

**Міністерство освіти і науки України  
Чернівецький національний університет  
імені Юрія Федьковича**

Факультет історії, політології та міжнародних відносин  
Кафедра міжнародної інформації

**Проблеми протидії поширенню деструктивної пропаганди та  
dezінформації в Європейському Союзі**

**Дипломна робота**

**Рівень вищої освіти – другий (магістерський)**

Виконала студентка 6 курсу, групи 604

Спеціальність 291 Міжнародні відносини,  
суспільні комунікації та регіональні студії

Середа Марія Олегівна

Керівник: канд. іст. наук, доц. Звоздецька О.Я.

Рецензент:

**До захисту допущено:**

**Протокол засідання кафедри № \_\_\_\_\_**

від \_\_\_\_\_

зав. кафедри \_\_\_\_\_ проф. Фісанов В.П.

Чернівці – 2021

## **ЗМІСТ**

<b>ВСТУП</b> .....	3
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ, ДЖЕРЕЛЬНА БАЗА ТА СТАН НАУКОВОЇ РОЗРОБКИ ПРОБЛЕМАТИКИ</b> .....	6
1.1. Підходи до визначення ключових понять «дезінформації» та «пропаганди» .....	6
1.2. Характеристика джерельної бази дослідження .....	18
<b>РОЗДІЛ 2. ДЕЗІНФОРМАЦІЯ ЯК ЗАГРОЗА НАЦІОНАЛЬНІЙ БЕЗПЕЦІ ЄС</b> .....	27
2.1. Деструктивний інформаційний вплив в європейському інформаційному просторі: виклики та загрози .....	27
2.2. Нормативно-правові та інституційні механізми протидії дезінформації в ЄС.....	38
<b>РОЗДІЛ 3. ПРОТИДІЯ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ: ЄВРОПЕЙСЬКІ ПІДХОДИ ТА СТАНДАРТИ</b> .....	53
3.1. Фактчекінг як інструмент протидії маніпулятивним впливам: поняття, концепція формату, різновиди.....	53
3.2. Медіаосвіта як системна контрстратегія протидії деструктивним інформаційним впливам в ЄС.....	66
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	77
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	82
<b>SUMMARY</b> .....	95

## ВСТУП

*Актуальність дослідження.* В XXI ст. важливу роль в життєдіяльності суспільства відіграють сучасні технології та соціальні медіа. Їх розвиток приніс нові можливості та перспективи для комунікації, бізнесу тощо. Проте такий стрімкий розвиток інформаційних технологій несе із собою цілий ряд загроз, зокрема маніпулювання масовою свідомістю та управління людьми для того, щоб підпорядковувати їх конкретним пропагандистським, військовим та комерційним цілям. Найбільш розповсюдженою такою загрозою на сьогодні є неправдива інформація, яка здатна поширюватись із шаленою швидкістю за короткий період часу.

Дезінформація та підроблені новини стали повсякденним явищем у мінливому сучасному суспільстві, де читачі самі стають творцями та тими хто поширює (свідомо чи несвідомо) неправдиву, чи свідомо спотворену інформацію. Дезінформація здійснює психологічний вплив на особистість, вводить споживача в оману щодо справжнього стану речей та створює так звану «викривлену реальність». Основна загроза демократії полягає у здатності дезінформації та пропаганди на основі брехні здійснювати колосальний вплив на громадську думку. Це несе за собою тяжкі наслідки, які впливають на свободу вираження думки, право на приватність та на демократичні процеси в цілому.

Найбільш ефективним способом розповсюдження неправдивої та оманливої інформації являються соціальні медіа. Сьогодні соціальні мережі швидко набувають популярності, при цьому охоплюючи дуже велику аудиторію. Саме це є хорошою платформою для маніпуляцій і висвітлення неправдивої інформації в інтересах впливових людей, угруповань та окремих держав. Особливо, фейкові новини розповсюджуються на тлі важливих та масштабних подій таких, як вибори до Європарламенту (2019 р.), вихід Великобританії з Європейського Союзу, спалах епідемії Covid-19 тощо.

Протягом останніх років ЄС визнав дезінформацію та фейкові новини як головні загрози для громадян та демократичних інституцій країн Європи. Для цього з 2014 р. ЄС вживає низку заходів для зменшення та зупинення великих масивів неправдивої інформації, включаючи різноманітні проекти та ініціативи з підвищення обізнаності про явище дезінформації, вчасне виявлення та швидку відповідь на неї як в Європі, так і за її межами. Тому, дослідження проявів цього феномену в ЗМІ й соціальних мережах, та його вплив на суспільну свідомість є актуальним і важливим в умовах розвитку інформаційного суспільства.

**Мета магістерської роботи** полягає в дослідженні механізмів протидії деструктивній пропаганді та дезінформації в ЄС.

Досягнення даної мети вимагає постановки й розв'язання наступних **завдань**:

- розкрити зміст понять «фейк», «дезінформація» та «інформаційний розлад»;
- визначити загрози та виклики в інформаційному просторі ЄС від дезінформаційних кампаній;
- проаналізувати нормативно-правові та інституційні механізми протидії дезінформаційним впливам в ЄС;
- охарактеризувати факчекінг та медіаосвіту як інструменти протидії деструктивним інформаційним впливам в ЄС.

**Об'єктом дослідження** є інформаційна безпека Європейського Союзу.

**Предметом дослідження** є протидія поширенню дезінформації та пропаганди в інформаційному просторі ЄС.

**Методи дослідження.** На різних етапах роботи, відповідно до поставлених завдань були використані спеціальні та загальнонаукові методи, а саме метод аналізу використано при опрацюванні нормативно-правової бази ЄС, що стосується поширенню дезінформації та боротьби з нею; історичний метод дав змогу простежити основні етапи розповсюдження дезінформації та формування інституційних механізмів для ефективної протидії цій загрозі на теренах ЄС; метод узагальнення використано для

виявлення головних загроз та викликів в умовах розквіту сучасних технологій.

**Апробація результатів дослідження:**

1) Серета М.О. Фактчекінг як інструмент протидії поширенню дезінформації в інформаційному просторі ЄС: матеріали XV Міжнародної наук.-практ. конф. Актуальні проблеми зовнішньої політики України, м. Чернівці 2021 р., факультет історії, політології та міжнародних відносин. Чернівці: Чернівецький нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2021. (В друці)

**Структура роботи** зумовлена метою, об'єктом, предметом і завданням дослідження. Вона складається зі вступу, трьох розділів, які розділені на підрозділи, висновків та використаних джерел (115 найменувань). Загальний обсяг 96 сторінок.

## **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ, ДЖЕРЕЛЬНА БАЗА ТА СТАН НАУКОВОЇ РОЗРОБКИ ПРОБЛЕМАТИКИ**

### **1.1. Підходи до визначення ключових понять «дезінформації» та «пропаганди»**

У ХХІ ст. інформація стала ключовим інструментом національної влади та трансформувала вплив недержавних акторів. За останні роки простежується стрімкий розвиток дезінформації та пропаганди у всьому світі. Супротивники використовують пропаганду та дезінформацію для маніпулювання громадською думкою, руйнування соціально-політичних інституцій, тим самим послаблюючи демократію. Краще розуміння інформаційного середовища, його впливу на геополітичні події та поведінку людей є життєво важливим для підтримки безпеки та прийняття важливих політичних рішень. Головним викликом для сучасного суспільства є захист демократичних процесів та особистості від навали дезінформації та пропаганди.

Дезінформація – неправдива або оманлива інформація, яка поширюється цілеспрямовано та з метою ввести в оману [31].

Мета дезінформації – завдання економічної шкоди, маніпулювання громадською думкою чи отримання прибутку. Нині дезінформація супроводжується фальсифікованими, вирваними з контексту та маніпуляційними зображеннями або відео. Основними каналами поширення дезінформації є інтернет-форуми, новинні сайти та соціальні мережі [95].

Слід звернути увагу на те, що вперше Європейська Рада визнала загрозу дезінформації у 2015 р., коли Росія активізувала її на теренах ЄС. Дезінформаційні кампанії, зокрема з боку третіх країн, здебільшого, є частиною гібридної війни, що містить кібератаки та злом мереж.

У «Плані дій ЄС щодо дезінформації» (2018) (Action plan against disinformation) визначено, що дезінформація є частиною гібридних кампаній. Головною метою яких є розділити європейське суспільство та підірвати довіру громадян до демократичних процесів й інституцій ЄС [1].

Клер Вордл (Claire Wardle) і Хосейн Деракшан (Hossein Derakhshan) автори дослідження «Інформаційний розлад: до міждисциплінарних рамок для досліджень та формування політики» (Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making), яке було опубліковано 2017 р. за підтримки Ради Європи. Згідно якого, інформаційний розлад об'єднує 3 типи понять: неправдива інформація, дезінформація та шкідлива інформація.

- Неправдива інформація (mis-information) – інформація, яка є хибною, але створена без мети нанесення шкоди. Найчастіше такого роду інформація використовує ненавмисні помилки, неправильні підписи до фото або відео, некоректні дати/статистика тощо.

- Дезінформація (dis-information) – неправдива інформація, яка була навмисно створена з метою заподіяння шкоди особі, соціальній групі, організації чи країні. Іншими словами, це сфабрикований чи цілеспрямовано змінений аудіовізуальний контент, спеціально створені різноманітні конспіраційні теорії або чутки.

- Шкідлива інформація (mal-information) – інформація, яка базується на реальних фактах та використовується з метою завдати шкоди особі, організації, країні. Це навмисне оприлюднення персональної інформації в особистих інтересах, навмисна зміна контексту публікацій.

Отже, відмінними рисами цих визначень є хибність інформації, наміри та вид заподіяння шкоди. До того ж, ці концептуальні рамки, які запропонували автори дослідження використовуються різними вченими та державними установами [93].

Згідно цієї доповіді, інформаційний розлад має 3 фази:

- Створення повідомлення.
- Обробка – повідомлення перетворюється на медіапродукт.
- Поширення – повідомлення розповсюджується або оприлюднюється [93].

Однією з ключових загроз для сучасного суспільства є пропаганда. Сам термін з'явився ще у 1622 р., але негативного значення поняття набуло в ХХ ст., коли Радянський Союз та німецький уряд на чолі з Гітлером розповсюджували пропаганду відповідно до положень нацизму та комунізму, що викликали негативні наслідки.

Дослідники Г. Джовет (G. Jovet) та В. О'Доннел (V. O'Donnell) у своїй книзі «Пропаганда та переконання» (Propaganda and persuasion) визначають пропаганду, як «цілеспрямовані, систематичні зусилля, щоб маніпулювати свідомістю, формувати сприйняття та спрямовувати поведінку в необхідний пропагандисту бік. Пропаганда передбачає заплановане використання будь-яких форм комунікацій, створених для впливу на розум, емоції і дії групи з визначеною метою». Модель пропаганди показує як інформація та переконання можуть міститися в пропагандистській комунікації. До того ж, пропаганда впливає на громадську думку та зміни поведінки суспільства. Термін «пропаганда» асоціюється з контролем і розглядається як навмисна спроба змінити або зберегти баланс сил, який вигідний для пропагандиста. Зазвичай, ці зусилля пов'язані з чіткою інституційною ідеологією та метою. Тому метою пропаганди виступає донесення певної ідеології до аудиторії з конкретною ціллю [55].

Пропаганда має велику кількість різноманітних форм. Залежно від мети розрізняють позитивну та негативну пропаганду. «Мета позитивної пропаганди полягає в сприянні соціальній гармонії та вихованню людей у дусі загальноприйнятих цінностей. В суспільстві позитивна пропаганда виконує інформаційну та виховну функції. Основними характеристиками є наступні:

- здійснюється на користь тих, кому адресована;
- не використовує обман та приховування фактів;
- не містить маніпулятивної мети» [74].

Відповідно, метою негативної пропаганди є нав'язування людям певних думок та переконань для того, щоб розпалити соціальну ворожнечу,



викликати суперечності в суспільстві тощо. Це дає змогу підпорядкувати людей та зробити їх слухняними для пропагандиста. Також розрізняють білу, чорну та сіру пропаганду.

При застосуванні білої пропаганди використовується надійне джерело, яке можна ідентифікувати та інформація є достовірною і перевіреною. Такий вид пропаганди намагається завоювати довіру аудиторії, оскільки це в майбутньому може стати в нагоді.

При використанні чорної пропаганди, джерело інформації приховують та поширюють неправдиву інформацію, чутки тощо. Успіх цього виду пропаганди залежить від аудиторії та її готовності довіряти джерелу інформації і його змісту. Головну роль відіграє правильність підбору цільової аудиторії та відповідна подача інформації в соціальних, культурних та політичних рамках.

Сіра пропаганда знаходиться між білою та чорною пропагандою, а це означає, що джерело інформації та її зміст неможливо точно визначити. В основному, вона використовується для підсилення обману або ж збентежити ворога чи конкурента. Сіра пропаганда є широко розповсюдженою, адже до цієї категорії потрапляють спотворені документи, статистики звітів, реклама [55].

Отже, поняття дезінформації та пропаганди мають як спільні, так і відмінні риси. Спільною рисою, яка притаманна цим поняттям є те, що вони цілеспрямовано поширюють інформацію з конкретною метою. Відмінними рисами є те, що дезінформація спрямована виключно на деструктивні наслідки, в той час як пропаганда може все-таки бути конструктивною.

У ЄС існує проблема із загальною термінологією «дезінформації», «пропаганди», «фейкових новин», оскільки не існує єдиних визначень цих понять, які використовуються в ЄС. Поняття «фейкових новин» можна трактувати по-різному, але найбільш чітке визначення міститься в Кембриджському словнику: «це неправдиві історії, які під виглядом новинних повідомлень поширюються в Інтернеті або використовуються в

інших ЗМІ, зазвичай створені для впливу на політичні погляди або як жарт» [36].

В офіційній документації ЄС та звітах дослідницьких організацій пропонується відмовитися від використання поняття «фейкові новини» через те, що він вразливий до неправильного вживання, політизований та використовується як знаряддя боротьби.

Першою спробою на офіційному рівні конкретно визначити поняття «дезінформація» є звіт Групи високого рівня (High Level Group on Fake News and Online Disinformation), що має назву «Багатовимірний підхід до дезінформації» (A multi-dimensional approach to disinformation) (2018 р.) [28]. У даному звіті зазначається, що проблеми дезінформації взаємопов'язані з розвитком цифрових медіа. Вони керуються різними суб'єктами – державними чи недержавними, комерційними, ЗМІ, громадянами і маніпулятивним використанням комунікаційних механізмів, які були створені для поширення та посилення дезінформації у великих масштабах. Визначення дезінформації, яке міститься у цьому звіті використовується в документах Ради Європи та Європейської Комісії: «дезінформація – це усі форми фальшивої та оманливої інформації, яка розроблена, представлена та пропагована для навмисного заподіяння шкоди суспільству або отримання прибутку» [28]. Проблема дезінформації є різносторонньою і деякі її форми виникли внаслідок розвитку соціальних мереж. Також вони пов'язані з більш широкими політичними, соціальними та громадськими проблемами.

По-перше, політичні суб'єкти часто є розповсюджувачами дезінформації. Це можуть бути як іноземні уряди, так і внутрішні групи, які активно працюють, щоб підірвати цілісність європейських медіа та політичних процесів.

По-друге, не всі ЗМІ дотримуються професійних стандартів та редакційної незалежності, тим самим сприяють розвитку проблем дезінформації та послаблюють довіру європейських громадян до ЗМІ.

По-третє, роль цифрових медіа, а саме американських соціальних мереж, які мають безліч можливостей та послуг для комунікації. Інструменти, які вони надають, розширюють можливості європейських громадян, створюючи нові способи розповсюдження та отримання різноманітної інформації й поглядів з різних джерел. Проте, це має свої наслідки, зокрема створення та поширення дезінформації у великих масштабах.

Таким чином, загрози, які створює дезінформація вбудовані в складну еволюційну систему, що підкреслює важливість спільних зусиль для того, щоб зробити цифрові медіа та соціальні мережі більш зрозумілими та прозорими для європейських громадян.

Доктор філософії та спеціальний радник Європейського центру протидії гібридним загрозам, Джеймс Паммент (James Pamment) – автор дослідження «Майбутні загрози та рішення, які розглядаються в перспективі щодо протидії дезінформації в ЄС (2020)» (Future Threats, Future Solutions that looks into the future of the European Union's (EU) disinformation policy (2020) у другій його частині «Роль ЄС у боротьбі з дезінформацією: посилення рамкових програм» (The EU's Role in Fighting Disinformation: Crafting A Disinformation Framework) розмежовує поняття дезінформації й неправдивої інформації, операції впливу та зовнішнє втручання. Зокрема, поняття «дезінформації» визначається Памментом як «неправдивий контент, який створюється та поширюється з метою економічної вигоди або для навмисного введення в оману громадськості, а також який може завдати їй шкоди» [71]. Потрібно відзначити, що це поняття закріплене в офіційних документах Європейської Комісії. «Операції впливу» дослідник визначає, як скоординовані зусилля зловмисних осіб або груп, що здійснюють вплив на суспільство. Термін «іноземне втручання» підкреслює намір суб'єкта втручатися в право людини на свободу вираження політичної думки та в демократичні процеси іншої країни [71].

До того ж, поняття «іноземне втручання» чітко визначено у резолюції Європейської Ради про «Додаткові зусилля щодо підвищення цифрової стійкості та протидії гібридним загрозам (2019 р.)» (2019 European Council resolution on supplementary efforts to enhance digital resilience and counter hybrid threats): «іноземне втручання – спроби перешкодити вільному вираженню політичної думки, особливо у разі втручання в суверенні політичні питання іноземної держави». Прикладом цього є втручання у вибори для дестабілізації ситуації в країні на тлі важливих та масштабних подій [10].

Важливу роль відіграє визначення суб'єктів дезінформації і як зазначено у дослідженні Жонжена Вілмера (Jeangène Vilmer) та Александра Ескорія (Alexandre Escorcía) «Інформаційні маніпуляції: виклик для наших демократій» (Information manipulation: A Challenge for Our Democracies) головними акторами, які розповсюджують дезінформацію на території Європи є Росія та Китай. Також у своєму дослідженні вони наголошують на тому, що у даному випадку більш коректніше треба говорити про Кремль, а не про Росію в цілому, щоб не змішувати владу з її народом. Оскільки першими жертвами інформаційних маніпуляцій стали саме росіяни. Багато з них добре усвідомлюють, що новини є сфабрикованими, адже влада Кремля зміцнюється не шляхом переконання людей, говорячи правду, а способом розуміння того, що російський уряд може диктувати умови «правди» і в такий спосіб посилювати свої позиції у поширенні дезінформації в Європі. Здебільшого, дезінформація транслюється через російські новинні медіа, мовлення яких поширюється на країни ЄС, таких як, «RT» та «Sputnik». Початковою їх метою було покращити імідж Росії за кордоном, але вони не досягли успіху в цьому, тому згодом Кремль наказав цим медіа змінити підхід на негативний, а саме вони стали використовуватися для приниження іміджу супротивника. Таким чином, Кремль не стільки створює кризові ситуації, скільки використовує наявні вразливі місця, суперечності громадян та напружену політичну ситуацію в країні [91].

Іншим глобальним розповсюджувачем пропаганди та дезінформації на території ЄС є Китай, який має довгу історію ідеологічних протистоянь та застосування пропаганди. Крім підтримки та покращення свого іміджу, Пекін розробляє інструменти впливу та втручання, які мають наступальні наміри.

У Китаї створення пропаганди є однією з головних цілей діяльності Комуністичної партії Китаю (КПК). Партія має велику бюрократичну структуру контролю інформації, яка тепер адаптована до статусу КНР на міжнародній арені. Зусилля на ідеологічному фронті мають дві цілі:

- сформувати внутрішньополітичний простір і підтримати легітимність партії (через цензуру та дезінформацію);
- впливати на міжнародну думку та вести «інформаційну війну» на користь китайських інтересів.

Органи пропаганди, а саме Центральний відділ пропаганди розташований на верхівці політичної ієрархії. Китайська пропаганда є важливою частиною її публічної дипломатії. Пекін керує контентом і використовує ряд напрямів для розвитку своїх гасел, які мають на меті керувати інтелектуальними дискусіями щодо Китаю і розповсюджувати позитивну інформацію серед громадськості [91].

Провідна дослідниця у галузі технологій та онлайн-пропаганди в ЄС, Саманта Бредшоу (Samanta Bradshaw) у своєму дослідженні «Операції впливу та дезінформації в соціальних мережах» (Influence Operations and Disinformation on Social Media) зазначає, що платформи соціальних медіа стали домінуючими у сучасному суспільстві. Відповідно, ці платформи стають важливим джерелом новин та інформації для усіх громадян світу. Також вони є місцем для політичних дискусій, дебатів та політичних дій. Важливу роль відіграє дизайн та керування платформою, адже це впливає на їх демократичні функції та на те, як поширюється дезінформація та пропаганда [33].

Характерними рисами сучасного інформаційного середовища на платформах соціальних медіа є:

- Велика кількість даних про людей та їх соціальну поведінку, тобто це дані, які ми залишаємо після себе в мережі, взаємодіючи з технологіями та контентом. Ці дані використовуються платформами для створення детальних уявлень про те, ким ми є, як споживачі, громадяни чи потенційні виборці. Збір, об'єднання та використання даних дозволяє іноземним супротивникам націлюватися на користувачів із політичною рекламою під час виборів. Такі повідомлення можуть стимулювати підтримку та мобілізацію для певного кандидата або придушувати політичну участь певних верств населення.

