

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ**

Кафедра журналістики

**Кваліфікаційна робота магістра**

на тему «Критичне мислення та інформаційна гігієна  
в українському інформаційному просторі»

Виконала: студентка 2 курсу, групи 8.0611-ж-з  
спеціальності 061 – «Журналістика»  
(освітня програма «Журналістика»)

*Чернявська Ю.П.*

Керівник: д. соц. ком., проф.

*Чернявська Л.В.*

Рецензент: к.філол.н., доц. *Тяпкіна Н.І.*

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

1. Факультет журналістики
  2. Кафедра журналістики
- Освітній ступінь – магістр  
Спеціальність 061 «Журналістика»  
(освітня програма «Журналістика»)

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри журналістики  
Чернявська Л. В.

«\_\_»\_\_\_\_\_2022 року

**ЗАВДАННЯ  
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ**

Чернявській Юлії Павлівни

1. Тема роботи – «Критичне мислення та інформаційна гігієна в українському медіапросторі» («Critical thinking and information hygiene in the Ukrainian information space»), керівник роботи: Чернявська Людмила Віталіївна, проф., д. соц. ком., затверджені наказом ЗНУ від «29» червня 2022 року № 744-с. 2.
2. Строк подання студентом роботи – 01.12.2022 р.
3. Вихідні дані до роботи праці українських та зарубіжних вчених, які досліджували поняття критичне мислення та інформаційна гігієна, взаємозв'язок медіаграмотності та цих понять, а також варіанти розвитку критичних навичок в українському суспільстві: В. Воробйова, Ю. Горбань, В. Погрібна, В. Тягло.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) 1) поняття «критичне мислення» як необхідна навичка 21 століття; 2) «інформаційна гігієна» як обов'язкова щоденна рутинна; 3) критичне мислення як зброя в інформаційних війнах; 4) шляхи протистояння інформаційним впливам під час війни; 5) розвиток критичного мислення та інформаційної гігієни серед українського населення; 6) критичне мислення та інформаційна гігієна як базові складові медіаграмотності.

6. Консультанти розділів роботи (проекту):

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Вступ	Чернявська Л.В.	02.08.2022	02.08.2022
Перший розділ	Чернявська Л.В.	13.09.2022	13.09.2022
Другий розділ	Чернявська Л.В.	15.10.2022	15.10.2022
Третій розділ	Чернявська Л.В.	15.11.2022	31.10.2022
Висновки	Чернявська Л.В.	22.11.2022	26.11.2022

7. Дата видачі завдання 10.05.2022 р.

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

№	Назва етапів роботи	Строк виконання	Примітка
1.	Пошук наукових джерел з теми дослідження, їх вивчення та аналіз; укладання бібліографії	Травень 2022 р.	Виконано
2.	Збір матеріалів для аналізу	Червень 2022 р.	Виконано
3.	Написання вступу	Червень 2022 р.	Виконано
4.	Підготовка розділу 1	Вересень 2021 р.	Виконано
5.	Написання розділу 2	Жовтень 2022 р.	Виконано
6.	Формулювання висновків, оформлення роботи	Листопад 2022 р.	Виконано
7.	Одержання відгуку та рецензії	Грудень 2022р.	Виконано
8.	Захист роботи	Грудень 2022 р.	Виконано

Студент \_\_\_\_\_ Чернявська Ю.П.

Керівник роботи (проекту) \_\_\_\_\_ Чернявська Л.В.

**Нормоконтроль пройдено**

Нормоконтролер \_\_\_\_\_ Чабаненко М.В.

## РЕФЕРАТ

Магістерська робота «Критичне мислення та інформаційна гігієна в українському медіапросторі» – основний текст – 51 сторінки. Для виконання дипломної роботи опрацьовано 71 джерело.

**Об'єктом** дослідження є курс медіаграмотності в Україні «Інформаційна гігієна. Як розпізнати брехню в соцмережах, в інтернеті та на телебаченні» (2022), матеріали медіакритичного каналу «Телебачення Торонто» (з 1 листопада 2022 - по 1 грудня 2022).

**Предметом** дослідження є маніпуляція інформацією та поширення фейків, а також інструменти протидії цим деструктивним медіаявищам через розвиток критичного мислення та власну інформаційну гігієну.

**Мета** дослідження є проаналізувати основний інструмент з протидії фейкам та маніпуляціям поняття «критичне мислення» та «інформаційна гігієна», охарактеризувати їх основні елементи, визначити роль соціальних інститутів у процесі формування критичного мислення, зацентрувати важливість вміння критично мислити як однієї з важливих характеристик для демократичного суспільства.

**Теоретико-методологічні засади** складають праці вчених, які вивчали поняття критичне мислення та інформаційна гігієна, а також досліджували їх зв'язок із медіаграмотністю, також були використано думки медіаекспертів: О. Курбан, А. Миколаєнко, О. Мороз, А. Сульма та ін. Також у роботі було використано вторинні матеріали медіамоніторингів та рейтингів 2018-2021 років.

**Отримані результати:** з'ясовано поняття «критичне мислення» та «інформаційна гігієна», їх особливості та характерні ознаки; систематизовано вже раніше дослідження про стан медіаграмотності серед українців; досліджено поточну ситуацію з розвитку критичного мислення та інформаційної гігієни в українському просторі зокрема; виокремлено та охарактеризовано структурні й

змістові трансформації розважальних програм; проаналізовано медіосвітній курс «Інформаційна гігієна. Як розпізнати брехню в соцмережах, в інтернеті та на телебаченні»; проаналізовано особливості розвитку критичного мислення та медіаграмотності через медіакритичний проєкт «Телебачення Торонто».

**Ключові слова:** *медія, критичне мислення, інформаційна гігієна, медіаграмотність, фейки, маніпуляція, пропаганда.*

The master's thesis is devoted to the analysis of such an urgent problem as the development of critical thinking and information hygiene among Ukrainian society.

The object of the work is the concept of critical thinking and information hygiene. The subject of the study is the manipulation of information and the distribution of fakes.

The purpose of the study is to analyze the main tool for combating fakes and manipulations, the concepts of «critical thinking» and «information hygiene», to characterize their main elements, to determine the role of social institutions in the process of forming critical thinking, to emphasize the importance of the ability to think critically as one of the important characteristics for a democratic society.

To achieve this goal, the following tasks must be solved:

- to identify the current situation with the level of critical thinking of Ukrainians;
- describe the concept of critical thinking and ways of its development;
- analyze the implementation of media literacy among the population;
- to investigate the role of the media in the formation of healthy informational immunity.

The article examines the concepts of critical thinking and information hygiene as components of media literacy and resistance to fakes, manipulations and propaganda

using the example of the media education course «Information Hygiene. How to recognize lies in social networks, on the Internet and on television» and the information program «Television Toronto». To establish the structural, typological characteristics of these concepts. The current state of development of media literacy among the Ukrainian population is recorded.

The scientific novelty of the presented research consists in recording the current picture of the state of information hygiene and the development of critical thinking. This is the first to thoroughly investigate the concept of information hygiene, as well as to analyze the existing media education programs and projects.

**Key words:** *critical thinking, information hygiene, media literacy, propaganda, fakes, manipulation.*

**3MICT**

## ЗМІСТ

Завдання.....	2
Реферат.....	4
Вступ.....	8
Розділ 1. Критичне мислення - одна з головних навичок 21 століття.....	11
1.1. Поняття критичне мислення та основні характеристики.....	11
1.2. Критичне мислення як зброя в інформаційних війнах.....	18
Розділ 2. Інформаційна гігієна обов'язкова щоденна рутинна.....	29
2.1 Інформаційна гігієна як один з методів протидії в інформаційній війні .....	29
2.2. Інфодемія: шляхи розпізнавання та протистояння інформаційним впливам під час війни.....	33
Розділ 3. Розвиток критичного мислення та інформаційної гігієни серед українського населення.....	38
3.1. Медіаосвітній курс «Інформаційна гігієна. Як розпізнати брехню в соцмережах, в інтернеті та на телебаченні» - фундамент побудови критичного мислення українців.....	38
3.2. «Телебачення Торонто» платформа для протидії російської пропаганди та розвитку критичного мислення серед українців.....	46
Висновки.....	54
Список використаних джерел.....	58
Додаток А. Приклади медіапроектів з розвитку критичного мислення та інформаційної гігієни.....	64



## ВСТУП

У сьогоднішніх реаліях більша частина життя переважної кількості людей проходить в інформаційних просторах. З неймовірною швидкістю збільшується кількість ресурсів, які різноманітними способами спрощують життя людей, з'являються нові джерела інформування. Інформація відіграє велику роль у суспільному житті. Людина завжди пізнає щось нове і жоден її день не проходить без новин, якщо тільки вона не знаходиться на безлюдному острові. Тож цілком закономірно, що її мозок переповнений великою кількістю різного роду інформації. І тому сьогодні засоби масової комунікації несуть велику відповідальність, адже вони не тільки щось повідомляють, але й впливають на те, якими послугами люди користуються, як проводять свій вільний час, знають свої права та навіть певною мірою як виховують своїх дітей. Щодня людина опрацьовує великий об'єм інформації, часто навіть не аналізуючи, пересічним випадком стає жертвою у вмілих руках маніпуляторів.

Сліпа довіра до ЗМІ у період СРСР, розпад Радянського Союзу та поява великої кількості недержавних медіа, гібридна війна розпочата Росією, широкомасштабна війна проти України - все це призвело до того, що українці не змогли сформувати інформаційний імунітет та не розвинули навички критичного мислення. Наразі, ми живемо в епоху, коли інформація стала головною валютою на ринку та лише 3% українців можуть зрозуміти, де фейкова інформація, а де ні.

У зв'язку з цим на сьогодні дуже важливі стали навички критично мислити та розвиток інформаційного імунітету.

*Актуальність теми* магістерської роботи зумовлюється тим, що лише 75% опитаних українців знають про існування фейкових новин, але лише 3% змогли відрізнити фейк від справжніх новин. Це пов'язано з посиленням російської пропаганди на українське суспільство та не вироблення механізмів протистояння лаві інформації, що ллється на українців щодня, а також полягає в дослідженні відносно нових форматів розвитку критичного мислення та інформаційній гігієні

на прикладі програм «Телебачення Торонто» та медіаосвітнього проєкту «Інформаційна гігієна. Як розпізнати брехню в соцмережах, в інтернеті та на телебаченні».

*Мета магістерської роботи* полягає в тому, аби проаналізувати основний інструмент з протидії фейкам та маніпуляціям поняття «критичне мислення» та «інформаційна гігієна», охарактеризувати їх основні елементи, визначити роль соціальних інститутів у процесі формування критичного мислення, зацентрувати важливість вміння критично мислити як однієї з важливих характеристик для демократичного суспільства.

Для досягнення цієї мети потрібно вирішити наступні *завдання*:

- виявити поточну ситуацію із рівнем критичного мислення українців;
- охарактеризувати поняття критичного мислення та шляхи його розвитку;
- проаналізувати впровадження медіаграмотності серед населення;
- дослідити роль медіа у формуванні здорового інформаційного імунітету.

*Об'єктом дослідження* є курс медіаграмотності в Україні «Інформаційна гігієна. Як розпізнати брехню в соцмережах, в інтернеті та на телебаченні» (2022), матеріали медіакритичного каналу «Телебачення Торонто» (з 1 листопада 2022 - по 1 грудня 2022).

*Предметом дослідження* є маніпуляція інформацією та поширення фейків, а також інструменти протидії цим деструктивним медіаявищам через розвиток критичного мислення та власну інформаційну гігієну.

У магістерській роботі використані наступні *методи дослідження*: огляд випусків програми та їх аналіз; синтез; компаративний метод (використаний у практичному розділі) та метод спостереження.

*Методологічну і теоретичну* основу дослідження складають праці таких вчених: Воробйова І., Горбань Ю., Погрібна В., Тягло О.

*Наукова новизна* полягає в тому, що:

*вперше*:

– комплексно досліджено тенденції розвитку критичного мислення та інформаційного імунітету серед українців;

- проаналізовано структуру та наповнення медіаосвітніх проєктів;  
*удосконалено:*
- наукові підходи до визначення понять «критичне мислення» та «інформаційна гігієна»;
- особливості розвитку критичного мислення та інформаційної гігієни;  
*набуло подальшого розвитку:*
- визначення характерних особливостей та методів впливу мас-медіа на аудиторію;
- дослідження розвитку та трансформацію роль медіосвітніх та журналістських проєктів у цьому питанні.

*Апробація кваліфікаційної роботи магістра* була здійснена під час Міжнародної науково-практичної конференції «Журналістика майбутнього: виклики, тенденції, перспективи розвитку» у рамках міжнародного проєкту Європейського Союзу ERASMUS+KA2 «Journalism Education for Democracy in Ukraine: Developing Standards, Integrity and Professionalism» (DESTIN), яка проходила 18-19 жовтня 2022 року в онлайн форматі на базі Львівського національного університету імені Івана Франка. З теми роботи підготовлено такі наукові публікації: «Вплив повномасштабної війни на дискурс художньої літератури в сучасних мас-медіа» Матеріали 4 Всеукраїнської науково-практичної конференції «Суспільство і особистість у сучасному комунікаційному дискурсі». Матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції «Суспільство і особистість у сучасному комунікаційному дискурсі». Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. С.254-257. та «Журналісти на війні: проблеми та виклики медійного суспільства» (у друці).

*Структура роботи.* Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів (двох теоретичних та практичного), висновків та списку використаної літератури. Основний обсяг роботи – 51 сторінка. Список використаної літератури налічує 71 найменування.

## РОЗДІЛ 1. КРИТИЧНЕ МИСЛЕННЯ - ОДНА З ГОЛОВНИХ НАВИЧОК 21 СТОЛІТТЯ

### 1.1 Поняття критичне мислення та основні характеристики

Двадцять перше століття - це століття технологій, гаджетів та активного розвитку штучного інтелекту. Людство живе в інформаційній епісі, де сучасні ЗМІ, новітні інформаційно-комунікаційні технології здатні активно та безпосередньо впливати на громадську думку, формувати як суспільну, так й індивідуальну свідомість, змінювати життя кожної людини. Великі обсяги інформації, які містяться в мережі Інтернет, примножуються щосекунди. На жаль, не завжди люди мають доступ до перевірених джерел. Для того, аби цього досягти, необхідно, щоб споживачі інформації були здатні орієнтуватися в інформаційних потоках, відбирати та аналізувати все, що надходить ззовні. Це особливо актуально, сьогодні, для українського суспільства, яке внаслідок спочатку гібридної агресії з боку Російської Федерації, а тепер і військового повномасштабного вторгнення, опинилося під серйозною загрозою втрати контролю над власним інформаційним полем.

