передбачити кошти на аналіз та оцінку регіональної журналістики від Детектор.медіа як найбільш авторитетного експерта.

Окрім того, пропонуємо створити наглядову раду, яка б контролювала якість роботи місцевих медіа. Для цього нами змодельоване рішення на рівні Сумської обласної державної адміністрації (див. Додаток Б).

3.2 Формулювання варіантів реалізації політики

Варіант 1: Збереження чинної політики

Опис інструментів чинної політики

Продовжити боротьбу з впливом російської пропаганди компетенцією Науково-дослідної лабораторії з проблем медіаосвіти та медіаграмотності при Сумському обласному інституті післядипломної педагогічної освіти.

Переваги збереження чинної політики

Потенційні переваги: відсутні

Недоліки збереження чинної політики

Потенційні недоліки: мінімізація впливу російської пропаганди не стоїть на порядку денному вирішення нагальних проблем; електронні видання не спростовують фейки, деякі (debaty.sumy) навіть поширюють їх.

Варіант 2: Протистояння пропаганді через медіаосвіту

Завдання й заходи з реалізації варіанта

1. Створити методичну комісію з питань викладання курсів медіакультури, проведення фахових конкурсів медіаосвітян тощо.

2. Створити наглядову раду, яка б контролювала правдивість висвітлення фактів електронними ЗМІ на Сумщині.

Мета – кількістю та якістю такого висвітлення перетворити закордонні закиди на інформаційний шум.

Потенційні переваги варіанта

Потенційні переваги: при «Сумському обласному інституті післядипломної педагогічної освіти» вже функціонує лабораторія з медіаосвіти, тому залучити освітян регіону до вирішення проблеми буде нескладно. Ще одна перевага (порівняно з варіантом №3) менші фінансові витрати.

Потенційні недоліки варіанта

Потенційні недоліки: ризик того, що забракне людського ресурсу, посилюється. В електронних ЗМІ на Сумщині частіше за все працюють студенти, які принципи якісної журналістики подекуди не до кінця розуміють з огляду на брак досвіду та професійних знань.

Варіант 3: Протистояти пропаганді через якісну журналістику

Завдання й заходи з реалізації варіанта

1. За допомогою дослідження Детектор.медіа визначити слабкі сторони журналістики на Сумщині.

2. Написати «Інструкцію роботи медіа прикордонних областей під час інформаційної війни». Для цього створити робочу групу та залучити експертів.

3. Посилення відповідальності за недотримання вище зазначених правил (адміністративний штраф).

4. Запобігати будь-якому проникненню російської пропаганди в інформаційне поле Сумщини: за допомогою ботів перехоплювати, блокувати, видаляти новини з негативний контекстом про Україну.

Потенційні переваги варіанта

Потенційні переваги: журналістика на Сумщині стає більш якісною.

Потенційні недоліки варіанта

Потенційні недоліки: найбільш затратний варіант порівняно з попередніми.

Порівняння варіантів політики

Методи порівняння варіантів політики

Порівняння варіантів політики здійснюється за 4-бальною шкалою, де 4 – найвище значення, 1 – найнижче.

Критерії для порівняння: результативність, ефективність, справедливість, адміністративна здійсненність, політична здійсненність (табл. 3.1).

При цьому під поняттям «результативність» ми вбачаємо «дієвість, досягнення, ступінь завершення системою потрібної роботи й реалізації встановлених цілей». [54]

Ефективність – це «властивість політичних дій, рішень та поведінки, що відображає міру того, наскільки ці дії, рішення та поведінка приводять до бажаних наслідків». [55]

Справедливість – «соціально-політична і правова категорія, яка втілює принципи свободи, рівності, соціальної солідарності, визначає загальноприйняті закони і принципи для їх забезпечення і є основою громадської і державної оцінки соціально-політичних явищ, поведінки і діяльності індивідів, функціонування політико-правових та соціальних інститутів (правової соціальної держави, публічної влади, громадянського суспільства тощо), усіх аспектів життєдіяльності суб'єктів соціального прогресу». [56]

Адміністративну здійсненність розглядаємо як:

«а) можливість реалізації запропонованого варіанта політики за наявних політичних, соціальних та адміністративних умов;

