

DOI: 10.33663/1563-3349-2022-33-70-82

УДК 321.01

В. М. ТАРАСЮК,

кандидат політичних наук*

ORSID: 0000-0003-1863-3028

СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЗОВНІШНЬОЇ АГРЕСІЇ

Розглядається нерозривний зв'язок Стратегії інформаційної безпеки з інформаційною політикою держави. Досліджується постійне зростання негативного впливу агресивної зовнішньої політики РФ на морально-психологічний стан українського суспільства. Аналізуються важливі завдання, що постали перед Українською державою, насамперед поширення проукраїнської ідеології, тобто ідей, цінностей, культури та пріоритетів, спрямованих на національну консолідацію українського суспільства, розвиток громадянської культури і відповідальності, утвердження у свідомості українців спільної мети – досягнення загально-го блага.

Ключові слова: інформаційна політика, інформаційна безпека, громадянська культура, консолідація суспільства.

Tarasyuk Volodymyr. *Strategical orientators of the information policy of Ukraine in the conditions of external aggression*

The inseparable connection of the Information Security Strategy with the state's information policy is considered. The constant growth of the negative influence of the aggressive foreign policy of Moscow and Minsk and the current moral and psychological state of Ukrainian society have been studied. Assess the Ukrainian state's important tasks – the spread of pro-Ukrainian state ideology – ideas, values, culture, priorities aimed at national consolidation of Ukrainian society, development of civic culture and responsibility, public consciousness – the common goal of Ukrainians.

Key words: information policy, information security, civic culture, consolidation of society.

Аналізуючи сферу державної інформаційної політики, вчені дають таке визначення: вона детермінує закони функціонування інформаційної сфери, дає змогу швидко формувати нову еліту, активно обговорювати нові проєкти, сприяти прозорості влади, наближати її дії до населення. Законом взаємодії влади і населення є адекватне функціонування комунікації між ними. Таке визначення охоплює і сферу інформаційної безпеки. Остання полягає в аналізі загроз, які можуть виникнути в інформаційній сфері, й створенні умов для запобігання їхньому виникненню. Насамперед це стосується різноманітних

* **Tarasyuk Volodymyr**, Candidate of Political Sciences (Ph. D.)

технічних аспектів передавання й обробки інформації. Вищенаведене визначення кореспондується з поглядами таких дослідників впливу інформаційної складової на масову свідомість, як С. Кара-Мурза, П. Кап, А. Тоффлер та ін. Інформаційна політика, її складові, напрями, цілі набули відображення у науковій дискусії Дж. Форрестера, Д. Морріса, П. Девіса, Д. Пітні, Дж. Стігліца та інших науковців, які вважають інформаційну безпеку невід'ємною складовою інформаційної політики держави. Зважаючи на постійно зростаючий вплив технологій масового інформування на політичний вибір, громадянську культуру, свідомість та формування ціннісних пріоритетів як окремого громадянина, так і суспільства в цілому, М. Петрова, Д. Стрьомберг і Дж. Снайдер акцентують увагу на переважній ролі медіа у процесі реалізації інформаційної політики, спрямованої на інформаційну безпеку держави.

У 2021 р. нормативно-правова база Української держави поповнилася низкою документів, що визначають стратегічний напрям розвитку інформаційної політики щодо забезпечення кібер- та інформаційної безпеки. Водночас низка проблем у сфері регулювання інформаційних відносин та інформаційної безпеки досі залишаються поза увагою науковців і політиків. Це й зумовлює актуальність та мету цієї статті.

28 грудня 2021 р. Президент України В. Зеленський затвердив рішення РНБО України «Про Стратегію інформаційної безпеки». Відповідно втратила чинність Доктрина інформаційної безпеки України (2017 р.). Стратегія розрахована на період до 2025 р. і визначає актуальні виклики та загрози національній безпеці України в інформаційній сфері, стратегічні цілі та завдання, спрямовані на протидію таким загрозам, захист прав осіб на інформацію та захист персональних даних. Метою Стратегії є посилення спроможностей щодо забезпечення інформаційної безпеки держави, її інформаційного простору, підтримки інформаційними засобами та заходами соціальної та політичної стабільності, оборони держави, захисту державного суверенітету, територіальної цілісності України, демократичного конституційного ладу, забезпечення прав і свобод кожного громадянина.

Загрози та виклики інформаційній безпеці поділені на глобальні та національні. До глобальних віднесені: збільшення кількості глобальних дезінформаційних кампаній; інформаційна політика РФ – загроза не лише для України, а й для інших демократичних держав; соціальні мережі як суб'єкти впливу в інформаційному просторі; недостатній рівень медіаграмотності (медіакультури) в умовах стрімкого розвитку цифрових технологій. Національними викликами та загрозами визначені: інформаційний вплив Росії як держави-агресора на населення України; інформаційне домінування держави-агресора на тимчасово окупованих територіях України; обмежені можливості реагувати на дезінформаційні кампанії; несформованість системи стратегічних комунікацій; недосконалість регулювання відносин у сфері інформаційної діяльності та захисту професійної діяльності журналістів; спроби маніпуляції свідомістю громадян України щодо європейської та євро-

атлантичної інтеграції України; доступ до інформації на місцевому рівні; недостатній рівень інформаційної культури та медіаграмотності в суспільстві для протидії маніпулятивним та інформаційним впливам.