Надзвичайно важливо сприяти розвитку в українського населення уміння критично мислити, об'єктивно оцінювати різноманітні явища, процеси та події. Вагомості формування критичного мислення особистості додає й притаманна нашому часу динаміка технологічного і соціального прогресу, яка вимагає від людини умінь швидко адаптуватися до змін, мати змогу до самовдосконалення на основі набутих знань, вміти знаходити нестандартні шляхи розв'язання завдань, які виникають у будь-яких ситуаціях, пошуку внутрішнього потенціалу з метою гармонійної адаптації в полі-культурному світі [50]. Останнє глибоке дослідження на тему розвитку критичного мислення були проведенні USAID-Internews «Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів медіа у 2019 р.». Участь у ньому взяли майже 4 тис. людей. Результати стверджують, що майже 60 % українців, віком від 18 до 65 років не схильні до критичного

мислення та лише 11 % змогли відрізнити фейк від правди. Натомість, 65 % опитаних зазначали, що вміють відрізнити неправдиву інформацію в мас-медіа. «Серед тих, хто обізнаний про існування фейків, тільки 11 % зуміли досконало відрізнити справжню інформацію від сумнівної, тоді як 68 % аудиторії із трьох новин змогли вірно ідентифікувати одну або дві, а 22 % опитаних не змогли взагалі надати жодної вірної відповіді», — йдеться у релізі дослідження [28].

Саме поняття критичне мислення поширилось у школах і університетах Північної Америки після Другої світової війни. У 1956 року Бенджамін Блум розробив диференціацію пізнавальних здібностей, де «критичне мислення» означає мислення вищого рівня. У СРСР його не використовували та воно було практично невідомим. Попит на це поняття з'явився у середині 90-х років минулого століття як в Україні, так і в нових незалежних державах. Саме Харків став осередком наукового пізнання цього процесу. Одним з перших популяризаторів критичного мислення став канадський українець Тарас Закидальський: у 1995 році він презентував його як академічну дисципліну на семінарі «Трансформація гуманітарної освіти в Україні», яку організував Харківській міській центр освітніх ініціатив за підтримки Міжнародного фонду «Відродження» [4]. Питання дослідження процесів формування критичного мислення є одним із ключових у сучасних гуманітарних науках. Зокрема це стосується проблематики сприйняття нової інформації через візуальні засоби комунікації, перш за все тексти. У цьому плані важливими були дослідження Д. Курланд, К. Мередід та С. Уолтер.

На сьогодні, критичне мислення є однією із основних навичок XXI століття. Його додали до так званої сучасної системи компетенцій «4К» разом з креативністю, комунікацією та координацією, яка входить в дослідження PISA. У 2016 році учасники Всесвітнього економічного форуму в Давосі, визначили критичне мислення як «найактуальніша навичка, яка необхідна для побудови успішної кар'єри». Через 4 роки, представники аналогічного форуму 2020 року, на якому в доповіді «The Future of jobs 2020» (Майбутнє робочих місць 2020) спрогнозували, що у 2025 році серед найбільш затребуваних навичок буде

здатність аналітично й критично мислити. Саме четверта індустріальна революція поставила гостру потребу в нових стратегіях, принципах та процедурах критичного мислення. Так, саме у розвинутих країнах йдеться вже про побудову не постіндустріального, а інтелектуального суспільства, яке буде тісно інтегрованими з кібернетичним та фізичним просторами, де саме інновації у сфері науки та техніки відіграють провідну роль у забезпеченні економічного розвитку та вирішення соціальних проблем [58].

Поняття «критичне мислення» дуже широке, отже спеціалісти різних галузей сприймають його по-різному. На думку філософів, критичне мислення – це вміння логічно мислити та аргументувати. Вітчизняний вчений О. Тягло назвав його «просунутою сучасною логікою». На думку теоретиків літератури (Ч.Темпл), критичне мислення – це підхід, за яким тексти розкладаються на складові частини і який розглядає, як вони досягають впливу на читачів, які мотиви тих, хто їх написав. Саме воно допомагає міркувати про свої власні думки і причини, які стоять за нашими точками зору [53]. В українській науковій теорії та практиці критичне мислення розглядається переважно в контексті розбудови ефективної системи національної інформаційної безпеки. Зокрема цьому присвячуються розробки Інституту стратегічних досліджень. У роботах експертів цього інституту Д. Дубова, О. Власюка, С. Кононенко, В. Горбуліна, О. Ляшенко зазначена проблематика висвітлюється на високому академічному рівні.

У контексті практики сучасної інформаційної та медіабезпеки критичне мислення визначається як складний рефлексивний процес, у форматі якого відбувається сприйняття певної дійсності. Причому цей процес передбачає здійснення синтезу, аналізу оцінки механізмів функціонування медіа в соціумі [39]. Саме за допомогою критичного мислення сучасна людина досліджує медіатексти, що інтегруються з аудіовізуальним зображенням, віртуальним експериментуванням, логічним та інтуїтивним прогнозуванням.

На думку сучасних українських дослідників, критичність мислення має такі базові характеристики, як рефлексивність, самостійність,

дисциплінованість, осмисленість, врахування думки оточуючих, самокритичність [15]. Уміння критично мислити є однією з ключових умов інтелектуального розвитку індивіда та важливим складником розвитку суспільства. В умовах інформаційних загроз така здатність дає людині значні переваги в протистояннях із противником, особливо коли мова йде про високотехнологічні процеси: не маючи критичного мислення, дуже важко протистояти фейкам і дипфейкам, методам соціальної інженерії і глибоким психоманіпуляції, що використовують механізми нейрокомунікації у сучасних медіа.

Хочемо звернути увагу, що саме критичне мислення здатне допомогти кожній людині розпізнати пропаганду, тим самим запобігши тому, щоб не стати її жертвою. Воно допомагає розглянути аргументацію, з'ясувати надійність джерела інформації та належним чином обдумати кожне завдання та рішення [48]. Взагалі, критичне мислення базується на таких уміннях: здійснювати усвідомлений та чіткий вибір; аргументувати, оцінювати твердження, факти та дії; чітко визначати критерії аналізу; відділяти факти та коментарі; формулювати адекватні питання; продукувати нові рішення; встановлювати логічні зв'язки; виявляти докази [14]. Критичному мисленню характерні усвідомлені дії та набуті у процесі навчання навички, завдяки яким можна повно оцінювати власну та чужу інформацію (текстову, звукову або візуальну).

У рамках медіаграмотності зосереджують увагу на п'яти ключових складниках критичного мислення:

1) Допитливість та бажання досліджувати. Люди, які мають критичне мислення постійно хочуть набувати нові знання, вони відкидають надмірні спрощення та обов'язково збирають усі відомості перед тим, як робити висновки.

2) Бути постійним учасником процесу дослідження. Саме носії критичного мислення можуть збирати, аналізувати та вже потім оцінювати інформацію, отже на основі всього цього робити висновки, завдяки яким й буде скеровувати поведінка або обґрунтовувати рішення. Вони досліджують речі, з якими вони погоджуються, так само ретельно, як і ті, що викликають у них підозри.

3) Скептичне ставлення до будь-якої інформації. Це характерно для тих, хто мислить критично. Вони завжди намагаються відшукаєи відомості, припущення, мотиви у задокументованих заявах.

4) Цінувачі аргументації. Носії критичного мислення здатні розрізняти факти та думки. Вони вміють шукати та оцінювати ймовірні докази, використовувати логіку, щоб робити висновки.

5) Бути гнучким та неупередженим. Важливо розуміти власні свідомі власних упереджень та не забувати піддавати їх сумніву. Необхідно це робити, якщо з'являються фактичні дані та людина погоджується з існуванням невизначеності та непевності у світі й регулярно отримують інформацію з різних джерел [52, с. 66].

Одна з головних характеристик критичного мислення є здатність самостійно аналізувати інформацію, вміти з'ясовувати її суть, зіставити з іншими відомостями та зробити висновки. Не менш важливими є вміння бути послідовним та гнучким. адже необхідно досить часто переглядати власну позицію, якщо вона не витримує критики. Вміти помічати помилки та різного типу спотворення в аргументації певної інформації. Окремо необхідно виділити навички розпізнавати пропаганду як цілеспрямований вплив певних соціальних груп чи лідерів думок на масову свідомість. Дуже важливо вміти оцінювати суспільно-політичні явища й процеси, дії та вчинки державних і політичних лідерів [9].

Критично мислячі особистості ставлять перед собою такі питання:

- Де лежить корень проблеми?
- Які ж саме висновки зробив автор стосовно порушеної проблеми?
- Які фактори та ситуації вплинули такі висновки?
- Що лежить в основі аргументах: факти чи на погляди? Факти можна перевірити, а погляди – ні.
- Як автор висловлює думки: нейтрально чи емоційно? Критично мисляча людина слідкує за стилем викладу, щоб з'ясувати підґрунтя [43, с. 5–8].

Зауважимо, що спосіб мислення формується відповідно до вимог певної



епохи та відповідно виробляється культура мислення. Отже, саме мислення варто розглядати не тільки як інструмент, а ще й як спосіб управління історичними й політичними процесами. Аналізуючи сучасну інформаційну епоху, зазначаємо, що визначальною складовою є суспільство, засноване на знаннях. Нинішня епоха є плюралістичною. Головну роль у розвитку людини відіграє саме інформація. Саме тому критичне мислення виступає ключовою складовою медіаграмотності. Сьогодні його розглядають як життєво необхідну навичку особистості, спосіб адаптуватися до сучасних умов перенасичення інформацією та токсичного контенту. Критичне мислення є основою для того, щоб відрізнити об'єктивну інформацію від інформаційного сміття, політичної джінси, пропаганди. Більш того, тільки критично мислячий медіаспоживач здатен сформувати попит на якісні медіа, без існування яких неможливе функціонування демократичного суспільства.

В умовах демократії для індивіда, соціальної групи, соціальних рухів існують всі умови для розвитку критичності, а саме свобода і можливість інакомислення, зокрема для здійснення соціальних змін. Тобто критичне мислення це здобуток кожного члена суспільства і соціальної групи, які осмислюють особливості існування суспільства та його трансформації [2, с. 21]. Зважаючи на вищезазначене, важливою проблемою є забезпечення інформаційної безпеки, що включає в себе не лише технічні засоби збереження інформації, але й захищеність людини від інформаційних загроз.

В Доктрині інформаційної безпеки України серед життєво важливих інтересів особи в інформаційній сфері виокремлено захищеність від руйнівних інформаційно-психологічних впливів [16]. Отже, тепер на національному рівні інформаційну безпеку варто розглядати не лише на рівні держави, а й на рівні особистості.

У журналістикознавстві існує велика кількість визначення категорії «інформаційна безпека». Це свідчить про її актуальність у сучасному світі. Тому комплексний підхід до інформаційної безпеки є найбільш прийнятним, а її онтологічне розуміння ґрунтується на ціннісному вимірі об'єкта безпеки. З

гносеологічної точки зору інформаційна безпека розглядається, з одного боку, як небезпеки і загрози, що виникають, а з іншого, як можливості суб'єктів щодо створення безпечних умов існування [18, с. 400–401].

Науковці виокремлюють два підходи до інформаційної безпеки людини.

1. Технічний підхід. Він домінує в правових науках та в ньому акцентується увага на забезпеченні можливості людині вільно та безперешкодно реалізовувати свої права та свободи в інформаційній сфері. Це стосується саме права на інформацію – вільно її збирати, зберігати, використовувати та поширювати. Тобто, цей підхід більш зосереджений на захисті прав людини на інформацію.

2. Гуманітарний, або як його ще називають, психологічний підхід. В основі його лежить захист людини від небезпечних інформаційних впливів. Тут звертається увага не лише на захист від небезпечної інформації, а також й на врахування індивідуальних особливостей людини та середовища її перебування [8, с. 141–144].

Тобто, сучасній людині важливо мати доступ до інформації, володіти нею та мати змогу поширювати її. Але на нашу думку, необхідною складовою цього процесу є захищеність індивіда від негативних впливів цієї ж інформації. Це все уможлиблюється не лише заходами на рівні держави, а й залежить від кожної особистості, що й передусім вимагає навичок критичного мислення.

Варто зацентувати увагу, що саме інформаційна безпека перебуває у тісному взаємозв'язку з критичним мисленням, особливо в контексті інтелектуалізації як складової інформатизації суспільства. Відтак постає необхідність надання більшої уваги вивченню соціально-гуманітарних наук, що сприяють формуванню критичного мислення у громадян, що у підсумку запобігає проявам пропаганди [21]. Адже людину, яка вміє критично оцінювати факти та аргументи, дуже складно піддавати маніпуляціям та негативним інформаційним впливам.

Отже, критичне мислення стало невідмінною складовою інформаційного суспільства, яке здатно протистояти пропаганді. Його можна вважати одним з

критеріїв інтелектуального прогресу, яке є надзвичайно актуальним, адже вміння аналізувати ситуації та події з різних точок зору визначають особливості розвитку суспільства. Звернимо увагу, що важливу роль у цьому питанні відіграє медіосвіта, яка повинна забезпечувати не лише можливість здобуття інформації, але й формувати вміння аналізувати та опрацьовувати її величезні обсяги, на основі чого робити певні висновки та аргументувати їх. Саме це все допоможить сформувати здатність протистояти негативним інформаційним впливам та маніпуляціям. Варто наголосити, що ми – це інформація, яку ми споживаємо. Індустрія вірусмейкерства щодня вкидує в інформаційне поле тисячі фейків та напівправди, тому саме критичне мислення може протистояти руйнуванню інформаційного імунітету. Головною умовою наявності критичного мислення в людини є певна компетентність або впевненість у своїх поглядах, що визначається сьогодні як медіаграмотність та інформаційна стійкість.

## **1.2 Критичне мислення як зброя в інформаційних війнах**

Починаючи з другої половини ХХ ст. в сучасному світі стрімко розвивається інформаційне суспільство. Новітні інформаційно-комунікаційні технології істотно підвищили залежність кожного індивіда від надійності та достовірності використовуваної інформації. Свідомість людини та суспільства дедалі більше підпорядковується ідеям, які пропагуються засобами масової інформації. Тобто, у сучасному світі велика частина життя крутиться в інформаційному просторі, тому й не дивно, що військові дії також розгортаються тут. Звісно, від інформаційної атаки не гинуть люди, але гарно реалізована інформаційна операція може замінити вторгнення регулярної армії. Наприклад, є дві країни вороже ставляться одна до одної. Країна 1 проводить грамотну інформаційну кампанію в країні 2, то з часом остання може змінити свою точку зору і погодитись на умови країни 1.