б) достатність персоналу відповідної кваліфікації для його реалізації;

в) зацікавленість персоналу у співпраці в реалізації певного варіанта політики;

г) достатність фінансових ресурсів; у разі їх відсутності можливість мобілізації коштів інших підрозділів/міністерств;

- д) наявність необхідних матеріальних ресурсів;
- е) можливість все зробити вчасно, з урахуванням нагальності розв'язання проблеми;
- є) існування відповідної нормативної бази, доцільність прийняття нових нормативноправових актів». [57]

Політична здійсненність як критерій оцінки варіантів політики передбачає врахування таких аспектів:

- «а) відповідність пріоритетним завданням органів влади;
- б) ставлення громадськості до запропонованих заходів;
- в) ставлення впливових груп спеціальних інтересів;
- г) відповідальність за ухвалення рішення: хто або які органи прийматимуть рішення і в який термін?» [58]

Таблиця 3.1. Порівняння варіантів політики

Критерій порівняння	Оцінка варіанта політики		
	Збереження чинної політики	2. Протистояння пропаганді через медіаосвіту	3. Протистояння пропаганді через якісну журналістику
Результативність	1	2	3
Ефективність	1	2	3
Справедливість	1	3	2
Адміністративна здійсненність	3	2	1
Політична здійсненність	3	2	1
Сумарна оцінка:	9	11	10

3.3 Практичні рекомендації реалізації державної політики зі зменшення впливу російської пропаганди зі сторінок електронних ЗМІ на жителів прикордонних областей на прикладі Сумщини

Рекомендований варіант політики

Зважаючи на вище зазначену оцінку сформульованих нами варіантів політики, рекомендуємо до реалізації альтернативу №2.

1. Створити методичну комісію з питань викладання курсів медіакультури, проведення фахових конкурсів медіаосвітян тощо.

2. Створити наглядову раду за дотриманням правдивості висвітлення фактів електронними ЗМІ на Сумщині, щоб кількість та якість такого висвітлення перетворювала закордонні закиди на інформаційний шум.

Потенційні переваги варіанту, окрім виокремлених під час оцінювання: при СОШПО вже функціонує лабораторія з медіаосвіти, тому залучити освітян регіону до вирішення проблеми буде нескладно. Ще одна перевага (порівняно з варіантом №3) менші фінансові затрати.

Потенційні недоліки: ризик того, що забракне людського ресурсу, посилюється. В електронних ЗМІ на Сумщині частіше за все працюють студенти, які принципи якісної журналістики подекуди не до кінця розуміють з огляду на брак досвіду та професійних знань.

Реалізація політики

1. Налагодити співпрацю з представниками «Детектор медіа», запросити їх на курси підвищення кваліфікації освітян регіону.

2. Створити наглядову раду за дотриманням правдивості висвітлення фактів електронними ЗМІ на Сумщині, щоб кількість та якість такого висвітлення перетворювала закордонні закиди на інформаційний шум.

3. Стежити за результатами: переглядати звіти, проводити опитування школярів, студентів, моніторити поведінку жителів Сумської області в електронних мережах (на предмет поширення новин).

4. Залучати місцеві ЗМІ до співпраці для поширення досвіду.

Створення підтримки рекомендованому варіанту

Комунікативні цілі

1. Залучитися розумінням широкої громадськості.
2. Прискорити реалізацію політики шляхом залучення до неї провідних стейкхолдерів.

Ключові повідомлення

1. Російська пропаганда на Сумщині побутує, і її треба викорінювати.
2. Медіаграмотність – це норма життя.
3. Якісна місцева журналістика – виклик, який необхідно здобути.