- Алгоритми – платформи застосовують алгоритми – або автоматизовані набори правил чи інструкцій – для перетворення даних у бажаний результат. Використовуючи математичні формули, алгоритми оцінюють, ранжують, упорядковують і доставляють вміст на основі таких факторів, як дані та особисті переваги окремого користувача, сукупні тенденції інтересів і поведінки подібних користувачів тощо. За допомогою алгоритмів, модерування контенту впливає на те, як новини та інформація розставляють пріоритети та показують користувачам різні погляди чи підсилюють вже існуючі точки зору, підштовхують користувачів до неправдивої та оманливої інформації або підкреслюють сенсаційний вміст інших авторів.

- Анонімність. Платформи соціальних мереж надають користувачам різні рівні анонімності. Те, чи мають користувачі використовувати своє справжнє ім'я, впливає на те, чи використовують боти, тролі чи навіть іноземні державні актори анонімність, щоб маскувати свою особистість, переслідувати чи погрожувати політичним активістам та журналістам, або спотворювати автентичні розмови про політику. При анонімності бракує прозорості щодо джерела інформації та щодо того, чи надходять новини, коментарі чи дискусії від справжніх голосів чи тих, хто намагається спотворити публічну сферу.

- Автоматизація, коли облікові записи можуть автоматично публікувати, ділитися або взаємодіяти з публікаціями або користувачами в Інтернеті. На відміну від користувача-людини, автоматизовані облікові записи, які іноді називають «політичними ботами» або «акаунтами-підсилювачами», можуть публікувати повідомлення набагато частіше та послідовно, ніж будь-який користувач. Незважаючи на те, що існує багато способів класифікації автоматизованих облікових записів та видів діяльності, вони зазвичай виконують дві функції, коли йдеться про операції з іноземним впливом. По-перше, автоматичні облікові записи можуть створювати помилкове відчуття популярності, імпульсу чи актуальності навколо певної людини чи ідеї, ставлячи лайк, роблять репост, чи публікують інформацію. Наприклад, мережі ботів можна використовувати для спотворення розмов в Інтернеті, доводячи дезінформацію або пропаганду до тренду. По-друге, автоматизація була неймовірно потужним інструментом у переслідуванні журналістів та активістів, у результаті чого людей переповнюють погрози та ненависть через акаунти, які навіть не є реальними [33].

Отже, головними каналами поширення дезінформації є наступні: новинні агенції або державні телеканали; державні та недержавні інституції; онлайн-ЗМІ та соціальні мережі.

Поряд з термінами «дезінформація» та «пропаганда» широко використовується поняття «нарратив», що означає історія, інтерпретація подій. Ворожі нарративи спрямовані на почуття, емоції та зачіпають певні соціальні вразливі місця. Вони складаються з правдивої та неправдивої інформації, де розповідь про факти має більше значення, ніж самі факти. Різні нарративи можуть навіть суперечити один одному, оскільки вони стосуються різних груп населення. В основному, ворожі нарративи базуються на соціальних проблемах і розповсюджуються на різних платформах, щоб підвищити вірусність повідомлення. У світі, перевантаженому інформацією, так звані «фейкові історії» створені для того, щоб привернути увагу. Люди, які постійно зіштовхуються з величезною кількістю інформації, схильні

довіряти думкам, які були створені та сформовані тими групами, які підтверджують вже існуючі переконання. Це «ефект ілюзорної правди» є механізмом, який надає історіям правдоподібність завдяки попередньому висвітленню, незважаючи на їх низький рівень загальної правдоподібності. Повторення збільшує легкість обробки тверджень, що, у свою чергу, використовується для визначення точності інформації [90].

Враховуючи вищенаведене, можна зробити висновок, що дезінформація та пропаганда є міжнародною проблемою та загрозою для суспільства.

Дезінформація породжує плутанину та недовіру, а також зменшує віру людей в інституції, які мають вирішальне значення для функціонування здорової демократії, як-от уряд, ЗМІ тощо. Це підриває здатність громадян ефективно брати участь у житті суспільства за допомогою голосування та інших громадських заходів. Дезінформація також може спонукати людей приймати рішення, які негативно впливають на особисте здоров'я, безпеку та фінансове становище суспільства.

Всесвітня мережа Інтернет та ЗМІ є сучасними механізмами маніпуляцій інформацією, що дає змогу використовувати нові інструменти передачі інформації та впливати на настрої у суспільстві. У результаті, Інтернет є зручним середовищем для поширення неправдивої інформації та пропаганди. Дезінформація та пропаганда настільки ефективні, що обманюють звичайних громадян, а алгоритми платформ швидко поширюють неправдиві історії у великих масштабах. В інформаційному середовищі, що характеризується перенасиченням вмісту та алгоритмів, призначених для збільшення переглядів та репостів, ворожі наративи можуть швидко стати вірусними, звертаючись до особистих упереджень.

Європа та Захід є об'єктами дезінформації, операцій впливу та іноземного втручання. І реакція більшості західних країн була подрібненою та повільною, обмеженою правовими обмеженнями та бюрократією, а також відсутність реального політичного розуміння проблеми та доказів її впливу.



Супротивниками є держави, організації та окремі особи. Вони розробили усталені методики та заклали основу для побудови мереж, розповсюдження наративів, щоб залучити більше прихильників для поточних та майбутніх дезінформаційних кампаній. Це ставить ЄС та його країни-члени в не вигідне становище, коли мова йде про протидію цій шкідливій діяльності.

Для Європейського Союзу важливо швидко реагувати та протидіяти цим загрозам. Про це свідчать численні документи та створені організації/інституції/підрозділи, головною діяльністю яких є вчасне виявлення та боротьба з дезінформацією та пропагандою в ЄС та сусідніх країнах.

## 1.2. Характеристика джерельної бази дослідження

Аналізуючи джерельну базу магістерської роботи, її можна систематизувати за наступними категоріями:

- 1) вітчизняні та зарубіжні дослідження;
- 2) нормативно-правова база ЄС у сфері протидії дезінформації та пропаганді;
- 3) офіційні веб-ресурси та новинні сайти.

Теоретичні аспекти явищ «дезінформації» та «пропаганди» досліджували як вітчизняні, так і зарубіжні науковці. У своїх роботах автори розкривають зміст понять дезінформації та пропаганди, їх основних інструментів та каналів поширення, а також аналізують як саме реалізується стратегія протидії дезінформації в Європейському Союзі.

Дослідженням проблем впливу дезінформації на суспільну свідомість займалися такі вітчизняні дослідники, як Г. Почепцов та В. Шлапаченко [23, 26].

Провідним вітчизняним дослідником дезінформації та фейків є Г. Почепцов. Зокрема, у своїй праці «(Дез)інформація» він досліджує питання маніпуляції інформацією цифровими медіа, а також гібридні та віртуальні війни, інструменти розповсюдження дезінформації та засоби управління масовою свідомістю [23].

Окрім дезінформації та пропаганди, серед сучасних загроз суспільству виділяють фейки. Дослідженням цього займаються такі вітчизняні дослідники, як М. Кіца та І. Мудра [21,22]. Вони визначають поняття «фейк», подають його класифікацію і методи виявлення. Крім того, доводять, що «фейкова інформація розповсюджується з метою ввести в оману, викликати сумніви і переконати аудиторію у правдивості повідомлення, а також аналізують приклади фейків, які поширюють ЗМК та методи їх знешкодження» [21,22].

Цікавою є робота дослідниці К. Удовиченко, у якій вона також розкриває поняття «фейк», аналізує методи та засоби перевірки фактажу, з'ясовує роль і місце редактора в перевірці фактичного матеріалу із врахуванням умов інформаційної війни та технічних засобів їх виявлення [24].

Важливою для розуміння проблеми протидії фейковій інформації, на нашу думку, є дослідження доктора наук із соціальних комунікацій В. Шевченко [25], яка розглядає історію виникнення фактчекінгу, методи маніпуляції та інструменти для верифікації інформації.

Для виявлення та ефективної протидії дезінформації та фейкам є науковці виділяють фактчекінг та медіаосвіту. Українським експертом у галузі перевірки фактів є О. Гороховський автор практичного посібника «Фактчек як тренд розслідувань: можливості та перспективи» [19]. Автор досліджує перевірку фактів з точки зору нового тренду в сучасній журналістиці, описує головну концепцію формату фактчекінгу та проаналізував досвід країн Європи у цій сфері. Також автор виокремлює ознаки, які вказують на неправдивість інформації, аналізує контент сайтів для можливості уточнення формулювання поняття «фактчекінг» та «верифікація», наводить головні ознаки, які вказують на необхідність перевірки даних.

Не менш важливим питанням для ЄС є медіаосвіта, адже це дає можливість громадянам різного віку орієнтуватися в сучасному середовищі новин і приймати усвідомлені рішення. Тому варто відзначити, працю українських дослідників у галузі медіаосвіти В. Іванова, О. Волошенюк, Л. Кульчинської «Медіаосвіта та медіаграмотність: короткий огляд» [20]. У даному збірнику автори, подають аналіз термінології зарубіжних дослідників щодо медіаосвіти та медіаграмотності, а також описують досвід розвинених країн Європи у становленні медіаосвіти

З огляду на те, що доробок українських дослідників з даної проблематики є досить невеликим, і поставлене питання не є вивченим у

повній мірі, проведене нами дослідження здійснювалося на роботах зарубіжних науковців.

Фундаментальним у сфері досліджень явища дезінформації є робота британської дослідниці соціальних мереж та дезінформації Клер Вордл (Claire Wardle) та ірано-канадського дослідника Хосейна Деракшан (Hossein Derakhshan) «Інформаційний розлад: до міждисциплінарних рамок для досліджень та формування політики» (Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making). Цей звіт є спробою всебічно вивчити інформаційний розлад і пов'язані з ним проблеми. Хоча історичний вплив чуток і сфабрикованого вмісту добре задокументовано, дослідники стверджують, що сучасні соціальні технології означають, що ми спостерігаємо щось нове: забруднення інформації в глобальному масштабі; складна мережа мотивацій для створення, поширення та споживання цих «забруднених» повідомлень; безліч типів контенту та технік для посилення публікацій; незліченні платформи, які розміщують і відтворюють цей контент; шалену швидкість спілкування в мережі Інтернет. Автори утримуються від використання терміну «фейкові новини» тому, що цей термін почали використовувати політики в усьому світі в негативному світлі і часто застосовують його як знаряддя боротьби. Таким чином, це стає механізмом, за допомогою якого сильні можуть притискати та обмежувати вільну пресу. Тому фахівці ввели нову концептуальну основу для дослідження інформаційного розладу, виокремлюючи три різні типи: неправильна інформація, дезінформація та шкідлива інформація, а також визначено їх основні елементи та фази [93].

Наступним важливим дослідженням є праця французьких науковців Жана Батиста Жонжена Вілмера (Jean-Baptiste Jeangène Vilmer) та Александра Ескорія (Alexandre Escorcía) «Інформаційні маніпуляції: виклик для наших демократій» (Information manipulation: A Challenge for Our Democracies) [91]. Дане дослідження є наслідком усвідомлення потенційної небезпеки, яку маніпулювання інформацією становить для наших

демократій. Оскільки явище маніпулювання інформацією не є новим, але головним у сучасному світі, то важливість даного дослідження обумовлено двома наступними факторами:

- безпрецедентна здатність Інтернету та соціальних мереж швидко та «вірусно» поширювати інформацію;
- зростаюча криза довіри до демократії, яка знецінює публічне мовлення та принижує саме поняття істини.

Тому в цій доповіді на зміну терміну «фейкові новини» використовується більш точний термін «маніпулювання інформацією». До того ж, основна увага зосереджується на конкретному виді маніпуляцій інформацією: тих, що організовані державами й чия мета полягає у тому, щоб ослабити або дестабілізувати демократичний лад в інших державах. Таким чином, у доповіді проаналізовано різноманітні маніпуляції з інформацією в країнах пострадянського простору, в Європі та Північній Америці, які є найвідомішими, акцентуючи увагу на кількох прикладах на Близькому Сході, Африці та Латинській Америці. Крім того, автори визначили майбутні технологічні виклики, тенденції російської «інформаційної війни» та можливі сценарії розвитку подій. Дослідники вважають, що маніпулювання інформацією залишатиметься проблемою в майбутньому і це буде довгостроковим викликом для наших демократій, оскільки інформація все більше розглядається як загальне благо, захист якої стосується всіх громадян. Перш за все, громадянське суспільство має розвивати власну стійкість, а уряди можуть і повинні прийти їм на допомогу. Вони не повинні бути лідерами, але, тим не менш, їхня роль є вирішальною, оскільки вони не можуть дозволити собі ігнорувати загрозу, яка підриває основи демократії та національної безпеки [91].

Інституційні механізми боротьби з дезінформацією та пропагандою в ЄС розглядає професор стратегічних комунікацій Джеймс Паммент (James Pamment) автор дослідження «Майбутні загрози та рішення, які розглядаються в перспективі щодо протидії дезінформації в ЄС» (Future

Threats, Future Solutions that looks into the future of the European Union's (EU) disinformation policy). Дане дослідження опубліковане в трьох статтях та виконане на замовлення Відділу стратегічних комунікацій Європейської служби зовнішніх дій (EEAS) [70].

У першій публікації «Роль ЄС у боротьбі з дезінформацією: повернення ініціативи» (The EU's Role in Fighting Disinformation: Taking Back the Initiative) Паммент акцентує увагу на майбутніх загрозах і мірі, в якій поточні інструменти ЄС щодо дезінформації можуть вирішити цю проблему. Слід зазначити, що дослідження даного питання співпадає з початком спалаху епідемії коронавірусу на п. 2020 р. Тому, у зв'язку з цим, спектр поточних інструментів боротьби з дезінформацією в ЄС був доповнений новим досвідом вирішення кризової ситуації громадського здоров'я [73].

У другій статті, «Роль ЄС у боротьбі з дезінформацією: посилення рамкових програм» (The EU's Role in Fighting Disinformation: Crafting an EU Disinformation) визначається основна термінологія та сфери організації дезінформаційної політики провідних інституцій ЄС [71].

У третій роботі «Роль ЄС у боротьбі з дезінформацією: розробка політичних заходів для 2020-х років» (The EU's Role in Fighting Disinformation: Developing Policy Interventions for the 2020s) детально описано три аспекти регулювання, які необхідні для розробки політики ЄС щодо дезінформації, здатної протистояти майбутнім загрозам [72].

Проблематику поширення фейкових новин в соціальних мережах активно досліджують американський журналіст і цифровий стратег Нік Ньюман [67], фізик і науковий письменник Марк Бьюкенен [34]. Наприклад, у своїй аналітичній доповіді «Журналістика, медіа, тренди технологій та передбачення» Ньюман чітко охарактеризовує віртуальну реальність як головний засіб для розповсюдження фейкових новин та досліджує вплив неправдивої інформації на світові політичні процеси [67].

Оскільки дезінформаційні кампанії є серйозним викликом для Європи і вимагають скоординованої реакції країн-членів та інституцій ЄС, соціальних

мереж, ЗМІ та громадян, левову частку джерельної бази магістерської роботи становить нормативно-правова база ЄС в сфері боротьби з дезінформацією та протидії гібридним загрозам. Серед основних документів варто виокремити наступні:

- «План дій зі стратегічних комунікацій» (2015) (EU Action Plan on Strategic Communication), в якому чітко були поставлені цілі щодо покращення можливостей ЄС у сфері ефективної комунікації та прогнозування, вирішення проблем та реагування на зовнішню дезінформаційну діяльність, а також зміцнення загального середовища ЗМІ в країнах Східного партнерства. Згідно цього плану, було створено Оперативну робочу групу зі стратегічних комунікацій ЄС (East StratCom Task Force) для виявлення та протидії дезінформації з боку Росії [7].

- «Спільні принципи протидії гібридним загрозам – відповідь Європейського Союзу» (2016) (Joint Framework on countering hybrid threats – a European Union response) у якому викладено дії, що спрямовані на протидію гібридним загрозам і сприяння стійкості суспільства до дезінформації як на рівні ЄС, так і на національному рівнях. Також пропонується активізувати співпрацю та координацію спільних зусиль ЄС і НАТО щодо протидії гібридним загрозам [16].

- Резолюція «Стратегічні комунікації ЄС як протидія пропаганді третіх сторін» (EU strategic communication to counteract propaganda against it by third parties), де визначаються проблеми стратегії ЄС з протидії пропаганді та зазначено, що ворожа пропаганда проти ЄС має багато різних форм та інструментів, головною ціллю яких є спотворення істини, викликання сумнівів та створення стратегічного розколу між ЄС та північноамериканськими партнерами шляхом дискредитації інституцій ЄС, гальмування процесу прийняття рішень, які відіграють ключову роль у європейській безпеці [8].

Звіт Групи високого рівня (HLEG) «Багатовимірний підхід до дезінформації» (A multi-dimensional approach) значно вплинув на розвиток

європейського підходу до регулювання протидії дезінформації. Завдяки цьому звіту ЄС отримав чітке окреслення проблеми дезінформації. Метою цього звіту є визначення ключових принципів і цілей для майбутніх дій, а також перетворення їх у конкретні, вимірні, досяжні, реалістичні та визначені у часі відповіді на дезінформацію в країнах Європи. Розглянуто заходи, які вже було вжито різними зацікавленими сторонами, та оцінено їхні переваги та можливі обмеження. Оскільки дезінформація є багатогранною проблемою, яку неможливо вирішити за допомогою одного заходу, запропоновані відповіді слід розглядати як набір взаємозалежних дій, що є частиною всеохоплюючого багатовимірного підходу [28].

Важливим кроком боротьби з дезінформацією в ЄС стало прийняття у жовтні 2018 р. «Кодексу практики щодо протидії дезінформації» (Code of Practice on Disinformation), який підписали представники онлайн-платформ та рекламної індустрії (Google, Mozilla, Microsoft), провідних соціальних мереж (Facebook, Twitter, TikTok). Варто наголосити, що він є першим у світі саморегулюючим документом, а це означає, що підписанти на добровільній основі зобов'язалися впроваджувати широкий спектр заходів: покращувати контроль над прозорістю політичної реклами, закрити підроблені облікові записи і сприяти зменшенню доходів постачальників дезінформації [4].

У грудні 2018 р. Європейська Комісія затвердила «План дій проти дезінформації» (Action Plan against Disinformation), який залишається ключовим елементом політики ЄС у цій галузі. У цьому документі дезінформація розглядається в контексті гібридних загроз і підкреслюється роль стратегічних комунікацій Європейської служби зовнішніх справ (EEAS). Також описуються чотири напрямки роботи: покращення спроможності інституцій ЄС виявляти та аналізувати дезінформацію; посилення скоординованої та спільної реакції на дезінформацію; мобілізація приватного сектора для боротьби з дезінформацією; і підвищення рівня обізнаності та підвищення стійкості суспільства до цієї загрози. У плані дій зображені рекомендації щодо розширення ресурсів і можливостей EEAS, а



також створення системи швидкого оповіщення для посилення координації між інституціями ЄС, державами-членами та іншими відповідними міжнародними мережами [1].

Характерною особливістю поширення дезінформації є те, що чим серйозніша подія, тим більше про неї розповсюджується дезінформація, яка намагається спотворити реальність. Саме тому з метою запобігання великої кількості неправдивої та фальшивої інформації в період виборів до Європарламенту (травень 2019 р.) напередодні, а саме у березні того ж року було прийнято резолюцію «Про зовнішнє втручання у вибори та дезінформацію у національних і європейських демократичних процесах» (Foreign electoral interference and disinformation in national and European democratic processes) [13]. У якій рекомендується підвищити обізнаність європейських громадян про дезінформаційні кампанії Росії та інших ворожих суб'єктів. Наголошується, що іноземне втручання може мати безліч форм та окреслюються методи захисту виборчих процесів у країнах ЄС від такого втручання.

2020 р. характеризується спалахом епідемії Covid-19, який поширився на весь світ. Відповідно значно активізувалося поширення дезінформації в мережі Інтернет та ЗМІ про даний вірус. У відповідь на це, інституції ЄС ухвалили документ «Боротьба з інфодемією COVID-19 – правильний виклад фактів» (Tackling the COVID-19 infodemic – getting the facts right). У документі йдеться про головні виклики, які спричинила дезінформація навколо коронавірусу. А також наголошується на посиленні стратегічних комунікацій як всередині ЄС, так і за його межами, покращенні співпраці в рамках ЄС, особлива увага зосереджується на необхідній ефективній співпраці європейських інституцій із соціальними медіа та підтримка досліджень й діяльності у сфері перевірки фактів [18].

У галузі медіаосвіти головними інституціями, які займаються її розвитком являються Рада Європи, Єврокомісія, Європарламент. Про це свідчать ухвалені постанови та директиви щодо покращення стану

медіаосвіти в країнах ЄС. Одним з головних документів Ради Європи в цій галузі є «Рекомендації щодо медіаосвіти» (Recommendation for Media Education), який було прийнято у 2000 р. У документі визначено поняття «медіаосвіти», головні її характеристики та принципи [17].