Починаючи з другої половини ХХ ст. в сучасному світі стрімко розвивається інформаційне суспільство. Новітні інформаційно-комунікаційні технології істотно підвищили залежність кожного індивіда від надійності та

достовірності використовуваної інформації. Свідомість людини та суспільства дедалі більше підпорядковується ідеям, які пропагуються засобами масової інформації. Тобто, у сучасному світі велика частина життя крутиться в інформаційному просторі, тому й не дивно, що військові дії також розгортаються тут. Звісно, від інформаційної атаки не гинуть люди, але гарно реалізована інформаційна операція може замінити вторгнення регулярної армії. Наприклад, є дві країни вороже ставляться одна до одної. Країна 1 проводить грамотну інформаційну кампанію в країні 2, то з часом остання може змінити свою точку зору і погодитись на умови країни 1.

Тема інформаційної війни, після того як це поняття в 1990 р. офіційно з'явилося в документах Міністерства оборони США, стає все більш популярною серед експертів і вчених. Вивчення інформаційної війни знайшло відображення в дослідженнях провідних аналітиків різних країн, таких як Почепцов Г., Г., Панарін І., Кноріг В., Ласвель Г., Карпенко Г., Ліпкан В. та ін.

Явище інформаційної війни своїми витокami сягає історичної давнини. Ще за часів античності вплив інформації у військово-політичному протиборстві мав визначальне значення задля досягнення політичної мети чи отримання переваги з використанням обмежених ресурсів. Зазвичай, це відбувалося через поширення чуток, пліток, міфів, вплив через лідерів громадської думки на суспільне сприйняття певного політичного явища і т. ін. Отже, інформаційно-психологічна боротьба має велику історію. Ще в давні часи полководці, мислителі відзначали важливість досягнення перемоги без бою, шляхом дезінформації, погроз, залякування [24].

Битва та перемога – це далеко не найкраще, що здатний зробити для своєї держави правитель. Набагато грамотніше здобути перемогу, взагалі уникнувши бою. Першим обґрунтував необхідність інформаційного впливу на супротивника давньокитайський філософ і військовий стратег Сунь-цзи (V ст. до н. е.). У своєму «Мистецтво війни» Сунь-цзи відзначав: «У всякій війні, як правило, найкраща політика зводиться до захоплення держави цілісною... Здобути сотню перемог у боях – це не край мистецтва. Підкорити суперника без бою – ось вінець

мистецтва» [42, с.94]. Означена заповідь давньокитайського стратега реалізувалася підключенням потенціалу засобів масової інформації у тотальних і локальних війнах ХХ століття. Значних кількісних та якісних змін інформаційна боротьба почала зазнавати зі створенням єдиного інформаційного простору.

Саме науково-технічна революція вирішально вплинула на процеси інформаційної боротьби: це і активізація інформаційно-психологічних операцій, і поява новітніх інформаційних технологій у війнах та воєнних конфліктах останніх десятиріч ХХ – початку ХХІ століть. У сучасних умовах все більше сил і засобів залучаються до інформаційної боротьби, все більш масштабними стають її наслідки. Оскільки інформаційні технології зумовлюють незворотні зміни в політичній, економічній, військовій та культурній сферах, інформаційне протиборство поступово стає неодмінним супутником міждержавного спілкування. Відповідно, все більші витрати держави будуть змушені здійснювати на поліпшення власного іміджу та дискредитацію об'єктів протистояння [23].

Вперше термін «інформаційна війна» в його сучасному розумінні був застосований американським вченим Томасом Роною, співробітником компанії «Боїнг», однієї з найбільших світових аерокосмічних і оборонних корпорацій США. У 1976 р. в секретному звіті «Системи зброї та інформаційна війна» він сформулював основні положення цього поняття, зокрема, відзначив, що інформація на час «холодної війни» була найслабшим елементом збройних сил. Він підкреслював, що інформаційна інфраструктура є ключовим моментом американської економіки, у той самий період вона стала вразливою метою як у воєнний, так і в мирний час [59].

На думку І. Панаріна, за точку відліку необхідно брати не 1976 р. а 1967 року, коли А. Даллес (*прим. авт.* головний організатор інформаційної війни проти Радянського Союзу) випустив книгу під назвою «Темна капітуляція», основна тема якої були присвячена темним сепаратних переговорів між США та Великобританією, з одного боку, і рейхсфюрером СС Гімлером – з іншого.

Тут вперше й згадується термін «інформаційна війна», що представляє собою особисті, розвідувальні, диверсійні дії по підриву тилу противника [34].

Вважається, що термін «інформаційна війна» застосували засоби масової інформації США під час війни у Перській затоці 1990–1991 рр. Багато вітчизняних і зарубіжних дослідників переконані, що це була остання «класична» та перша масштабна «інформаційна війна», в якій нові інформаційні технології були масово застосовані як засіб ведення бойових дій. Уперше офіційно цей термін було застосовано у директиві Міністерства оборони США від 21 грудня 1992 року. У 1996 році військові вдосконалили питання ведення інформаційної війни та видали новий документ, в якому класифікували й уточнили загрози для США, що виникають від використання інформаційної зброї, фактично ототожнивши терміни «інформаційна війна» та «інформаційна операція» [35].

На сьогодні поняття «інформаційна війна» визначається по-різному. Це пов'язано з невизначеністю терміну «information warfare», що прищвело до безлічі різночитань при його перекладах. Його можна перекладати як «інформаційна війна», «інформаційне протиборство», «інформаційно-психологічна війна». Зокрема, інформаційна війна характеризується як інформаційна діяльність, що вживається політичною освітою для ослаблення чи знищення іншого політичного утворення; інформаційний військовий конфлікт між двома масовими ворогами, наприклад арміями і т. п. [29].

Можемо констатувати, що існує безліч аргументованих концепцій інформаційної війни та відсутня загальноприйняте визначення зазначеного поняття. Це зумовлено насамперед складністю самого об'єкта дослідження, а також теоретичними і методологічними позиціями авторів, що належать до різних наукових шкіл. Це призвело до того, що кожен з них акцентує увагу на певних аспектах проблематики.

Українські дослідники, розглядаючи поняття інформаційної війни, досі не дійшли певної згоди щодо формулювання єдиного підходу до його розуміння. Так, В. Горбулін розглядає інформаційну війну як дії, спрямовані на досягнення

інформаційної переваги за рахунок завдання шкоди інформації та процесам, що базуються на інформаційних системах супротивника [13]. О. Курбан зазначає, що інформаційна війна повинна розглядатись як циклічний чи лінійний обмін інформацією, як така, що може чи має завдавати певних збитків, шкоди об'єкту, а суб'єкту надавати певні переваги [26, с. 248]. Д. Зеркалов розглядає поняття «інформаційна війна» як сукупність системних заходів з цілеспрямованого інформаційного впливу на свідомість мас в умовах інформаційної відкритості задля зміни типу поведінки людей та нав'язування їм певних цілей, які не входять до коло їхніх інтересів [17, с. 36].

Тривалий час Україна знаходилася під впливом Росії. Після Революції Гідності ситуація змінилася і Україна зіткнулася не лише зі збройною агресією, у результаті якої втратила частину своєї території, а й із масовим вторгненням у свій інформаційний простір з подальшим вербуванням ворогом частини громадян. Тобто йдеться про запеклу боротьбу за володіння громадською думкою.

З цього виходить, що змінилися умови медіа-простору. Говорячи про українські ЗМІ, дослідники А. Головка і О. Токарський наголошують на тому, що наразі їхня діяльність здебільшого вже детермінована умовами гібридної війни. Тому вітчизняні мас-медіа виконують наступні функції: надання об'єктивної, неупередженої та збалансованої інформації, що спирається на конкретні факти з перевірених джерел; поширення контрпропаганди, що є прямим захистом громадської думки від маніпуляцій з боку країни-агресора; належне висвітлення роботи органів державної влади, що сприяє підвищенню прозорості влади, а отже робить її дії більш зрозумілими для суспільства [111, с. 309]. Варто зауважити, що у даному випадку мова йде не стільки про функції, скільки про певні підказки, якими мають керуватися українські медіа в умовах гібридної війни, аби убезпечити громадян своєї країни та мати змогу вести контрпропаганду проти держави-агресора. Щодо самих функцій, то дослідники В. Хорошко і Ю. Хохлачова виокремлюють наступні: інформаційна; пропагандистська; освітня; соціальна; критики та контролю; мобілізаційна;

інноваційна; оперативна; формування суспільної думки [49, с. 286].

Визначення «гібридна війна» відсутнє в міжнародно-правових документах. Більше того, такого поняття не існує й у Воєнній доктрині України – документі, що є національною системою керівних поглядів на причини виникнення, сутність та характер сучасних воєнних конфліктів [41]. Тому вивчення даного явища було і залишається актуальною не тільки практичною, а й теоретичною проблемою, що має бути у центрі уваги науковців, а не тільки політиків і військових.

Вперше у вітчизняній та світовій науці детально було досліджено явище світової гібридної війни в ретроспективі російської агресії проти України у колективній монографії «Світова гібридна війна: український фронт» (2017), підготовлена фахівцями Національного інституту стратегічних досліджень. Тут сутність гібридної війни розглянуто у контексті системної кризи світової безпеки, а її феномен – як новітній вид глобального протистояння. Детально розглянуто причини та передумови російської агресії проти України, її стратегічні цілі, а також особливості ведення гібридної війни у різних вимірах: воєнному, політичному, економічному, соціальному, гуманітарному, інформаційному. Аналізуються локальні успіхи нашої держави у протидії ворожим планам РФ за окремими напрямками [40].

З 2015 року в Україні створено й працює «Бюро протидії гібридній війні», що спрямовує свою дію на розробку стратегії протистояння російській агресії. Його співзасновники Тарас Березовець і Євген Магда стали авторами двох теоретичних праць: «Анексія: острів Крим. Хроніки «гібридної війни» й «Гібридна війна: вижити й перемогти» (обидві – 2015 р.). На національному телебачинні країни виходять авторські програми Артема Конопкіна – «Міжнародні військові новини» та Вадима Павловського – «Війна – це коли болить серце». Виникли спеціалізовані аналітичні центри вивчення гібридної війни і створені відповідні аналітичні передачі на телебаченні. З початку повномасштабного вторгнення Росії в Україну створено «Центр протидії дезінформації» при РНБО України. Також, є організації, що займаються



фактчекінгом та спрямовані на розвиток критичного мислення та медіаграмотності українського суспільства - StopFake, VoxUkraine, FactCheck.

Аналізуючи збройні конфлікти та війни можна виявити важливу особливість протистоянь ХХІ ст. – для конфлікту властиве передування протиборства в інформаційному просторі, проведення інформаційно-психологічних операцій, спрямованих на підрив державності країни, проти якої ведеться операція, та забезпечення політичної переваги над супротивником. Це пояснюється тим, що в сучасному світі інформація є невід’ємним чинником функціонування та розвитку суспільства, важливим ресурсом, який охоплює кожен людину постійно. Саме інформаційний простір стає полем ведення латентних, а іноді й відкритих бойових дій. Сучасні військові дії все більше спрямовані на руйнування суспільної свідомості, її підкорення та використання заради досягнення власних цілей. Наприклад, Україна стала жертвою деструктивної російської інформаційної кампанії, яка бере свій початок від 90-х років ХХ ст. та постійно впливає на соціальну, культурну, економічну, політичну сфери життєдіяльності українського суспільства. У подальшому саме ця інформаційна кампанія стала однією з головних ознак гібридної агресії в Автономній Республіці Крим та в Донецькій і Луганській областях [57].

Інформаційна та культурна діяльність Російською Федерацією спрямовувалась на нищення самоідентифікації українського суспільства, розмивання національної свідомості. Використовуючи весь наявний арсенал інформаційного впливу, відбувалося насадження ідеї «братських українського та російського народів». При цьому Росія позиціонувала себе як «старшого брата» України. тобто, що є сильнішим, мудрішим та стає на захист «історичної справедливості». Поширення російської мови, ідей та культури на території України відбувалось як через створення та поширення російськомовного продукту (телебачення, кіно, естрада, театральні вистави, література), так і через систему освіти, що передбачало переписування підручників з історії, виключення з них важливих моментів українського національного визволення [3]. Усе це було спрямовано на формування в молодого покоління засад

органічності російської культури в українському суспільному просторі, формування прихильності до проросійського шляху політичного розвитку та «братськості народів».

Серед методів, що були використані в інформаційній агресії проти України виокремлюють пропаганду, маніпулювання, дезінформацію, психологічний тиск, поширення чуток, диверсифікацію громадської думки. Все це вкладається в поняття «маніпулювання інформацією», що передбачає введення в оману об'єкта відносно справжніх намірів для спонукання його до дій, що запрограмовані суб'єктом впливу в інформаційному повідомленні [12, с. 138]. Зазначені методи використовувались Російською Федерацією як через традиційні канали масової комунікації, якими є друковані ЗМІ, телебачення, чутки, так і новітні форми подачі інформації, а саме: соціальні мережі, блоги, Інтернет-форуми та Інтернет-видання. Таким чином, відбувався всеохоплюючий вплив на аудиторію різного віку, соціального статусу та вподобань.

Оксана Рудь, основувшись на роботах Оксани Мороз, засновниці ініціативи інформаційної гігієни «Як не стати овочем», називає такі сім заповідей російської пропаганди в період:

1. Знайти розкол або проблемну тему у суспільстві та продовжувати сіяти хаос. Це передбачає пошук соціальних, економічних, расових, демографічних, будь-яких інших розбіжностей, на які потім будуть робити акцент, аби надалі розколювати громаду.

2. Створити приголомшливу брехню. Необхідно створити таку кількість зухвалих фейків, щоб ніхто не міг повірити, що таке взагалі можна було вигадати.

3. Додати правди. Тобто, додається ще доволі відомий інструмент геббельсівської пропаганди, поєднання брехні з правдою. Оксана Мороз зауважує, що співвідношення на користь правди лише 15-20 %, і відповідно 80-85 % — на користь брехні.

4. Перекласти відповідальність на іншу сторону конфлікту. На сьогодні у нашому інформаційному просторі це існує у вигляді створення

псевдоукраїнських сторінок у соцмережах і фейкових ЗМІ.

5. Залучення людей, які підтримують «руський мир». Тобто, це ті, хто бездумно сприймає кремлівські ворожі меседжі й просуває їх серед цільової аудиторії. Це ті особи, якими можна маніпулювати в політичних цілях.

6. Головне, що вони завжди будуть все заперечувати.

7. Це гра не на короткий термін. Тобто, країна-опонент грає в довгу. Наприклад, Росія проводила довгі кампанії з дезінформації, вкладала в них величезні ресурси протягом багатьох років. Розбудована система спочатку не була для нас очевидною, адже ми ніби й не помічали моментальних наслідків, бо вона працює за принципом накопичення [36].