Стратегія інформаційної безпеки вперше у вітчизняному політичному дискурсі порушує питання мінімізації впливу олігархів на медіапростір: регулювання відносин у сфері інформаційної діяльності не відповідає сучасним викликам та загрозам. Це перешкоджає розвитку українського медіаринку, ускладнює ведення бізнесу в цій сфері, зберігає залежність ЗМІ від їх власників, не забезпечує додержання професійних стандартів діяльності журналістів. Відповідно Стратегія передбачає виконання завдань удосконалення законодавства щодо правового статусу журналістів; проведення постійного моніторингу дотримання прав і свобод журналістів, а також інших осіб, які поширюють суспільно важливу інформацію, висвітлюють ситуацію та події на тимчасово окупованих територіях України, забезпечення збирання, систематизації, аналізу, оцінювання відповідної інформації з метою фіксації порушень прав осіб на тимчасово окупованих територіях України та оперативного реагування органами державної влади на дії чи бездіяльність держави-агресора; удосконалення механізму реалізації зобов'язань України відповідно до Європейської конвенції про транскордонне телебачення; захист інформаційного простору України від незаконного контенту. Також Стратегія передбачає сприяння розвитку інформаційної культури та медіаграмотності в суспільстві для протидії маніпулятивним та інформаційним впливам, підтримку академічних та аналітичних досліджень в інформаційній сфері, зокрема, з вивчення впливу онлайн-контенту нових засобів масової інформації на суспільство.

Враховуючи нерозривний зв'язок Стратегії інформаційної безпеки з інформаційною політикою держави, постійне зростання негативного впливу агресивної зовнішньої політики РФ морально-психологічний стан українського суспільства, не менш важливим завданням є активне впровадження проукраїнської ідеології, тобто ідей, цінностей, культури та пріоритетів, спрямованих на національну консолідацію українського суспільства, розвиток громадянської культури і відповідальності.

Головну роль у поширенні цінностей свободи і рівності відіграють медіа. Вони стоять на передовій інформаційної війни, протидіючи конспірологізму. Останній є найбільш дієвим інструментом поширення необґрунтованих сумнівів, знецінення науки, здорового глузду, логіки, історії тощо. Тому пріоритети пізнання, навчання, освіти й просвітництва мають посідати почесне місце в державній системі координат. Засобам масової інформації час усвідомити свою відповідальність за формування суспільної свідомості, впровадження інформаційної, політичної та громадянської культури. Функція фактчекінгу, як і кібер- та інформаційної безпеки, повинна визначати діяльність ЗМІ.

Фінансування наукової, гуманітарної сфери за залишковим принципом має розцінюватися як руйнівна політика, що сприяє ворогу. Саме за таким принципом останнім часом сприймається медіаграмотність і цифрова гігієна як щось другорядне, несуттєве. Проте чи коректно дозволяти дітям бавитися з вогнепальною зарядженою зброєю, не пояснивши небезпеку, яку вона становить для їх життя і здоров'я, а право керування автомобілем ми отримуємо лише після успішного складання відповідних тестів, у відповідному віці, а не просто за бажанням покататися? Чому ж тоді це не стосується поширення популярних серед дітей гаджетів, що забезпечують безперешкодний доступ до соціальних мереж, інтернет-месенджерів, віртуальних ігор, забороненого контенту? Вже стало традицією спочатку купувати дітям коштовні мобільні термінали й лише з часом замислюватися над доцільністю таких дій та здатністю дітей оцінювати й користуватися вільнодоступною інформацією. Українські школи повинні стати середовищем без електронних пристроїв з доступом до Інтернет, мережових систем чи віртуального середовища. Дитина не буде запам'ятовувати дати, факти чи формули, якщо їх можна підглянути в мережі. Залежність дітей від цифрового світу руйнує їх еволюційні здібності, навички і навіть інстинкти. Здатність до зосередження уваги, читання, аналізу інформації, пошуку даних руйнується новою хворобою – кліповим мисленням. В океані інформації, яка постійно падає, як дощ на голову, непідготовленому суб'єкту надто складно відділити зерна від половини.

Інформаційна політика держави має бути спрямована на захист усіх категорій громадян від негативного впливу цифрового віртуального середовища, і насамперед дітей. Медіаграмотність і цифрова гігієна повинні стати обов'язковими предметами шкільної програми, нарівні з інформатикою, основами програмування та заняттями, покликаними до соціалізації майбутніх виборців, платників податків, відповідальних громадян.

Аргументи на користь просування ідеології цінностей, культури, освіченості та закріплення в суспільній свідомості загальнолюдських засад моралі й взаємоповаги давно стали предметом наукового дискурсу. Переважна більшість учених і експертів наполягають на необхідності впровадження ідеології цінностей. Власне, на цьому й побудована демократія – цінностях свободи.