Ще одним визначальним документом є «Резолюція щодо медіаграмотності у цифровому світі» (European Parliament resolution on media literacy in a digital world), яку затвердив Європейський Парламент [12]. У документі наголошується на необхідності розвитку медіаосвіти у країнах ЄС та подано рекомендації щодо визначених способів реалізації цього на різних освітніх рівнях.

Загалом, головною метою документів ЄС є визначення механізмів для протидії дезінформації, окреслення головних викликів і загроз для національного і міжнародного співтовариства в інформаційному та фізичному середовищах, а також шляхи виявлення та реагування на ці загрози.

Важливим джерелом для дослідження стали також електронні ресурси, такі як офіційні сайти міжнародних організацій, офіційні сторінки інституцій ЄС та їх суміжних проектів в галузі боротьби з дезінформацією та перевірки фактів. Зокрема, це сайт EUvsDisinfo, який є флагманським проектом Оперативної робочої групи зі стратегічних комунікацій (East StratCom Task Force) Європейської Служби зовнішніх справ (EEAS) [105]; а також офіційні сторінки: Європейського центру з протидії гібридним загрозам (Гельсінки) [113], провідного фактчек-проекту ЄС «FactcheckEU» [102], Європейської обсерваторії цифрових медіа (Флоренція) [104]; Соціальної обсерваторії з дезінформації та аналізу соціальних мереж [111].

На основі аналітичних статей та доповідей, матеріалів монографій, які знаходяться у вільному доступі зазначених ресурсів, було проаналізовано структуру цих інституцій, а також визначено їх завдання, зокрема – аналіз основних загроз в міжнародному інформаційному просторі, а також розробка рекомендацій з покращення механізмів протидії гібридній діяльності.

## **РОЗДІЛ 2. ДЕЗІНФОРМАЦІЯ ЯК ЗАГРОЗА НАЦІОНАЛЬНІЙ БЕЗПЕЦІ ЄС**

### **2.1. Деструктивний інформаційний вплив в європейському інформаційному просторі: виклики та загрози**

В епоху технологічного прогресу, потік інформації значно вплинув на комунікацію між людьми, їх світосприйняття, взаємодію та доступ до цієї інформації. За допомогою різноманітних додатків та соціальних мереж, в режимі реального часу люди отримують велику кількість інформації. Разом із цим, зникли бар'єри у вигляді часових та просторових меж і вже не має перешкод, аби дізнатися новини з різних куточків світу.

З іншого боку, із розвитком новітніх технологій, люди стають більш вразливими до сприйняття інформації. У сучасному світі, де контент миттєво створюється та поширюється на різних платформах мережі Інтернет, здатність розпізнавати пріоритети різних повідомлень, що створюють ризик для репутації та обізнаності аудиторії, наразі є ключовою проблемою для фахівців у сфері комунікацій. Зокрема, важливість полягає в здатності адекватно ідентифікувати та розуміти справжню сутність цього змісту. Тому спочатку варто визначити поняття неправдивої інформації в загальному розумінні.

Проблема дезінформації та фейків є різносторонньою та актуальною для Європейського Союзу. Завдяки появі нових цифрових медіа з'явилися новітні форми дезінформації. Перш за все, це пов'язано з політичними, соціальними проблемами та регулювання ЗМК.

Перехід до більш розвиненого цифрового середовища надає громадянам ЄС безліч нових способів самовираження, а також пошуку та доступу до різноманітної інформації. З іншого боку, це дозволяє збільшити об'єми інформації, яка циркулює в мережі. Відповідно суспільству важко вдається розрізнити де правда, а де вигадка. Тому збільшуються ризики

поширення дезінформації, що значно загрожує демократичним процесам, національній безпеці та соціальній структурі.

Основними причинами розповсюдження великої кількості дезінформації є:

- вільний доступ до Інтернету;
- поява соціальних мереж, адже вони охоплюють велику аудиторію;
- висока оперативність розповсюдження інформації за допомогою мережі;
- погіршення журналістських стандартів;
- зростання потужності цифрових платформ пріоритетом яких є зростання прибутків;
- відсутність юридичної відповідальності за вміст створений користувачами;
- перевантаження інформацією сприяє поширенню дезінформації, оскільки така перенасиченість призводить до зниження концентрації, що значно послаблює людську пильність й здатність виробляти контраргументи [35].

Зважаючи на вищезазначені причини розповсюдження неправдивої інформації на різних платформах, можна констатувати той факт, що в сучасних умовах Інтернет почав використовуватися як інструмент для маніпуляцій та психологічного впливу на суспільство, а також як джерело пропаганди та розповсюджувач фальшивої інформації.

Підтвердженням цього слугує дослідження вчених із Массачусетського технологічного інституту «Поширення правдивих і неправдивих новин в мережі Інтернет», що опубліковано у 2018 р. Протягом 2006 – 2017 рр. дослідники опрацьовували величезну кількість правдивих та неправдивих новин у соціальній мережі Twitter. В результаті цього дослідження було з'ясовано, що брехня поширюється значно швидше і глибше, ніж правдива інформація. Найбільш поширюваними були саме політичні неправдиві новини. Важливим фактором є їхня новизна, адже це привертає увагу

людини, сприяє прийняттю продуктивних рішень та заохочує обмін інформацією. В цьому контексті виявилось, що неправдиві новини сприймалися як більш нові, аніж правдиві новини. Проте твердження, що боти, так звані автоматизовані програми, прискорили поширення правдивих і неправдивих новин виявилось хибним, саме люди несуть відповідальність за швидке поширення неправдивих новин [92].

Поняття «фейк або фейкова інформація» є відносно новим. Адже саме поняття «фейкові новини» почало широко використовуватись з початку ХХ ст. Протягом багатьох років дане поняття суттєво змінювалося, фейками стали називати все підряд: дезінформацію, висвітлення подій у вигідному світлі, теорії змови та репортажі, які не подобаються читачам/глядачам, і таким чином утворилася достатньо велика кількість його значень, що спричинило значну плутанину.

Загалом, під терміном «фейкові новини» (від англ. fake news – підроблені / фальшиві новини) слід розуміти навмисне розповсюдження неправдивої інформації в традиційних ЗМІ та соціальних медіа з метою введення в оману, а також задля отримання фінансової або політичної вигоди. Для створення фейкової інформації використовують вигадані історії, сфабриковані фото та відео у соціальних медіа, новини у ЗМІ тощо [56].

Відповідно до результатів опитування «Євробарометра», проведеного в березні 2020 р., 71% респондентів стверджують, що зіштовхуються з фейковими новинами кілька разів на тиждень. Щонайменше дві третини учасників опитування засвідчують, що зіштовхуються з проблемою фальшивих новин лише один раз на тиждень на Мальті (73%), у Франції та Іспанії (66%), в Австрії (37%). На думку респондентів, відповідальними за боротьбу з дезінформацією мають бути засоби масової інформації, державні органи влади та соціальні медіа [2].

Фейкові новини є актуальною проблемою для користувачів Інтернету по всьому світу. Про це свідчать дані опитування про світові ризики, яке було ініційоване Фондом реєстрації Ллойда (The Lloyd's Register Foundation),

згідно яких 57% користувачів мережі визнали поширення фейкової інформації в мережі серйозною проблемою. Найбільш занепокоєними даною проблемою регіони з високим рівнем економічної нестабільності і там, де існує політичне, релігійне або етнічне розмежування, що призводить до ослаблення соціальної згуртованості та довіри. Зокрема, це такі країни, як Малаві (87%), Болівія (84%), Уганда (83%). Для порівняння, в Німеччині показник стурбованості щодо фейкової інформації в мережі становить 59%, у Франції - 74%, в Італії - 78%. Проте, дане опитування демонструє, що значна меншість користувачів мережі у всіх частинах світу, а саме 42%, навіть не усвідомлюють ризиків розповсюдження і впливу фейкової інформації [98].

Важливо відзначити, існують 4 основні типи фейкової інформації:

- Сатира або пародія, тобто йдеться про різні новинні сайти, які публікують фальшиві новини для того, щоб висміяти засоби масової інформації.

- Оманливі новини, які певним чином є правдивими, але використовуються в неправильному контексті, тобто за основу беруться вибірково підібрані реальні факти, які згодом потрапляють в заголовки, проте, як правило, є неправильною інтерпретацією наукових досліджень.

- Недобросовісні репортажі, що відповідають порядку денному – це частково правдиві новини, які не повністю перевірені та використовуються для підтримки певної точки зору або позиції.

- Новини, що навмисно вводять в оману, тобто це інформація, яка навмисно сфабрикована з метою отримання прибутків або викликати невдоволення чи плутанину серед суспільства. В даному випадку, здебільшого застосовуються відео та графічні зображення, які оброблялися в спеціальних програмах для висвітлення подій у вигідному світлі [94].

Варто зауважити, що в сучасному світі, де технології розвиваються з шаленою швидкістю, особливу загрозу громадськості становлять «глибинні фейки» (deepfake). Даний різновид фейкової інформації створюється за допомогою штучного інтелекту і може бути представлений у вигляді

зображень або відео. Головними загрозами поширення глибинних фейків є те, що їх може створити будь-яка людина, яка на базовому рівні володіє комп'ютером; простота у поширенні даної інформації, а також вони є настільки правдоподібними, що їх складно відрізнити від справжнього фото або відео [27].

Наприклад, у березні 2021 р. голова комітету закордонних справ парламенту Латвії, Річард Колс мав коротку відео-розмову з російським опозиціонером Леонідом Волковим. Вони обговорили питання анексії Криму та питання стосовно російських політичних в'язнів. В кінці розмови, Волков подякував Латвії за міцну позицію в підтримці європейських санкцій. Лише через декілька тижнів з'ясувалося, що ця відео-розмова була «глибинним фейком». Згодом сталася аналогічна ситуація у квітні 2021 р. парламентарі Великої Британії, Латвії, Литви та Естонії стали учасниками відео-зустрічі з «діпфейком» російського опозиціонера Леоніда Волкова [50].

Такий вид фейків є небезпечним через можливість замінити одне обличчя на інше. Нідерландський технологічний експерт та спеціаліст зі штучного інтелекту, Ярно Дуурсма (Jarno Duursma) пояснив, що «ми живемо у світі відеоконференцій і політика не виключення. Ви більше не можете бути впевненими, що людина, яка присутня на зустрічі є тією, за кого себе видає. Це робота експертів, можливо державних акторів» [43].

В епоху стрімкого розвитку новітніх технологій, кожен може стати творцем фейкової інформації. Адже неправдиву інформацію можна легко створювати та розповсюджувати за допомогою соціальних медіа, що призводить до значного впливу у реальному світі.

Згідно з результатами дослідження аналітичної компанії «Socialbakers», що спеціалізується на веденні детальної статистики для Facebook, Twitter та YouTube, фальшиві новини розповсюджуються з чотирьох конкретних причин, таких, як прибуток, політика, пропаганда і пристрасть. Вони порівняли найефективніші підроблені та реальні новини, які було опубліковано в соціальній мережі Facebook. В ході дослідження було

виявлено, що 87% фейкових новин склалися з посилань, 10% – з фотографій і 3% – з відео. Отже, посилання були домінуючим типом повідомлень, оскільки їхні творці контенту хотіли залучати користувачів на свій веб-сайт з метою отримання прибутку. В той час, як реальні джерела новин прагнуть не просувати свій контент в мережі, оскільки вони генерують величезну кількість взаємодій органічно [88].

Передбачаючи зростання об'ємів недостовірної та оманливої інформації у ЗМК, у зв'язку із проведенням виборів до Європарламенту в травні 2019 р., ЄС значно активізує свої зусилля на запобігання та протидію цим процесам. Причинами, що спонукали ЄС до цього є:

- Насамперед, масштаби голосування, адже у виборах приймали участь одразу 27 країн, відповідно зростає загроза розповсюдження дезінформації та фейкових новин різними мовами.

- Другою причиною виступало те, що багато громадян Європи не цікавляться діяльністю ЄС, відповідно вони стають більш вразливими до дезінформаційних кампаній [47].

Ситуація ускладнювалася і тим, що вибори проходили в період зростання євроскептицизму та початку процесу виходу Великої Британії з ЄС, тому було реалізовано багато ініціатив Єврокомісії у боротьбі з дезінформацією в мережі. З іншого боку, не тільки зі сторони ЄС, але й зі сторони онлайн-платформ зроблено багато кроків у боротьбі з фейковими новинами та дезінформацією. Зокрема, на платформах Facebook, Twitter, Google та Microsoft створено спеціалізовані групи фахівців по боротьбі з дезінформацією. До прикладу, у Дубліні було створено «Військову кімнату ЄС» (EU War room). Дана команда нараховувала 40 осіб, серед яких були програмісти, інженери та фахівці з комунікацій, що були поділені по країнах. Основна мета діяльності цієї групи – здійснення моніторингу дезінформації та відстежування контенту, що розпалює ворожнечу в мережі впродовж виборів до Європейського Парламенту [84].



Незважаючи на вищезазначені факти, за період цих виборів було здійснено велику кількість як дезінформаційних кампаній, так і поширення фейкових новин в мережі. Підтвердженням цього є розслідування, яке здійснила глобальна громадська організація «Avaaz». Результати їхнього дослідження показали, що було виявлено більше 700 підозрілих спільнот в соціальній мережі Facebook, за якими стежило понад 35 мільйонів користувачів мережі, які впродовж трьох місяців (січень-квітень 2019 р.) встигли зробити 76 мільйонів «взаємодій» (коментарі, вподобання, поширення) [51].

Такі результати свідчать про те, що загрози у вигляді дезінформації та фейків здатні розповсюджуватись з великою швидкістю, що здійснює значний руйнівний вплив на користувачів мережі та суспільства загалом.

На конференції 2020 р. «Disinfo Horizon: відповідь на майбутні загрози» єврокомісар Вера Йоурова (Věra Jourová) у своїй промові наголосила, що «дезінформація та іноземне втручання є слабким місцем демократії тому, що вони атакують найдорожчі цінності ЄС – свободу слова та право на інформацію. Росія та Китай є тими зовнішніми суб'єктами, які активно використовують дезінформацію для того, щоб підірвати європейську демократію і продовжуватимуть робити це, поки ми не продемонструємо, що не будемо терпіти цю агресію та втручання. До того ж, вони мають озброєні маніпуляції і це дуже добре простежувалось у таких випадках, як збиття літака МН-17 та використання хімічної зброї у нападі в Солсбері. Тому у наших зусиллях ми маємо залучити громадянське суспільство, включаючи ЗМІ, наукові кола та фактчек-організації» [69]. Росія здійснює свою дезінформаційну та пропагандистську діяльність в ЄС за допомогою мережі інформаційних телеканалів «RT» [110] та новинного агентства «Sputnik» [112]. Їхня діяльність цілком фінансується Росією та транслюється різними мовами в країнах ЄС. Крім того, для того, щоб підірвати демократичні процеси та мати колосальний вплив на громадську думку, вони використовують соціальні мережі, новинні портали та «фабрики ботів».

Наприклад, однією з найбільш відомих є «фабрика ботів» в Санкт-Петербурзі (Росія), яка називається «Агентство Інтернет-досліджень» (IRA). В своєму розпорядженні агентство має кілька сотень співробітників, які створюють фейкові профілі в соціальних мережах таких, як Facebook та Twitter та через них розповсюджують кремлівську пропаганду та дезінформацію [42].

На початку 2020 р. з'явилася нова загроза, що зумовила розповсюдження неправдивої та фальшивої інформації – пандемія Covid-19. Саме на тлі цієї пандемії світ зіштовхнувся з безліччю складних дилем, які пов'язані з поширенням пропаганди та дезінформації. За даними Всесвітньої Організації Охорони Здоров'я (ВООЗ), пандемія коронавірусу супроводжується «інфодемією». Інфодемія – це надмірна кількість інформації, включаючи неправдиву або оманливу інформацію в цифровому та фізичному середовищі, яка розповсюджується під час спалаху хвороби [54]. Саме це явище стало засобом, який полегшив використання слабких місць в цифрових мережах і запуск кібератак на вразливі спільноти та об'єкти критичної інфраструктури. Проте, поняття «інфодемії» не є новим, вперше цей термін було вжито в 2003 р. під час спалаху вірусу SARS. Згодом цей термін використовували під час епідемій грипу та Еболи, але у порівнянні з цими епідеміями, поширення різноманітних фактів та статистичних даних за період пандемії COVID-19 було набагато більше.

Починаючи з лютого 2020 р. активно розповсюджується інформація про новий вірус та його можливі способи лікування, особливо в соціальних мережах, що спричинило паніку серед населення. Оскільки, тоді ще не було достовірної інформації про походження та поширення коронавірусу, в ЗМІ та соціальних медіа розповсюджували різну неправдиву інформацію не тільки про теорії змови і «нульового пацієнта», а й про «ефективні» народні засоби лікування даної хвороби.

Яскравим прикладом цього слугують дані європейської неурядової організації «EU DisinfoLab», яка займається дослідженням та протидією дезінформації, що спрямовується на Європейський Союз, його держав-членів

та основних інституцій. Вони провели дослідження щодо поширення дезінформації про Covid-19. Результати дозволили виявити головні тенденції в стратегіях та платформах, на яких розповсюджувалась неправдива та фальшива інформація. Відповідно в ході аналізу простежується певна еволюція дезінформації за період січень-квітень 2020 р. Географія дослідження – Франція, Італія та Іспанія. Згідно результатів проведеного дослідження еволюція дезінформації у цих країнах відобразила фізичне поширення вірусу по всьому світу. Спочатку дезінформація зосереджувалась на спалаху коронавірусу в Китаї, а коли вже вірус поширився на Європу, то змінились і пріоритети в темах дезінформації. Зокрема, у наступному етапі еволюції дезінформація була зосереджена на навіюванні страху і паніки в суспільстві в рамках очікуваної появи вірусу. На третьому етапі, коли вірус остаточно вразив Європу і почали впроваджувати карантинні заходи, акценти дезінформації змістились в більш локальні масштаби. Отже, основними темами дезінформації для Європейського Союзу були побоювання з приводу здоров'я, різноманітні теорії змови, страхи, пов'язані із закриттям на карантин тощо. Для реалізації цих дезінформаційних повідомлень використовувались різні форми подачі інформації. До прикладу, з метою підсилення побоювань щодо здоров'я використовувались підроблені скріншоти, відео, відредаговані фото, документи, повідомлення для розповсюдження інформації про нові випадки захворювання або медичних рекомендацій. Платформи, які найчастіше використовувались для поширення неправдивої та фальшивої інформації – WhatsApp, Telegram. Здебільшого фейкові повідомлення публікувались в анонімних групах на цих платформах, щоб навіяти страх і прискорити процес розповсюдження дезінформації в мережі [41].

Починаючи з 2020 р. соціальні медіа та організації, які відповідають за боротьбу з дезінформацією та фейками окремим пунктом у своїх звітах виділяють дезінформацію щодо Covid-19.

Отже, головними загрозами, які є наслідком поширення дезінформації у сучасному світі є наступні:

- швидка розповсюдженість інформації, особливо в соціальних мережах;
- велика кількість та різноманітність форм дезінформації;
- втручання у політичні події, а саме місцеві, національні, або загальноєвропейські вибори;
- латентність та підступність стратегій дезінформації.

Можна підсумувати, що боротьба з дезінформацією та фейковими новинами в Європейському Союзі є актуальною та займає провідне місце, оскільки швидка відповідь на ці загрози спричиняє уповільнення процесу подальшого розповсюдження неправдивої інформації. Але, з іншого боку, існують такі проблеми протидії дезінформації:

- великі масштаби дезінформування, тобто інформація такого виду розповсюджується зі швидкими темпами та на усіх можливих засобах комунікації, а саме ЗМІ та соціальні мережі;

- несвоєчасність виявлення та відповіді на дезінформаційні загрози, адже незважаючи на безліч затверджених документів і створені організації, на даний момент, дезінформація значно переважає, оскільки може поширюватись за допомогою людей. Звідси впливає ще одна проблема, яка виникає у боротьбі з дезінформацією;

- низький рівень медіаграмотності та критичного мислення громадськості. Саме вміння аналізувати та фільтрувати інформацію допомагає зменшити вплив дезінформації на людей. Тому одним з ключових пріоритетів багатьох прийнятих документів та створених установ для боротьби з дезінформацією ЄС являється покращення медіаграмотності населення Європи та світу загалом.

Потрібно відзначити, що цілеспрямовані зусилля з розповсюдження дезінформації та пропаганди включають загрози в кіберпросторі, такі як

хакерські атаки, онлайн-пропаганда, які спрямовані на руйнування демократичних систем та деструктивного впливу на суспільство.

В основному поширення оманливої інформації відбувається на тлі серйозних політичних, соціально-економічних, військових подій. В період кризи громадського здоров'я дезінформація стає по-особливому небезпечна. У цей складний для всього світу час, вкрай важливо точна й своєчасна передача правдивої інформації суспільству, насамперед органами державного правління, адже непідготована комунікація в галузі охорони здоров'я може призвести до негативних наслідків.

Ресурсами для розповсюдження інформації такого виду можуть бути як традиційні ЗМІ, так і різні онлайн-платформи. Тому важливо вчасно виявляти, протидіяти та запобігати подальшому поширенню неправдивої інформації.