Хочемо зазначити, що інформаційна війна проявляється у таких аспектах:

1. Упереджене висвітлення певної інформації, що стосується тих чи інших подій за допомогою цілеспрямовано підібраних правдивих даних, часто вирваних з контексту дійсності;

2. Надання правдивих відомостей спотвореному вигляді чи в ситуації, коли вони сприймаються об'єктом як неправдиві;

3. Викривлення первинної суті чи принципово важливих, базових термінів й неправильне тлумачень загальносвітоглядного та оперативного-прикладного характеру;

4. Використання синтезу правдивої інформації з дезінформацією та «чорне» дезінформування, яке передбачає використання переважно неправдивої інформації.

О. Немеш пише, що у корені проблеми протистояння людини негативним явищам сучасного інформаційного простору лежить медіакультура, яку вона визначає як діалоговий спосіб взаємодії з інформаційним суспільством, який включає ціннісний, технологічний та особистісно-творчий компоненти та призводить до розвитку суб'єктів взаємодії. Характеристиками медіакультури, які розкривають її сутність, є:

1. «медіаобізнаність» – відображає ступінь засвоєння особистістю системи знань про засоби масової комунікації, уміння убезпечити себе від

негативних інформаційних впливів і вільно орієнтуватись у світі інформації;

2. «медіаграмотність» – вміння користуватися інформаційно-комунікативною технікою, критично тлумачити інформацію, вміти відділяти реальність від її віртуальної симуляції, отже розуміти де є реальність, а де є сконструйований медіаджерелами світ;

3. «медіакомпетентність» – розуміння особистістю соціокультурного, економічного і політичного контексту функціонування медіа [32, с. 171].

За словами О.В. Литвиненко, сучасне суспільство характеризується достатньо низьким рівнем медіаграмотності, про що свідчать результати опитування, проведеного Київським міжнародним інститутом соціології у лютому 2018 року [27, с. 260]. Наприклад, згідно з даними цього дослідження, тільки 53% респондентів вважають, що вони у більшості випадків здатні відрізнити якісну інформацію від дезінформації та фейків (у т. ч. 20% вважають, що завжди можуть відрізнити якісну інформацію від фейків). Переважаючого значення в даному контексті набуває питання пошуку чинників, які дають можливість інформаційно-психологічним впливам медіапростору порушувати психологічне благополуччя молоді. Аналіз наукових джерел свідчить про вагомість таких

Пам'ятаєте історію про троянського коня? У сучасному світі троянський кінь – це ворожий наратив. Хто його приймає, той програє. Тому надзвичайно важливо розвивати критичне мислення в умовах інформаційної війни.

## РОЗДІЛ 2.

### ІНФОРМАЦІЙНА ГІГІЄНА ОBOB'ЯЗKOBA ЩOДEHHА PУTИHA

#### **2.1 Інформаційна гігієна як один з методів протидії в інформаційній війні**

Інтернет – це величезний світ, де містяться терабайти інформації різноманітного характеру, і не завжди вона правдива. На жаль, у більшості випадках неможливо притягнути до відповідальності за недостовірну, або неперевірену інформацію. Контролювати увесь потік інформації у Всесвітній павутині також не є можливим на сьогодні. Тому дуже важливо на сьогодні, аби люди зрозуміла, що фейки (неправдиві новини, або спотворено зінтерпретовані факти) не фабрикують просто так: вони мають приносити вигоду своїм авторам. Як вірус, фейкові новини повинні вражати індивіда та зсередини розрушати його мислення та готувати ґрунт до нової, спотвореною пропагандою правди. Важливо і те, що фейки поширюються швидше за факти. Для цього працюють цілі ботоферми та компанії. Втім, якщо знати прості правила розпізнавання фейків та інформаційної гігієни, їх можна викрити. Головне, впроваджувати все це серед населення.

Сьогодні майже 50% населення планети має доступ до глобальної мережі. В Україні проникнення інтернету уже перевищує 60%. Порівняно з багатьма розвинутими країнами це ще небагато, але за швидкістю доступу домашнього користувача до інтернету Україна випереджає Європу та посідає 4-те місце серед 198 країн світу. А оскільки вже запущено 4G-формат передачі даних, експерти прогнозують неабиякий бум розвитку Інтернету. Відтак і чергову хвилю інтернет-шахрайств [5].

Сучасний світ через свою динамічність та суперечливість створює різноманітні проблеми для людини. Все це відбувається через збільшення повсякденних фізичних та психічних навантажень, невпевненості у завтрашньому дні, вплив на особистість інформаційних потоків – усе це негативно позначається на здоров'ї людини та на її психічному здоров'ї зокрема.

Варто не забувати, що саме людське життя є найвищою суспільною цінністю. Отже, найважливішим завданням людства має бути збереження фізичного та психічного здоров'я людини. Отже, аби інформаційні віруси не заражали людину, нам необхідно провести теоретичний аналіз вже існуючих наукових підходів до інформаційної гігієни та визначити механізм захисту від негативних інформаційно-психологічних впливів.

Розберемо спочатку поняття «гігієна». Від грець. *hygieinos* – такий, що приносить здоров'я. Взагалі, це наука, яка вивчає закономірності впливу навколишнього середовища на організм людини та здоров'я суспільства з метою обґрунтування гігієнічних нормативів, санітарних правил та заходів, реалізація яких забезпечує оптимальні умови для життєдіяльності, зміцнення здоров'я та попередження захворювань [10]. Натомість, термін інформаційна гігієна відноситься до «метафоричного миття рук, яким ви займаєтеся, щоб запобігти поширенню дезінформації» [56].

Головна мета інформаційної гігієни – попередження негативного впливу інформації на психічне та фізичне здоров'я, а також на соціальне благополуччя як окремої людини, так і населення в цілому. Можна сказати, що це певна профілактика захворювань населення, пов'язаних з інформацією, оздоровлення навколишнього середовища. Головним завданнями інформаційної гігієни є розробка основ екологічної інформаційної поведінки. На нашу думку, інформаційна гігієна є міждисциплінарним розділом науки, що має право на самостійний розвиток, адже вона пов'язана з такими науковими напрямками, як медицина, фізіологія, соціальна психологія, інформатика комп'ютерних мереж, національна безпека, соціологія, політологія, журналістика та інші.

Відсутність у людей інформаційного імунітету — це комплексна та глибока проблема. Але її вирішення неможливе без двох головних навичок: вміння фільтрувати інформацію та розуміння того, як функціонують ключові сфери життя (політика, економіка, медицина і тд). Першою благодійною організацією в Україні, яка комплексно зайнялася цією проблемою стала «Як не стати овочем». Вони вчать людину фільтрувати джерела інформації та дає

розуміння функціонування основних сфер — держави, економіки, медицини, міжнародної політики, цифрової реальності, популярної науки.

Вісім основних правил інформаційної гігієни:

1. Якщо інформація повторюється багато разів - уникайте її.

Це один із найпопулярніших механізмів пропаганди. Саме часте повторення інформації впливає на нашу підсвідомість та змушує нас вірити в неї. Якщо в одному матеріалі одна й та ж думка повторюється багато разів, але різними словами – варто насторожитись та перевірити в альтернативних джерелах.

2. Необхідно знижувати своє інформаційне навантаження.

Людині необхідно знижувати кількість інформації, яку вони споживає. Головне, аби інформація була якісною та корисною.

3. Не читати усе, що є в Інтернеті.

Особливо це стосується дописів, що поширюють друзі у соцмережах.

4. Не робити висновки по заголовкам.

Протипоказано читати новини лише заголовки. Заголовки мають коротко розповідати суть новини, але насправді часто не відповідають змісту публікації.

5. Робіть собі час інтернет-очищення.

Тут необхідно показувати людям, що важливо хочаб годину на день або день на тиждень жити без соцмереж і новин.

6. Вивчати різні точки зору на одну й ту саму проблему.

Важливо виробити в людях звичку, читати одну й ту саму новину в декількох джерелах. Не потрібно довіряти першій новині та першій ж думці. Знайдіть не менше ніж три джерела інформації, написані різними людьми.

7. Будьте уважні до емоцій у матеріалах.

Загострюйте свою увагу на тих місцях, де є емоції, адже саме тут дуже часто маніпулюють. Насторожуйтесь, коли бачите емоційні висновки та особисті думки авторів новин.

8. Постійно ставте запитання: кому вигідно, щоб ви дізнались новину та повірили в неї.

Що хочуть замовники цього повідомленнями? Які в них заклики? Хто виграє, якщо ви будете робити так, як пропонують? [51].

Взагалі, важливо розуміти, чому люди потрапляють у пастку фейкових новин та чому інформаційний імунітет не спрацьовує. Є декілька важливих факторів. Перший, це страх і стрес. Саме ці два компоненти є руйнівними та в ці моменти, більшість людей не здатні критично мислити. По-друге, низький рівень довіри до соціальних інституцій. На жаль, це характерна тенденція для українського суспільства. Люди більш схильні довіряти повідомленням у чатах, ніж представникам влади. По-третє, низький рівень інформаційної гігієни. Це обумовлено тим, що у школах й університетах людину не готували до інформаційної ери та люди просто не мають компасу орієнтації у світі інформації [58].

У цьому контексті дуже важливим є поняття «інформаційна бульбашка». Тобто, це бульбашка з інформацією яка підлаштована під погляди конкретної людини, її вподобання, інтереси та точки зору до яких вона прихильна. Вона виникає через низку причин: алгоритми веб-сайту, пошукових систем, соцмереж. Це призводить до того, що людина випускає з поля зору інформацію, яка суперечить її вподобання та яка потенційно могла би розширити її світогляд, змінити думку про певну подію [59]. Для того, аби вирватися із бульбашки, необхідно бути відкритим до інших поглядів та бути критично налаштованим. Рекомендують, використовувати режим анонімного перегляду, видаляти історію пошуку, постійно чистити кеш та блокувати файли cookie. Це необхідно для того, аби інформація про користувача та його дії не зберігалась в браузері.

Також, ми рекомендуємо згадати правилом п'яти «W», яке варто згадувати перед тим, як повірити в шокуючу новину:

- What?/Що сталось?

Якщо новина викликає сумнів, спробуйте проаналізувати, чи така подія взагалі можлива. Шукайте відповідні факти в різних джерелах.

- Where?/Де це сталось?

Проаналізуйте матеріал на предмет того, чи була вказана конкретна



локація? Більшість фейкових новин мають загальний характер. Якщо вказана локація — перевірте на ресурсах відповідних органів місцевої влади.

- When?/Коли це сталося?

Уважно ставтесь до хронології подій. Чи вказана взагалі конкретна дата? Чи відповідає цій даті інформація? Перевіряємо в офіційних джерелах.

- Who?/Хто заявив?

Чи варте довіри джерело інформації? Наскільки ця заява може бути офіційна?

- Why?/Чому це сталося?

Чи є якісь причинно-наслідковий зв'язок цієї новини з попередніми? Більшість подій мають прив'язку до минулого, а ось фейки завжди творять окрему реальність [60].

Саме ці питання вчать розвінчувати фейки та критично ставитися до кожної новини. Якщо людина має їх в своєму арсеналі, значить інформаційний імунітет в неї гарно розвинутий.

Тож треба бути дуже уважними та аналізувати інформацію, яку отримуємо з інших джерел. Слід перевіряйте ці джерела. Не піддаватися впливу емоцій, бо нерідко саме відчуття сильного страху, занепокоєння, ненависті від прочитаної новини є індикатором хибних тверджень і ворожої дезінформації.

## **2.2 Інфодемія: шляхи розпізнавання та протистояння інформаційним впливам під час війни**

Під час війни надзвичайно важливо дотримуватись правил інформаційної гігієни. Це дуже важливо, адже тоді ворог не зможе маніпулювати людиною. Зазначимо, що в умовах війни класичної правди не існує. Наприклад, у мирний час журналісти мають змогу перевірити інформацію в кількох незалежних джерелах, поспілкуватися з експертами та очевидцями події, роблять запити на отримання офіційної інформації від держави та т.п. В умовах війни перевірити бодай щось стає набагато важче. Так, здебільшого журналіст бере інформацію з офіційного джерела, якщо має змогу — перевіряє її чи бере коментар в експерта.

У підсумку аудиторію отримує фрагментарну інформацію, яка часто не дозволяє сформувати загальну картину. Наприклад, журналісти, які зараз пишуть про ситуації з окупованих територій, не можуть туди поїхати й побачити на свої, що конкретно відбувається. Тож замість того, аби робити власні висновки, вони діляться висновками тих, хто має якісь інсайди. Але ситуацію в цілому не бачать. І так майже в усьому зараз. Тож дуже важливо наразі приготувати інформаційний бронезилет, аби зберегти правду та здоровий глузд.

Відомо, що дієвою формою комунікації, за якої масово поширюються світоглядні ідеї, формується правильна суспільна думка на користь конкретної політичної позиції для досягнення необхідного результату, є пропаганда. Методи пропаганди не змінилися з часів Геббельса. Свого часу вони були в методичках представників КДБ, а потім їх взяли на озброєння і пропагандисти сучасної Росії. Оскільки на даному етапі політичний розвиток держави відбувається завдяки розвиненості інформаційного суспільства, тому інформаційно-комунікаційна політика за умови демократії спрямована на зміцнення громадянського суспільства, задоволення інтересів його суб'єктів, захист прав і свобод, а за тоталітарного режиму – поширює ідеологію політичного центру. Останній тип використовує сучасна Росія, аби посяти почуття ненависть серед українського населення. Для цього вони використовують такі техніки:

– «гнилий оселедець» – публічно обговорюється особа, яку звинувачують у здійсненні злочину проти людства (наприклад, розтління дітей, вбивство та інше), але не для того, щоб встановити факти реального здійснення цього злочину. Тобто, сам злочин не доведено, але є «аромат» скоєння, який тягнеться шлейфом за обговорюваною особою при кожній згадці про неї. Це наприклад, про І. Мазепу, С. Бандеру, полк «Азов» тощо;

– «велика брехня» – аудиторії повідомляють про жахливу глобальну брехню, в яку неможливо повірити, наприклад, обговорення розроблення ворожою стороною бактеріологічної/хімічної/ядерної зброї. Це все дозволяє створити «шоковий ефект», який у подальшому тривалий час визначає погляди на ситуацію, всупереч будь-яким доводам логіки та розуму;

– «40 на 60» – ЗМІ подає 60% своєї інформації в інтересах супротивника, забезпечивши його довіру серед своєї аудиторії, а 40% використовують для надзвичайно ефективної, завдяки цій довірі, дезінформації [21].