Протягом усієї своєї історії Росія продає світу мир через страх (попередньо створюючи загрози як предмет торгу). Це ледь не єдиний чинник, який зробив Москву суб'єктом світової політики. Генеруючи й посилюючи страх, Кремль позиціонує себе як джерело безпеки, нехтуючи яким іншими суб'єктами міжнародного права, можуть втратити не лише території, а й суверенітет. Страх є основним товаром зовнішньої політики Росії. Обмінюючи страх на світове визнання власної суб'єктності, сучасна путінська Росія, продає світові т. зв. мир – тимчасовий, нестабільний і на умовах РФ. Чи можна це назвати миром? У сучасних інтерпретаціях міжнародного права, так, тому що це стан без відкритої оголошеної війни за участю збройних сил агресора.

Чи живе сучасний світ у стані миру? Звісно, ні. Тобто найдієвішим механізмом впливу в сучасному світі є страх, а однією з найбільших цінностей – мир. Особливо коли страх породжується конспірологічними міфами, фейками, теоріями всесвітньої змови.

Якісні західні медіа навчилися оперативно поширювати спростування від фактчекерів, які працюють нині майже в кожній редакції. Пропонуючи своїй аудиторії чіткі контраргументи на кожне маніпулятивне твердження, ЗМІ продукують інформаційний продукт, який зупиняє хвилю брехні. Настрашена людина в паніці перепошує сюжети, які її вразили. Соцмережі – це територія емоцій, а страх – найсильніше з людських почуттів. Вірусні кампанії дезінформаторам вдаються, бо сіють паніку. Інспіровані протестні рухи завжди komponуються із застосуванням класичних елементів пропаганди, а також чуток, пліток, всіляких «я чув», «отримав з надійних анонімних джерел» тощо. Цей мікс з контрправди та маленьких шматків правди поширюється, генерує суспільні дебати й побутові сварки. Непереверені чутки й свідомо маніпулятивні твердження множаться у соціальних мережах з небаченою швидкістю. Це нові виклики держави, що постали перед зобов'язаними захищати своїх громадян.

Національна безпека – це не лише армія та професійні спецслужби. Це якість людського капіталу та зрілість громадянського суспільства, його стабільність, оперативність і згуртованість. Це кількість носіїв критичного мислення, що дає змогу ідентифікувати небезпеки та протидіяти провокаціям. Натомість хибні уявлення про систему управління світом, Другу світову, власну історію, війну на Донбасі, Голодомор, Голокост або коронавірусну інфекцію завжди працюють на інтереси тих, хто прагне впокорювати людей і маніпулювати ними. Насамперед ідеться про авторитарні режими, що системно витрачають величезні кошти на дестабілізацію вільного світу. Дієвим механізмом інформаційної експансії вважається потурання інстинктам натовпу з метою каналізувати негативну енергію юрби в потрібному руслі. Щодо України застосовано один із найпотужніших двигунів путінської пропаганди – ненависть, що підміняє дипломатію, руйнує людські душі. Психологи зазначають, що найбільша небезпека хибних уявлень полягає в ілюзії надто щирій вірі людей у власні ілюзії. Вони щільно «закриваються» від контраргументів, вороже сприймають тих, хто має інше бачення, та перетворюються на тих «корисних ідіотів», якими маніпулювати найлегше. Люди з міфологічним типом свідомості живуть у світі спрощеної реальності, де містика перемагає науку, фейсбук – компетентних учених, а конспірологія – раціональне мислення. Носії міфологічної свідомості вперто поширюють меседжі про всесильність одних і безпорадність інших: це відповідає їхній картині світу.

Однією з ілюзій очільників Кремля є непохитна впевненість, що люди діють тільки зі страху або корисливості. Вони апріорі не припускають учинків, що базуються на переконаннях, чистому патріотизмі та щирій жертвовнос-

ті. Саме тому Росія не зрозуміла Майдан і захист територій українського Сходу. Усіма силами російське керівництво прагне переконати не тільки інших, а й самих себе, що рано чи пізно Захід «розчарується в Україні», перестане її підтримувати, і тоді Київ автоматично впаде в обійми Москви. Російське самонавіювання переконує себе та інших, ніби Москва – найсильніша й непереможна, хоча і розпад СРСР, і поразка спочатку в радянсько-фінській війні, а потім – в Афганістані свідчать про протилежне.

Найкраща протидія істеричі та паніці – компетентний спокій; якісна, фахова аргументація, логічний виклад і професійний добір фактів; державна підтримка програм для забезпечення медіаграмотності, цифрової гігієни та кіберзахисту; обережна, твереза політика щодо диктаторських режимів, які прагнуть експансії; міцна правова система та дієві гарантії конституційних прав і свобод. Вільний світ, попри активність зовнішніх чинників дестабілізації, намагається рухатись у цьому напрямі. Успіх не регулярний, але він є, інакше опоненти не витрачали б стільки ресурсу на заохочення безвідповідальності.