Однак дезінформація являє собою загрози, яким треба протистояти і стримувати їх комплексно, щоб повністю реалізувати потенціал технічного прогресу, при цьому поважаючи вираження думок і свободу отримувати й поширювати інформацію. Тому для початку варто розглянути правове та інституційне становлення механізмів боротьби з дезінформацією та пропагандою.

## **2.2. Нормативно-правові та інституційні механізми протидії дезінформації в ЄС**

З кожним роком створення та розповсюдження дезінформації в Інтернеті набуває все більших масштабів, що здійснює серйозний вплив на європейські країни. Сьогодні Європа та Захід є об'єктами дезінформації та іноземного втручання. В більшості країн Європи реагування та відповіді на ці загрози були повільними через правові обмеження та нерозуміння масштабів проблеми з боку політиків.

Європейська Комісія визначила дезінформаційні кампанії Росії та Китаю найбільшою загрозою для ЄС, оскільки вони систематичні, добре забезпечені ресурсами та здійснюються у великих масштабах. Тому постає нагальна потреба у побудові потужних механізмів захисту від оманливої та неправдивої інформації, особливо в мережі Інтернет. З одного боку, Інтернет містить величезну кількість інформації у вільному доступі, а з іншого боку він несе цілу низку загроз, серед яких наявні дезінформація та пропаганда. Тому за останні кілька років було зроблено велику кількість офіційних кроків задля вирішення цієї проблеми.

Після анексії Криму в лютому 2014 р. Росія продемонструвала світові, що дезінформація є невід'ємною складовою гібридної війни. Починаючи з 2015 р. Росія веде активну кампанію з розповсюдження дезінформації та фейків спрямовану на країни ЄС. Тоді ж виникла гостра необхідність протистояти цим маніпулятивним впливам.

Саме тому 22 червня 2015 р. ухвалено «План дій зі стратегічних комунікацій» (EU Action Plan on Strategic Communication), в якому чітко були поставлені цілі щодо покращення можливостей ЄС у сфері ефективної комунікації та прогнозування, вирішення проблем та реагування на зовнішню дезінформаційну діяльність, а також зміцнення загального середовища ЗМІ в країнах Східного партнерства. Згідно цього плану, було створено Оперативну робочу групу зі стратегічних комунікацій ЄС (East StratCom Task Force) для виявлення та протидії дезінформації з боку Росії [7].

Наступним важливим кроком у напрямку протидії маніпулятивним впливами стало прийняття Європейською Комісією та Верховним представником ЄС з питань закордонних справ та політики безпеки документу «Спільні принципи протидії гібридним загрозам – відповідь Європейського Союзу» (Joint Framework on countering hybrid threats a European Union response). Цей документ було підписано в квітні 2016 р. і фактично він став основним з погляду структурування зусиль ЄС у боротьбі з дезінформацією та гібридним загрозам. У документі зазначається, що ЄС і НАТО мають об'єднати свої зусилля для більш ефективної й швидкої реакції на гібридні загрози та дезінформаційні кампанії. Також наголошується на необхідності створення нових механізмів для протидії дезінформації, стверджується, що дезінформація може поширюватись в рамках цілеспрямованих кампаній в соціальних мережах з метою дестабілізації суспільства. Перш за все, за підтримки Єврокомісії та Верховного представника ЄС, державам-членам пропонується розпочати дослідження гібридних загроз для визначення вразливих місць, які істотно впливають на національні та загальноєвропейські державні структури та мережі. Наступним важливим кроком є створення центру «EU Hybrid Fusion Cell» в рамках існуючої структури Центру розвідки та ситуацій ЄС (EU Intelligence and situation centre – EU INTSEN), який буде відповідальний за отримання та аналіз секретної інформації про гібридні загрози [16].

У листопаді 2016 р. Європейський Парламент затвердив Резолюцію «Стратегічні комунікації ЄС як протидія пропаганді третіх сторін» (EU strategic communication to counteract propaganda against it by third parties). Зокрема, цьому документі зазначається, що дезінформація та пропаганда є характерними складовими частинами гібридної війни. Більше того, стратегія пропаганди та дезінформації, яка спрямована проти ЄС з боку третіх країн може набувати різних форм і передбачає залучення різних засобів комунікації, а саме традиційних засобів інформації, соціальних мереж тощо. Саме тому Європейський Парламент закликає інституції ЄС уважно стежити

за фінансуванням антиєвропейської пропаганди, а також підкреслює, що необхідно збільшити фінансування для підтримки свободи ЗМІ в країнах-сусідах ЄС [8].

Великим проривом у протидії розповсюдженню дезінформації стало прийняття «Кодексу практики щодо протидії дезінформації» (Code of Practice on Disinformation), який підписано у жовтні 2018 р. (далі: *Кодекс*). Цей документ було визнано першим саморегулюючим документом у світі, який стосується боротьби з дезінформацією, адже він встановлює основні принципи й зобов'язання щодо онлайн-платформ та рекламного сектора для боротьби з дезінформацією в Європейському Союзі. До того ж, Кодекс підписали такі представники онлайн-платформ, як Google, Facebook, Twitter, Mozilla, Microsoft, Тік Ток. Цим самим онлайн-платформи зобов'язалися звітувати і виробити механізми протидії розповсюдженню дезінформації та пропаганди в мережі. Дані зобов'язання діляться на п'ять основних напрямів:

- перевірка розміщення реклами;
- політична та тематична реклама;
- чесність у наданні послуг;
- розширення можливостей для користувачів;
- збільшення можливостей для дослідницької спільноти.

В першу чергу платформи мають посилити контроль за розміщенням реклами, видаляти підроблені облікові записи та позначати дії ботів, а також забезпечити прозорість за допомогою показників достовірності джерел контенту. Отже, головними цілями Кодексу є забезпечення прозорості щодо спонсорованого вмісту, зокрема політичної реклами та зменшення доходів розповсюджувачів дезінформації; вжиття заходів щодо виявлення та закриття фейкових акаунтів; можливість постійно моніторингу онлайн-дезінформації дослідниками, факт-чекерами та органами влади [4].

В грудні 2018 р., в рамках підготовки до виборів Європарламенту у 2019 р., у Євросоюзі представили «План дій проти дезінформації» (Action Plan against Disinformation) (далі: *План*), який передбачає підвищення



прозорості щодо походження інформації та способів її отримання, підвищення обізнаності громадськості та розвиток медіаграмотності населення для формування критичного мислення, контроль вмісту реклами, а саме прозорість політичної реклами та запровадження чітких правил для виявлення ботів [1]. Крім того, для посилення реакції ЄС на дезінформацію, у Плані основний акцент робиться на чотирьох напрямках:

- покращення можливостей установ Європейського Союзу з виявлення, аналізу та викриття дезінформації;
- посилення скоординованих та спільних заходів реагування установ ЄС та держав-членів на дезінформацію;
- залучення приватного сектору для боротьби з дезінформацією;
- підвищення обізнаності про дезінформацію та підвищення стійкості суспільства.

До того ж, у даному Плані описуються заходи, які спрямовані на більш ефективну боротьбу з дезінформаційними кампаніями, а саме створення системи швидкого реагування (Rapid Alert System), контроль за виконанням Кодексу та збільшення механізмів для вчасного виявлення загроз дезінформації. Таким чином, пропонується комплекс заходів, які в подальшому повинні забезпечити спільний та скоординований підхід ЄС до боротьби з дезінформаційними кампаніями [1].

У січні 2019 р. онлайн-платформи представили перший звіт, в якому викладені перші результати виконання заходів прийнятих відповідно до «Кодексу практики щодо протидії дезінформації». Моніторинг Кодексу є частиною «Плану дій проти дезінформації» для зміцнення співпраці та нарощення потенціалу між державами-членами та інституціями ЄС з метою активної протидії загрозам, спричинених дезінформацією. Зокрема, Facebook реалізовує заходи проти фейкових облікових записів та шкідливих автоматизованих систем, які поширюють неправдиву інформацію в мережі, а також заохочує дослідження дезінформації та створює відповідні інструменти, які допоможуть користувачам мережі виявляти фейкову

інформацію. У роботі Google спостерігається прогрес щодо контролю за розміщенням реклами через мережу AdSense, ведеться активна боротьба з підробленими сайтами, а також було вжито заходи для надання користувачам інформації, інструментів та підтримки для розширення їх можливостей в мережі: його алгоритми ранжування визначають пріоритетність релевантної та достовірної інформації в результатах пошуку, а мітка перевірки фактів доступна користувачам у всіх державах-членах ЄС. Twitter приділяє значну увагу новим заходам, що спрямовані на боротьбу зі зловмисниками, які використовують вразливості сервісу для розповсюдження дезінформації та пропаганди в даній соціальній мережі. Зокрема, йдеться про закриття фейкових або підозрілих облікових записів та виявлення автоматизованих систем (ботів), які за допомогою спаму поширювали недостовірний контент. Отже, з січня по травень 2019 р. Європейська Комісія провела цілеспрямований моніторинг виконання зобов'язань Google, Facebook та Twitter акцентуючи увагу на чесності виборів до Європарламенту [3].

З метою попередження великих масивів дезінформації в період виборів до Європарламенту (травень 2019 р.), напередодні, у березні 2019 р. парламент затвердив Резолюцію «Про зовнішнє втручання у вибори та дезінформацію у національних та європейських демократичних процесах» (Foreign electoral interference and disinformation in national and European democratic processes). У резолюції зазначалося, що РФ є «основним джерелом дезінформації в Європі», тому рекомендується підвищити обізнаність про дезінформаційні кампанії Росії та інших ворожих суб'єктів. Наголошується, що іноземне втручання може мати безліч форм, включаючи дезінформацію в соціальних мережах для формування громадської думки, кібератаки, які націлені на критичну інфраструктуру, пов'язану з виборами, пряму та непряму фінансову підтримку політичних суб'єктів. Також пропонується розробити юридичні рамки, які б регулювали процес протидії цим гібридним загрозам, зокрема у питаннях відповідальності та санкцій за організацію та проведення таких дій. У документі, окрема увага приділяється захисту

виборчих процесів у країнах ЄС від зовнішнього втручання. Наголошується на тому, що держави-члени ЄС повинні стежити за тим, щоб їх виборчі закони враховували потенційні загрози демократичності виборів, які спричиняють дезінформаційні кампанії. Крім того, наголошується на необхідності покращення медіаграмотності населення [13].

Впродовж 2020 р. високопоставлені чиновники ЄС, зокрема Урсула фон дер Ляєн (чинний президент Європейської Комісії), наголошували на небезпеці дезінформації, пов'язаної з епідемією Covid-19. Тому європейські інституції ухвалили документ «Боротьба з інфодемією COVID-19 – правильний виклад фактів» (Tackling the COVID-19 infodemic – getting the facts right). У документі йдеться про головні виклики, які спричинила дезінформація навколо коронавірусу. Зокрема, це розповсюдження медичної інформації, яка вводить людей в оману; поява різноманітних «теорій змови», що можуть поставити під загрозу здоров'я громадян (наприклад, міфи про установки 5G, що поширюють коронавірус, або про те, що джерелом коронавірусу є певна етнічна або релігійна група людей, тощо); зростання кількості кіберзлочинів таких, як хакінг або фішинг, з використанням посилок, пов'язаних з COVID-19 для поширення шкідливих програм тощо. А також наголошується на підсиленні стратегічних комунікацій як всередині ЄС, так і за його межами, покращенні співпраці в рамках ЄС, особлива увага зосереджується на необхідній співпраці європейських інституцій із соціальними медіа та підтримка досліджень й діяльності у сфері фактчекінгу [18].

З метою протидії дезінформації, яка пов'язана з пандемією було створено «Програму моніторингу та звітності про Covid-19» (Covid-19 disinformation monitoring programme), яка є мірою прозорості для забезпечення підзвітності громадськості за зусилля, що вживаються онлайн-платформами і відповідними галузевими асоціаціями з обмеження дезінформації про вірус в мережі Інтернет. Платформи, які підписали Кодекс щомісяця звітують про:

- дії щодо підвищення обізнаності про авторитетні джерела, такі як Всесвітня Організація Охорони Здоров'я (ВООЗ);
- інструменти для полегшення доступу до достовірної інформації, що представляє суспільний інтерес;
- публікації, що містять оманливу інформацію;
- зусилля з надання точної інформації про вакцини.

До того ж, онлайн-платформи виявили велику кількість публікацій, які містили неправдиву інформацію, пов'язану з Covid-19, проте у своїх сервісах вони не виявили чітко скоординованих операцій з дезінформації з особливим акцентом на пандемію [5].

4 травня 2020 р. «Європейська група регуляторів аудіовізуальних медіапослуг» (European Regulators Group for Audiovisual Media Services – ERGA) здійснила моніторинг «Кодексу практики щодо протидії дезінформації» (2018 р.) та дала свою оцінку, виявила недоліки й надала рекомендації з покращення цього документу, тим самим, відобразили цю інформацію в звіті «Звіт ERGA про дезінформацію: оцінка виконання Кодексу практики» (ERGA Report on disinformation: Assessment of the implementation of the Code of Practice) [46]. Відповідно до проведеного моніторингу за 2019 р. було встановлено, що Кодекс є унікальним та інноваційним інструментом боротьби з дезінформацією в Інтернеті. Також він встановлює умови й зобов'язання співпраці між соціальними платформами та Єврокомісією. У такий спосіб платформи зобов'язалися співпрацювати з ЄС для покращення своїх внутрішніх правил та процедур. Проте, з іншого боку, виявили недоліки суттєві недоліки Кодексу, зокрема:

- заходи з протидії дезінформації є занадто загальними і тому важко оцінити їхню ефективність;
- платформи впроваджують дуже мало заходів, а саме, не всі політичні оголошення маркуються належним чином, бракує інформації про діяльність платформ на національному рівні та вилучені облікові профілі;

- Кодекс не має єдиного механізму за допомогою якого, інформацію у звітах соціальних платформ можна було б незалежно перевірити.

ERGA (European Regulators Group for Audiovisual Media Services) у своєму звіті надала рекомендації для покращення Кодексу, які поділяються на три напрямки:

- Покращення моніторингу чинних зобов'язань – необхідно розробити набір відповідних визначень (політична реклама, фейкові новини, маніпуляція тощо) для забезпечення послідовного підходу до цих питань у всьому ЄС; покращити надання інформації онлайн-платформами; удосконалити співпрацю між фактчекінговими організаціями та соціальними медіа.

- Розширення існуючих зобов'язань – двічі на рік платформи мають звітувати про впровадження заходів, які описані в Кодексі; збільшити кількість підписантів Кодексу.

- Пошук та впровадження нових більш ефективних інструментів для протидії дезінформації в мережі [46].

У грудні 2020 р. Єврокомісія представила «Європейський план дій щодо демократії» (European Democracy Action Plan), який передбачає запровадження конкретних заходів для сприяння вільним й справедливим виборам та активної демократичної участі, підтримки вільних і незалежних засобів масової інформації. Також даний План передбачає боротьбу з дезінформацією шляхом розробки інструментарію ЄС для протидії впливу іноземних втручань; посилення Кодексу, шляхом надання онлайн-платформам чітких вказівок про те, як активізувати їхні заходи по боротьбі з дезінформацією і створення надійної бази для її моніторингу; збільшення фінансування, що спрямовуватиметься на підтримку нових інноваційних проектів у галузі протидії дезінформації та підвищенню медіаграмотності населення в рамках різних програм ЄС. Для виконання цих дій будуть задіяні інституції ЄС, національні уряди, які несуть відповідальність за забезпечення

надійного функціонування демократії, а також інші національні органи влади, політичні партії, ЗМІ та онлайн-платформи [11].

А вже у травні 2021 р. Європейська Комісія представила «Керівництво з посилення Кодексу практики щодо протидії дезінформації» (Guidance on Strengthening the Code of Practice on Disinformation), що спрямоване на усунення недоліків і прогалин для створення більш надійного та безпечного онлайн-середовища [14].

Отже, ЄС постійно вдосконалює свої нормативно-правові документи, щоб протистояти дезінформаційним кампаніям та маніпуляціям, особливо з 2014 р., коли посилися гібридні загрози з боку Росії. На законодавчому рівні було прийнято велику кількість правових актів, резолюцій, кодексів, але зважаючи на динамічність поширення цих маніпуляцій і постійну зміну форми подачі такої інформації, необхідно мати здатність оперативно реагувати на виникаючі загрози.

Крім того, в ЄС намагаються комплексно вибудувати нові механізми та стратегії для запобігання поширенню деструктивної пропаганди та дезінформації. Тому необхідно проаналізувати діяльність інституцій та організацій, які відповідають за боротьбу з неправдивою та оманливою інформацією, що поширюється не тільки на теренах Інтернету, а й в традиційних засобах масової інформації.

Однією з головних інституцій в Європейському Союзі, яка займається вирішенням проблем, пов'язаних з дезінформацією являється Європейська служба зовнішніх справ (EEAS). Дана служба була офіційно створена 1 січня 2011 р., відповідно до Лісабонського договору, який набув чинності в кінці 2009 р. EEAS звітує про свою діяльність, за допомогою щорічних звітів про свою діяльність з питань зовнішньої політики, діяльності в галузі безпеки й оборони ЄС та дотримання прав людини [106].

У Європейській служби зовнішніх справ створено два відділи комунікацій:

Перший – «Відділ комунікаційної політики та публічної дипломатії» (The Communication Policy and Public Diplomacy), який просуває діяльність Верховного представника ЄС та інформує про політику ЄС у сфері закордонних справ, безпеки та оборони.

Другий – «Відділ стратегічних комунікацій» (The Strategic Communications), який сприяє ефективній комунікації, протидії дезінформації, покращенню загального середовища засобів масової інформації та суспільства у відповідних регіонах [105].

У розпорядженні цього відділу функціонує три групи.

Перша – була створена у 2015 р. за ініціативою Європейської Ради, що звернулася до Верховного представника ЄС з проханням розробити чіткий план дій щодо стратегічних комунікацій, у зв'язку зі збільшенням масивів поширення дезінформації з боку Росії. Ці дії призвели до створення Оперативної робочої групи зі стратегічних комунікацій ЄС «East StratCom Task Force» при Європейській службі зовнішніх справ (EEAS). Оперативна група була створена для ефективної комунікації та просування політики ЄС щодо Східного партнерства, зміцнення загального середовища ЗМІ, шляхом підтримки свободи ЗМІ, покращення можливостей ЄС у здатності прогнозувати та швидко реагувати на дезінформаційну діяльність Росії. Група працює в рамках існуючого бюджету ЄС на стратегічні комунікації. У 2018 р. в рамках боротьби з кремлівською дезінформацією група отримала 1.1 млн \$ [76].

Зазначена група випускає щотижневий огляд прокремлівської дезінформації, яка скерована на Захід, в якості лідируючого продукту на веб-платформі EUvsDisinfo. Ця платформа створена у 2015 р. для кращого прогнозування, виявлення та реагування на російські дезінформаційні кампанії, які часто спрямовуються на країни-члени ЄС. Основна мета – підвищити обізнаність громадськості та розуміння дезінформаційних кампаній Кремля, а також допомогти суспільству в Європі виробити стійкість до різноманітних маніпуляцій [107]. До прикладу, на початку червня 2020 р.

веб-платформа EUvsDisinfo виявила близько 570 випадків поширення дезінформації, яка стосується вірусу Covid-19 і таку дезінформацію поширювали саме прокремлівські ЗМІ [44].

Друга група – оперативна група «Південь», яка створена у 2015 р. і працює над протидією пропаганди джихадизму.

Третьою є цільова група «Західні Балкани», що була створена у 2017 р. і займається захистом іміджу ЄС в регіоні [91].

Отже, для відділу стратегічних комунікацій пріоритетним завданням є протидіяти кремлівській дезінформації та пропаганді. Для його виконання у 2021 р. було виділено 11 млн \$. Цей бюджет забезпечує професійний моніторинг ЗМІ, аналіз дезінформації, розробку та впровадження комунікаційних кампаній, а також проведення тренінгів й створення симуляцій щодо реагування на дезінформацію [76].

Оскільки в XXI ст. гібридні загрози є справжнім викликом для безпеки ЄС. Важливим кроком у протидії цьому стало створення Центру гібридного синтезу (EU Hybrid Fusion Cell) у рамках Центру розвідки та ситуацій ЄС (EU INTCEN) Європейської служби зовнішніх справ (EEAS) для аналізу зовнішніх аспектів гібридних загроз ЄС. Діяльність центру зосереджується на отриманні, аналізу та обміну секретною інформацією від різних зацікавлених сторін в EEAS, зокрема щодо показників та попереджень про гібридні загрози на теренах ЄС, для того, щоб швидко аналізувати відповідні інциденти та інформувати про процеси прийняття стратегічних рішень ЄС [16].

У січні 2018 р. Європейська Комісія створила Групу експертів високого рівня «HLEG» для консультування комісії з питань дезінформації та фейкових новин в мережі Інтернет. Дана група складається з 39 експертів з фінансової сфери, представників ЗМІ та соціальних медіа, наукових кіл та спостерігачів від європейських та міжнародних установ. Основним результатом діяльності даної групи є звіт, який починається із загального розуміння поняття дезінформації. У ньому зазначається, що «дезінформація



містить всі форми неправдивої, оманливої інформації, яка була створена та розповсюджена з метою заподіяння суспільної шкоди або отримання прибутку» [28]. Також у звіті Група експертів високого рівня надає рекомендації для Єврокомісії і закликає її утриматись від спрощених рішень. Рекомендації «HLEG» спрямовані на впровадження не тільки короткострокових заходів реагування на найбільш нагальні проблеми, але й довгострокових дій спрямованих на підвищення стійкості суспільства до дезінформації та для забезпечення постійної оцінки ефективності цієї діяльності.