Для ворога надзвичайно важливо знайти соціальні, економічні чи будь-які інші розбіжності та розкрутити їх, аби розтягнути людей по різні сторони й нацькувати одне на одного. Наприклад, це й мовне питання, й питання НАТО чи ставлення до переселенців. Дуже важливо утримуватися від обговорення питань, здатних розколоти й послабити суспільство, щоб не давати ворогу привід для викривлення ситуації на свою користь. Це можливо було лише у випадку, якщо б інформаційна гігієна українців знаходилась б на високому рівні.

Українська авторка книжок про інформаційну гігієну та засновниця «Як не стати овочем» розробила основні 7 базових правил, які допоможуть ефективніше фільтрувати інформацію під час війни:

### 1. Спочатку визнаємо

Важливо, аби українці зрозуміли на якому рівні знаходиться їхній інформаційний імунітет та здатність критично мислити. Багато хто думає, що вміють відрізнити правду від брехні в інформаційному просторі. Проте лише 3–11% наших співгромадян можуть це зробити. Взагалі, саме невміння фільтрувати інформацію створює чудову основу, аби змінити мислення у необхідному ворогу напрямку. На це не потрібні великі бюджети чи унікальні інструменти. Нариклад, люди не відрізняють, де якісні ЗМІ, які онлайн-медіа, що дотримуються журналістських стандартів, а де пропагандистські медіа.

### 2. Розуміння в якому інфополі живе

У кожного типу інформації свої задачі та своя дія. Важливо, аби українці розбиралися в своїй новинній стрічці: правда чи брехня, пропаганда чи контрпропаганда. Взагалі, в умовах війни важливо спочатку аналізувати інформацію, а потім на неї реагувати.

### 3. Формує білий список медіа

Якщо у людини сформований інформаційний трафарет, вона скоріш за всього не підчепить інформаційний вірус. Для того, аби створити трафарет

необхідно обрати три-п'ять медіа з «Білого списку» Інституту масової інформації.

#### 4. Провести аудит регулярно

Виконувати аудит свого інформаційного поля потрібно постійно. Рекомендують видалити канали, які вами маніпулюють. Наприклад, у Facebook — перегляньте список ваших друзів і сторінок, на які підписані. Відпишіться від сторінок, що не відповідають вашим інтересам. На YouTube — завжди натискайте «не цікавить», якщо відео не відповідають вашим інтересам чи є сміттярками. Viber/Telegram — перегляньте чати та спільноти, до яких ви додані. Відпишіться від ресурсів-сміттярк.

#### 5. Не допомагати ворогу

Наприклад, зараз пропагандисти Росії моніторять інформаційне поле України та знаходять усі точки болю українців та створюють на їхній основі тріщини в суспільстві. Важливо ніяк не реагувати на ці дописи.

#### 6. Вчитися розпізнавати слід фейку

Якщо бачите інформацію, яку хочете почути, або яку ми всі боїмося почути — варто насторожитися та прискіпливо її перевірити.

#### 7. Не брати інформацію з російських джерел

На жаль, усі російські медіа підігрують російській пропаганді. Якщо ви хочете дізнатися «що там на росії», то краще прочитати іноземні медіа чи українські з «білого списку». Вони пишуть про це, очистивши інформацію від маніпуляцій ворога [20].

Ми рекомендуємо такі прості дії, які допоможуть не натрапити а гачок маніпуляторів під час війни:

- Оберіть свій тип споживання інформації, який був до війни

Наприклад, ви оновлюєте стрічку щогодини/раз на день/раз на декілька днів.

- Обмежити кількість джерел інформації

Незалежно від графіку споживання, оберіть 2-3 джерела, які будете перевіряти.

- Обмежити час на соціальні мережі

Вони затягують, але варто пам'ятати, що інформація в них несистемна та обтяжлива, адже спрямована на емоційне залучення, а не на інформування.

- Створити штучний баланс інформації

Тобто. необхідно знайти ресурс, який публікує той контент, що вас радує і після перегляду новин обов'язково перегляньте і його — це допоможе подолати негативні емоції.

В сучасну епоху дуже важливого значення набувають навички усвідомленого керування своїм інформаційним «меню». Постійний потік інформації відволікає нашу увагу, провокуючи на малопродуктивне блукання в мережі й викликаючи інформаційне перевантаження. Актуальною стає турбота не лише про відбір якісної інформації (знання принципів фактчекінгу, розпізнавання інформаційних маніпуляцій), а й про її оптимальну кількість. Надмірне споживання інформації, так само, як і надмірне споживання їжі, завдає нам шкоди. Тож варто замислитися над правилами інформаційної гігієни й проаналізувати свій стиль «споживання інформації» за кількома ключовими аспектами.

## РОЗДІЛ 3

### РОЗВИТОК КРИТИЧНОГО МИСЛЕННЯ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ГІГІЄНИ СЕРЕД УКРАЇНСЬКОГО НАСЕЛЕННЯ

#### **3.1 Медіаосвітній курс «Інформаційна гігієна. Як розпізнати брехню в соцмережах, в інтернеті та на телебаченні» — фундамент побудови критичного мислення українців**

Можливості мас-медіа значні. За умови грамотного використання вони сприяють духовному збагаченню аудиторії, їхньому соціальному зростанню, збагаченню знань. Однак будучи важливим агентом соціалізації, через неправильне використання саме медіа відривають людей від їхньої реальності, формують неправильні ціннісні орієнтири, створюють стереотипи, провокують нездатність вирізняти віртуальну реальність з реальність. З огляду на це перед суспільством стоїть завдання захисту громадян від шкідливого впливу інформації, що транслюється мас-медіа. На це спрямовується законодавство держави, робота державних органів. Однак в епоху Інтернету обмежити доступ особистості до інформації неможливо. Та зрештою й не потрібно. Недоцільно захищати населення від впливу мас-медіа, обмежуючи час користування ними, більш продуктивно навчити їх грамотно взаємодіяти з медіаінформацією, оцінювати її та протидіяти спробам маніпулювання [55].

Одним з найголовніших засобів подолання негативних впливів мас-медіа на особистість є медіаосвіта. Її метою є формування в особистості умінь свідомого, відповідального і критичного користування засобами масової комунікації, а також самостійного творення медіаінформації.

Наразі не існує єдиної теорії медіаосвіти. Але, науковці виділяють такі медіаосвітні підходи, як:

- захисний, що охоплює ін'єкційну, ідеологічну та естетичну теорії медіаосвіти;
- аналітичний, до якого належать теорія формування критичного мислення, семіотична, культурологічна та соціокультурна теорії;

- практичний, відображений у всіх концепціях медіаосвіти [46].

Безперечно, що задля збалансованості медіаосвітнього процесу необхідно враховувати усі вищезазначені вимоги. Але бувають і такі ситуації, коли уникнути напливу інформації з різних джерел стає неможливим, тому варто навчити людину правильно та критично сприймати довколишні впливи. Отже, зростає роль теорії формування критичного мислення, в основі якої – навчання аудиторії «декодувати» медіатексти.

На переконання О. Пометун, критичне мислення – це «окремий тип мислення, який характеризується активністю, цілеспрямованістю, самостійністю, дисциплінованістю та рефлексивністю та передбачає розвиток у процесі навчання здатності людини: визначати проблеми, аналізувати, синтезувати, оцінювати інформацію з будь-яких джерел, висувати альтернативи й оцінювати їх, обирати спосіб розв’язання проблеми чи власну позицію щодо неї й обґрунтовувати свої погляди, робити свідомий вибір і діяти» [38].

У контексті медіа і медіатекстів критичне мислення – це складний рефлексивний процес мислення, який включає асоціативне сприймання, синтез, аналіз і оцінку механізмів функціонування медіа в соціумі, а також медіатекстів, що надходять до людини через засоби масової комунікації. При цьому розвиток критичного мислення – не кінцева мета медіаосвіти, а її постійний компонент [47, С. 40].

Отже, саме у процесі медіаосвіти особистість може навчитися селективно обирати медіатексти, аналізувати їх, правильно інтерпретувати, оцінювати достовірність інформації, яку вони транслюють, відна- ходити приховані смисли, виявляти маніпулятивні впливи, формулювати самостійні судження щодо медіатексту, а також творчо використовувати отри- мані відомості. Усі ці вміння притаманні лише медіаграмотній людині. Отже, медіаграмотна особистість здатна шукати альтернативні джерела інформації, вміє використовувати мас-медіа з користю та для задоволення, не стає об’єктом маніпуляції з боку ЗМІ тощо [55].

Медіапедагогами розробляються окремі методи та технології розвитку критичного мислення аудиторії. Проаналізуємо одну з популярних освітніх програм на платформі Prometheus - «Інформаційна гігієна. Як розпізнати брехню в соцмережах, в інтернеті та на телебаченні».

Авторкою виступила Оксана Мороз - засновниця ініціативи з інформаційної гігієни «Як не стати овочем». Вона 20 років працювала в галузі комунікацій: у корпораціях, агенціях, стартапах та власному бізнесі. Серед її клієнтів були політики та бізнесмени. Вона спеціалізується на аналізі та формуванні інформаційного поля, вивчає поведінку людей у ньому. Із 2015 року постійний запрошений спікер Києво-Могилянської бізнес-школи. Її мета — до 2024 року навчити 7 млн українців інформаційної гігієни. Авторка та ведуча радіоблогу «Вірю не вірю» на Радіо «Культура», а також книжок: «Нація овочів?», «Боротьба за правду» та «Нація овочів. Інструкція з виживання в інфопросторі» [54].

Курс «Інформаційна гігієна. Як розпізнати брехню в соцмережах, в інтернеті та на телебаченні» базується навколо на лекціях з інфогігієни, які Оксана Мороз читала особисто. Він включає в себе 5 модулів про маніпуляції на найпоширеніших інформаційних каналах – Facebook, Viber, Telegram, онлайн-медіа, телебаченні, Google, YouTube та навіть на Вікіпедії. Також, він вчить користувачів фільтрувати джерела інформації та дає загальне розуміння функціонування основних сфер — держави, економіки, медицини, міжнародної політики, цифрової реальності, популярної науки. Їхня ціль - розвиток інформаційної гігієни серед українців, адже відсутність у людей інформаційного імунітету — це комплексна та глибока проблема. Проте її вирішення неможливе без двох ключових навичок: вміння фільтрувати інформацію та розуміння того, як функціонують ключові сфери життя (політика, економіка, медицина і т.д) [22].

Ми пройшли весь курс та отримали сертифікати про його успішне проходження. Під час навчання, досліджували цей навчальний продукт на предмет його актуальність, корисність та те, як у майбутньому він може бути



вдосконалений. Курс включає в себе такі теми:

1. Вступ. Нова цифрова ера і ми в ній.
2. Як працюють та маніпулюють Facebook та онлайн-медіа.
3. Як працюють та маніпулюють телебачення, YouTube, Google, Вікіпедія
4. Як працюють та маніпулюють Viber та Telegram. Резюме курсу.

Кожна тема включає: відео-лекції, конспекти, тести та обговорення. У конспектах учні можуть знайти додаткові матеріали з того чи іншого питання - добірка фільмів, посилання на цікаві відео та статті, корисні дослідження та обов'язкові до читання книжки. Завершує курс окремий блок для вчителів. У ньому є поради, як ділитися отриманими знаннями з колегами та батьками учнів.

«В українців є крута самовпевненість в тому, що вони завдяки освіті, особистому досвіду та ще якимось факторам здатні розпізнавати фейки і маніпуляції. Хоча насправді це не так. І основна причина полягає в тому, що люди просто не розуміють, як зараз функціонує інформація. Тому весь дискурс «навчіть мене розпізнавати фейки» треба зводити до абетки. Спочатку ми дізнаємося, як функціонує сучасний світ, і лише після цього ми далі можемо говорити про якісь більші речі» [33].

На самому початку пропонується тест, який покажу поточну ситуацію із розвитком критичного мислення та станом інформаційного імунітету учня. Це такий собі зріз знань, для того, щоб мати змогу виміряти прогрес під час проходження курсу. Всього тест налічує 10 питань по 1 балу кожен. Так, якщо Ви набрали від 0 до 2 балів - Ви можете гідно протистояти шахраям та маніпуляторам та цей курс допоможе систематизувати знання та передавати їх іншим. Якщо ж Ви набрали від 3 балів і більше - Ви легка здобич для маніпуляторів і на жаль, таких 97% українців.

Тут важливо зазначити, що згідно із дослідженнями тільки 3 відсотки українців вміють протистояти фейкам і маніпуляціям [53].

З першого розділу «Вступ до курсу» ми дізнаємося як працює ця освітня програма. Як зазначає авторка, це курс з абетки інфогієни. Він про те, як зараз працюють та маніпулюють основні інфоджерела та як мінімізувати вплив

інфовірусів на своє життя. У цьому курсі немає магічних пігулок. Тут не говорять говорити про тактику чи стратегію інфовійни. Ми також, розуміємо на прикладі, «Нові Санжари 2020» — як завдяки відсутності офіційної інформації та поширення чуток через соцмережі можна створити хаус та масове нагнітання ситуації, яке може призвести до того, що українець кидає в українця камінням. Із цього випливає те, що ми живемо в новій інформаційній реальності, де мінімум інформації + суперечлива тема + недовіра владі + страх + звичка покладатися тільки на себе + нерозуміння суті нової інформаційної реальності може призвести до катастрофічних подій. З цього випливає, що змінилось значення інформації. Ери змінилися. Нових правил не з'явилося. І головна мета цього освітнього продукту навчити людей безпечно споживати інформацію.

Саме коронавірус став живильним середовищем для розвитку інфовірусів. 42% українців ніколи не перевіряють інформацію на достовірність [19]. Що потрібно, аби інфовірус уразив аудиторію:

1. Тема, яка стосується конкретного користувача.
2. Мінімум інформації.
3. Суперечлива інформація.
4. Недовіра до офіційного джерела.
5. Страх.
6. Стрес.
7. Ізоляція.

Саме під дією стресу наш мозок працює на рівні палеоліту. Це стосується кожного [37]. Самі ж українці, які споживають інформацію — основний поширювач інфовірусів. І вони це роблять безкоштовно, через незнання.

Зупинимося детальніше на темах освітньої програми.

**Тема 1. Facebook та онлайн-медіа.** Всього цей розділ вміщує 10 відео, конспект та тест. Тут авторка розповідає як працює сама соцмережа, як збирають особисті дані, як розповсюджуються фейки та розповідає як захиститися від ботів. Взагалі, 47% українців споживають новини з Facebook. Це ключовий інструмент маніпуляцій. Тут зав'язується дискусія [53].