Таблиця 3.2. Групи інтересів, на які вплине реалізація політики

Стейкхолдер	Заінтересованість	Значимість	Впливовість
Цільова група			
Студенти	Дуже заінтересований	Дуже значущий	Дуже впливовий
Пенсіонери	Незаінтересовані	Найімовірніше значущий	Невпливовий
Група непрямого впливу			
Мешканці сільських/віддалених від районних центрів територій	Скоріше заінтересовані, ніж ні	Скоріше незначущий	Найімовірніше невпливовий
Група потенційного впливу			
Редактори місцевих електронних ЗМІ	Скоріше заінтересований, ніж ні	Найімовірніше значущий	Дуже впливовий
Журналісти	Дуже заінтересований	Дуже значущий	Скоріше впливовий, ніж ні

Група з вагомим авторитетом			
Міністерство інформаційної політики України	Дуже заінтересований	Дуже значущий	Дуже впливовий
Міжгалузева рада з питань розвитку електронного урядування	Скоріше заінтересований, ніж ні	Найімовірніше значущий	Скоріше впливовий, ніж ні
Експерти			
Державна служба з питань спеціального зв'язку та захисту інформації	Дуже заінтересований	Дуже значущий	Скоріше впливовий, ніж ні
Сумський прес-клуб	Скоріше заінтересований, ніж ні	Найімовірніше значущий	Найімовірніше не впливовий
Групи, що виявляють інтерес			
Бізнес-структури	Скоріше заінтересований, ніж ні	Найімовірніше значущий	Скоріше впливовий, ніж ні
Політичні партії	Дуже заінтересований	Дуже значущий	Дуже впливовий

Ризики: неготовність представників груп вирішувати проблему медіаграмотності через власне тяжіння до країни-агресора.

Методи та способи інформування

Заплановано публічні консультації у форматі розширеної презентації курсу політики з подальшим її обговоренням за участі представників усіх груп стейкхолдерів (круглий стіл).

Також можливе надання письмових пропозицій до презентації чи запрошених осіб на електронну адресу.

Фінансове забезпечення

Витрати – кошти з державного бюджету.

Рекомендації щодо подальших дій

У випадку вдалої презентації курсу політики – її реалізація. У випадку виникнення запитань – залучення до співпраці та роз'яснень міжнародних експертів як незалежних.

Висновки до розділу 3

У розділі ми запропонували кроки, які, на нашу думку, необхідно здійснити на рівні центрального органу виконавчої влади в Сумській області для зменшення впливу російської пропаганди на місцеве населення.

Оскільки загальна позиція України в гібридній війні з росією носить більш оборонний характер, прикордонні регіони є тим форпостом, де слід уважно відстежувати та присікати бодай мінімальне проникнення ворожої інформації, її розповсюдження.

Для Сумської області, як і решти прикордонних регіонів, важливо проводити моніторинг ефективності кроків у сфері інформаційної безпеки. Такі систематичні дослідження слугуватимуть «коригувальником» подальших напрацювань, а також вказуватимуть на «ніші», які ще варто б пропрацювати. До таких, завжди актуальних ніш, можна віднести показники кількості сум'ян, які продовжують стежити за російськими вісниками після їх відключення від

кабельних мереж, кількість тих, хто їм сліпо довіряє. Яскравим індикатором є частка тих, хто в прикордонному регіоні за допомогою VPN-сервісів зловживає російськими соціальними мережами. Також важливо моніторити ефективність російських наративів на Сумщині, якою мірою вони є прийнятними для місцевого населення.

Ми включаємо компонент медіаграмотності, оскільки усвідомлення та розпізнавання загроз – перевага української ситуації. Отже, необхідно підсилити моніторингову складову сфери.

Нами підготовано аналітичну записку, у якій порівняно варіанти державної політики зі зменшення впливу російської пропаганди зі сторінок електронних ЗМІ на жителів Сумської області. Також у розділі нами описано очікувані результати з урахуванням груп інтересів, на яких вони вплинуть, перелік цільових індикаторів та показників результативності.

ВИСНОВКИ

Задля досягнення зазначеної нами у вступі мети ми вирішили перелік завдань:

- *дослідили підходи до визначення поняття «інформаційна/гібридна війна».*

Розглянули трактування поняття науковцями М. Маклюєном, М. Лібікі, британським журналістом П. Помаранцевим, військовими Б. Немметом та Дж. МакКуєном, українським дослідником П. Шевчуком.

- *проаналізували наявну законодавчу та інституційну базу в Україні.*

Зокрема, до нашого поля зору потрапили 12, закріплених на законодавчому рівні чинних документів, у яких закладена реалізація політики країни з протидії російській пропаганді.