Підхід, який рекомендує Група експертів високого рівня базується на низці взаємопов'язаних і взаємодоповнюючих принципах, які націлені на:

- підвищення прозорості онлайн-новин, адже саме прозорість є ключовим елементом реагування на дезінформацію в мережі Інтернет. В даному випадку, йдеться про те, що інформація про власників цих медіа не має бути прихованою від читачів;
- підвищення рівня медійної та інформаційної грамотності суспільства для протидії дезінформації та допомагати користувачам орієнтуватися в середовищі цифрових медіа. В інформаційну епоху медіаграмотність стала необхідною навичкою, адже вона сприяє розвитку критичного мислення;
- сприяння продовженню досліджень впливу дезінформації на європейське суспільство [28].

Для поглиблення співпраці між НАТО та ЄС щодо протидії гібридним загрозам, за ініціативою уряду Фінляндії в Хельсінкі 2018 р. було створено міжнародний, незалежний «Європейський центр протидії гібридним загрозам» (European Centre of Excellence for Countering of Hybrid Threats). Країнами-засновниками центру виступають США, Велика Британія, Німеччина, Франція, Швеція, Польща, Фінляндія, Латвія та Литва. Головною діяльністю є проведення досліджень та аналізу із протидії гібридним загрозам, а саме дезінформації, пропаганди, кібератак. Варто звернути увагу на те, що центр носить суто дослідницький характер [113].

Метою діяльності центру є ведення комунікації про гібридні загрози через публікування звітів, різних видань та співпраці з партнерами у цій галузі. До структури центру входять:

- Керівна рада є головним органом, складається з представників держав-учасниць та відповідає за прийняття внутрішніх правил, затверджує програму роботи, бюджет і залучення нових держав-учасниць [97].

- Три активні мережі, так звані спільноти інтересів, які спрямовані на: гібридний вплив (очолюється Великою Британією), вразливість і стійкість (очолюється Фінляндією) та стратегія й оборона (очолюється Німеччиною). Цими мережами керує Секретаріат [97].

- Дослідницька група займається поглибленням розуміння наукових досліджень та дискусій з відповідних тем. Дослідження забезпечують аналіз, що необхідний для визначення пріоритетних проблем [80].

- Група з тренування та навчання виступає в якості ініціатора та виконавця, планує та виконує експериментальні вправи з різними сценаріями гібридних загроз. Мета тренувань полягає в навчанні учасників та вдосконаленні механізмів реагування на різні інциденти стосовно гібридних загроз [89].

- Секретаріат займається адміністративними функціями та забезпечує належне виконання загальних обов'язків центру. Крім того, він відповідальний за підготовку та організацію засідань Керівної ради та співпрацю й підтримку зв'язків з державами-учасниками, а також відповідає за створення й підтримку мереж [97].

Таким чином, центр виступає як платформа між ЄС та НАТО, яка забезпечує площину для стратегічних дискусій, спільних навчань та тренувань.

У березні 2019 р. Європейська служба зовнішніх справ запустила «Систему швидкого оповіщення» (Rapid Alert System) для забезпечення загальної обізнаності про ситуацію, яка пов'язана з поширенням дезінформації в державах-членах ЄС [77]. Даний інструмент є ключовим

елементом «Плану дій ЄС щодо боротьби з дезінформацією» (2018 р.). Система складається з елементарної платформи для обміну інформацією, а також мережі пунктів зв'язку в різних державах-членах ЄС. Крім того, усі країни-члени ЄС призначили національний контактний відділ для моніторингу фейкових новин, а також узгодили конкретний поріг для активації системи.

Система швидкого оповіщення призначена для підключення до існуючих можливостей моніторингу в режимі реального часу, наприклад до таких, як Координаційний центр реагування на надзвичайні ситуації та ситуаційна кімната Європейської служби зовнішніх справ [77].

Отже, боротьба із дезінформацією та пропагандою здійснюється не тільки на рівні Європейського Союзу, а й безпосередньо в країнах Європи. Протидія розповсюдженню дезінформації та пропаганді – це постійний, нескінченний процес, що вимагає розвитку стійкості суспільства та уряду. Ці загрози постійно змінюються та вдосконалюються, а це означає, що відповідь на них теж повинна постійно розвиватися.

На законодавчому рівні ЄС було розроблено чималу кількість документів, які засвідчують, що необхідно розробляти нові інструменти протидії неправдивій інформації, покращити обізнаність європейського населення щодо інформаційної грамотності та надалі проводити дослідження впливу дезінформації на громадськість. В Європі експерти вважають Росію основним розповсюджувачем дезінформації, адже саме РФ досягла широкого проникнення своїх наративів у ЄС та інших країнах світу.

На початку 2020 р. світ охопила пандемія Covid-19, яка згодом перетворилася на інфодемію. ЗМІ та соціальні мережі були переповнені інформацією про новий вірус, щоденними статистиками про захворілих і померлих від цього вірусу, про нові симптоми захворювання тощо. Відповідно на тлі цих подій стала поширюватись дезінформація у великих масштабах. В умовах пандемії коронавірусу весь світ стикається з великою кількістю складних проблем, що пов'язані з дезінформацією та

маніпуляціями в мережі. Хоча ці проблеми передували вірусному спалаху, всесвітня криза тільки підсилила їх.

Для того щоб Європейський Союз міг забезпечити ефективний захист від різних загроз, з якими він стикається в інформаційному просторі, різні установи, які його складають, повинні працювати краще узгоджено, співпрацюючи один з одним. Для виконання цього ЄС і його численні дочірні органи повинні прийняти загальні терміни для обговорення проблем, з якими вони стикаються, чітко розмежувати інституційні обов'язки на основі переваг кожного органу і сформулювати контрзаходи, які більш повно використовують ці переваги.

## **РОЗДІЛ 3. ПРОТИДІЯ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ: ЄВРОПЕЙСЬКІ ПІДХОДИ ТА СТАНДАРТИ**

### **3.1. Фактчекінг як інструмент протидії маніпулятивним впливам: поняття, концепція формату, різновиди**

Соціальні медіа захопили світ штурмом за останні 15 років або близько того. Миттєве поширення фейкових новин та оманливої інформації через ці канали, на жаль, є ознакою нашого часу. Це явище створює ризик для демократії, національної безпеки та соціальної структури, підриваючи довіру суспільства до інформації.

У зв'язку зі збільшенням ролі соціальних мереж, на початку XXI століття в інформаційному просторі виникає поняття постправди. Як стверджується в Кембриджському словнику, постправда – це ставлення до ситуації, в якій люди, швидше за все приймуть аргумент, заснований на їхніх емоціях та переконаннях, а не на фактах [37]. Варто відзначити, що префікс «пост-» означає, що правду витіснили, тобто вона стала неважливою. А головним засобом постправди є фейкова інформація, оскільки вона має здатність швидко поширюватись мережею.

Дезінформація в Інтернеті – це проблема, яка перетинає кордони, як національні, так і дисциплінарні. Дедалі очевиднішим стає те, що вирішення проблеми неможливо знайти без істотної міжнародної та міждисциплінарної співпраці. Так, в умовах інформаційних війн та маніпуляцій зростає потреба в перевірці достовірності відомостей та фактів, які циркулюють в нашому інформаційному середовищі. Саме тому, в 2003 р. з'являється поняття фактчекінгу, що в перекладі з англійської мови означає – перевірка фактів. Отже, фактчекінг – це перевірка фактів з метою забезпечення точного, неупередженого аналізу публічних заяв для того, щоб виправити суспільне неправильне сприйняття і підвищити обізнаність про важливі питання. Слід зауважити, що перевірка інформації здійснюється на основі офіційних документів [96].

За даними центру журналістських досліджень публічної політики Дюкського університету (Duke Reporters Lab) станом на сьогодні у світі працюють 300 фактчекінгових організацій. Серед яких 85 організацій знаходяться в Європі [85].

У сфері перевірки фактів та достовірності інформації, головні стандарти задає Міжнародна мережа фактчекінгу (International Fact-checking Network), яка була заснована у 2015 р. при Інституті Пойнтера (Poynter Institute). Діяльність даної мережі сфокусована на тому, щоб об'єднати різноманітні фактчек-ресурси для глобальної боротьби з дезінформацією. Сьогодні вона об'єднує близько 100 організацій з понад 50 країн світу. Однією з головних умов для учасників є те, що їхня редакційна діяльність не повинна знаходитись під державним або політичним контролем і впливом [109]. До того ж, дана мережа розробила міжнародний «Кодекс принципів» (Code of Principles), якого мають дотримуватись фактчекери у свої повсякденній діяльності. Зокрема, до основних принципів відносяться:

- Неупередженість та чесність (фактчекінгові організації повинні використовувати один і той самий стандарт перевірки фактів).
- Прозорість джерел (всі висновки, які надають організації з перевірки фактів були у вільному доступі для читачів).
- Відкритість інформації про джерела фінансування і гарантування того, що спонсори не впливатимуть на інформацію в різних дослідженнях організації.
- Чесність у редакційній діяльності.
- Прозорість методології здійснення фактчекінгової діяльності (пояснення методів, які використовувались в процесі перевірки інформації) [86].

Перевірка фактів є необхідним механізмом для боротьби з дезінформацією. Фактчекінг має чітку структуру до якої входять: об'єкт дослідження – стаття або публічна заява, яку треба перевірити; головна сутність питання – вступна частина, яка містить додаткову пояснювальну інформацію; доводи, тобто статистичні дані, факти, документи, які отримані

з офіційних джерел; висновок – правда, переважно правда чи брехня, переважно брехня або неможливо перевірити) [19].

У цілому, фактчекінгова діяльність в Європейському Союзі знаходиться лише на стадії розвитку, про це свідчать новостворені організації, різноманітні проекти, які зосереджуються на аналізі та перевірці інформації.

Варто відзначити, що передовим фактчек-проектom в ЄС є «FactcheckEU» – це проект Міжнародної мережі фактчекінгу і був створений Європейською асоціацією підготовки журналістів (ЕЛТА). Основна діяльність зосереджується на перевірці політичних заяв та на боротьбі з дезінформацією, яка стосується економічної та соціальної сфери, а також сприяє покращенню медіа та інформаційної грамотності громадян Європи [102].

У контексті даного питання можна навести приклад структури фактчекінгу, яку застосовують на практиці в країнах ЄС. Об'єктом дослідження виступає прес-реліз Австрійської партії свободи (FPÖ) від 24 лютого 2021 р., у якому стверджується, що близько 20% нелегальних мігрантів, яких затримує прикордонна поліція на території австрійської федеративної землі Бургенланд, приносять коронавірус до Австрії. Аргументи, що свідчать про неправдивість даної заяви:

- заява партії посилається на невідомі джерела в поліції;
- статистика щодо тестування мігрантів не ведеться, а це означає, що неможливо точно стверджувати про точний відсоток позитивних тестів на Covid-19. Висновок, дане твердження є переважно помилковим [64].

Головною фактчек-установою в Європейському Союзі являється Європейська обсерваторія цифрових медіа (European Digital Media Observatory – EDMO), що діє з 1 червня 2020 р. [104]. Вона об'єднує фахівців з перевірки фактів та дослідників у галузі онлайн-дезінформації і є відкритою для співпраці із ЗМІ та фахівцями з медіаграмотності. Дана установа фінансується ЄС, діє у партнерстві та знаходиться під керівництвом

Інституту європейського університету у Флоренції (Італія), Datalab при Орхуському університеті, Афінського технологічного центру, який надає технологічну підтримку й координує Соціальну обсерваторію дезінформації та аналізу соціальних медіа (SOMA). Діяльність обсерваторії базується на таких основних напрямках:

- створення карти фактчекінгових організацій в Європі;
- співпраця з обсерваторіями ЄС для того, щоб звітувати про тенденції в галузі онлайн-медіа;
- надання рекомендацій творцям політичної діяльності на національному та європейському рівнях щодо потенційного покращення їхньої політичної реакції на дезінформацію;
- підтримка та координація дослідницької діяльності з протидії дезінформації на європейському рівні, включаючи створення та постійне оновлення глобального сховища наукових статей, а також звітування Єврокомісії про ключові результати досліджень;
- підтримка державних органів у здійсненні моніторингу діяльності, що проводиться онлайн-платформами для обмеження розповсюдження та впливу дезінформації.

Серед напрямків діяльності обсерваторії вагоме місце займають фактчекінг та медіаосвіта. Обсерваторія створює безпечну онлайн-платформу для виявлення та аналізу дезінформаційних кампаній. Також у структурі обсерваторії діє портал, що надає громадянам інформацію та відповідні матеріали для підвищення їх стійкості до онлайн-дезінформації й організовує заходи з підвищення медіаграмотності населення [104].

Варто відзначити, що Європейська Комісія оголосила про вісім відібраних національних центрів, які стануть частиною мережі Європейської обсерваторії цифрових медіа (EDMO). Кожен національний центр охоплюватиме одну або кілька держав-членів ЄС.

ЄС виділяє понад 11 млн євро на фінансування восьми центрів, які допоможуть реалізувати та розширити роботу EDMO. Через національні



центри EDMO збільшить свої можливості боротьби зі шкідливими дезінформаційними кампаніями на національному рівні та на рівні ЄС, а також аналізуватиме їх вплив на суспільство та демократію [65].

Кожен центр сприятиме створенню міждисциплінарної спільноти, об'єднуючи академічних дослідників, факт-чекерів, практиків ЗМІ та інших відповідних зацікавлених сторін для створення мережі, здатної:

- Виявляти та аналізувати кампанії з дезінформації, а також створювати контент для підтримки основних і місцевих ЗМІ та органів державної влади у викритті шкідливих кампаній дезінформації;
- Організація заходів з медіаграмотності на національному або міжнаціональному рівнях;
- Надання підтримки національним органам влади для моніторингу політики онлайн-платформ та екосистеми цифрових медіа.

Відібрані вісім національних центрів охоплюють Ірландію, Бельгію, Чехію, Данію, Фінляндію, Францію, Італію, Люксембург, Нідерланди, Польщу, Словаччину, Іспанію, Швецію та Норвегію. Вони мають запрацювати до кінця літа 2021 р., а також вони підпишуть грантові угоди з ЄС у найближчі місяці.

Значним рушієм для розвитку та створення нових проектів у галузі фактчекінгу стала інноваційна програма досліджень «Горизонт – 2020» (Horizon 2020), реалізація якої була запланована на 2014 – 2020 р. [15].

В рамках цієї програми було створено Соціальну обсерваторію з дезінформації та аналізу соціальних мереж (Social Observatory for Disinformation and Social Media Analysis – SOMA) 1 листопада 2018 р., основною метою діяльності якої є надання підтримки європейській спільноті для колективної боротьби з дезінформацією у період виборів до Європарламенту (2019 р.) й сприятиме запобіганню втручань Росії у ці вибори. На це ЄС виділив 1 млн євро [111].

Дана платформа була створена Афінським технологічним центром, який є провідним гравцем боротьби з дезінформацією й постійно розробляє

інструменти з перевірки фактів та німецьким державним телеканалом «Deutsche Welle», а також у партнерстві з Центром цифрових соціальних досліджень (DATALAB – Center for Digital Social Research), що був офіційно створений у 2017 р [99]. Обсерваторія фінансується ЄС та має на меті встановити взаємозв'язок між соціальними медіа та іншими сферами людської діяльності.

Цікавим є дослідження, яке провела Обсерваторія спільно з аналітичним центром «Debunk EU» стосовно негативних публікацій в соціальній мережі «Facebook», що були спрямовані на нейтралізацію демократичних процесів у Литві. Ядром дослідження стали парламентські вибори в Литві, які відбулися у 2020 році. В ході дослідження було виявлено, що основні об'єкти негативної комунікації у даній соціальній мережі були виборчий процес та учасники виборів. Загалом, повідомлення публікувались з метою залякування людей не приходити на голосування через пандемію коронавірусу, а також дискредитувати Центральну виборчу комісію та посилити негативне ставлення до політичної системи Литви. За даними незалежного технологічного аналітичного центру «Debunk EU» в 29 групах було виявлено 110 випадків негативної комунікації, що стосувалася парламентських виборів. Період дослідження охоплював 1 серпня по 25 жовтня 2020 р. Проведений аналіз показав, що такі публікації у Facebook спрямовані на учасників виборів і мають найбільшу кількість взаємодій та реакцій. Це свідчить про те, що люди більше реагують на ті повідомлення, які негативно представляють конкретні партії або кандидатів. Варто відзначити, що негативні повідомлення, що спрямовуються на Центральну виборчу комісію можуть збільшити недовіру до інституцій і прозорості виборів. Крім того, виявлено, що 97% повідомлень, які містили негативний характер про вибори та їх учасників поширювались литовською мовою, а значна меншість повідомлень (2%) публікувались російською мовою [66].

Єврокомісія наголошує, що «в епоху поширення великої кількості дезінформації робота незалежних фактчекінгових проектів або організацій стає все більш важливою. Створюючи більш згуртовану спільноту та об'єднуючи команди з різних країн ЄС, вони можуть продовжувати вдосконалювати свою діяльність з протидії дезінформації. Одним із способів допомоги ЄС є інвестування в нові технології, які перевіряють інформацію та відстежують розповсюдження дезінформації в соціальних мережах, таких як «Truly Media» [48].

За сприяння Афінського технологічного центру та німецького державного телеканалу «Deutsche Welle» створено спільну платформу для аналізу та перевірки інформації в соціальних медіа «Truly Media». Діяльність платформи ґрунтується на роботі, яка була проведена в рамках дослідницьких проектів за підтримки Єврокомісії та Google. Крім того, «Truly Media» використовується для підсилення роботи Соціальної обсерваторії з дезінформації та аналізу соціальних мереж (SOMA), а саме для допомоги перевірки фактів онлайн. Також дану платформу використовує Європейський науковий центр (European Science Hub) для моніторингу дезінформації, що пов'язана з конкретними публікаціями [114].

В травні 2019 р. проведено семінар «Онлайн-дезінформація: інтегрований погляд», який було організовано Datalab в Орхуському університеті в Данії. Внаслідок цього було запущено новий дослідницький центр як офіційний орієнтир SOMA в Північній Європі – Центр досліджень соціальних медіа та інформаційних розладів ЄС (EU Center for Research in Social Media and Information Disorder (EU REMID)). Центр буде аналізувати інформаційні потоки у соціальних мережах з особливим акцентом на різних видах розладу, наприклад, дезінформації, неправдивої інформації та ворожості. Окрім підтримки дослідників, EU REMID також підтримуватиме вчителів, факт-чекерів та журналістів у їхній боротьбі з дезінформацією, пропонуючи обмін знаннями з останніх питань, методів, результатів та ефектів, технологічної інфраструктури, розвінчаних списків та інструментів,

пов'язаних із SOMA. Центр очолюватиме професор медіадосліджень Орхуського університету та партнер SOMA Аня Бехманн (Anja Bechmann) [68].

Ще однією ініціативою ЄС є новостворений консорціум NORDIS «Обсерваторія NORdic для цифрових медіа та інформації DISorder» (NORdic observatory for digital media and information DISorder), що складається з дослідників і факт-чекерів з Данії, Норвегії, Швеції та Фінляндії.

Робота консорціуму, очолювана Datalab в Орхуському університеті та фінансована Європейською Комісією протягом двох років, буде зосереджена на розумінні, моніторингу та протидії поширенню дезінформації в країнах Скандинавії та за її межами. «NORDIS прагне зміцнити національну та регіональну інфраструктуру для подолання розладу цифрової інформації через регіональний, міждисциплінарний та міжгалузевий центр знань. Об'єднавши партнерів із чотирьох найбільших північних країн, NORDIS зміцнить сильну скандинавської дослідницьку мережу перевірки фактів», – каже директор центру DATALAB і лідер NORDIS, професор Анна Бехманн [81].

NORDIS буде проводити академічний аналіз дезінформації та дезінформації між країнами, а робота з підтримки цифрової грамотності в скандинавських країнах має потенціал отримати резонанс на міжнародному рівні завдяки особливому статусу Північної держави добробуту та пов'язаними з нею ідеалами.

26 липня 2021 р. NORDIS підписала грантову угоду з Європейською комісією, забезпечивши фінансування в розмірі 1 496 120 євро протягом двох років, починаючи з 1 вересня 2021 р. NORDIS виконуватиме свою роботу в тісній співпраці з Європейською обсерваторією цифрових медіа (EDMO) [81].

Консорціум сприятиме тіснішій співпраці між дослідниками та факт-чекерами в регіоні та прагне досягти кількох цілей:

- Створення більш ефективних кампаній з медіаграмотності та підвищення обізнаності з урахуванням цифрового та соціального середовища в кожній країні-члені та в регіоні в цілому.

- Забезпечення спільної методології для дослідників, яка може покращити використання баз даних перевірки фактів у наукових колах, а також міжнаціональні зусилля з виявлення та розвінчування дезінформації, як-от фейкові новини та пропаганда.

- Надання політичних рекомендацій, які можуть дати законодавцям кращу основу для їх зусиль щодо подолання поширення дезінформації.