Наприклад, як працюють алгоритми у Facebook:

1. Що ми / наші друзі публікуємо;
2. З чим ми / наші друзі взаємодіємо;
3. Що ми / наші друзі читаємо
4. Що ми / наші друзі переглядаємо.

Для того, аби заразити людину інфовірусом в Facebook необхідно лише мати доступ до користувача, знати його емоційні гачки, правильно сконструювати інфовірус та запустити його. Люди далі самі його поширяють.

Дуже актуальні у цьому розділі поради про те, як визначати ботів в Facebook:

1. Наявність особистих фото. Різних. В різні сезони. Завантажених в різні періоди.
2. Особисті дописи. Не мотиватори. Не репости.
3. Хто в друзях — реальні люди чи сумнівні акаунти?

Також, для подальших досліджень ми зафіксували ось ці правила безпеки в Facebook:

1. Дивимося, чи є боти. Якщо є — перевіряємо інформацію;
2. Перед тим, як взаємодіяти (вподобання, поширення, коментар) — перевіряти / читати;
3. Провести аудит, на які сторінки підписаний автор;
4. Додавати в друзі тільки після перевірки публікацій;
5. Не додавати ботів в друзі;
6. Не проходити тести / ігри / опитування...;
7. Не брати участь у флешмобах «скопіюй текст».

Не забуваємо про створення надійного унікального паролю, двофакторну аутентифікацію.

Важливою темою медіосвітньої програми — це навчити людей обирати професійні медіа для споживання інформації, а не з сайтів-сміттярк. Зазначимо, що 48% українців споживають новини з онлайн-медіа [53].

Сміттярки — це де:

- Немає редакції;

- Немає автора;
- Емоційні заголовки;
- Переважають звинувачення;
- Немає в рейтингу ІМІ.

Авторка Оксана Мороз вчить учнів виробити інформаційний трафарет. Як це?

1. Проведіть аудит —звідки ви зараз берете інформацію;
2. Оберіть 3-5 медіа з Білого списку — це ваш інформаційний трафарет;
3. Першою беріть інформацію з інфотрафарету;
4. «Відріжте» всі інші медіа;
5. Якщо надсилають повідомлення і вони не з Білого списку – не читайте.

Зацікавив заголовок – подивіться чи є ця новина в ЗМІ з Білого списку.

Тема 2. Телебачення, Google, YouTube, Вікіпедія. У цьому розділі 5 відео-лекцій. 52% українців споживають новини з телебачення [53]. Авторка одразу наголошує, що українські телеканали збиткові. Вони існують за гроші власників. «Вам дають круті шоу. Ви їх дивитесь. Звикаєте до каналу. Він для вас стає основним. Олігарх змінює вашу думку через новини та політичні програми». Також, важливо, аби люди пам'ятали про правило 6С: Скандали, Сенсації, Страх, Смерть, Секс, Сміх. Тобто новини перетворюють на шоу. Дуже цікаво у цьому розділі інформація про пошук у Google. Тобто, в залежності якою мовою будуть користуватися відвідувачі, то інформація буде різна.

Не минули у курсі і тему YouTube. 30% українців споживають новини з YouTube [53]. YouTube — це інфотеймент. Є навіть таке правило: «розважаючи, інформує». Тут можна все, що буде затягувати глядача. Тут панує культ блогера: глядачі живуть його життя. Наприклад, переглядів у про українських каналів у 2,5 разів менше, ніж у проросійських [27].

Важливо для подальших досліджень розширити тему маніпуляцій Вікіпедії. Вікіпедія — це енциклопедія. Тут — сухі факти про значиме. Без емоцій, перебільшень, критики, лестоців.

Як працює Вікіпедія?

1. Інформацію може змінити кожен;
2. Патрульні та адміни Вікії перевіряють. Вони волонтери;
3. Інформація там перевіряється вибірково;
4. Спірні питання вирішуються в дебатах. Інколи, місяцями.

І звісно, є суттєва різниця між російською та українською Вікіпедією. VS Українська Вікі: Що робити:

- 1) Користуйтеся українською Вікіпедією.
- 2) Не читайте у Вікіпедії новин.
- 3) Переконайтеся, що інформація перевірена патрульними Вікіпедії.

Тема 3. Viber, Telegram та резюме курсу. 18% українців споживають новини з Viber [53]. Viber—що з ним не так: його розробляє компанія, що допомагає Лукашенку проводити репресії. І вона ж співпрацює з російським Яндексом. Її керівництво має заборону на в'їзд до ЄС. А в офісі працівникам заборонено спілкуватися білоруською.

21% українців споживають новини з Telegram [53]. Що робити:

1. Telegram територія чуток. 90%+ з них - брехня;
2. НЕ споживайте інформацію в анонімних каналах;
- 3) Перевіряйте канали на «штучну популярність»;
- 4) Не відкривайте посилань від незнайомих людей.

Почати формувати інформаційну гігієну для себе та близьких точка з розвитку умінь фільтрувати інформацію. Виграти війну з брехнею — це виграти битву за перше джерело, в якому людина знайде відповідь на своє запитання. У цьому контексті дуже важливий останній розділ для вчителів. Адже на разазі, у школах вчать медіаграмотності та саме вчителів закладають фундамент маленьких українців. Як навчати дітей інфогігієні:

Правило #1

Батьки — перший авторитет. Розпочніть з формування власної інфогігієни.

Правило #2

Домовляйтесь на рівні дорослих.

Правило #3

Уважно ставтесь до запитань дітей.

Правило #4

Заборона не вихід.

Хочемо зазначити, що медіаосвіта та медіаграмотність є досить важливими складовими формування критичного мислення серед українців. Це надзвичайно потрібно в умовах війни. Важливо, аби ці ці предмети були включені в освітній процес. Сучасний етап розвитку освітнього процесу є стартом для практичного впровадження медіаосвіти в навчання. Підкреслимо, що сьогодні медіаосвіта має бути спрямована на забезпечення всебічної підготовки студентів до життя в інформаційному суспільстві. Головною метою медіаосвіти є формування медіакультури особистості в середовищі значущих для неї спільноти.

Окреслимо головні завдання медіаосвіти:

- медіаінформаційна грамотності як комплексний підхід умінь, знань, розуміння і відносин, які дають споживачам можливість повноцінно функціонувати в інформаційному просторі;
- сформувати медіаімунітет особистості, який зробить її здатною протистояти агресивному медіасередовищу і деструктивним медіаінформаційним впливам;
- розвинути критичне мислення як психологічних механізмів, які забезпечують свідоме споживання медіапродукції і саморегуляцію взаємодії з медіа;

Пропонуємо такі напрями медіаосвіти в сучасній українській освіті:

- наскрізне впровадження медіаосвіти в освітній процес сучасного навчального закладу та шкільні ЗМІ;
- загальна середня освіта в контексті впровадження медіаосвітніх інновацій, (закордонний досвід медіаосвіти)
- медіаграмотність як складова безпекових компетенцій.

Отже, в умовах інформаційного вибуху актуалізуються завдання навчання особистості правильно відбирати, сприймати та користуватися інформацією, яка надходить з різних джерел мас-медіа. На сьогодні важливо розвивати в українцях

критичне мислення, яке допоможе їм грамотно інтерпретувати інформацію, встановлювати її достовірність, виявляти маніпулятивні впливи та формулювати власну точку зору щодо отриманої інформації, а також творчо використовувати отримані відомості. На нашу думку, розвиток критичного мислення має здійснюватися освітніми інституціями. При цьому надзвичайно продуктивно це можна робити в межах медіаосвіти на прикладах медіатекстів різних жанрів та різного призначення.

### **3.2 «Телебачення Торонто» платформа для протидії російської пропаганди та розвитку критичного мислення серед українців**

Тренд суспільного розвитку 2022 року - формування критичного мислення. Наразі, цим питанням займаються педагоги і психологи, філософи і політологи, журналісти та науковці. Актуальною вона є насамперед й для медійної сфери.

На сьогодні, блоги є обов'язковим майданчиком для популярної медіакритики. Критику в межах блогу не щоразу можна розглядати як таку, що належно обґрунтована. Проте блоги доцільно розглядати в практиці медіакритики, але як її неформального сегменту. Зауважимо, що є тенденція до прочитання блогової медіакритики молодим поколінням. Тому впливи її є очевидними. Також блогосферу прийнято розглядати як менш заангажовану та незалежну від упереджених і зацікавлених власників політичних чи олігархічних структур. Тобто, саме вони є наразі дуже популярними [31].

«Телебачення Торонто» — незалежна транснаціональна мультимедійна корпорація, що виробляє гумористичні, соціально-політичні, культурні та не дуже відео з Майклом Щуром, а також без Майкла Щура: з Ярославою Кравченко, Максимом Щербиною, Анатолієм Остапенком, Олександром Гонтар та іншими. “ Як згадувалося раніше, Майкл Щур – обличчя «Телебачення Торонто» – зараз у лавах ЗСУ. Коли був етап стрімів, раз на тиждень Майкл виходив в ефір і доповідав підписникам, де вони були, що бачили і як їх де обстрілювали.

Все розпочиналося з програми «#@)€?0 з Майклом Щуром» – сатиричний дайджест новин, що виходив один раз на тиждень на декількох українських телеканалах, на Youtube-каналі «Телебачення Торонто», а також на «UA: Українське радіо» виходила радіоверсія програми.

Пріоритетний напрямок каналу є новинна журналістика, яка подається комічно та з елементами інфотейнменту. Для висвітлення головних подій України та світу автори каналу аналізують як новини, опубліковані у ЗМІ та соціальних мережах, так і проводять власні репортажі й розслідування.

Для дослідження ми обрали випуски на Youtube-каналі «Телебачення Торонто» з 1 листопада по 1 грудня 2022 року. Незмінними залишилися рубрики «Трансляції» та «Вибір редакції». Сьогодні в цих рубриках, так чи інакше, висвітлюється тема російсько-української війни, яка наразі триває. Загалом це 14 різноманітних випусків. Варто зазначити, що за хронометражем всі вони дорівнюють 10-15 хвилин та об'єднані темою війни в Україні. Немає конкретної рубрики та програми, як було раніше. Наразі, можна виокремити таку типологію:

- Російська-українська війна. Репортажі;
- Російська-українська війна. Інтерв'ю;
- Російська-українська війна. OSINT-розслідування;
- Російська-українська війна

Ми обрали до аналізу саме останню добірку відео Ютуб-каналу, адже саме тут команда «Телебачення Торонто» розвінчують міфи та новини, які ширяться у мас-медійному просторі та розколюють українське суспільство, вони активно протистоять російській пропаганді та вчать українці критично мислити. У програмі демонструється, як певна новина була представлена в ЗМІ, порівнюється її трактування різними мас-медіа, і подається власна інтерпретація, представлена як інфотейнмент з елементами комічності. У заголовку зазвичай подано тема новини, про яку далі говоритиметься у випуску, що зручно для глядача. А в описі під випуском подано короткий опис.

Хочемо зазначити, що У від особистості критика ЗМІ залежить дуже багато чого. Його діяльність звернена одночасно до двох видів аудиторії. По-



перше, до рядових споживачів масової інформації (не фахівців у галузі журналістики), на свідомість яких спрямовані всі маніпулятивні прийоми й технології із закріплення в пам'яті конкретних – комусь вигідних – подій, явищ або висловлень. Це дуже різна аудиторія, що складається із представників різних професій, соціальних груп, сфер діяльності й віків. Але саме для неї працюють усі медійні редакції, вибираючи цільові групи для точечних впливів. Основним завданням звернення до цієї аудиторної групи є повсякденне скрупульозне дослідження «порядку денного» ЗМІ, інструментів його формування й впровадження у свідомість людей, а також різних маніпулятивних ефектів. По-друге, медіакритика звернена до працівників ЗМІ, що формують те або інше відбиття повсякденної реальності в медіа. У цьому випадку кожний критик повинен дати аргументований аналіз і оцінку чинних практик, норм і правил діяльності журналіста в контексті існуючої ринкової економіки, соціально-політичного клімату в країні з обов'язковим визначенням і вираженням власного ставлення (позиції) до тем або інших проявів його поведінки [33].

Випуск «Україна без світла. АЛЕ СРАКУ ЗНОВУ ЖУЄ рОСІЯ». Всі ми знаємо, що російські медіа люблять перекручувати факти та подавати інформацію так, як їм вигідно. У цьому епізоді російська пропаганда намагається використати вимкнення електроенергії в Україні для розкачки скандалів всередині України. Команда «Телебачення Торонта» розвінчує цю новину. Наприклад, російські телеканали говорили про масовий мітинг в Одесі, хоча насправді вийшло до 10 людей. Вони взяли коментарі в «Украенерго» для з'ясування поточної ситуації зі світлом, а також сатирично висміяли російські ток-шоу. Вони показали, що росіяни просто публікують гучні фрази без будь-якого фактажу: «Электроэнергию дают как попало, без графиков, всего на полтора часа в сутки и то ночью». Ну і звісно, тут варто зазначити, що Вайбер, де людей призвали виходити на мітинги — зіграв не останню роль [45]. Тут, також розвінчено основні теорію, чому ж українці зараз без світла та кому це вигідно (саме ними росіяни намагаються розколоти суспільство):

3. Енергію вимикають усюди, аби в Києві було світло;

4. Енергію вимикають на Сході, аби у львові було світло;
5. Енергію вимикають усюди, аби транспортувати її в Європу.

Випуск «ВІЙНА НА ТЕРИТОРІЇ РОСІЇ: росіяни вже риють окопи і панікують». Тут, команда «Телебачення Торонта» розвінчує та висміює пропагандистів, які зараз сіяють паніку серед росіян. Тобто, на телеканалах Росії відверто кажуть, що Росія готується до повномасштабного вторгнення. На свою територію. Вони риють окопи навколо Курська, встановлюють фортифікаційні споруди, у різних містах Росії звучать сирени та перевіряються бомбосховища. Це почало ширитися після деокупації Херсону. Ну і звісно, тут шириться думка, що це саме НАТО буде наступати на Росію. Автори зауважують, що зараз змінюється риторика російських журналістів, які говорять про те, що є проблеми в армії Росії та з планом Путіна [7].

Випуск «АНТИУКРАЇНСЬКЕ КУБЛО: влади́ка павло у Лаврі любить путі́на і росію». У Києво-Печерській Лаврі русня співала пісні, які прославляють росію. Ватні консерви казали, що це все фейк і монтаж, однак згодом Владика Павло підтвердив автентичність запису, бо йому нема сенсу приховувати свою прихильність до держави-окупанта. Тут є розбір, проросійських медіа та показ їх. Розбираються минулі інтерв'ю, де у 2018 р. Павло казав про американські біолабораторії на території України. Дуже коротко, журналісти розібрали тему прихильності Києво-Печерської Лаври до Росії: побиття журналістів, нечітка позиція у війна, Росію терористом не вважають, проросійські служби і т.п. [1].