- *узагальнили зарубіжний досвід реалізації державної політики з протидії гібридній війні.*

Цей розділ нашого дослідження ґрунтувався на кейсах США та Франції. За приклад більш жорсткого підходу протидії гібридній війні ми взяли також Канаду, Велику Британію, балтійські країни.

- *промоніторили дієвість державної політики.*

Спиралися на аналіз соціологічних досліджень Українського центру економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова, Соціологічної групи «Рейтинг» та «Детектор медіа» щодо коливання рівня довіри російським ЗМІ з 2014 по 2022 рік. І, логічно, поцікавилися, скільки сьогодні грошей виділяють з державного кошторису на розвиток медіаграмотності,

- *визначили дії центральної влади зі зменшення впливу російської пропаганди зі сторінок електронних ЗМІ на жителів прикордонних областей.*

Перерахували, на наше переконання, найбільш ефективні з них. Сюди віднесли «чорний список» пропагандистів Кремля, санкції ЄС, політичні рішення Комітетів ВРУ під час війни росії проти України, пакети рекомендацій

групи «МакФлора-Єрмака», рішення Міністерства культури та інформаційної політики, тощо.

- *надали практичні рекомендації щодо реалізації державної політики зі зменшення впливу російської пропаганди зі сторінок електронних ЗМІ на жителів прикордонних областей в Україні.*

Оцінили три варіанти політики, включаючи статус-кво. У результаті порівняння рекомендували створити методичну комісію з питань викладання курсів медіакультури, проведення фахових конкурсів медіаосвітян та наглядову раду за дотриманням правдивості висвітлення фактів електронними ЗМІ на Сумщині.

Слабкі сторони інформаційної політики України, зокрема її реалізації окремо по прикордонним з країною-агресором областям, уже призвели до незворотних наслідків. Перемогами ворожої пропаганди можна назвати штучну проблему дискримінації російськомовного населення, страх перед ефемерною загрозою «бандерівщини». Ми в силах це змінити поступовими обдуманими кроками, які особливо уважно втілювати треба в прикордонних регіонах.

Наша робота є спробою моделювання вище зазначених кроків для Сумської області.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. «Про Доктрину інформаційної безпеки України», URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/685/2021#n7>
2. Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо заборони виготовлення та поширення інформаційної продукції, спрямованої на пропагування дій держави-агресора», URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_2?pf3516=5101&skl=10
3. «Приборкати гідру: як протистояти інформаційній агресії кремля», URL: https://www.civic-synergy.org.ua/wp-content/uploads/2018/04/Pryborkaty-gidru_yak-protystoyaty-informatsijnij-agresiyi-Kremlya.pdf
4. Маклюэн М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека [Текст] / Пер. с англ. В. Николаева; Закл. ст. М. Вавилова. – М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. – 464 с.
5. Лібікі М. Що таке інформаційна війна?, URL: <http://viysko.com.ua/tehnologiji-voyen/martin-libiki-shhotake-informacijna-vijna>
6. Pomarantsev P. Kremlin hall of mirrors, URL: theguardian.com/global/2015/apr/10/kremlin-hall-of-mirrors-peterpomarantsev-long-read
7. Арзумян Р.В. Определение войны в 21 веке. Обзор XXI ежегодной конференции по стратегии Института стратегических исследований Армейского военного колледжа, 6-8 апреля 2010 / Р.В. Арзумян. – Ереван, 2011. – 60 с.
8. Шевчук П. Інформаційно-психологічна війна Росії проти України: як їй протидіяти / П. Шевчук // Демократичне врядування. – 2014. – Вип. 13., URL: <http://lvivacademy.com/visnik13/zmist.html>
9. Военна доктрина Російської Федерації (2010), URL: <http://znp-cvsvd.nuou.org.ua/article/view/126056>
10. Доктрина інформаційної безпеки Російської Федерації (2016), URL: <https://rg.ru/2016/12/06/doktrina-infobezobasnost-site-dok.html>