Отже, консорціум дозволить проводити академічний аналіз неправдивої та оманливої інформації, а також здійснюватиме підтримку медіаграмотності населення в скандинавських країнах.

Відомим проектом ЄС є «WeVerify», який спрямований на розробку інтелектуальних методів й інструментів для перевірки вмісту та аналізу дезінформації. Соціальні медіа та веб-контент будуть проаналізовані та контекстуалізовані в ширшій онлайн-екосистемі, щоб викрити сфабрикований контент за допомогою крос-модальної перевірки вмісту, аналізу соціальних мереж, та публічної бази даних відомих підрбок на основі блокчейну. Цей проект отримав фінансування від програми досліджень та інновацій Європейського Союзу «Горизонт - 2020» (Horizon – 2020) згідно грантової угоди № 825297 [115].

Отже, вищевказані установи та проекти перевіряють та оцінюють достовірність інформації на основі фактів і доказів, тим самим очищують інформаційний простір від чуток, маніпуляцій, неправдивої та оманливої інформації в мережі.

З іншого боку, не лише прийняття різних документів та створення проектів або інституцій утворює діяльність з перевірки фактів ЄС, також важливу роль відіграють соціальні медіа. Сьогодні соціальні мережі мають колосальний вплив на поведінку людини. На їхніх просторах можна висловлювати свої думки, почуття, публікувати фото та відео на різну

тематику. Також громадськість бере активну участь у створенні та розповсюдженні новин через соціальні мережі. Відповідно, у таких умовах зростає кількість фейкових новин, неправдивої та оманливої інформації в мережі. Тому важливо, щоб соціальні мережі сприяли перевірці інформації на своїх платформах, адже саме фейкова інформація може значно вплинути на перебіг політичних подій, виборів та загалом на психіку людей.

Відповідно до звіту Оксфордського університету «Глобальний наказ про дезінформацію 2019: перелік організованих маніпуляцій в соціальних мережах» (The Global Disinformation Order 2019: Global Inventory of Organized Social Media manipulation), встановлено, що Facebook є найпопулярнішою платформою, яку використовують уряди та політичні партії для розповсюдження дезінформації [32]. Оскільки саме за допомогою Facebook поширюється велика кількість дезінформації та фейкових новин, то починаючи з 2016 р. Facebook разом з Instagram розпочали інтенсивну боротьбу з поширенням дезінформації на своїх платформах та запустили свою першу ініціативу з перевірки фактів. Основна увага в програмі перевірки фактів зосереджена на виявленні та усуненні вірусної дезінформації, перевірка інформації в публікаціях на точність, забезпечення того, щоб люди менше бачили дезінформацію в мережах шляхом надання оцінки контенту «неправдивий», «змінений» або «частково неправдивий», щоб він був менш помітним у стрічках або історіях мереж, прийняття відповідних заходів до повторних розповсюджувачів фальшивої інформації у вигляді закриття їхніх аккаунтів або введення обмежень на сторінки. Facebook співпрацює з незалежними організаціями з перевірки фактів в більшості країн світу [32].

У той час, як світ охопила пандемія, з 2020 р. у Facebook додали попереджувальне маркування на інформацію, що стосується Covid-19, а також для більш швидкого виявлення порушень стандартів спільноти використовується технологія штучного інтелекту. До того ж, у даній соціальній мережі оновили політику щодо поширення дезінформації, яка

може перешкоджати людям голосувати на виборах або призвести до насильства, інформація такого типу буде видалятися [83].

Проте, у жовтні 2021 р. Марк Цукерберг провів ребрендинг компанії «Facebook» і змінив назву на «Meta». Відтепер, концепція компанії змінилася на створення метавсесвіту, щоб допомогти людям об'єднатися, розвивати бізнес тощо. Але, насправді, це пов'язано із скандалом на тлі витоку таємних даних про діяльність Facebook. Колишня співробітниця компанії Френсіс Хоген оприлюднила секретну інформацію про те, що компанія ігнорувала контент щодо торгівлі людьми, шокуючого контенту та різних домовленостей між політиками та власниками компанії. Так, стало відомо, що Facebook погано здійснює модерацію публікацій. Підтвердженням цього слугує те, що 87% контенту модерується в США, в той час як, 13% отримує інша решта світу. Саме тому мережею поширюється велика кількість дезінформації, пропаганди, фейкових новин, розпалювання ворожнечі та насильства. Крім того, неправдива інформація швидко розповсюджується в даній соціальній мережі за допомогою лайків та репостів. Також доведено, що людина занурюється в конспірологічний контент всього за один місяць. Це свідчить про те, що соціальна мережа негативно впливає на суспільство та створює небезпеку для свідомості громадян [57].

Ще однією найбільш сприятливою платформою для дезінформації та фейків є Twitter тому, що дана соціальна мережа дозволяє мати безліч аккаунтів та бути анонімним користувачем. Відомий професор стратегічних досліджень Томас Рід (Thomas Rid) у своїй статті «Чому Twitter є найкращою соціальною платформою для дезінформації» (Why Twitter is the best social media platform for disinformation) зазначає, що кількість автоматичних ботів сягає 1 млн, кожен з яких може мати 100 тис. аккаунтів. Звідси випливає, що Twitter зручним середовищем для поширення дезінформації [82].

Нещодавно, у січні 2021 р. платформа Twitter анонсувала, що починає співпрацювати з британським агентством новин «Reuters» та американським інформаційним агентством «Associated Press» для того, щоб перевіряти

інформацію в публікаціях на платформі. «Birdwatch» є пілотною програмою Twitter, за допомогою якої користувачі можуть виявляти потенційно неправдиву інформацію в твітах та писати нотатки, які будуть містити посилання на достовірне джерело інформації. Метою даного проекту є зробити «Birdwatch» залучити користувачів мережі до перевірки інформації і таким чином, зменшити кількість неправдивої та оманливої інформації на даній соціальній платформі [39].

Google також сприяє протидії фальшивої інформації в мережі, за допомогою маркування статей, які містять неправдиву та оманливу інформацію. Крім того, у Google є спеціальний інструмент для виявлення фейкових новин «Google Fact Check Tool» [108]. У квітні 2020 р. у компанії заявили, що виділяють 6,5 млн \$ для фінансування фактчекінгових проєктів та некомерційних організацій, які займаються боротьбою з дезінформацією у всьому світі, особливо з тією, що стосується коронавірусу [59].

Цікавою є думка Кріса Мардсена, професора з медіа-права Сассекського університету Великої Британії, який наголошує на тому, що фактчекери в Європі, які співпрацюють із компаніями провідних соціальних мереж, повинні бути європейськими, знати європейські справи та мати базову підготовку з журналістики та прав людини. Також на його думку, роботу з регулювання фейкових новин повинні контролювати національні уряди або наднаціональні органи, як-от ЄС [52].

Незважаючи на заходи, які були застосовані для розвитку фактчекінгової діяльності в ЄС, головними проблемами даної сфери виступають:

- повільний процес, тобто для якісного аналізу та перевірки достовірності інформації необхідно витратити велику кількість часу;
- перевірка фактів може спровокувати зворотний ефект – визначення новини як помилкової лиш приверне увагу та надасть події додаткового розголосу;



- дійсно привернути увагу громадян до нагальної проблеми – перевірки інформації та розвитку критичного мислення. Адже саме критичне мислення допомагає нам розпізнавати де правда, а де фейк.

Провідним механізмом протидії дезінформації та фейковим новинам є різні фактчекінгові проекти, організації, підрозділи у новинних медіа, які мають на меті виявити, перевірити та спростувати неправдиву та оманливу інформацію. Фактчекінг – це перевірка фактів з метою забезпечення точного, неупередженого аналізу публічних заяв для того, щоб виправити суспільне неправильне сприйняття і підвищити обізнаність про важливі питання.

Проаналізувавши основні концепції фактчекінгу можна підвести підсумки, що перевірка фактів є однією з найбільш дієвих інструментів проти фейкових новин, неперевірених даних, друкарських помилок та маніпуляцій. Адже лише за допомогою незалежних професійних галузевих експертів, що намагаються робити якісну аналітику та в цьому контексті відрізнити правду від брехні й маніпуляцій, можливий розвиток нових медіа.

Робота незалежних фактчекінгових організацій або окремих дослідників сфери є важливою та актуальною для ЄС. Оскільки з появою соціальних медіа розповсюдження дезінформації та фальшивих новин стало легко і швидко. Наразі соціальні мережі виступають ефективними джерелами дезінформації. Проте, вони постійно розвиваються та прагнуть зменшити вплив неправдивої інформації на громадську думку, завдяки новим інструментам перевірки фактів та співпраці з провідними фактчекінговими організаціями й проектами, що фінансуються ЄС.

Отже, ефективна протидія фейковій інформації в Інтернеті, соціальних мережах та у традиційних аудіовізуальних ЗМК має велике політичне значення як в європейському, так і глобальному контексті.

### **3.2. Медіаосвіта як системна контрстратегія протидії деструктивним інформаційним впливам в ЄС**

Починаючи з 1960-х р. у найбільш розвинених країнах Європи, як-от Німеччина, Франція, з'являється поняття «медіаосвіта», яка була покликана для того, щоб допомогти учням й студентам краще розуміти мову ЗМІ, уміти аналізувати тексти в медіа-публікаціях тощо. У багатьох європейських країнах, розвиток медіаосвіти зумовлений появою американських ЗМК та їхнім впливом на суспільство.

Провідний канадський дослідник та доктор наук в галузі медіаосвіти, Джон Пандженте (John Pungente) визначає медіаосвіту як «навчання, яке спрямоване на допомогу суспільству у розвитку інформативного та критичного розуміння характеру ЗМІ, методів впливу, які вони використовують у своїй діяльності» [75].

Медіаграмотність з'являється внаслідок процесу медіаосвіти і відіграє значущу роль в діяльності ЄС, адже необхідно інформувати людей про феномен дезінформації, про те, як вона може втручатися в різні політичні процеси й вносити свої корективи в хід подій, тому треба навчити громадськість правильно реагувати на ці загрози.

Зазвичай, поняття «медіаграмотність» розуміють як здатність проявляти критичне мислення до інформації, яка відображається в традиційних та соціальних медіа.

Загалом, виділяють такі ключові принципи медіаграмотності:

- Будь-який медіапродукт – це створена реальність, тобто ЗМІ не просто відображають актуальні події. На противагу цьому вони репрезентують численні рішення у вигляді ретельно створених пояснень.

- Будь-який медіамеседж поширює ідеологічні цінності та інформацію про них. На медіа покладають відповідальність за проведення більшості спостережень та набутий досвід, які впливають на цілісне бачення світу. Варто зазначити, що медіаповідомлення є основою нашого світогляду. Воно

базується на інтерпретації, висновках та судженнях. У зв'язку з цим саме ЗМІ забезпечують відчуття реальності для суспільства.

- Комерційна підтримка є складовою функціонування медіа. Тому основною метою медіаграмотності є забезпечення знаннями про медійний вплив на структури комерційної галузі, а також про втручання в інформаційне наповнення та його розповсюдження.

- Сенс медіаповідомлення інтерпретується залежно від розуміння отримувача. В даному контексті, факторами, які впливають на процес усвідомлення є індивідуальні потреби та особисті страхи, повістка дня, культурні відмінності тощо [40].

Медіаграмотність є однією з ключових форм захисту від деструктивного впливу дезінформації та фейкових новин, які розповсюджуються через цифрові медіа. Критичне мислення та освіта відіграють головну роль для громадян, адже саме завдяки цим навичкам можливе подальше ефективне використання соціальних мереж.

Індекс медіаграмотності створений за ініціативи європейської політики Інституту відкритого суспільства в Софії (Болгарія) відображає стійкість до фейкових новин у європейських країнах. Ключовими показниками для вимірювання є свобода слова, якість освіти, та рівень довіри до ЗМІ. Відповідно до звіту стосовно рівня медіаграмотності в Європі за 2021 р. країнами з найкращим показником є Фінляндія, Данія та Естонія, це означає, що ці країни мають найвищий потенціал протистояння негативному впливу дезінформації та фейковим новинам за допомогою якісної освіти, вільних ЗМК та значного рівня довіри серед населення. Країнами з найнижчим показником – Північна Македонія, Албанія, Чорногорія та Туреччина. Це свідчить про те, що ці країни мають низький рівень боротьби з наслідками дезінформації через низьку ефективність ЗМІ та медіаосвіти. Також у звіті зазначається, що від початку пандемії з 2020 р. простежується погіршення ситуації боротьби з дезінформацією, в основному через збільшення потоків дезінформації та фейкових новин про коронавірус. Отже, медіаосвіта є

оптимальним засобом боротьби з неправдивою та оманливою інформацією, адже вона допомагає здійснювати опір розповсюдженню фейкових новин [61].

Існують три напрями реалізації медіаграмотності в країнах ЄС:

- Перший передбачає впровадження медіаосвіти в навчальні плани, оскільки наявність спеціальних навичок медіаграмотності має бути пріоритетом у всіх європейських державах не лише для виявлення фальшивих новин, а й для того, щоб знати як взаємодіяти з соціальними мережами.

- Другий спосіб надає можливість розвивати стійкість до дезінформації через гру. Наприклад, онлайн-гра «Погані новини» (Bad News), що спрямована на підвищення рівня медіаграмотності суспільства. Гру розробила команда науковців, журналістів та медіа-експертів «DROG» [100]. У грі ви берете на себе роль того, хто розповсюджує дезінформацію, це допомагає людям краще розуміти тактики дезінформації завдяки цьому практичному підходу [30].

- Третій спосіб зорієнтований на забезпечення та підтримку якісної журналістики, як на один з підходів для боротьби з дезінформацією.

Наразі ми живемо у часи, коли журналісти зазнають тиску, відповідно медіа стають все більш заангажованими й внаслідок цього зростає недовіра до ЗМІ. Тому варто підтримувати якісну журналістику, для цього об'єднуються журналісти, науковці та громадянське суспільство, щоб протистояти шкідливим дезінформаційним впливам в ЄС.

Європейський Союз розробив основні правила та конкретні дії, які спрямовані на розвиток медіаграмотності в країнах-членах. Зокрема, питаннями у даній сфері займаються Рада Європи, Єврокомісія, Європарламент та Комітет регіонів.

Одним з головних документів Ради Європи є «Рекомендації щодо медіаосвіти» (Recommendation for Media Education), який було прийнято у 2000 р. Згідно цього документу, медіаосвіта визначається як методи

навчання, що спрямовані на розвиток відповідних навичок, а саме охоплює критичне ставлення до ЗМІ з метою формування свідомих громадян, здатних виробляти власні судження на основі наявної інформації. Згідно цього документу, медіаосвіта дає можливість отримати доступ до необхідної інформації, проаналізувати її та знайти політичні, соціальні та культурні інтереси кожної публікації ЗМІ. Також це дозволяє людям реалізувати право на свободу вираження думки і право на інформацію [17].

Впродовж багатьох років Рада Європи надавала ряд інструментів, стратегій, дослідження для підвищення рівня медіа та інформаційної грамотності по всій Європі. Загалом, Рада Європи застосовує два підходи до медіаграмотності:

- Перший – мета полягає у встановленні медіа та інформаційної грамотності в інституційних рамках;
- Другий – надати інструменти для розширення можливостей окремих користувачів ЗМК різної вікової категорії та сфер життя [63].

Ще у 2006 р. комісар з питань інформаційного суспільства та ЗМІ, Вівіан Редінг зазначила, що «сьогодні медіаграмотність займає таку головну позицію для громадян, як і грамотність в XIX ст. Це також має важливе значення для входу в новий широкосмуговий світ контенту, який доступний скрізь і в будь-який час» [58].

Тому 2006 р. було створено Експертну групу з медіаграмотності (Media Literacy Expert Group) з метою аналізу, визначення цілей та тенденцій з питань медіаграмотності, а також просування передового досвіду на європейському рівні та проведення відповідних заходів у цій сфері. Зокрема, обговорювалися такі питання, як важливість сприяння захисту людей різного віку та їх гідності в ЗМІ, підтримка створення медіа-середовища, відповідно до соціальних, освітніх й культурних потреб громадян. Крім того, група працювала над розробкою європейського визначення медіаграмотності: «Медіаграмотність – здатність отримувати доступ до ЗМІ, розуміти та критично оцінювати різні аспекти медіа-матеріалів та сприяти створенню

комунікації в різних контекстах» [60]. Дана група відіграла консультативну роль для Єврокомісії і складалася з ряду європейських експертів з питань медіаграмотності з різними компетенціями та досвідом, включаючи індустрію медіа, наукові кола, міжнародні організації, асоціації та інші медіа-інституції. За їхньою ініціативою було створено публічні консультації, які були відкритими для різноманітних медіа-організацій, установ формальною та неформальної освіти, науково-дослідних та культурних інституцій, регулятивних органів й громадян. Такі публічні консультації проводилися з метою створення дискусії, яка згодом призвела до затвердження різних документів. Група припинила свою діяльність у 2010 р.

Одним з основних документів, який регулює діяльність з медіаграмотності в ЄС є «Європейський підхід до медіаграмотності в цифровому середовищі» (European approach to media literacy in the digital environment), який був ухвалений наприкінці 2007 р. і фокусується на трьох напрямках:

- Комерційна комунікація. Оскільки сьогодні реклама відіграє провідну роль у нашому житті, важливим є підвищення обізнаності аудиторії про комерційну комунікацію. У цій сфері медіаграмотність зосереджена на двох аспектах: надання молодій аудиторії інструментів для розвитку критичного підходу до комерційної комунікації, який надає змогу робити усвідомлений вибір; заохочення державного або приватного фінансування з належною прозорістю у даній сфері.

- Аудіовізуальні роботи. У цьому контексті медіаграмотність передбачає: забезпечення європейської аудиторії кращою обізнаністю про спадщину кіноіндустрії та підвищення інтересу до європейських фільмів, а також розуміння важливості авторського права як зі сторони споживачів, так і творців контенту.

- Для онлайн-середовища медіаграмотність означає: надання інструментів для критичної оцінки онлайн-контенту; забезпечення того, щоб всіма перевагами інформаційного суспільства могли користуватися всі, включаючи

людей з обмеженими можливостями та тих, хто знаходиться у невідному становищі через обмежені ресурси, освіту або етнічну приналежність тощо.

Отже, цим документом Європейська Комісія заохочує всіх держав-членів ЄС до активної участі та співпраці органів, які відповідають за електронні комунікації для покращення різних рівнів медіаграмотності; сприяння систематичним дослідженням та звітності про різні аспекти медіа та інформаційної грамотності; розробки та впровадження кодексів поведінки на національному рівні [9].

Наступний важливий крок у розробці концепції медіаграмотності зроблено у 2007 р., а саме у прийнятій Європарламентом «Директиві про аудіовізуальні медіа-послуги» (AVMSD). У преамбулі зазначається, що «медіаграмотність – це знання та вміння, які дозволяють споживачам правильно та ефективно використовувати медіа. Медіаграмотні люди здатні робити усвідомлений вибір, розпізнавати приховані контексти журналістських матеріалів при цьому, використовувати весь спектр можливостей за допомогою нових комунікаційних технологій. Тому вони можуть краще захистити себе від шкідливих та образливих матеріалів. Тому варто сприяти розвитку медіаграмотності в усіх верствах суспільства та уважно стежити за його прогресом». Отже, директива регулює національне законодавство щодо всіх аудіо-візуальних ЗМІ, цим самим посилює роль медіаграмотності, вимагаючи від держав-членів заохочувати та вживати заходів для розвитку навичок медіа та інформаційної грамотності в сучасному суспільстві [6].

Оскільки розвиток медіаосвіти в ЄС є одним з пріоритетних напрямів освітньої діяльності, тому Європейський Парламент у 2008 р. затвердив «Резолюцію щодо медіаграмотності у цифровому світі» (European Parliament resolution on media literacy in a digital world) [12]. У даному документі наголошується на необхідності розвитку медіаосвіти у країнах ЄС та подано рекомендації щодо визначених способів реалізації цього на різних освітніх рівнях. Зокрема, медіаосвіта повинна бути елементом формальної освіти та

невід'ємною частиною навчальної програми на кожному етапі шкільного життя.

За ініціати́ви Єврокомісії, у 2011 р. було створено Експертну групу з медіаграмотності (MLEG). Основна діяльність якої зосереджується на тому, щоб виявити та поширити передовий досвід у сфері даній сфері, сприяти створенню мереж серед зацікавлених осіб та координувати діяльність ЄС з підтримки програм та ініціатив з медіаграмотності [60].

Серед інших заходів, які впроваджує Європейська Комісія з покращення даної сфери є започаткування європейського тижня з медаграмотності для того, щоб посилити співпрацю між відповідними організаціями, наголосити на важливості навчання цифрової грамотності та забезпечити ефективну взаємодію між ЗМІ та соціальними мережами у цій сфері [49].

Інституційним механізмом, який займається питаннями медіаграмотності в Євросоюзі виступає Європейська асоціація глядацьких інтересів (European Association for Viewers Interests – EAVI). Це некомерційна організація, яка займається розвитком медіаграмотності європейського населення, представляє інтереси громадян за допомогою конференцій, досліджень, проектів, розробки передових практик і створення онлайн-публікацій з особливою увагою до медіаосвіти молодого покоління. Метою діяльності організації є просування повною громадянської позиції та медіаграмотності, розробка і поширення передового досвіду використання ЗМІ та просування інтересів громадян за допомогою залучення інституцій ЄС, як зацікавлених сторін у сфері медіа [103].