Важливо розуміти й аналізувати інформаційний простір, у якому живуть українці, з'ясовувати, за допомогою якої інформації вони ухвалюють рішення, які відомості на них щодня впливають. Якщо ж говорити про українську молодь, то йтиметься про соцмережі. Ще на початку 2021 р. 51% опитаних українців (дослідження Research&Branding Group) як джерелу інформації віддали перевагу інтернету, телебаченню – лише 44%, радіо та пресі – 2%. Водночас різні дослідження показують стрімке зростання української аудиторії різних популярних соцмереж. Серед них – і китайський TikTok, який спершу був темною конячкою, але нині дедалі активніше завойовує прихильність української молоді. За різними даними, аудиторія українського TikTok налічує 3–5 млн користувачів, а приріст становить 700–900 тис. людей на рік. Основними користувачами є саме молоді люди віком від 18–35 років (60%). А отже, це ще один майданчик для просування ідей, наративів і, потенційно, брехні. Мережу запущено у 2016 р. на китайському ринку, з 2018-го нею користуються в усьому світі. Основна відмінність TikTok: її користувачі розміщують короткі відео на різноманітні теми, на перегляд яких можна витратити нескінченну кількість годин. Сьогодні вже мільярд тіктокерів поширюють інформацію, підхоплюють черговий популярний тренд.

Звісно, заборони чи обмеження матимуть обмежений ефект. Якщо йдеться про молодь, то такі дії, навпаки, можуть підвищити інтерес до платформи та забороненого контенту. Держава має забезпечити своїх громадян від брехні, яка вбиває, а також від відвертої пропаганди. Проте й самим громадянам слід бути готовими відбивати такі атаки та вміти не реагувати на брехню. Тому протидію дезінформації треба починати з дитячого садка, коли ми беремося вчити дітей: звідки ви почули цю інформацію, хто вам її надав та ін. Ми маємо навчати дітей запитувати, шукати інформацію, не реагувати блискавично на щось дуже емоційне, з розумом користуватися соцмережами.

Росія впливає на українську молодь через шоу-бізнес. Кіно, телебачення та музика – потужні важелі впливу на свідомість. Тому весь контент на ютубі, який існує в гаджетах, – це часто інструмент російської пропаганди для формування ідеології та цінностей української молоді.

Попри активну популяризацію українськомовного контенту Україна програв війну на теренах ютубу. Наприклад, від 2020 р. до десятки найпопулярніших музичних відео в Україні не потрапила жодна українськомовна пісня, натомість усі десять пісень або виконуються російською, або належать виконавцям з РФ. Статистика найпопулярніших блогерів, за якими стежать українці, не краща. Відповідно до результатів дослідження USAID-Internews «Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів медіа», на другому місці рейтингу перебуває російський інтерв'юєр Юрій Дудь (його дивляться 11% наших громадян). Популярніший за нього – лише журналіст Дмитро Гордон із показником 18%.

Найбільш стратегічно важливим полем битви під час гібридної війни залишаються соцмережі. По-перше, вони найкраще поширюють пропаганду через відсутність редакційної політики та цензури. Можливість менш ніж за секунду поширити будь-яку інформацію робить це місце основним джерелом фейків і дезінформації. По-друге, соцмережі – це світ, у якому живе сучасне суспільство. Передусім це стосується молоді. Згідно з даними дослідження «Індекс медіаграмотності українців», проведеного ГО «Детектор Медіа», 73% української молоді віком від 18 до 25 років використовують соціальні мережі як основне джерело інформації про суспільно-політичне життя країни. Для порівняння: національні новинні телеканали є основним джерелом інформації лише для 11% молоді.

Пропагандистська діяльність Кремля спрямована на просування чітких наративів: штучної картини світу, вигідної для Росії. Основні з них: 1) Україна – нібито недодержава (failed state), де відбувається громадянська війна між проросійськими жителями, з одного боку, та «фашистами» із Заходу – з другого; 2) в Україні процвітає потужна русофобія, а російськомовне населення постійно пригнічують у правах.

Ситуація на сході нашої держави прирівнюється до війни проти фашизму. В такий спосіб створюють прихильність росіян до ідеї повномасштабного вторгнення в Україну під приводом «звільнення» російськомовного населення від «фашистів». Основною метою наративів Росії є дестабілізація та зрештою знищення України як держави.

Дослідження Internews (2021 р.) показали: половина українців вважає, що вміє фільтрувати інформацію, відрізнити правду від брехні. Однак насправді лише 3% можуть це зробити. Тобто ситуація достатньо складна, і справа не тільки в трьох відсотках, а у тому, що люди думають, що можуть, а насправді не вміють фільтрувати інформацію. Згідно з дослідженням ГО «Детектор Медіа» «Індекс медіаграмотності українців» молодь віком 18–25 років має найвищий рівень медіаграмотності серед усіх вікових категорій. Однак ста-

тистика не зовсім позитивна. Ми опинилися у цифровій ері, але мислимо та сприймаємо інформацію категоріями ери аналогової.

Для перемоги над Росією на інформаційному фронті однієї медіаграмотності недостатньо. Протидія полягає у створенні якісного, конкурентного українського контенту. Саме піднесення вітчизняної культури є найкращою зброєю в боротьбі проти російського імперіалізму.