11. Концепція зовнішньої політики Російської Федерації (2016), URL: <https://www.mfaua.org/uk/publications/nova-kontseptsia-zovnishnoi-polityky-rosiiskoi-federatsii-deiaki-vysnovky>
12. Доктрина інформаційної безпеки України, URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/47/2017#Text>
13. Закон України «Про інформацію», URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>
14. Закон України «Про захист інформацію в інформаційно-телекомунікаційних системах», URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/80/94-вр#Text>
15. Закон України «Про захист персональних даних», URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2297-17#Text>
16. Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо забезпечення прозорості власності засобів масової інформації та реалізації принципів державної політики у сфері телебачення і радіомовлення», URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/674-19#Text>
17. Закон «Про внесення змін до деяких законів України щодо захисту інформаційного телерадіопростору України», URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/159-19#Text>
18. Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо обмеження доступу на український ринок іноземної друкованої продукції антиукраїнського змісту», URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1780-19#Text>
19. Указ Президента №133/2017 «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 28 квітня 2017 року «Про застосування персональних спеціальних економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій)», URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/133/2017#Text>
20. Законопроект «Про внесення змін до Закону України «Про телебачення і радіомовлення» (щодо частки пісень державною мовою в музичних радіопрограмах і радіопередачах)», URL: <https://ips.ligazakon.net/document/XH2Y67LQ>

21. Постанова «Про Звернення Верховної Ради України до Міжнародної Федерації Журналістів, Європейської Федерації Журналістів, Асоціації Європейських Журналістів, міжнародної організації «Репортери без кордонів», Міжнародного олімпійського комітету щодо інформаційно-психологічної агресії, що здійснюється засобами масової інформації Російської Федерації проти України», URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/radan_gs09/ns_arh_golos?g_id=549807&n_skl=7

22. Постанова Кабінету міністрів України «Про затвердження Правил забезпечення захисту інформації в інформаційних, телекомунікаційних та інформаційно-телекомунікаційних системах», URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/373-2006-п#Text>

23. Закон «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України (щодо заборони виготовлення та поширення інформаційної продукції, спрямованої на пропагування дій держави-агресора). URL: https://ips.ligazakon.net/document/t222109?an=13&ed=2022_03_03

24. «У США назвали протидію російській пропаганді «головним боєм століття», URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2019/07/11/7220581/>

25. «В комітеті Палати представителів пройшли слухання, посвященні боротьбі з російською пропагандою», URL: <https://www.golosameriki.com/a/united-states-efforts-to-counter-russian-desinformation/4994353.html>

26. «Уряд США виділив 40 мільйонів доларів міжвідомчій установі «Центр глобальної взаємодії» на підтримку ініціатив з «протидії дезінформації і пропаганді, що поширюються іноземними державами за кордоном», URL: <https://www.dw.com/uk/сша-направили-десятки-мільйонів-доларів-на-боротьбу-з-пропагандою-рф/a-46097080>

27. Центр Разумкова, URL: <https://razumkov.org.ua>

28. Соціологічна група «Рейтинг», URL: <https://ratinggroup.ua>

29. Детектор медіа, URL: <https://ms.detector.media>

30. Указ Президента України № 106/2021 від 19 березня 2021 року «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 11 березня 2021 року «Про створення Центру протидії дезінформації» при Раді національної безпеки і оборони України». URL: <https://www.president.gov.ua/documents/1062021-37421>
31. Prozorro, URL: <https://prozorro.gov.ua>
32. Олександр Ткаченко, URL: <https://www.facebook.com/oleksandr.tkachenko.ua>
33. «Бомби пропаганди», URL: <https://day.kyiv.ua/uk/article/media/bomby-propagandy>
34. «ТБ потрібна правильна історична пропаганда», URL: <https://day.kyiv.ua/uk/blog/suspilstvo/tb-potribna-pravilna-istorichna-propaganda>
35. «Сумы – лучший город в мире», URL: <https://www.facebook.com/ilikesumy>
36. «The Sumy Post», URL: <https://www.facebook.com/search/top?q=the%20sumy%20post%20%2F%20сумы%20новости>
37. «SumyLive», URL: <https://www.facebook.com/groups/1660197454226003>
38. «Сумські дебати», URL: <https://www.facebook.com/debaty.sumy.ua>
39. «Сумы – лучший город в мире», URL: https://instagram.com/sumy_news_?utm_medium=copy_link
40. «The Sumy Post», URL: https://instagram.com/the_sumy_post?utm_medium=copy_link
41. «SumyLive», URL: https://instagram.com/sumygo?utm_medium=copy_link
42. «Сумські дебати», URL: https://instagram.com/debaty.sumy?utm_medium=copy_link
43. «The Sumy Post», URL: <https://t.me/sumypost>
44. «Олена Мельник: «Наш край» доб'ється зниження тарифів на тепло та поверне ТЕЦ у комунальну власність Сум», URL:

<https://sumypost.com/sumynews/politika/olena-melnyk-nash-kraj-dob-yetsyaznyzhennya-taryfiv-na-teplo-ta-poverne-tets-u-komunalnu-vlasnist-sum/>

45. «Sumy Racing Team», URL:
<https://www.youtube.com/channel/UCAQ0NDHKIw4nTyFhgQzUr1Q>

46. «Мовна ситуація України в соціолінгвістичних вимірах. Війна з Росією вплинула на багатьох», URL:
<https://www.radiosvoboda.org/a/30586236.html>

47. «Готуй інформаційний продукт якісно!», URL:
<http://mediakolo.sumy.ua/announcements/523-hotui-informatsiinyi-produkt-iakisno.html>

48. Головного управління статистики, URL: <http://sumy.ukrstat.gov.ua>

49. «Виклики та загрози російської пропаганди для Сумщини напередодні виборів президента України», URL: <http://spec-kor.com.ua/news/problems/2940-vyklyky-ta-zahrozy-rosiiskoi-propahandy-dlia-sumshchyny-naperedodni-vyboriv-prezydenta-ukrainy.html>

50. «Бюджет 2022 року на культуру, креативні індустрії та інформаційну політику – 14,5 млрд грн», URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/byudzhet-2022-roku-na-kulturu-kreativni-industriyi-ta-informacijnu-politiku-145-mlrd-grn>

51. «Три комітети Верховної Ради ухвалили рішення із протидії російській пропаганді», URL: <https://www.rada.gov.ua/news/razom/222364.html>

52. «У відношенні російських парламентарів треба відходити від персональних санкцій, а натомість – вводити санкції інституційні» - Голова Комітету з питань економічного розвитку Д. Наталуха», URL: <https://www.rada.gov.ua/news/razom/223767.html>

53. «Олександр Ткаченко: «Протидія російській пропаганді є одним з головних пріоритетів держави», URL: <https://mkip.gov.ua/news/5007.html>

54. «Стратегічний підхід як засіб підвищення результатної орієнтованості суспільного управління», URL:
http://www.cpk.org.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=23

55. Словник з політології, URL:
https://www.ebk.net.ua/Book/political_science/s_z_p/part3/391.htm
56. Політична культура та ідеологія, URL:
<file:///D:/Мои%20документы/Загрузки/2791-Текст%20статті-5624-1-10-20161118.pdf>
57. Державна політика : підручник / Нац. акад. держ. упр. при Президентові України ; ред. кол. : Ю. В. Ковбасюк (голова), К. О. Ващенко (заст. голови), Ю. П. Сурмін (заст. голови) [та ін.]. – К. : НАДУ, 2014. – 448 с.

ДОДАТКИ

Додаток А

РОЗГОРНУТИЙ ПЛАН СОЦІОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ЩОДО КАНАЛІВ МЕДІАСПОЖИВАННЯ ЖИТЕЛІВ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ З ПОЧАТКУ ВІЙНИ

І РОЗДІЛ (ПІДГОТОВЧИЙ) ПРОГРАМА ДОСЛІДЖЕННЯ

ОБ'ЄКТ:

уподобання жителів Сумської області щодо каналів отримання інформації в період війни.

Вибірка жителів: репрезентативна за регіоном.

Вибіркова сукупність: 2000 респондентів.

ПРЕДМЕТ:

медіа, яким стали надавати перевагу жителі Сумської області під час пошуку інформації з початку війни.

МЕТА:

з'ясувати, які медіа найчастіше обирають жителі Сумської області (як прикордонної) в споживанні інформації, для подальшого написання курсу політики щодо зменшення впливу російської пропаганди на жителів прикордонних областей.