Одним з останніх їхніх досягнень вважається європейський проект з навчання медіаграмотності «EMEDUS», що тривав 2012 – 2014 рр. Метою даного проекту було підготовка звітів про медіаосвіту на різних рівнях – формальну та неформальну в країнах-членах ЄС. Проект фінансувався в рамках безперервної освіти Європейської Комісії. Проект має два головних



напрями, а саме навчальні плани та неформальна освіта. Результати дослідження формальної медіаосвіти показали, що:

- Прогрес впровадження медіаграмотності в школах важко простежити. Перш за все, це пов'язано з міждисциплінарними та інтегрованими формами навчання.
- Міждисциплінарна форма навчання не мотивує тих, хто займається медіаосвітою, інвестувати у відповідну підготовку вчителів.
- В таких країнах, як Польща та Угорщина, медіаосвіта виступає як факультативний предмет в навчальній програмі, що зумовлює знецінення важливості медіаосвіти в цих країнах.
- Станом на сьогодні не існує єдиної моделі медіаосвіти в ЄС, якої могли б притримуватися усі країни-члени [78].

Неформальна медіаосвіта характеризується доповненням до формальної освіти в рамках процесу розвинення навичок медіаграмотності громадськості будь-якого віку. При такому виді навчання головний акцент робиться на розвитку «м'яких навичок» (soft skills) людини, а не на розумінні різних технологій [79].

Отже, проект «EMEDUS» орієнтований на посилення та оновлення рекомендацій щодо освітньої діяльності у сфері медіаграмотності серед членів ЄС та інших країн Європи. Іншою метою ініціативи був аналіз освітніх ресурсів вчителів, їх навичок та рівня підготовки медіакомпетенцій.

Загалом, Рада Європи робить акцент на якісній освіті, щоб підготувати молодь до їхнього життя як активного громадянина в демократичних суспільствах, а також для забезпечення їхнього особистого та професійного розвитку. Департамент освіти Ради Європи декілька інструментів та навчальних матеріалів для розвитку медіа та інформаційної грамотності, підтримуючи дітей та молодь у безпечній та ефективній участі у цифровому середовищі [45].

У 2017 р. створено Робочу групу з медіаграмотності в рамках проекту «iLEGEND», який є спільною програмою Європейського Союзу та Ради

Європи. Метою даного проекту виступає підвищення обізнаності про взаємозалежність й солідарність через освіту з глобального розвитку та співпрацю молоді в Європі та за її межами. Головними цілями діяльності групи є наступні:

- Досліджувати та розвивати сферу медіаграмотності серед молоді, освітян.
- Покращити вплив та охоплення заходів, що розроблені молодіжними центрами.

Робоча група з медіаграмотності складалася з шести експертів: чотирьох експертів із країн-членів центру «Північ-Південь», який надає можливості для жінок та молоді відігравати активну роль шляхом міжкультурного діалогу та глобальної громадянської освіти у країнах-членах Ради Європи та сусідніх регіонах, та двох експертів із країн-членів Ради Європи, які мають різний, але взаємодоповнюючий досвід у таких галузях, як медіа та інформаційна грамотність, цифрове громадянство, залучення соціальних медіа, освіта тощо. Протягом 2017 р. вони працювали над підвищенням обізнаності та розвитком потенціалу медіаграмотності для глобального розвитку освіти [62].

У 2020 р. Європейська група регуляторів аудіовізуальних медіапослуг (ERGA) опублікувала звіт «Покращення медіаграмотності кампаній з дезінформації» (Improving Media Literacy campaigns on disinformation). Згідно результатів дослідження:

- Кампанії з покращення навиків медіаграмотності, що спрямовані на протидію дезінформації, мають обмежене охоплення, тобто не всі держави-члени ЄС залучаються в різноманітні ініціативи.
- Більшість ініціатив з медіаграмотності, які допомагають розвивати цифрові компетенції у дітей не охоплюють уроки, присвячені розпізнаванню дезінформації.
- Діяльність онлайн-платформ у даній сфері зосереджена на розширенні зручних функцій для користувача, однак їх важко знайти і вони доступні не

всім (наприклад, контекстна кнопка Facebook, Бібліотека цифрової грамотності тощо).

Крім того, у даному дослідженні міститься звіт, який зробили онлайн-платформи, що підписали «Кодекс практики щодо дезінформації», в якому вони чітко прозвітували про свою діяльність у запровадженні медіаграмотності.

Facebook створив та запустив кампанію з підвищення медіаграмотності, щоб покращити обізнаність та навчити людей виявляти неправдиві та оманливі новини в країнах ЄС. Веб-сайт даної кампанії вже відвідали 1.3 млн людей. Також створив програму цифрової грамотності «Get Digital», щоб забезпечити ефективними уроками та ресурсами людей будь-якої вікової категорії і допомогти їм розвинути компетенції та навички, які необхідні для більш безпечного використання Інтернету.

Співпрацюючи з ЮНЕСКО та Єврокомісією, Twitter провів кампанію з медіаграмотності, щоб допомогти громадськості Європи виробити стійкість і критичну оцінку інформації, яку вони бачили на платформі про Covid-19.

Google повідомив, що продовжує організовувати тренінги «News Lab» для журналістів, під час яких проводяться онлайн-зустрічі різними мовами і вже більш, ніж 10 000 європейців беруть участь в живих трансляціях, які присвячені цифровій перевірці та навичкам журналістики даних з початку пандемії [53].

Отже, стратегічними механізмами протидії дезінформаційним впливам являються медіаосвіта та медіаграмотність. Документально це визнано на міжнародному рівні, що в свою чергу відображається у побудові системи захисту інформації європейського населення від деструктивних впливів. Протягом другої половини ХХІ ст. Євросоюз впроваджував медіаосвіту та медіаграмотність в низку ініціатив, проектів та досліджень у різних сферах життєдіяльності суспільства. При цьому, поступово зміщувався акцент з концепції медіаграмотності на більш вужче поняття цифрових навичок. В основному, програми медіаосвіти ЄС адаптовані для молоді, зокрема для

школярів і студентів. Проте, актуальною проблемою є вирішення питання підвищення обізнаності щодо медіаграмотності серед старшого покоління.

## ВИСНОВКИ

Дезінформація та пропаганда є міжнародною проблемою та загрозою для суспільства, адже вони породжують плутанину та недовіру, а також зменшують віру людей в інституції, які мають вирішальне значення для функціонування здорової демократії, як-от уряд, ЗМІ тощо. Це підриває здатність громадян ефективно брати участь у житті суспільства та різноманітних громадських заходах.

Незважаючи на значну кількість досліджень зарубіжних та вітчизняних науковців у сфері протидії дезінформації та пропаганди в ЄС, сьогодні все ще не існує цілісного розуміння цих явищ. Проте, узагальнюючи розглянуті визначення, можна стверджувати, що дезінформацію в ЄС розглядають в контексті розвитку цифрових медіа та їх впливу на сучасне суспільство.

Завдяки новим комунікаційним технологіям стало можливим легко створювати й розповсюджувати неправдиву та шкідливу інформацію, яка є замаскованою під новини заради завоювання довіри тієї чи іншої цільової аудиторії. Фальшиві чи частково спотворені новини в результаті мають негативний вплив та є загрозовим явищем у медіапросторі. Вони розповсюджуються з чотирьох конкретних причин, таких, як прибуток, політичні та економічні мотиви, або внести корективи в демократичний устрій країн тощо.

Головними розповсюджувачами дезінформації є Росія та Китай. Кожен з них мають різні наміри, зокрема Кремль застосовує дезінформацію для пониження іміджу супротивника. У такий спосіб, російський уряд використовує наявні вразливі місця, суперечності громадян та напружену політичну ситуацію в країні, щоб викликати недовіру громадян до діяльності інституцій ЄС та тих цінностей демократії, які захищають інститути та законодавство ЄС. В свою чергу, Китай поширює дезінформацію на теренах ЄС для покращення свого іміджу.

Зазначені актори здійснюють свою дезінформаційну діяльність за допомогою різних каналів комунікації, як-от новинні агенції або державні телеканали, державні та недержавні інституції, онлайн-ЗМІ та соціальні мережі. Сьогодні соціальні мережі користуються популярністю серед населення, тому охоплюють велику аудиторію. Саме це є хорошою платформою для маніпуляцій і висвітлення неправдивої інформації в інтересах впливових людей, угруповань та окремих держав.

Першопочатково для позначення неправдивої інформації в ЗМК масово використовувалося поняття «фейку», які різняться за формами, методами передачі та змістом. За методом розповсюдження фейки поділяють на: мас-медійні, їх створюють для ЗМІ і це є каналом їх поширення та мережеві чутки, тобто коли поширюють вигадане повідомлення через соціальні мережі. Найнебезпечнішими за формою є глибинні фейки, адже вони створюються за допомогою штучного інтелекту і можуть бути представлені у вигляді зображень або відео. Головними загрозами поширення фейків такого виду є те, що їх може створити будь-яка людина, яка володіє комп'ютером, простота у поширенні даної інформації, а також вони є настільки правдоподібними, що їх складно відрізнити від справжнього фото або відео. Однак, останні дослідження, які присвячені дослідженню цієї проблеми, відкидають в наукових працях використання цього поняття, оскільки поняття «фейкові новини» вразливе до неправильного тлумачення і використовується політиками в негативному світлі. Замість цього, в офіційних документах ЄС застосовуються терміни «неправдива інформація», «дезінформація», «шкідлива інформація».

Боротьба із неправдивою та шкідливою інформацією здійснюється як в рамках Європейського Союзу, так і в безпосередньо в країнах Європи. Протидія зазначених викликів є постійним, нескінченним процесом, який вимагає розвитку стійкості суспільства та уряду щодо цих проблем. Вони зазнають постійних змін та вдосконалень, що, в свою чергу, провокує розвиток відповідного реагування на ці загрози.

На законодавчому рівні ЄС було розроблено чималу кількість документів, які засвідчують, що необхідно розробляти нові інструменти протидії неправдивій інформації, покращити обізнаність європейського населення щодо інформаційної грамотності та надалі проводити дослідження впливу дезінформації на громадськість. Серед них варто виокремити наступні: «План дій зі стратегічних комунікацій», «Спільні принципи протидії гібридним загрозам – відповідь ЄС», «Кодекс практики щодо протидії дезінформації», «План дій проти дезінформації», «Резолюція про зовнішнє втручання у вибори та дезінформацію у національних і європейських демократичних процесах», «Боротьба з інфодемією Covid-19: правильний виклад фактів».

Головними інституційними механізмами ЄС для боротьби з дезінформацією виступають Європейська служба зовнішніх справ та Оперативна група зі стратегічних комунікацій ЄС, а також Група експертів високого рівня, Центр гібридного синтезу та Європейський центр протидії гібридним загрозам. До того ж, було створено систему швидкого оповіщення для забезпечення загальної обізнаності про ситуацію, яка пов'язана з поширенням дезінформації в державах-членах ЄС. Система складається з елементарної платформи для обміну інформацією, а також мережі пунктів зв'язку в різних державах-членах ЄС, яка призначена для підключення до існуючих можливостей моніторингу дезінформації та фейкових новин в режимі реального часу.

Дезінформація в Інтернеті – це проблема, яка перетинає кордони, як національні, так і дисциплінарні. Дедалі очевиднішим стає те, що вирішення проблеми неможливо знайти без істотної міжнародної та міждисциплінарної співпраці. Так, в умовах інформаційних війн та маніпуляцій зростає потреба в перевірці достовірності відомостей та фактів, які циркулюють в нашому інформаційному середовищі. У ЄС фактчекінг визначають як перевірка фактів з метою забезпечення точного, неупередженого аналізу публічних заяв для того, щоб виправити суспільне неправильне сприйняття і підвищити

обізнаність про важливі питання. Важливо відзначити, що перевірка інформації здійснюється на основі офіційних документів.

У сфері перевірки фактів та достовірності інформації, головні стандарти задає Міжнародна мережа фактчекінгу, що була заснована у 2015 році при Інституті Пойнтера. Діяльність даної мережі сфокусована на тому, щоб об'єднати різноманітні фактчек-ресурси для глобальної боротьби з дезінформацією. Дана мережа розробила міжнародний «Кодекс принципів», якого мають дотримуватись фактчекери у свої повсякденній діяльності.

У цілому, фактчекінгова діяльність в Європейському Союзі знаходиться лише на стадії розвитку, про це свідчать новостворені організації, різноманітні проекти, які зосереджуються на аналізі та перевірці інформації. Передовим фактчек-проектом в ЄС є «FactcheckEU» – це проект Міжнародної мережі фактчекінгу. Основна діяльність зосереджується на перевірці політичних заяв та на боротьбі з дезінформацією, яка стосується економічної та соціальної сфери, а також сприяє покращенню медіа та інформаційної грамотності громадян Європи.

Головною фактчек-установою в Європейському Союзі являється Європейська обсерваторія цифрових медіа (EDMO), яка об'єднує фахівців з перевірки фактів та дослідників у галузі онлайн-дезінформації. Тим самим, вона утворює безпечну онлайн-платформу для виявлення та аналізу дезінформаційних кампаній.

Ще однією провідною організацією у галузі фактчекінгу ЄС є Соціальна обсерваторія з дезінформації та аналізу соціальних мереж (SOMA). Основною метою діяльності якої є надання підтримки європейській спільноті для колективної боротьби з дезінформацією у період виборів до Європарламенту (2019 р.) й сприяння запобіганню втручань Росії у ці вибори.

Ключовою формою захисту від деструктивного впливу дезінформації та фейкових новин, які розповсюджуються через цифрові медіа є медіаграмотність. Головну роль у цьому відіграє критичне мислення та освіта, адже саме завдяки цим навичкам можливе подальше ефективне використання



соціальних мереж. Адже пересічний читач досить часто не володіє достатньою медіаграмотністю для розрізнення фейкових новин чи дезінформації, тому його треба виховувати в дусі медіаосвіти, показуючи, хто може здійснювати деструктивний вплив в соціальних мережах, як фейк виряджається в знайомі форми і «вступає в контакт» з нами. Хороша медіаграмотність глядачів і слухачів – найнадійніший засіб проти того, щоб громадяни були дезінформованими й налаштованими на псевдоконфлікти, помилкові атаки і фейкові персонажі, що покликані відволікти людей від реальних проблем і занурити їх в соціальну апатію і безпорадність.

Отже, не зважаючи на значні досягнення, діяльність ЄС у сфері протидії дезінформації та пропаганди, все ще потребує переосмислення та відповідності до швидкого збільшення кількості та зміни характеру гібридних загроз.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

### Нормативно - правові документи

1. Action Plan against Disinformation. *European Commission contribution to the European Council*. 2018. P.30. URL: [https://ec.europa.eu/info/publications/action-plan-disinformation-commission-contribution-european-council-13-14-december-2018\\_en](https://ec.europa.eu/info/publications/action-plan-disinformation-commission-contribution-european-council-13-14-december-2018_en) (Last accessed: 25.08.2021)
2. Attitudes towards the Impact of Digitalisation on Daily Lives. *European Commission*. Special Eurobarometer 503. 2019. URL: <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2228> (Last accessed: 02.09.2021)
3. Code of Practice on Disinformation – Intermediate targeted monitoring: January reports. *European Commission*. 2019. P.3. URL: [https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc\\_id=57596](https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=57596) (Last accessed: 19.08.2021)
4. Code of Practice on Disinformation. *European Commission*. *Shaping Europe's digital future*. 2018. P.12. URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-disinformation> (Last accessed: 17.08.2021)
5. COVID-19 disinformation monitoring programme. *European Commission*. *Shaping Europe's digital future*. 2020. URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/covid-19-disinformation-monitoring> (Last accessed: 01.09.2021)
6. Directive 2007/65/EC of the European Parliament and of the Council. *Official Journal of the European Union*. 2007. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32007L0065&rid=5> (Last accessed: 11.10.2021)
7. EU Action Plan on Strategic Communication. 2015. URL: <https://www.europeansources.info/record/eu-launches-reaction-to-russian-campaigns-of-disinformation/> (Last accessed: 23.08.2021)

8. EU strategic communication to counteract propaganda against it by third parties. *European Parliament*. 2016. P. 22. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52016IP0441> (Last accessed: 19.08.2021)
9. European approach to media literacy in the digital environment. *Commission of the European Communities*. 2007. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:52007DC0833> (Last accessed: 08.10.2021)
10. European Council resolution on supplementary efforts to enhance digital resilience and counter hybrid threats. *Council of the European Union*. 2019. URL: <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-14972-2019-INIT/en/pdf> (Last accessed: 03.09.2021)
11. European Democracy Action Plan. *European Commission*. 2020. URL: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip\\_20\\_2250](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_2250) (Last accessed: 27.08.2021)
12. European Parliament resolution of 16 December 2008 on media literacy in a digital world (2008/2129(INI)). *European Parliament*. 2008. URL: [https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-6-2008-0598\\_EN.html](https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-6-2008-0598_EN.html) (Last accessed: 13.10.2021)
13. Foreign electoral interference and disinformation in national and European democratic processes. *European Parliament*. 2019. P.8. URL: [https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2019-0031\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2019-0031_EN.pdf) (Last accessed: 07.09.2021)
14. Guidance on Strengthening the Code of Practice on Disinformation. *European Commission. Shaping Europe's digital future*. 2021. URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/guidance-strengthening-code-practice-disinformation> (Last accessed: 02.09.2021)
15. Horizon 2020. *European Commission*. 2014. URL: <https://ec.europa.eu/programmes/horizon2020/en/what-horizon-2020> (Last accessed: 14.09.2021)
16. Joint Framework on countering hybrid threats a European Union response. *European Commission*. 2016. P.18. URL: <http://eur-lex.europa.eu/legal->

[content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016JC0018&rid=1](http://content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016JC0018&rid=1) (Last accessed: 09.09.2021)

17. Recommendation for Media Education. *Parliamentary Assembly*. 2000. URL: <http://www.assembly.coe.int/nw/xml/xref/xref-xml2html-en.asp?fileid=16811&lang=en> (Last accessed: 15.10.2021)
18. Tackling COVID-19 infodemic - Getting the facts right. *European Commission*. 2020. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52020JC0008> (Last accessed: 01.09.2021)

### Інтернет-ресурси

19. Гороховський О. Фактчек як тренд розслідувань: можливості та перспективи. Дніпро: ЛІРА. 2017. 133 с. URL: [https://www.amo.cz/wp-content/uploads/2017/06/AMO\\_Factchecking-jako-trend-v-investigativni-zurnalisticke-moznosti-a-perspektivy.pdf](https://www.amo.cz/wp-content/uploads/2017/06/AMO_Factchecking-jako-trend-v-investigativni-zurnalisticke-moznosti-a-perspektivy.pdf) (Дата звернення: 29.09.2021)
20. Іванов В., Волошенюк О., Кульчинська Л. Медіаосвіта та медіаграмотність: короткий огляд. *Академія української преси*. 2011. 58 с. URL: <https://www.irf.ua/files/ukr/programs/media/aup-media.pdf> (Дата звернення: 22.10.2021)
21. Кіца М. Особливості та методи виявлення фейкової інформації в українських ЗМІ. *Журналістські науки*, випуск 883, №1. 2017. С. 30-35. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/handle/ntb/43019> (Дата звернення: 23.09.2021)
22. Мудра І. Поняття «фейк» та його види у ЗМІ. *Теле- та радіожурналістика*, № 15. 2016. С. 184 – 188. URL: <http://publications.lnu.edu.ua/collections/index.php/teleradio/article/view/694/699> (Дата звернення: 23.09.2021)
23. Почепцов Г. (Дез)інформація. Детектор Медіа. 2019. 248 с. URL: <https://psyfactor.org/psyops/disinformation-book.htm> (Дата звернення: 21.09.2021)

24. Удовиченко К. Методи та засоби перевірки фактажу в умовах інформаційної війни. *Молодий вчений № 11*. 2017. С. 773-776. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv\\_2017\\_11\\_189](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2017_11_189) (Дата звернення: 24.09.2021)
25. Шевченко В.Е. Фактчекінг і верифікація в журналістській роботі. *Образ: науковий журнал*. Вип. 1 (27). 2018. С.140-153. URL: [https://obraz.sumdu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/05/16\\_Shevchenko.pdf](https://obraz.sumdu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/05/16_Shevchenko.pdf) (Дата звернення: 24.09.2021)
26. Шлапаченко В. Дезінформація як спосіб інформаційно-психологічного впливу. *Інформаційна безпека людини, суспільства, держави № 2*. 2013. С. 78-86. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/iblsd\\_2013\\_2\\_15](http://nbuv.gov.ua/UJRN/iblsd_2013_2_15) (Дата звернення: 17.09.2021)
27. Як відеофейки стали серйозною загрозою і об'єднали суспільство. StopFake.org: веб-сайт. 2020. URL: <https://www.stopfake.org/uk/89356-2/> (Дата звернення: 15.09.2021)
28. A multi-dimensional approach to disinformation. *The independent High level Group on fake news and online disinformation*. 2018. URL: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation> (Last accessed: 06.09.2021)
29. A Nordic collective effort to combat misinformation: press-release. 2021. URL: <https://kallkritikbyran.se/press/> (Last accessed: 11.09.2021)
30. Automated tackling of disinformation. European Science-Media Hub. 2019. URL: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/624278/EPRS\\_STU\(2019\)624278\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/624278/EPRS_STU(2019)624278_EN.pdf) (Last accessed: 19.10.2021)
31. Bennet L., Livingston S. The disinformation age. *Cambridge University Press*. 2020. URL: [https://www.cambridge.org/core/services/aop-cambridge-core/content/view/1F4751119C7C4693E514C249E0F0F997/9781108843058AR.pdf/The\\_Disinformation\\_Age.pdf?event-type=FTLA](https://www.cambridge.org/core/services/aop-cambridge-core/content/view/1F4751119C7C4693E514C249E0F0F997/9781108843058AR.pdf/The_Disinformation_Age.pdf?event-type=FTLA) (Last accessed: 02.09.2021)
32. Bradshaw S., Philip N. Howard The Global Disinformation Order: 2019 Global Inventory of Organised Social Media Manipulation. *University of Oxford*. 2019. URL: <https://demtech.oii.ox.ac.uk/wp->