У листопаді 2021 р. завершилося загальнонаціональне опитування «Інформаційне поле українців», здійснене дослідницькою агенцією Info Sapiens. За його результатами ера телебачення досі триває. Принаймні для 72% українців вітчизняні телеканали залишаються джерелом інформації про події в країні та світі. Виняток становлять респонденти віком до 30 років, які надають перевагу онлайн-ресурсам. Те, що преса значно поступається за популярністю інтернет-виданням, – не новина. Але цікаво, що як джерела новин онлайн ЗМІ відчутно здають позиції соціальним мережам. До того ж майже в усіх вікових категоріях, окрім найстарших респондентів, розрив становить близько 10%. Водночас телеграм-канали, яким нерідко приписують колосальний інформаційний вплив, виявилися переоціненими. Як джерело новин їх використовують лише 5% українців, до того ж найбільша частка (19%) припадає на молодь до 20 років. Також переоцінено вплив блогерів, яких ще недавно називали «вбивцями журналістики» (лише 16% українців, більшість із них молодь: серед респондентів віком до 19 років думки блогерів дослухається 41%, а у старших групах цей показник стрімко падає). Зіркам шоу-бізнесу та спорту готові довіряти 14% юних респондентів, хоча загальнонаціональний показник становить лише 3%. Натомість авторитет експертів і журналістів визнають 28% та 26% опитаних. Для порівняння: повідомлення органів влади авторитетним джерелом вважають 18% опитаних. Найбільше українці довіряють інформації від рідних і близьких, хоча й тут ідеться лише про 42% опитаних. У доволі специфічному становищі преса: 64% українців її взагалі не читають. Загальнонаціональні та місцеві видання читає кожен п'ятий. У обох випадках ідеться про дорослу та старшу аудиторію: найбільше читачів преси серед тих, кому за 50, хоча й там показники коливаються в межах 20–30%. У регіональному розрізі найбільше загальнонаціональні друковані видання читають у північних і західних регіонах (26% та 22% відповідно), на другому місці – центральні регіони й Київ (19% та 16%), а Південь і Схід – 9% в обох випадках). Однак цей напрям потребує подальших досліджень: навіть тому, що йдеться про видання різного ґатунку.

Найбільші побоювання викликає некритичність сприйняття інформації. Опитування виявило, що лише 32% українців орієнтуються на офіційні повідомлення, 14% шукають першоджерела, натомість 36% вважають правдивою ту інформацію, що відповідає їхньому світогляду та досвіду. Третина вважає правдивим те, що поширюють популярні ЗМІ, 28% – що поширюють друзі та рідні. Але вдобу постправди це цілком симптоматична реакція. Самоізолюватися від медійного поля неможливо, обирається проста стратегія пристосування:

споживати інформацію, не надто переймаючись її якістю. Головним джерелом для 80% є пошукові системи, а для 72% – соціальні мережі. Телевізор досі в трійці найпопулярніших джерел інформації: 67% українців дивляться його хоча б раз на тиждень, але зміни почалися, і вони незворотні.

Сьогодні українці споживають інформацію та новини з фейсбуку (74% щотижня), вайберу (71%) та ютубу (74%). Водночас серед молоді популярніші інстаграм і телеграм, а серед людей старшого віку – заборонений в Україні вконтакте. Таке становище відповідає світовому. Основне джерело новин та інформації для 69% молоді (18–24 роки) у світі – діджитал-платформи. Ще десять років тому таку можливість мали далеко не всі. Доступ до інтернету був у 30–40% населення, тепер у 70–80%. Це дало українцям доступ до онлайн-освіти, дистанційної роботи, телемедицини та багатьох «благ».

Відповідно до соціологічних опитувань українці – нація дуже з дуже високим рівнем медіаграмотності. 73% українців заявляють, що перевіряють новини з ТБ та соцмереж, а 52% – можуть відрізнити дезінформацію та фейки. Водночас 60% вірять у політичний фейк, що медична реформа знищує безкоштовну медицину. Тут відіграє роль ефект повторення: люди схильні вірити в інформацію, яку чули багато разів із різних джерел. Чим більше навколо інформаційного шуму на конкретну тему, тим вища ймовірність, що люди в це повірять.

Другий аспект: 80% українців заявляють, що отримують інформацію з різних джерел, але 67% обирають ті джерела новин, які відповідають їхнім цінностям та особистим переконанням, тобто потрапляють в інформаційну бульбашку – середовище однотипної інформації, в якому людині легко маніпулювати. Це феномен підтверджувального упередження: серед усієї інформації ми знайдемо ту, що підтвердить наші думки, переконання та емоційні пастки.

Не менш важливим є й перенасичення інформацією (інфодемія): 67% молоді мають високий рівень медіаграмотності, але 31,2% вважають, що вакцинація не захистить від коронавірусу, 48,9% турбуються про побічні наслідки, а 56,9% вважають, що вакцини недостатньо перевірені.