Взагалі, відео в цій рубриці команда каналу намагається робити максимально короткими та інформативними. У них немає традиційних анонсів новин. У титрах ім'я ведучих часто пишеться скорочено (Саша Гонтар, а не Олександра). Розмовляють ведучі переважно стоячи, перебувають при цьому на однотонному фоні. Власне повідомлення та аналіз новини здебільшого відбувається таким чином: ведучий виголошує підводку, після цього кадр ділиться надвоє та з'являється фото, відео або скріншот новини, про яку йде мова. Найчастіше в одному випуску робиться підбір декількох новин, які, так чи інакше, доповнюють одна одну та стосуються однієї теми.

Характерною особливістю новин у цій рубриці є також те, що автори каналу здійснюють вибірку новин та відео в переважній більшості саме з російських ЗМІ, а не українських. Варто зазначити, що при використанні російської мови у випусках завжди додаються українські субтитри. Це, як ми вважаємо, є принциповою позицією каналу, і це дуже добре.

Наприкінці випусків ведучий не прощається з аудиторією, що є властивим для традиційних новинних програм. Натомість «Телебачення Торонто», зазнавши структурних трансформацій, розширилося рубрикою під назвою «Волонтерське» наприкінці кожного епізоду. У ній ведучі розповідають про благодійні фонди та організації, які займаються допомогою українській армії та українцям. Дедалі частіше спостерігаємо використання нових технологій у випусках (наприклад, розміщення QR-кодів для грошових донатів).

Тобто, можемо зробити висновок, що «Телебачення Торонто» наразі протистоїть лавині російської пропаганди, допомагає зрозуміти українцям поточну ситуацію, а також сприяє розвитку критичного мислення. Все це роблять у жартівливому та саркастичному форматі. Їхня формула: беруть певну новину та розбирають її по фактам (офіційні джерела, запити, коментарі, історичні джерела і т.п.). У цих відео немає постійного ведучого. Тобто, що випуску вони змінюються. Можемо зробити висновок, що «Телебачення Торонто» став своєрідним комунікаційним майданчиком для фахівців, які відстежуючи зміни інформаційного поля та трактуючи їх для аудиторії вимоглової професійної аудиторії. Такі проєкти допомагають вписати українські медіа у світовий контекст розвитку.

Такі медіакритичні проєкти передбачають наявність навичок саморефлексії при сприйнятті медіаповідомлень, вміння виявляти соціо- та егоцентричні мотиви масових комунікаторів, враховувати контекстні чинники, фонові знання, емпіричні дані та критерії оцінки ефективності медіаповідомлень.

На сьогодні, коли спостерігається високий рівень споживання медіапродукції, зростає ідеологічне значення медіа, їх вплив на свідомість суспільства; відбувається швидке зростання кількості медіаінформації;

спостерігається ускладнення механізмів управління медіапростором, поширення національних та міжнародних процесів приватизації інформації, актуалізується питання щодо формування критичного мислення стосовно мас-медіа. Тому у наш час особливої актуальності набуває необхідність відрізнити факти від думок і суджень, реалії від медіаконструктів, істину від облуди й постає питання, як здобути необхідних навичок для об'єктивної обробки й сприйняття інформації. Отже, важливо, аби медіапродукт, який створюють журналісти був якісним [43].

Інформаційно-комунікаційна функція медіакритики забезпечує донесення інформації до аудиторії; передбачає моніторинг актуальних процесів у сфері ЗМК, а також трансляцію даних спостереження й оцінок широкій аудиторії. Пізнавально-оціночна функція реалізується шляхом поєднання взаємопов'язаних пізнавальних операцій: моніторингу, аналізу, інтерпретації, оцінки, прогнозу. Регулятивна функція медіакритики виявляється у впливі на діяльність ЗМК. Професійна медіакритика регулює діяльність ЗМК з позицій внутрішнього регулятора, через здійснення саморегулювання професійних співтовариств. Академічна медіакритика бере участь в обговоренні існуючих нормативів щодо діяльності ЗМК, вносить певні пропозиції щодо медійних практик. Масова медіакритика впливає на медіаспільноту опосередковано, через формування суспільної думки щодо ЗМК. У реалізації коригувальної функції медіакритика встановлює міру адекватності й відповідності реалій тій картині світу, яку пропонують ЗМК. Просвітницька функція медіакритики полягає в тому, що медіакритика формує уявлення аудиторії щодо діяльності ЗМК.

Проаналізувавши науково-теоретичну базу та декілька освітніх проектів, ми виокремили такі аспекти, який варто дотримуватися для збереження інформаційної гігієни.

1. Фактчекінг — обов'язкова складова розбору поточної ситуації

Нерідко буває так, що хтось вигадує неправдиву новину чи створює таку ж фотографію і виставляє її в інтернеті. Це називається інформаційний вкид. Головна мета, аби люди почали активно ширити це повідомлення. Тому варто перевіряти факти, або передати це повідомлення журналістам, аби вони його

перевірили.

## 2. Критично аналізувати прочитане

Необхідно, аби аудиторія звертала увагу на дані та статистику. Цифри — докази, якими дуже легко маніпулювати та, на жаль, часто саме так і роблять медіаманіпулятори. Тому важливо, аби люди, коли читали, ставили собі запитання: “Кому вигідно, щоби я це прочитав”.

## 3. Підписатися на фактчекерів

Наприклад, сайт [Stopfake.org](http://Stopfake.org). Так, журналісти цієї платформи просто моніторять російські, українські та європейські медіа, де журналісти шукають потенційно неправдиву інформацію, перевіряючи факти.

## 4. Відокремлюємо емоції від факти

Часто в новинах або соціальних мережах журналісти апелюють саме до емоцій читачів. Люди всі певною мірою емоційною, тому нам легше реагувати на те, що написано чи подано яскраво.

## 5. Вивчати алгоритми

Всім відомо, що соціальні мережі працюють за певними алгоритмами. Вони влаштовані так, щоб затягнути нас і залишити подовше в режимі онлайн. Соціальні мережі аналізують також вашу мережеву активність (лайки, коментарі, репости) і на їхній основі формують вам стрічку новин. Це і називається алгоритм, підлаштований під вас і під який ви підпадаєте.

Взагалі, важливо зробити усе, аби тема критичного мислення та інформаційної гігієни стало модною. Кожен повинен вводити її в суспільний дискурс: пояснювати ближньому, читачу та аудиторії, чому це важливо. У подальших досліджень, ми пропонуємо звернутися до таких онлайн-ігор, які розвивають критичне мислення:

- «(Не)підкупність» – про те, як протистояти корупції та як тут знадобляться навички критичного мислення;
- «Медіаграмотна місія» – допомагає дорослим перевірити, чи вміють вони протистояти фейкам та упередженням;
- «Пригоди Літератуса» – вчить шукати інформацію та розпізнавати

неправдиву.

Отже, медіаграмотність формується завдяки критичному мисленню. Необхідність цього процесу зумовлена ще й тим, що сучасні мас-медіа в умовах глобалізації та інформаційного суспільства часто вирішально впливають на те, яким люди сприймають навколишній світ. Медіаосвіта покликана надати особистості можливість самозахисту шляхом навчання критичного сприйняття медійних повідомлень.

## ВИСНОВКИ

У наш час важко переоцінити роль інформації у житті людини, а отже, сьогодні ЗМІ несуть велику відповідальність. У зв'язку з цим вони здебільшого спираються на інтереси та запити аудиторії. Через розповсюдження великої кількості інформації, яка вимагає вдумливості, критичності та складається переважно із аналітики, з'явився попит на більш «легкий» формат її подачі, яка може дуже легко маніпулювати фактами та людьми. Саме 24 лютого 2022 рік змінив життя кожного із нас. Розпочалася активна фаза війни, яку розпочала рф. Цьому передувала не тільки окупація Криму та Донбасу, але й гібридна війна, яку наші «сусіди» розпочали ще у 2014 році. Російські ЗМІ активно використовували пропаганду, аби психологічно обробити свою аудиторію. Як показали сьогоднішні події, які розгортаються на території нашої держави — у них була ціль. Їхня інформаційна війна була націлена на масове задурення населення, підготовка суспільної думку в росії до зовнішньої агресії та у потрібний час отримання схвалення російського населення щодо воєнних дій росії проти України.

У зв'язку з цим значне місце в сучасному обговоренні полягає роль та розвиток критичного мислення та інформаційна гігієна, адже саме вони сприяють стійкості до інфовірусів, вкидів та протидії маніпуляторам, адже уміти відрізнити правду від брехні — важлива навичка, адже людство живе в часи справжнісінької навали різноманітної інформації. Вона ллється на нас практично з усіх шпарин. Під час війни медіаграмотність вкрай необхідна — для захисту свого життя, бо ворог веде проти нас війну не лише на полі бою, він намагається вразити нас в інформаційному просторі. І робить він це 24/7. Його завдання: ширити зневіру, підривати довіру та підтримку партнерів, сіяти паніку, створити в кожного українця враження, що війну ми програємо або й уже програли.

Ми з'ясували, що поточний рівень розвитку критичного мислення та інформаційної гігієни знаходиться на початковому рівні. Тобто, лише 3%

українців можуть відрізнити, де є правдива новина, а де фейк. Критичне мислення — це система суджень, яка допомагає людям аналізувати інформацію таким чином, щоб на її підставі ухвалювати раціональні рішення. Якщо говорити глобально, то це здатність відрізнити брехню від істини. Інформаційна гігієна - це фільтрація потоку отримуваної інформації, що допомагає не засмічувати голову фейками. Ці два поняття дуже важливі, особливо зараз, в епоху постправди.

Саме медіаграмотність може забезпечити людину від цих негативних впливів. З 24 лютого 2022 року, з перших днів повномасштабного вторгнення, українці щодня проявляють надзвичайну стійкість. Ми створили єдиний інформаційним фронтом проти держави-агресора. Але наразі, ми лише вчимося відбивати ворожу пропаганду та дезінформацію. Підкреслимо, що ворог так само вдосконалює свої методи. Саме тому надзвичайно важливо постійно прокачувати свої навички. Головна мета ворога зараз - застати нас зненацька. Вразити нас там, де ми цього не очікуємо.

Медіаграмотність як навичка допоможе правильно відділяти зерно від половини, тобто відрізнити правду від брехні, а також навчить українців зберігати емоційну та психологічну стійкість, уникати масової паніки і не менш важливим те, що ми зможемо ухвалювати правильні рішення на основі ретельно перевіреної інформації.

«Телебачення Торонто» та «Інформаційна гігієна. Як розпізнати брехню в соцмережах, в інтернеті та на телебаченні», на нашу думку, є яскравими представниками програм, які допоможуть людям розвинути критичне мислення та зміцнити інформаційний імунітет. Проаналізувавши ці два проєкти, ми дійшли висновку, що важливо, аби в українському мас-медійному просторі було ще більше освітніх та розважальних програм, які б сприяли б розвитку медіаграмотності.

Так, команда проєкту «Телебачення Торонто» відтворює, як певна подія була представлена в ЗМІ, порівнює «бачення» різними мас-медіа, та подає власне трактування, яке представлено комічно. Тобто, вони розвінчують міфи, які



ширяться у російських та проросійських каналах. Це можуть бути дотепні жарти, незвичні порівняння, використання іронії та сарказму, образної мови. Тут є факти з українських державних джерел.

Ми виявили, що велику роль у низького рівня розвитку критичного мислення є відсутність чіткої державної політики по впровадженню медіаграмотності. Особливо в умовах війни, українці потребують спецефічних навичок, аби орієнтуватися у мас-медійному просторі. Отже, ми потребує ще більшої кількості таких проєктів, як «Інформаційна гігієна. Як розпізнати брехню в соцмережах, в інтернеті та на телебаченні», які будуть орієнтовані на чіткі групи населення.

Підкреслимо, що під час війни інформація поширюється дуже швидко, а можливість відфільтрувати неправдиве повідомлення від правдивого мінімальна. Наразі, психологічне напруження тільки зростає. Під час цього, навички критичного мислення слабшають. Тож, ми рекомендуємо наразі - це сформувати свій інформаційний простір так, аби отримувати новини лише з достовірних та перевірених джерел. Важливо не забувати про інформаційний трафарет. Рекомендуємо також відписатися від усіх російських сторінок та оминати такі канали, що входять до списку від Центру протидії дезінформації, адже вони поширюють російську пропаганду та керуються російськими спецслужбами. Краще споживати новини у соцмережах офіційних сторінок державних установ таких, як: Офіс Президента України, МЗС, Генеральний штаб ЗСУ, та інші. Це допоможе оперативно отримувати достовірну інформацію від першоджерел.

Серед ЗМІ обирати потрібно ті, які входять до Білого списку від ІМІ. Для цього, до речі, корисно буде підписатися на Telegram-канал PulseMedia. Він інтегрує новини з медіа, що входять до Білого списку, та державних ресурсів з протидії дезінформації.

Не кожен фейк можна визначити з першого погляду. Для перевірки деякої інформації потрібно провести ціле розслідування. Тож, доречно регулярно перевіряти сайти та сторінки у соцмережах фактчекінгових організацій,

наприклад, StopFake, а також державних ресурсів, таких як: Центр стратегічних комунікацій та Центр протидії дезінформації. Наразі, ми розуміє, що інформація з кожним днем стає потужною зброєю у війнах. Саме тому потрібно уважно та відповідально споживати її. Розвиток критичного мислення та підвищення рівня інформаційної гігієни є важливим кроком на шляху до перемоги. Саме ці дві складові не дадуть можливість отруйній російській пропаганді поглинути український медіапростір та проникнути і клітини українців.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Антиукраїнське кубло: влади́ка павло у Лаврі любить путі́на і росію. Телебачення торонто: ютуб-канал. URL: <http://bit.ly/3VTe8M9> (дата звернення: 5.12.2022).
2. Арбелаез-Кампілло Д., Тацій В., Рохас-Багамон М., Данильян О. Значення критичного мислення в житті сучасного суспільства. *Вісник Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого*. 2020. № 3 (46). С. 11–27.
3. Баровська А. Інформаційні виклики гібридної війни: контент, канали, механізми протидії: аналіт. доп. Київ: НІСД, 2016. 109 с.
4. Барсукова Л. Технологія критичного мислення. URL: <https://bit.ly/3BVcVB5> (дата звернення: 5.12.2022).
5. Безпека в інтернеті - це як власна гігієна: про неї треба дбати щодня. *Zaxid.net*: веб-сайт. URL: <https://bit.ly/3FLxWLT> (дата звернення: 5.12.2022).
6. Боротьба за правду. Як мій дядько переміг брехню. Простою мовою про брехню всюди. Молодіжне інтернет-радіо «Universe»: веб-сайт. URL: <https://bit.ly/3hmpwRI> (дата звернення: 5.12.2022).
7. ВІЙНА НА ТЕРИТОРІЇ РОСІЇ: росіяни вже риють окопи і панікують. Телебачення торонто: ютуб-канал. URL: <https://bit.ly/3BwWolg> (дата звернення: 5.12.2022).
8. Воробйова І. Інформаційно-психологічна зброя як самостійний засіб ведення інформаційно-психологічної війни. *Системи озброєння і військова техніка*. 2010. № 1 (21). С. 141-144
9. Вчимося бути медіаграмотними: за заг. ред. М. Масютіної. Бердянськ : Колібри ; Запоріжжя : Дике поле, 2016. 200 с.
10. Габович Р., Познанский С., Шахбазян Г. Гигиена: 3-е изд., перераб. и доп. Киев: Вища школа, Головное изд-во, 1984. 320 с.
11. Головка А., Токарський О. Роль ЗМІ в сучасній інформаційній війні.