ЗАВДАННЯ:

Дізнатися:

1. Яким медіа довіряють на Сумщині (країна походження, хто власник, яка роль в інформаційній війні росії проти України)?
2. Чи споживають на Сумщині якісний медіапродукт (чи не поширюють фейки, чи звертаються у пошуках інформації до першоджерела, чи порівнюють інформацію принаймні з двох джерел)?

3. Як змінилася в умовах війни частка споживання російського медіапродукту (скільки досі цікавляться новинами країни-агресора, скільки припинили, скільки порівнюють інформацію українських медіа з російськими)?

II РОЗДІЛ (ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНИЙ)

1. Що треба зробити?

Запустити опитування в Google-формі для визначення кількісних та якісних показників.

2. Де?

У соціальних мережах: Facebook, Telegram.

3. Коли?

Термін проведення дослідження: 20-25 квітня 2022 року.

III РОЗДІЛ (ОБРОБКА ОТРИМАНОЇ СОЦІОЛОГІЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ)

1. Відбір анкет, у яких немає відповідей на ключові питання.
2. Кодування запитань.
3. Введення інформації в ЄОМ.
4. Обробка інформації, що дозволяє отримати звідні таблиці.
5. Формування графіків, діаграм тощо.

IV РОЗДІЛ (АНАЛІТИЧНИЙ)

Підготовка звітів за результатами дослідження з висновками, практичними рекомендаціями щодо зменшення впливу російської пропаганди на мешканців Сумської області.

Опитувальник / АНКЕТА

1. Звідки Ви здебільшого отримуєте інформацію в період війни? (можемо обрати декілька)

- Телебачення
- Друковані видання
- Електронні видання

- Соціальні мережі
- Інше _____

2. Чи знаєте ви країну походження цього медіа?

- Так
- Ні

3. Чи володієте ви інформацією про власника цього медіа?

- Так
- Ні

4. Чи звертаєтесь Ви до першоджерела перед тим, як розповісти новину комусь іншому чи поширити її в соцмережах?

- Так
- Ні
- Частіше так
- Частіше ні

5. Чи порівнюєте інформацію принаймні з двох джерел?

- Так
- Ні
- Частіше так
- Частіше ні

6. Як з початком війни в Україні змінилося Ваше ставлення до російських медіа?

- Припинив (-ла) цікавитися
- Продовжую це робити
- Став (-ла) переглядати ще частіше

7. Чи співставляєте Ви інформацію українських медіа з російськими?

- Так
- Ні
- Частіше так
- Частіше ні

Опитування триватиме в соціальних мережах, шляхом поширення посилання на гугл-форму з запитаннями.

Гугл-форма буде доступною впродовж п'яти днів (за умови набрання 2000 анкет), якщо кількість за п'ять днів буде меншою, опитування триватиме.

Додаток Б

**РОЗПОРЯДЖЕННЯ
ГОЛОВИ СУМСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ
ДЕРЖАВНОЇ АДМІНІСТРАЦІЇ**

04.04.2022

№ 492

Про утворення комісійної робочої групи з перевірки електронних засобів масової інформації на предмет поширення ними матеріалів пропагандистського характеру з урахуванням Закону про внесення змін до деяких законодавчих актів України (щодо заборони виготовлення та поширення інформаційної продукції, спрямованої на пропагування дій держави-агресора), №5101 від 03.03.2022 р.

Відповідно до пункту 2 Закону про внесення змін до деяких законодавчих актів України (щодо заборони виготовлення та поширення інформаційної продукції, спрямованої на пропагування дій держави-агресора), №5101 від 03.03.2022 р. в частинах заборони використання ЗМІ: «Виправдовування, визнання правомірною, заперечення збройної агресії Російської Федерації проти України у 2014 році, у тому числі, шляхом представлення збройної агресії Російської Федерації проти України, як «внутрішнього конфлікту», «громадянського конфлікту», «громадянської війни», заперечення тимчасової окупації частини території України; глорифікація осіб, які здійснювали збройну агресію Російської Федерації проти України у 2014 році, представників як збройних формувань Російської Федерації, так і іррегулярних незаконних збройних формувань, озброєних банд та груп найманців, створених, підпорядкованих, керованих та фінансованих Російською Федерацією, а також представників окупаційної адміністрації Російської Федерації, яку складають її державні органи і структури, функціонально відповідальні за управління