У 2020 р. 76% молоді (14–24 років) стикалися з дезінформацією в інтернеті мінімум раз на тиждень. Це вдвічі більше, ніж за 2018–2019 рр. Троє з чотирьох дітей молодшого віку не можуть оцінити правдивість інформації у мережі. Діти й підлітки на стадії розвитку ментального та психічного здоров'я надзвичайно вразливі до дезінформації, отриманої через однолітків та соцмережі. Адже вони більшою мірою керуються інформацією та порадами друзів, однолітків і набагато меншою – батьків, викладачів чи тренерів. Спілкування віч-на-віч найбільш пріоритетне для молоді: його ставлять на перше місце 32%, на другому місці – пошукові системи та інтернет – 22%, на третьому – соцмережі 15%.

Молодь не цікавлять об'єктивні новини та класична медіаграмотність. Водночас їхні батьки мають нижчий рівень цифрових навичок і не здатні допомогти розібратися в усіх ризиках інтернету, де кількість дезінформації

збільшується. Діти та підлітки, довіряючи одне одному, обмінюються цією неправдивою інформацією та провокують її швидке поширення.

Дослідження рівня навичок критичного оцінювання інформації від UNICEF показує, що з віком молодь отримує міцніші навички критичного мислення. На це впливає одразу кілька факторів, серед яких один з основних – освіта, але не лише базова. В Індексі медіаграмотності за 2019 р. Фінляндія отримала один із найвищих результатів. Це пов'язано з її високим балом у Програмі міжнародного оцінювання учнів (PISA), який вказує на якість викладання та загальну систему освіти в країні. Тобто якісна освіта відіграє значну роль у формуванні не лише базових шкільних навичок, а й резистивності до споживання дезінформації. Однак шкільної освіти для цього недостатньо. Фінляндія, наприклад, починає навчання критичному мисленню та інформаційній гігієні з дитсадка та закінчує курсами для літніх людей. Така система непроста в реалізації та потребує значних ресурсів.

Представники Ради Європи, яка приділяє неабияку увагу цьому питанню, неодноразово акцентували на таких моментах: швидкість зміни технологій, за якою вчителі можуть не встигати; проблема зі зміною шкільної програми та складність залучення дітей до позапрограмного навчання; відсутність необхідних навичок у вчителів для якісного викладання. Виходом із ситуації може бути призначення одного викладача чи невеликої команди, які зможуть сконцентруватися на темі критичного мислення та інформаційної грамотності на рівні навчального закладу. Надалі їхніми завданнями стануть моніторинг технологій, розробка політик та навчальних планів, інтеграція елементів критичного мислення в навчальні програми, проведення заходів, тестування та інші ініціативи. Також дієвим способом убачають партнерство з НУО, ІТ-компаніями, журналістами й іншими дотичними сторонами.

Якщо по черзі відкривати матеріали українських курсів із медіаграмотності чи критичного мислення, то практично в кожному з них буде частина, присвячена журналістським стандартам, різниці між судженнями та фактами чи впливу власників медіа на редакційну політику. Проблема в тому, що молоді майже не цікаві новини, написані за журналістськими стандартами й із дотриманням балансу думок. Їй байдуже, хто саме володіє медіа та які експерти туди входять. Натомість молодь довіряє одне одному.

Отже, впровадивши одночасно низку підходів, цілком реально створити критичну масу «вакцинованих від дезінформації», які передаватимуть свій імунітет одноліткам, створюючи «колективний імунітет». Такими підходами можуть бути: розвиток системи освіти, зокрема впровадження елементів навчання з критичного мислення в дитсадках та школах із використанням сучасних підходів, які мають тісно координуватися з базовими освітніми програмами; залучення молодіжних амбасадорів до поширення знань і навичок без втручання у формати їхньої взаємодії та подачі інформації; робота з навчання критичному мисленню всіх вікових категорій.

Отже, інформаційна безпека як складова інформаційної політики нерозривно пов'язана із впровадженням відповідної ідеології, культури, цінностей, формуванням суспільної свідомості, де ключову роль відведено медіа, технологіям інформування. Останні є одним із ключових інструментів реалізації державної політики, спрямованої на захист усіх категорій громадян від негативного впливу цифрового віртуального середовища. Медіаграмотність і цифрова гігієна повинні стати: обов'язковими предметами шкільної програми, темою телевізійних і радіопрограм; предметом обговорення в друкованих медіа; сценарієм документальних і художніх фільмів; повідомленнями публічних діячів.

Інформаційна безпека спрямована на захист інформаційного простору суспільства від впливу деструктивних елементів, ворожої антиукраїнської пропаганди та інформаційних атак. Крім цього, інститут інформаційної безпеки покликаний забезпечити безперешкодне впровадження національної інформаційної політики, спрямованої на формування зрілого, консолідованого громадянського суспільства – якісного людського капіталу, здатного протидіяти негативним інформаційним впливам й розвивати європейські цивілізаційні цінності. Від ефективності інформаційної політики залежить інформаційна, громадянська та політична культура українців, цінності та світоглядні пріоритети, – відповідно горизонти досягнення загального блага.