*Молодий вчений*. 2016. № 6 (33). С. 309 – 311.

12. Горбань Ю. Інформаційна війна проти України та засоби її ведення. *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України*. 2015. №1. С. 136–141.

13. Горбулін В., Додонов О., Ланде Д. Інформаційні операції та безпека суспільства: загрози, протидія, моделювання: монографія. Київ: Інтертехнологія, 2009. 164 с.

14. Горохова І. Значущість критичного мислення для сучасних суспільства та освіти. URL: <https://bit.ly/3VtMmOc> (дата звернення: 5.12.2022).

15. Громова, Н. Психологічні особливості установки на критичне мислення. *Актуальні проблеми психології*: веб-сайт. URL: <https://bit.ly/3V3faUU> (дата звернення: 5.12.2022).

16. Довженко О. Для чого потрібна медіакритика? [Електронний ресурс] // Медіакритика. 18.11.2011. URL: <https://bit.ly/3FMMH16> (дата звернення: 5.12.2022).

17. Доктрина інформаційної безпеки: Указ Президента України № 47 / 2017. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29 грудня 2016 року «Про Доктрину інформаційної безпеки України». URL: <https://bit.ly/3iZTGe9> (дата звернення: 5.12.2022).

18. Зеркалов Д. Інформаційні війни. *Безпека життєдіяльності*. 2009. №3. С. 35–38.

19. Золотар О. Інформаційна безпека людини: теорія і практика : монографія. Київ : ТОВ «Видавничий дім «АртЕк», 2018. 446 с.

20. Індекс медіаграмотності українців (дослідження). *MediaSapiens*: веб-сайт. URL: <https://bit.ly/3Vxn0yU> (дата звернення: 5.12.2022).

21. Інформаційна гігієна під час війни: 7 базових правил. *Освіторія*: веб-сайт. URL: <https://bit.ly/3hpVJYu> (дата звернення: 5.12.2022).

22. Інформаційна гігієна під час війни: як зберегти холодну голову і здоровий глузд. *Наррутондау*: веб-сайт. URL: <https://bit.ly/3VY85WM> (дата звернення: 5.12.2022).

23. Інформаційна гігієна. Як розпізнати брехню в соцмережах, в інтернеті та на телебаченні. *Prometheus*: веб-сайт. URL: <http://bit.ly/3PqZhpK> (дата звернення: 5.12.2022).
24. Інформаційно-психологічне протиборство: *підручник*. За заг. ред. В. Бедь, В. Петрика. К.: ПАТ «ВІПОЛ», 2018. 386 с.
25. Калініченко Б. Інформаційна війна: чинники ескалації і засоби протидії. Київ: 2020. 150 с.
26. Кузіна І. Роль інституту освіти в забезпеченні інформаційної безпеки держави (з позицій неоінституціонального підходу). *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи»*. 2017. Випуск 38. С. 31–34.
27. Курбан О. Сучасні інформаційні війни у мережевому онлайн просторі: навчальний посібник. Київ: ВІКНУ, 2016. 286 с.
28. Литвиненко О. Медіаграмотність громадян у контексті гібридних воєн: приклад України. *Молодий вчений*. 2018. № 3(55). С. 259–263.
29. Лише 11% українців змогли відрізнити фейки - дослідження. *MediaSapiens*: веб-сайт. URL: <https://bit.ly/3Fqu8hV> (дата звернення: 5.12.2022).
30. Манойло А. Государственная информационная политика в особых условиях. М., 2013. 388 с.
31. Медіаграмотність як протидія інформаційній агресії: як не стати “корисним ідіотом” у руках пропагандистів. *MediaSapiens*: веб-сайт. URL: <https://bit.ly/3Fj2RO4> (дата звернення: 5.12.2022).
32. Миколаєнко, А. Медіакритика в Україні: тенденції та перспективи розвитку. *Український інформаційний простір*, (1(5)), 118–125. URL: <https://bit.ly/3hoeSKk> (дата звернення: 5.12.2022).
33. Нація овочів? Як інформація змінює мислення і поведінку українців: вірус який вбиває повільно». Молодіжне інтернет-радіо «Universe»: веб-сайт. URL: <https://bit.ly/3hk3Y8z> (дата звернення: 5.12.2022).
34. Немеш О. Вплив медіа на соціалізацію сучасної молоді. *Психологія*:

*реальність і перспективи*. Рівне : РДГУ, 2020. Вип. 14. С. 166–176.

35. Овчаренко Д. Медіакритика: функціонально-типологічний і жанрово-тематичний аспекти. Дисертація: СДУ. 2021. URL: <https://bit.ly/3YoG2BE> (дата звернення: 5.12.2022).

36. Мороз О.: «Люди повинні зрозуміти правила інформаційної гігієни. Зрозуміти та дотримуватися їх». Молодіжне інтернет-радіо «Universe» 20.04.2021. URL: <https://bit.ly/3YkcMvH> (дата звернення: 5.12.2022).

37. Панарин И. Информационная война и третий Рим. М., 2001. 244 с.

38. Погрібна В., Герасіна. Л. Інформаційна війна як каталізатор геополітичних змін. *Європейська інтеграція в контексті сучасної геополітики: зб. наук. статей за матеріалами наук. конф., м. Харків, 24 трав. 2016 р.* Редкол.: А. Гетьман, І. Яковюк, В. Самощенко та ін. Харків: Право, 2016. 115 с.

39. Політика в українському YouTube. Чому Україна програє Росії: Українська правда: веб-сайт. URL: <https://bit.ly/3j0YoZ6> (дата звернення: 5.12.2022).

40. Половина українців не будуть вакцинуватися від COVID. Як вони стали адептами теорії змови. Українська правда: веб-сайт. URL: <https://bit.ly/3VWs0FE> (дата звернення: 5.12.2022).

41. Пометун О. Критичне мислення як педагогічний феномен. *Український педагогічний журнал*. 2018. № 2. С. 89–98.

42. Попова, Т., Ліпкан, В. Стратегічні комунікації. За загл. редак. В. Ліпкана. К: ФОП, 2016. 416 с.

43. Світова гібридна війна: український фронт: монографія. За заг. ред. В. Горбуліна. Київ: НІСД, 2017. 496 с.

44. Стратегія і тактика гібридних війн в контексті військової агресії Росії проти України. Борисфен Інтел. 24 листопада 2014. URL: <https://bit.ly/3HzfMOW> (дата звернення: 5.12.2022).

45. Сунь-дзи. Мистецтво війни. ВСЛ: 2015. 114 с.

46. Сульма А. Медіакритика в Україні, функції, тематика, проблематика : *дисертація*. ДНУ: 2015. URL: <https://bit.ly/3hlQfOj> (дата

звернення: 5.12.2022).

47. Терно С. Методика розвитку критичного мислення школярів у процесі навчання історії. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2012. 70 с.

48. Тягло О. Критичне мислення: Навчальний посібник. Х.: Видавнича група „Основа”, 2008. 189с.

49. Тяпкіна Н. ., Чернявська Л. ., Усманова О. ., Любченко Ю. ., та інші . . Конструктор вправ. Збірник практичних завдань з інфомедійної грамотності, інтегрованої до фахової підготовки студентів-журналістів. За загальною редакцією Тараненко О. ., Дуцик Д. . Київ: IREX, 2022. 67 с.

50. Україна без світла. АЛЕ СРАКУ ЗНОВУ ЖУЄ рОСІЯ. Телебачення Торонто: ютуб-канал. URL: <https://bit.ly/3VUs09b> (дата звернення: 5.12.2022).

51. Федоров А. Медиаобразование и медиаграмотность. Таганрог : Изд-во Кучма, 2004. 340 с.

52. Федоров А. Развитие критического мышления в медиаобразовании: основные понятия. *Инновации в образовании*. 2007. № 4. С. 30–47.

53. Халперн Д. Психология критического мышления: пер. с англ. Н. Мальгиной, С. Рысева, Л. Царук. СПб:Питер, 2000. 512 с.

54. Хорошко В., Хохлачова Ю. Інформаційна війна. ЗМІ як інструмент інформаційного впливу на суспільство. Частина 1. *Інформаційна безпека*. 2016. № 22 (3). С. 283–288.

55. Чаплак Я. Роль критичного мислення у творчих пошуках «внутрішнього камертону душі» особистості. *Современные научные исследования и инновации*. 2011. № 4. URL: <https://bit.ly/3BzzHcu> (дата звернення: 5.12.2022).

56. Чому сьогодні важливо перевіряти інформацію та як навчитися її фільтрувати: корисні поради. *Всеосвіта*: веб-сайт. URL: <https://bit.ly/3FPtgVI> (дата звернення: 5.12.2022).

57. Фенько Н.М. Медіакритика: навчальний електронний посібник. URL: <https://wiki.cuspu.edu.ua/index.php>

58. Чернявська Л. В. Трансформація медіареальності в умовах війни в Україні. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2022. № 2. С. 78-85. URL: <https://bit.ly/3YiEb14> (дата звернення: 5.12.2022).
59. Чернявська Л. В. Соціальна відповідальність медіа в умовах російсько-української війни. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2022. № 3. С. 59-65.
60. Чернявська Л. Соціопросторові параметри медіакритики. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2014. № 3. С. 42-46.
61. Шейбе С., Рогоу Ф. Медіаграмотність: критичне мислення у мультимедійному світі: перекл. з англ. С. Дьома ; за заг. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. К. : Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2017. 319 с.
62. Щорічне опитування USAID-Internews «Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів медіа у 2020 р.». Internews: вебсайт. URL: <https://bit.ly/3VVVGTi> (дата звернення: 5.12.2022).
63. Як не стати овочем? *Оксана Мороз*: веб-сайт. URL: <https://bit.ly/3PoK8FC> (дата звернення: 5.12.2022).
64. Buckingham D. *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture*. Cambridge, UK : Polity Press, 2003. 232 p.
65. Berelson B. *Content Analysis in Communication Research*. New York: The Free Press, 1952. — P. 74
66. Caulfield M. It Can Take As Little As Thirty Seconds, Seriously. *Hargood*: веб-сайт. URL: <https://bit.ly/3FrJP8i> (дата звернення: 5.12.2022).
67. Holt, K., & Krogh, T. von (2010). The citizen as media critic in periods of media change. *Observatorio*, 4 (4), 287–306. <https://bit.ly/3uPb47S> (дата звернення: 5.12.2022).
68. Hoffman F. *Conflict in the 21st century: The rise of hybrid wars*. Arlington, Virginia: Potomac Institute for Policy Studies, 2007. 72 s.
69. Lipman M. *Critical Thinking: What can it be? Institute of Critical Thinking*. Resource Publication, 1988. Series 1. No 1. 12 p.
70. Rona T. P. *Weapon Systems and Information War / Boeing Aerospace*



Co. Seattle: WA, 1976. 73 p.

71. Paul R. Critical Thinking: Basic Questions and Answers // Paul R. Critical Thinking : What Every Person Needs to Survive In a Rapidly Changing World. – California, 1992. – 148p.

## ДОДАТОК А

### ПРИКЛАДИ МЕДІАПРОЄКТІВ З РОЗВИТКУ КРИТИЧНОГО МИСЛЕННЯ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ГІГІЄНИ

The screenshot shows the course interface on the Prometheus platform. At the top, the Prometheus logo is on the left, and the course title 'Інформаційна гігієна. Як розпізнати брехню в соцмережах, в інтернеті та на телебаченні' is in the center. To the right, there are buttons for 'Помощь', a user profile 'yuliachernyavska14', and 'Всі курси'. Below the title, there are tabs for 'Курс', 'Прогресс', 'Даты', and 'Обсуждение'. A search bar with 'Поиск по курсу' and buttons for 'Поиск' and 'Вернуться к курсу' is present. The main content area contains a text block with a close button 'x' and a 'Показати менше' button. To the right, there is a 'Дополнительные ресурсы' section with 'Закладки' and 'Обновления'.

Рис. А. 1. Опис курсу «Інформаційна гігієна. Як розпізнати брехню в соцмережах, в інтернеті та на телебаченні» на Prometheus.

The screenshot shows the course structure as a list of items with expandable arrows on the left and checkmarks on the right. The items are: 'Перед початком', 'Вступ' (with a green checkmark), 'Тема 1. Нова цифрова ера – правила та загрози', 'Тема 2. Facebook та онлайн-медіа', 'Тема 3. Телебачення, Google, YouTube, Вікіпедія', 'Тема 4. Viber, Telegram та резюме курсу', 'Тема 5. Інформаційна гігієна для вчителів', and 'Завершення курсу' (with a green checkmark).

Рис. А. 2. Структура курсу з медіаграмотності.



Рис. А. 3. Приклад сертифікату після успішного закінчення курсу з «Інформаційна гігієна. Як розпізнати брехню в соцмережах, в інтернеті та на телебаченні».

**Декларація  
академічної доброчесності  
здобувача освітнього ступеня магістр  
ЗНУ**

Я, Чернявська Юлія, студентка II курсу магістратури, заочної форми навчання, факультету журналістики, спеціальність журналістика, yuliachernyavska14@gmail.com

- підтверджую, що написана мною дипломна робота на тему «Критичне мислення та інформаційна гігієна в українському інформаційному просторі» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений/ознайомлена;

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

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

Дата \_\_\_\_\_ Підпис \_\_\_\_\_ ПІБ (студент) \_\_\_\_\_

Дата \_\_\_\_\_ Підпис \_\_\_\_\_ ПІБ (науковий керівник) \_\_\_\_\_