- [content/uploads/sites/93/2019/09/CyberTroop-Report19.pdf](#) (Last accessed: 19.09.2021)
33. Bradshaw S. Influence Operations and Disinformation on Social Media. The Centre for International Governance Innovation: web-page. 2020. URL: <https://www.cigionline.org/articles/influence-operations-and-disinformation-social-media/> (Last accessed: 19.09.2021)
34. Buchanan M. Why fake news spreads like wild fire on Facebook. Chicago Tribune: web-page. 2017. URL: <https://www.chicagotribune.com/opinion/commentary/ct-perspec-fake-news-google-facebook-0904-story.html> (Last accessed: 05.10.2021)
35. Buchanan T. Why do people spread false information online? *PLoS ONE*. 15 (10). 2020. URL: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0239666> (Last accessed: 05.10.2021)
36. Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus. Cambridge University Press. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/fake-news> (Last accessed: 18.10.2021)
37. Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus. Cambridge University Press. URL: <https://dictionary.cambridge.org/us/dictionary/english/post-truth> (Last accessed: 18.10.2021)
38. Canadian journal of educational communication. 1993. P.47. URL: [https://www.researchgate.net/publication/234725071\\_The\\_Media\\_Education\\_Revolution](https://www.researchgate.net/publication/234725071_The_Media_Education_Revolution) (Last accessed: 29.10.2021)
39. Coleman K. Introducing Birdwatch, a community-based approach to misinformation. Twitter: web-page. 2021. URL: [https://blog.twitter.com/en\\_us/topics/product/2021/introducing-birdwatch-a-community-based-approach-to-misinformation](https://blog.twitter.com/en_us/topics/product/2021/introducing-birdwatch-a-community-based-approach-to-misinformation) (Last accessed: 26.10.2021)
40. Core principles of media literacy education. *Alliance for a Media Literate America*. 2007. URL: [https://mediaeducationlab.com/sites/default/files/AMLA-Core-Princ-MLE\\_0.pdf](https://mediaeducationlab.com/sites/default/files/AMLA-Core-Princ-MLE_0.pdf) (Last accessed: 31.10.2021)

41. Covid-19 Disinformation: Narratives, Trends, and Strategies in Europe. EU Disinfo Lab: web-page. 2020. URL: <https://www.disinfo.eu/publications/covid-19-disinformation-narratives-trends-and-strategies-in-europe/> (Last accessed: 24.10.2021)
42. Dawson A., Innes M. How Russia's Internet Research Agency Built its Disinformation Campaign. *The Political Quarterly* 90 (2). 2019. URL: [https://www.researchgate.net/publication/332880738\\_How\\_Russia's\\_Internet\\_Research\\_Agency\\_Built\\_its\\_Disinformation\\_Campaign](https://www.researchgate.net/publication/332880738_How_Russia's_Internet_Research_Agency_Built_its_Disinformation_Campaign) (Last accessed: 02.11.2021)
43. Dutch MPs in video conference with deep fake imitation of Navalny's Chief of Staff. NL Times. 2021. URL: <https://nltimes.nl/2021/04/24/dutch-mps-video-conference-deep-fake-imitation-navalnys-chief-staff> (Last accessed: 25.09.2021)
44. EEAS Special report update: short assessment of narratives and disinformation around the Covid-19 pandemic. EUvsDisinfo: web-page. 2021. URL: <https://euvsdisinfo.eu/eeas-special-report-update-short-assessment-of-narratives-and-disinformation-around-the-covid-19-pandemic-update-december-2020-april-2021/> (Last accessed: 04.10.2021)
45. Ensuring the right to quality education for all. Council of Europe: web-page. URL: <https://www.coe.int/en/web/education/about> (Last accessed: 03.11.2021)
46. ERGA Report on disinformation: Assessment of the implementation of the Code of Practice. ERGA: web-page. 2020. URL: <https://erga-online.eu/?p=732> (Last accessed: 06.10.2021)
47. EU Commission warns of “fake news”, meddling in 2019 European elections. Deutsche Welle. 2018. URL: <https://www.dw.com/en/eu-commission-warns-of-fake-news-meddling-in-2019-european-elections/a-44903487> (Last accessed: 07.10.2021)
48. EU invests in Truly Media content verification platform to fight disinformation. Truly Media: web-page. 2019. URL: <https://www.truly.media/eu-invests-in-truly-media-content-verification-platform-to-fight-disinformation/> (Last accessed: 18.10.2021)

49. European Media Literacy Week. *European Commission. Shaping Europe's digital future*. 2020. URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/events/european-media-literacy-week> (Last accessed: 03.11.2021)
50. European MPs targeted by deepfake video calls imitating Russian opposition. *The Guardian*. 2021. URL: <https://www.theguardian.com/world/2021/apr/22/european-mps-targeted-by-deepfake-video-calls-imitating-russian-opposition> (Last accessed: 25.09.2021)
51. Far right networks of deception. *Avaaz: web-page*. 2019. URL: [https://secure.avaaz.org/campaign/en/disinfo\\_network\\_report/](https://secure.avaaz.org/campaign/en/disinfo_network_report/) (Last accessed: 12.10.2021)
52. How can Europe tackle fake news in the digital age. *Euronews: web-page*. URL: <https://www.euronews.com/2019/01/09/how-can-europe-tackle-fake-news-in-the-digital-age> (Last accessed: 21.10.2021)
53. Improving Media Literacy campaigns on disinformation. *ERGA: web-page*. 2021. URL: <https://erga-online.eu/wp-content/uploads/2021/01/ERGA-SG2-Report-2020-Improving-Media-Literacy-campaigns-on-disinformation.pdf> (Last accessed: 30.10.2021)
54. Infodemic. *World Health Organisation: web-page*. 2020. URL: <https://www.who.int/health-topics/infodemic#tab=tab> (Last accessed: 17.10.2021)
55. Jowett G., O'Donnell V. *Propaganda and persuasion. Sage publications*. 2006. URL: [https://books.google.fr/books/about/Propaganda\\_and\\_Persuasion.html?id=vIC92PdJ0l0C&redir\\_esc=y](https://books.google.fr/books/about/Propaganda_and_Persuasion.html?id=vIC92PdJ0l0C&redir_esc=y) (Last accessed: 29.09.2021)
56. Kalsens B. *Fake news*. 2018. URL: <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.809> (Last accessed: 13.10.2021)
57. Kelly D. *The biggest scandals to hit Facebook*. *Grunge: web-page*. 2021. URL: <https://www.grunge.com/625062/the-biggest-scandals-to-hit-facebook/> (Last accessed: 10.10.2021)



58. Making sense of today's media content: Commission begins public media literacy consultation. European Commission: web-page. 2006. URL: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP\\_06\\_1326](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_06_1326) (Last accessed: 04.11.2021)
59. Mantzarlis A. COVID-19: \$6.5 million to help fight coronavirus misinformation. Google News Lab: web-page. 2020. URL: <https://blog.google/outreach-initiatives/google-news-initiative/covid-19-65-million-help-fight-coronavirus-misinformation/> (Last accessed: 11.10.2021)
60. Media literacy expert group. European Commission: web-page. URL: <https://ec.europa.eu/transparency/expert-groups-register/screen/expert-groups/consult?do=groupDetail.groupDetail&groupID=2541> (Last accessed: 04.11.2021)
61. Media Literacy Index 2021. Open society Institute – Sofia. URL: <https://osis.bg/?p=3750&lang=en> (Last accessed: 04.11.2021)
62. Media literacy task force. Council of Europe: web-page. URL: <https://www.coe.int/en/web/north-south-centre/media-literacy-task-force> (Last accessed: 04.11.2021)
63. Media literacy. Council of Europe: web-page. URL: <https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/media-literacy> (Last accessed: 04.11.2021)
64. Mostly false: “Around 20 percent of illegal migrants are bringing the coronavirus to Austria”. EU Fact-check: web-page. 2021 URL: <https://eufactcheck.eu/factcheck/mostly-false-around-20-percent-of-illegal-migrants-are-bringing-the-coronavirus-to-austria/> (Last accessed: 23.10.2021)
65. National EDMO hubs announced. *European University Institute*. 2021. URL: <https://www.eui.eu/news-hub?id=national-edmo-hubs-announced> (Last accessed: 16.10.2021)
66. Negative posts on Facebook sought to discredit democratic processes in Lithuania. Disinformation Analysis Centre: web-page. 2020. URL:

<https://www.debunkeu.org/post/negative-posts-on-facebook-sought-to-discredit-democratic-processes-in-lithuania> (Last accessed: 23.10.2021)

67. Newman N. Journalism, Media and Technology Trends and Predictions. *Reuters Institute*. 2017. URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2017> (Last accessed: 26.10.2021)
68. Official launch of the EU Center for Research in Social Media and Information Disorder – EU REMID. *Social Observatory for Disinformation and Social Media Analysis*. 2019. URL: <https://www.disinfoobservatory.org/official-launch-of-the-eu-center-for-research-in-social-media-and-information-disorder-eu-remid/> (Last accessed: 23.10.2021)
69. Opening speech of Vice-President Věra Jourová at the conference “Disinfo Horizon: Responding to Future Threats”. European Commission: web-page. 2020. URL: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/speech\\_20\\_160](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/speech_20_160) (Last accessed: 17.10.2021)
70. Pamment J. Future Threats, Future Solutions that looks into the future of the European Union’s (EU) disinformation policy. Carnegie Endowment for International Peace: web-page. 2020. URL: <https://carnegieendowment.org/experts/1749> (Last accessed: 03.11.2021)
71. Pamment J. The EU’s Role in Fighting Disinformation: Crafting A Disinformation Framework. Carnegie Endowment for International Peace: web-page. 2020. URL: <https://carnegieendowment.org/2020/09/24/eu-s-role-in-fighting-disinformation-crafting-disinformation-framework-pub-82720> (Last accessed: 03.11.2021)
72. Pamment J. The EU’s Role in Fighting Disinformation: Developing Policy Interventions for the 2020s. Carnegie Endowment for International Peace: web-page. 2020. URL: <https://carnegieendowment.org/2020/09/30/eu-s-role-in-fight-against-disinformation-developing-policy-interventions-for-2020s> (Last accessed: 03.11.2021)
73. Pamment J. The EU’s Role in Fighting Disinformation: Taking Back the Initiative. Carnegie Endowment for International Peace: web-page. 2020. URL:

- <https://carnegieendowment.org/2020/07/15/eu-s-role-in-fighting-disinformation-taking-back-initiative> (Last accessed: 03.11.2021)
74. Positive And Negative Effects Of Propaganda In Society. Cram: we-page. URL: <https://www.cram.com/essay/Positive-And-Negative-Effects-Of-Propaganda-In/FCNQED9FU> (Last accessed: 24.10.2021)
75. Pungente J. The Second Spring: Media Education in Canada's Secondary Schools. 2006. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/0952398890260404?journalCode=remi20> (Last accessed: 06.11.2021)
76. Questions and Answers about the East StratCom Task Force. 2021. URL: <https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage/2116/-questions-and-answers-about-the-east-> (Last accessed: 20.10.2021)
77. Rapid Alert System. European External Action Service: web-page. 2019. URL: [https://eeas.europa.eu/sites/default/files/ras\\_factsheet\\_march\\_2019\\_0.pdf](https://eeas.europa.eu/sites/default/files/ras_factsheet_march_2019_0.pdf) (Last accessed: 17.10.2021)
78. Report on formal media education in Europe (WP3). European Association for Viewers Interests: web-page. URL: <https://eavi.eu/research/european-media-education-study/> (Last accessed: 06.11.2021)
79. Report on informal media education in Europe. European Association for Viewers Interests: web-page. URL: <https://eavi.eu/research/european-media-education-study/> (Last accessed: 06.11.2021)
80. Research and Analysis. Hybridcoe: web-page. URL: <https://www.hybridcoe.fi/research-and-analysis/> (Last accessed: 31.10.2021)
81. Revsbech J. A Nordic collective effort to combat misinformation. *DATALAB*. 2021. URL: <https://datalab.au.dk/stay-tuned/nyhed/artikel/a-nordic-collective-effort-to-combat-misinformation> (Last accessed: 12.10.2021)
82. Rid T. Why Twitter Is the Best Social Media Platform for Disinformation. *Vice*: web-page. 2017. URL: <https://www.vice.com/en/article/bj7vam/why-twitter-is-the-best-social-media-platform-for-disinformation> (Last accessed: 07.10.2021)
83. Rosen G. An Update on Our Work to Keep People Informed and Limit Misinformation About COVID-19. *Meta*: web-page. 2020. URL:

- <https://about.fb.com/news/2020/04/covid-19-misinfo-update> (Last accessed: 21.10.2021)
84. Scott M. Inside Facebook's European election war room. Politico. 2019. URL: <https://www.politico.eu/article/facebook-european-election-war-room-dublin-political-advertising-misinformation-mark-zuckerberg/> (Last accessed: 23.10.2021)
85. Stencel M., Luther J. Fact-checking count tops 300 for the first time. *Duke Reporters Lab*. 2020. URL: <https://reporterslab.org/fact-checking-count-tops-300-for-the-first-time/> (Last accessed: 18.10.2021)
86. The commitments of the Code of principles. International Fact-checking Network: web-page. URL: <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/know-more/the-commitments-of-the-code-of-principles> (Last accessed: 18.10.2021)
87. The EU Media Literacy Expert Group 2006-2010. Nordicom-Information 33, 1-2. 2011. P. 57-58. URL: [https://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/334\\_ASEU%20media%20literacy%20expert%20group.pdf](https://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/334_ASEU%20media%20literacy%20expert%20group.pdf) (Last accessed: 07.11.2021)
88. The Fake News Debate on Social – Who's Responsible. Socialbakers: web-page. 2017. URL: <https://www.socialbakers.com/blog/2658-the-fake-news-debate-on-social-who-s-responsible> (Last accessed: 25.10.2021)
89. Training and Exercises. Hybridcoe: web-page. URL: <https://www.hybridcoe.fi/training-and-exercise/> (Last accessed: 31.10.2021)
90. Understanding Citizens' Vulnerabilities (II): from Disinformation to Hostile Narratives. European Commission: web-page. 2020. URL: <https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC118914> (Last accessed: 27.10.2021)
91. Vilmer J.-B., Escorcía A., Information manipulation: a challenge for our democracies. *Policy Planning Staff (CAPS) of the Ministry for Europe and Foreign Affairs and the Institute for Strategic Research (IRSEM) of the Ministry for the Armed Forces*. 2018. URL: [https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/information\\_manipulation\\_rvb\\_cle838736.pdf](https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/information_manipulation_rvb_cle838736.pdf) (Last accessed: 03.10.2021)

92. Vosoughi S., Roy D., Aral S. The spread of true and false news online. 2017. URL: <https://ide.mit.edu/wp-content/uploads/2018/12/2017-IDE-Research-Brief-False-News.pdf> (Last accessed: 30.09.2021)
93. Wardle C., Derakhshan H. Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking. Council of Europe: web-page. 2017. URL: <https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/information-disorder> (Last accessed: 09.09.2021)
94. Watts N. 5 Types of “Fake News” and Why They Matter. 2018. URL: <https://www.ogilvy.com/ideas/5-types-fake-news-why-they-matter> (Last accessed: 04.09.2021)
95. What is disinformation. Preveny: web-page. 2019. URL: <https://preveny.com/en/what-is-disinformation/#2-what-is-disinformation> (Last accessed: 12.09.2021)
96. What is fact-checking. 2015. URL: [https://ballotpedia.org/What\\_is\\_fact-checking](https://ballotpedia.org/What_is_fact-checking) (Last accessed: 18.10.2021)
97. What is Hybrid CoE. Hybridcoe: web-page. URL: <https://www.hybridcoe.fi/who-what-and-how/> (Last accessed: 31.10.2021)
98. World Risk Poll. *The Lloyd's Register Foundation*. 2021. URL: <https://wrp.lrfoundation.org.uk/explore-the-poll/fake-news-is-the-number-one-worry-for-internet-users-worldwide/> (Last accessed: 03.11.2021)

### **Веб-сайти:**

99. DATALAB – Center for Digital Social Research: web-page. URL: <https://datalab.au.dk/about> (Last accessed: 12.10.2021)
100. DROG. URL: <https://drog.group/> (Last accessed: 22.09.2021)
101. Duke Reporters Lab. URL: <https://reporterslab.org/> (Last accessed: 19.09.2021)
102. Eufactcheck.eu. URL: <https://eufactcheck.eu/about-us/> (Last accessed: 23.10.2021)

103. European Association for Viewers Interests. URL: <https://eavi.eu/about-us/>  
(Last accessed: 06.11.2021)
104. European Digital Media Observatory: web-page. URL: <https://edmo.eu/>  
(Last accessed: 18.10.2021)
105. European External Action Service: Strategic Communications: web-page.  
URL: [https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage/100/strategic-communications\\_en](https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage/100/strategic-communications_en) (Last accessed: 15.09.2021)
106. European External Action Service: web-page. URL:  
[https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage\\_en](https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage_en) (Last accessed:  
15.09.2021)
107. EUvsDisinfo. URL: <https://euvsdisinfo.eu/about/> (Last accessed:  
15.09.2021)
108. Fact Check Explorer. URL: <https://toolbox.google.com/factcheck/explorer>  
(Last accessed: 04.10.2021)
109. International Fact-checking Network: web-page. URL:  
<https://www.poynter.org/ifcn/> (Last accessed: 20.10.2021)
110. RT News. URL: <https://www.rt.com/> (Last accessed: 14.09.2021)
111. Social Observatory for Disinformation and Social Media Analysis: web-  
page. URL: <https://www.disinfoobservatory.org/the-observatory> (Last accessed:  
04.10.2021)
112. Sputnik News. URL: <https://sputniknews.com/> (Last accessed: 14.09.2021)
113. The European Centre of Excellence for Countering Hybrid Threats.  
Hybridcoe: web-page. URL: <https://www.hybridcoe.fi/> (Last accessed: 31.10.2021)
114. Truly Media. URL: <https://www.truly.media/about-us/> (Last  
accessed:10.10.2021)
115. WeVerify. URL: <https://weverify.eu/about/> (Last accessed: 10.10.2021)

## SUMMARY

The master's thesis addressed the issue of tackling disinformation and propaganda in European Union. The following conclusions were made during the study.

Disinformation and propaganda are an international problem and a global threat. It creates confusion, distrust, and reduce people's faith in institutions that are critical to the functioning of a healthy democracy, such as government, the media etc. This undermines the ability of citizens to participate effectively in society and various social activities.

Thanks to new communication technologies, it has become possible to easily create and distribute false and malinformation that is disguised as news in order to gain the trust of a particular target audience. As a result, they are distributed for four specific reasons, such as profit, political and economic motives, or to make adjustments to the democratic structure of countries etc.

The fight against false and harmful information is carried out both within the European Union and directly in European countries. Countering these challenges is a constant, endless process that requires developing the resilience of society and the government to these challenges.

At the legislative level, the EU has developed a considerable number of documents certifying that it is necessary to develop new tools for countering false information, improve awareness of the European population about information literacy, and continue to conduct research on the impact of disinformation on the public.

In general, all activities of the institutional mechanisms of the fighting EU with disinformation and propaganda are supported by the legal and regulatory framework, which is expanding and improving since 2015. However, it should be noted that it's development of the Union's activity on countering hybrid threats is more responsive than precautionary.

Disinformation on the Internet is a problem that crosses borders, both national and disciplinary. It is becoming increasingly clear that a solution to the problem cannot be found without substantial international and interdisciplinary cooperation. Thus, in the context of information wars and manipulations, there is an increasing need to verify the accuracy of information and facts circulating in our information environment. In the EU, factchecking is defined as verification of facts in order to provide an accurate, unbiased analysis of public statements in order to correct public misconceptions and raise awareness of important issues. It is important to note that information verification is carried out on the basis of official documents.

In general, fact-checking activity in the European Union is only at the stage of development, and it is evidenced by newly created organizations, various projects that focus on the analysis and verification of information.

A key form of protection against the destructive influence of disinformation and fake news that is spread through digital media is medical literacy. The main role in this is played by critical thinking and education, because it is thanks to these skills that further effective use of social networks is possible.

In conclusion, despite significant achievements, the EU's activities in the field of countering disinformation and propaganda still need to be rethought and consistent with the rapid increase in the number and change in the nature of hybrid threats.