1. Почепцов Г., Чукут С. Інформаційна політика: навч. посіб. 2-е вид. Київ: Знання, 2008. 663 с.
2. Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием. Москва, 2000. 257 с.
3. Katz P. P. Communication theory and research and their application to psychological operations. *Military propaganda. Psychological warfare and operations*. N.Y., 1982.
4. Тоффлер А. Третья волна. Сучасна зарубіжна соціальна філософія. Хрестоматія. Київ: Либідь, 1996. 384 с.
5. Форрестер Дж. Мировая динамика. Москва; Санкт-Петербург, 2003.
6. Моррис Д. Новый государь. Москва, 2003.
7. Davis P.K. Adaptiveness in national defense: the basis of a new framework. URL: www.rand.org/
8. Pitney J.J. The art of political warfare. Norman, 2000.
9. Stiglitz J.E. Information and the change in the paradigm in economics. URL: www.gsb.columbia.edu/
10. Петрова М. Политическая экономика захвата СМИ. *Информация и общественное мнение. От репортажа в СМИ к реальным переменам* / пер. с англ. Москва: Альпина Паблишер, 2015. С. 165.
11. Стремберг Д. и Снайдер Дж. Влияние СМИ на государственную политику. *Информация и общественное мнение. От репортажа в СМИ к реальным переменам*. С. 33.
12. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 15 жовтня 2021 року «Про Стратегію інформаційної безпеки»: Указ Президента України №685/2021 від 28 грудня 2021 р.
13. Результати дослідження Research&Branding Group за 2021 р. *Український тиждень*. 2021. 26.11. URL: <https://tyzhden.ua/Society/253723>
14. Результати дослідження Інтернет-аудиторії в Україні. URL: <https://inau.ua/proekty/doslidzhennya-internet-audytoriyi>
15. Google назвав найпопулярніші youtube-відео в Україні у 2020 році. URL: <https://imi.org.ua/news/google-nazvav-najpopulyarnishi-youtube-video-v-ukrayini-u-2020-rotsi-i36467>
16. Опитування USAID-Internews щодо споживання медіа. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-presshall/3349746-opituvannya-usaidinternews-sodo-spozivanna-media.html>
17. Індекс медіаграмотності українців. Результати дослідження. URL: <https://detector.media/community/article/186435/2021-03-29-indeks-mediagramotnosti-ukraintsiv>

doslidzhennya/ 18. Опитування USAID-Internews щодо споживання медіа. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-presshall/3349746-opituvannya-usaidinternews-sodo-spozivanna-media.html> 19. Результати загальнонаціонального опитування «Інформаційне поле українців». URL: <https://sapiens.com.ua/> 20. Дослідження Thomson Reuters: Соцмережі та пошуковики – найпопулярніші джерела інформації в Україні. URL: <https://ms.detector.media/trendi/post/28258/2021-10-07-doslidzhennya-thomson-reuters-sotsmerezhi-ta-poshukovyky-naupopulyarnishi-dzherela-informatsii-v-ukraini/> 21. Результати загальноукраїнського дослідження (2021), проведеного Фондом «Демократичні ініціативи». URL: <https://dif.org.ua/category/opinion-polls> 22. «Інфодемія» дезінформації про COVID-19 шкодить здоров'ю українців – з'ясовано в дослідженні на замовлення ООН. URL: <https://www.unicef.org/ukraine/press-releases/infodemic-covid-19-disinformation-bad-ukrainians-health-study-un-finds> 23. Результати дослідження європейської освітньої програми Erasmus. URL: <https://erasmusplus.org.ua/erasmus/pro-prohramu.html> 24. Індекс медіаграмотності за Програмою міжнародного оцінювання учнів (PISA). URL: <https://nus.org.ua/tags/197/>