тимчасово окупованими територіями України, та представників підконтрольних Російській Федерації самопроголошених органів, які узурпували виконання владних функцій на тимчасово окупованих територіях України, у тому числі, шляхом їх визначення як «повстанці», «ополченці», «ввічливі військові люди»:

1. Утворити комісійну робочу групу для перевірки матеріалів електронних ЗМІ з урахуванням змін, оприлюднених в Законі №5101 (далі – робоча група), та затвердити її склад, що додається.

2. Робочій групі:

1) здійснити в період із 15.04.2022 до 30.04.2022 перевірку електронних вісників Сумщини, згідно з додатком.

2) вивчити питання якості інформації в електронних ЗМІ, зазначених у додатку, з урахуванням Закону №5101, та надати до 05.05.2022 інформаційну довідку Департаменту культури, інформаційної політики та туризму Сумської обласної державної адміністрації.

3. Департаменту культури, інформаційної політики та туризму Сумської обласної державної адміністрації до 10.05.2022 надати узагальнену довідку за результатами перевірки електронних ЗМІ голові Сумської обласної державної адміністрації.

4. Координацію виконання цього розпорядження покласти на Департаменту культури, інформаційної політики та туризму Сумської обласної державної адміністрації.

5. Контроль за виконанням цього розпорядження покласти на заступника голови Сумської обласної державної адміністрації Клименчукова О. В.

Голова

Дмитро ЖИВИЦЬКИЙ

ЗАТВЕРДЖЕНО
Розпорядження голови
Сумської обласної державної
адміністрації
4 квітня 2022 року № 492-ОД

СКЛАД
комісійної робочої групи з перевірки електронних засобів масової
інформації на предмет поширення ними матеріалів пропагандистського
характеру з урахуванням Закону про внесення змін до деяких
законодавчих актів України (щодо заборони виготовлення та поширення
інформаційної продукції, спрямованої на пропагування дій держави-
агресора), №5101 від 03.03.2022 р.

- Клименчуков Олег Володимирович - заступник голови Сумської обласної державної адміністрації, голова робочої групи
- Над'ярний Сергій Володимирович - директор Департаменту культури, інформаційної політики та туризму Сумської обласної державної адміністрації, заступник голови робочої групи
- Стороженко Олександр Віталійович - головний спеціаліст управління інформаційної діяльності та комунікацій з громадськістю Сумської обласної державної адміністрації, секретар робочої групи
- Садівничий Володимир Олексійович - представник «Детектор медіа», голова Творчої спілки «Сумської обласної організації журналістів» (за згодою)
- Захарченко Олексій Миколайович - представник «Детектор медіа», голова Громадської організації «Сумський прес-клуб» (за згодою)
- Адаменко Олена Петрівна - член Національної спілки журналістів України, редактор Sumy.Today, журналіст-розслідувач (за згодою)

Керівник апарату

**Директор Департаменту культури,
інформаційної політики
та туризму Сумської обласної державної
адміністрації**

Ігор КАЛЬЧЕНКО

Сергій НАД'ЯРНИЙ

Додаток
до розпорядження голови
Сумської обласної державної
адміністрації

«Про утворення комісійної робочої групи з перевірки електронних засобів масової інформації на предмет поширення ними матеріалів пропагандистського характеру з урахуванням Закону про внесення змін до деяких законодавчих актів України (щодо заборони виготовлення та поширення інформаційної продукції, спрямованої на пропагування дій держави-агресора), №5101 від 03.03.2022 р.»

СПИСОК
електронних вісників Сумщини, які підлягають перевірці

1. «The Sumy Post».
2. «Сумські дебати».
3. «0542.ua».

Керівник апарату

Ігор КАЛЬЧЕНКО

**Директор Департаменту культури,
інформаційної політики
та туризму Сумської обласної державної
адміністрації**

Сергій НАД'ЯРНИЙ