References

1. Pocheptsov H., Chukut S. Informatsiina polityka: navch. posib. 2-e vyd. Kyiv: Znannia, 2008. 663 s. [ukr].
2. Kara-Murza S. Manyuliatsiya soznanyem. Moskva, 2000. 257 s. [rus].
3. Katz P. P. Communication theory and research and their application to psychological operations. *Military propaganda*. Psychological warfare and operations. N.Y., 1982. 4. Toffler A. Tretia khvyliia. Suchasna zarubizhna sotsialna filosofiiia. Khrestomatiia. Kyiv: Lybid, 1996. 384 s. [ukr].
5. Forrester Dzh. Myrovaia dynamika. Moskva; Sankt-Peterburh, 2003 [rus].
6. Morris D. Novyi hosudar. Moskva, 2003 [rus].
7. Davis P.K. Adaptiveness in national defense: the basis of a new framework. URL: www.rand.org/
8. Pitney J.J. The art of political warfare. Norman, 2000. 9. Stiglitz J.E. Information and the change in the paradigm in economics. URL: www.gsb.columbia.edu/
10. Petrova M. Politycheskaia ekonomia zakhvata SMY. *Ynformatsiia y obshchestvennoe mnenie. Ot reportazha v SMY k realnym peremenam* / per. s anhl. Moskva: Alpyna Pabylsher, 2015. S. 165. [rus].
11. Stremberh D. y Snaider Dzh. Vliyanye SMY na hosudarstvennuu polityku. *Ynformatsiia y obshchestvennoe mnenie. Ot reportazha v SMY k realnym peremenam*. S. 33 [rus].
12. Pro rishennia Rady natsionalnoi bezpeky i oborony Ukrainy vid 15 zhovtnia 2021 roku «Pro Stratehiu informatsiinoi bezpeky»: Ukaz Prezydenta Ukrainy № 685/2021 vid 28 hrudnia 2021 r. [ukr].
13. Rezultaty doslidzhennia Research&Branding Group za 2021 r. *Ukrainskyi tyzhden*. 2021. 26.11. URL: <https://tyzhden.ua/Society/253723> [ukr].
14. Rezultaty doslidzhennia Internet-audytorii v Ukraini. URL: <https://inau.ua/proekty/doslidzhennya-internet-audytorii> [ukr].
15. Google nazvav naipopuliarnishi youtube-video v Ukraini u 2020 rotsi. URL: <https://imi.org.ua/news/google-nazvav-naipopuliarnishi-youtube-video-v-ukrayini-u-2020-rotsi-i36467> [ukr].
16. Opytuvannya USAID-Internews shchodo spozhyvannia media. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-presshall/3349746-opituvannya-usaidinternews-sodo-spozivanna-media.html> [ukr].
17. Indeks mediahramotnosti ukrainsiv. Rezultaty doslidzhennia. URL: <https://detector.media/community/article/186435/2021-03-29-indeks-mediahramotnosti-ukrainsiv-doslidzhennya/> [ukr].
18. Opytuvannya USAID-Internews shchodo spozhyvannia media. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-presshall/3349746-opituvannya-usaidinternews-sodo-spozivanna-media.html> [ukr].
19. Rezultaty zahalnonatsionalnoho opytuvannia «Informatsiynе pole ukrainsiv». URL: <https://sapiens.com.ua/> [ukr].
20. Doslidzhennia Thomson Reuters: Sotsmerezhi ta poshukovyky — naipopuliarnishi dzherela informatsii v Ukraini. URL: <https://ms.detector.media/trendi/post/28258/2021-10-07-doslidzhennya-thomson-reuters-sotsmerezhi-ta-poshukovyky-naupopulyarnishi-dzherela-informatsii-v-ukraini/> [ukr].
21. Rezultaty zahalnoukraïnskoho doslidzhennia (2021), provedenoho

Fondom «Demokratychni initsyatyvy». URL: <https://dif.org.ua/category/opinion-polls> [ukr]. 22. «Infodemiia» dezinformatsii pro COVID-19 shkodyt zdoroviu ukrainsiv — ziasovano v doslidzhenni na zamovlennia OON. URL: <https://www.unicef.org/ukraine/press-releases/infodemic-covid-19-disinformation-bad-ukrainians-health-study-un-finds> [ukr]. 23. Rezultaty doslidzhennia yevropeyskoï osvithoi prohramy Erasmus. URL: <https://erasmusplus.org.ua/erasmus/pro-prohramu.html> [ukr]. 24. Indeks mediahramotnosti za Prohramoiu mizhnarodnoho otsiniuvannia uchniv (PISA). URL: <https://nus.org.ua/tags/197/> [ukr].

Tarasjuk Volodymyr. Strategical orientators of the information policy of Ukraine in the conditions of external aggression

National security is not just about the army and professional intelligence services. This is the quality of human capital and the maturity of civil society. Its stability, efficiency, and cohesion. This is the number of bearers of critical thinking, which allows to identify dangers and counteract provocations.

First of all, we are talking about authoritarian regimes, such as China and Russia, which systematically spend huge sums of money to destabilize the free world. On the other hand, misconceptions about the world governance system, World War II, one's own history, the war in Donbas, the Holodomor, the Holocaust, or the coronavirus infection always work in the interests of those who seek to subdue and manipulate people. An effective mechanism for information expansion is indulgence in the crowd's low instincts to channel the crowd's negative energy in the right direction. One of the most powerful engines of Putin's propaganda, hatred, has been used against Ukraine.

The current Russian propaganda, which replaces diplomacy, «destroys souls» worse than the Soviet one, which, although visually more visible, did not penetrate so deeply into human consciousness.

Psychologists point out that the greatest danger of misconceptions lies in people's sometimes overly sincere belief in their own illusions. They are tightly closed from counter-arguments, are hostile to those with a different vision, and turn into those «useful idiots» who are the easiest to manipulate. People with a mythological consciousness live in a world of simplified reality, where mysticism defeats science, Facebook – competent scientists, and archaism – rational thinking. They are the most prone to conspiracy theories. The bearers of mythological consciousness stubbornly spread messages about the omnipotence of some and the helplessness of others: this corresponds to their picture of the world.

Information security of the state is inextricably linked with the introduction of relevant ideology, culture, values, the formation of public consciousness, where the key role is given to the media, and more precisely to information technology. The latter should be part of public policy to protect all categories of citizens from the negative impact of the digital virtual environment, and above all, children. Media literacy and digital hygiene should become compulsory subjects of the school curriculum (at the level of computer science, programming basics, and classes designed to socialize future voters, taxpayers, responsible citizens); the topic of television and radio programs; the subject of discussion in the columns of the print media; screenplay for documentaries and feature films; reports of public figures and government officials.

Key words: information policy, information security, civic culture, consolidation of society.