

досить високому рівні. Незважаючи на те, що цифрова економіка має свої певні негативні моменти, усі вони згодом будуть виправлені та розвинуте населення України зможе поглинати усі його блага в цілому обсязі.

1. Круглов, В. (2021). Вплив цифрової економіки на ринок праці. Організаційний комітет, 200.
2. Новікова, О., & Азьмук, Н. (2021). Інформаційна безпека в соціально-трудовій сфері: виклики цифровізації економіки. Економіка та суспільство, (30).
3. Kruhlov V., Latynin M., Horban A., Petrov A. Public-private partnership in cybersecurity. CEUR Workshop Proceedings. 2020. № 2654. P. 619–628.

УДК 327.8

DOI: 10.31733/17-03-2023-565-568

Роман МЕЛЬНИК

спеціаліст I-ї категорії,

викладач спецдисциплін

ВСП «Любешівський технічний фаховий

коледж Луцького національного

технічного університету»

ПРОТИДІЯ РОСІЙСЬКІЙ ДЕЗІНФОРМІЇ ТА ПРОПАГАНДИ

Агресія Російської Федерації вплинула не лише на політичну, соціальну, економічну, військову сфери, але й поставила Українську державу перед складними викликами для державної інформаційної політики.

Сьогодні Україна все ще перебуває в процесі осмислення цієї нової реальності й механізмів спротиву інформаційній агресії, переоцінки концепції державної інформаційної політики і подолання наслідків агресії для інформаційного простору держави.

Частина рішень щодо протидії інформаційній агресії (особливо там, де їх пошуком займалися недержавні структури) потрапила у «сіру» правову зону, що погано регулюється чинним законодавством або не регулюється взагалі. Крім цього, стала можливою ситуація, коли застосування чинного законодавства може зашкодити тим, хто здійснює необхідні, але не завжди нормативно врегульовані кроки для захисту України від інформаційної агресії.

Іншою важливою проблемою стала фізична втрата спроможності реалізовувати концепцію єдиного інформаційного простору держави. На окупованих та неконтрольованих територіях окупаційний режим формує жорстко контрольований інформаційний простір, а всі спроби української сторони забезпечити там свою інформаційну присутність є лише обмежено успішними. Фактично, маємо справу з «інформаційною окупацією» з боку Росії анексованих та тимчасово невідконтрольованих українських територій.

Супутньою проблемою відновлення інформаційної присутності (крім екстремальних умов, дефіциту кадрів, ресурсів тощо) стала вкрай неефективна організація та координація роботи профільних державних органів щодо відновлення мовлення на Донбасі. Однак навіть за наявності технічних спроможностей залишається актуальною проблема контентного забезпечення мовлення (чи інформаційної присутності) на окупованих територіях. Окремі редакції з контентом, орієнтованим саме на ці території, є лише у кількох проєктів.

При цьому, можемо констатувати, що, незважаючи на низьку оцінку дієвості державної інформаційної політики, реальністю є те, що Україна зробила і продовжує робити все від неї залежне в межах чинної правової системи, системи міжнародних зобов'язань та очікуваної від демократичної держави логіки дій в інформаційному просторі. Однак, це не означає, що таке реагування є достатнім та стратегічно єдино можливим.

В інформаційній сфері на правовому рівні проведено значну роботу: держава вдалася до численних заходів, заборони діяльності конкретних ЗМІ та журналістів, прямих нормативних обмежень і введення санкцій проти пропагандистів. Як позитив, слід відзначити розробку і ретельне дотримання СБУ спеціального «Порядку акредитації представників ЗМІ при оперативному штабі з управління антитерористичною операцією в Донецькій і Луганській областях».

Проте, в широкому контексті інформаційного протиборства України з РФ це дало лише частковий ефект. Зокрема, нерозв'язаною залишається проблема обмеження потоку дезінформації та пропаганди, що транслюється із зони бойових дій недобросовісними медіа, впливаючи як на міжнародну аудиторію, так і на місцеве населення. Далекою від вирішення є також проблема визволення полонених українських журналістів.

Найкращий спосіб боротьби з російською дезінформацією - це недопущення її поширення на початкових етапах ІІСО. Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки Міністерства культури та інформаційної політики України пропонує низку заходів для запобігання поширенню російських нарративів серед цільової аудиторії певної організації.

Дослідник І. Ашманов стверджує: «Усе починається зі зламу інформаційного суверенітету. Інформаційний суверенітет – це можливість держави управляти інформацією, яка доходить до населення, вирішувати – щодо нього доходить, а що ні. Це фактично інформаційна безпека держави, стійкість до атак і можливість проводити свою політику. Звичайно, це нібито суперечить свободі слова, яка насправді теж є частиною інформаційної війни» [1, 144-145].

У ворожій словесній авантурі російського автора, що висловлює типову для російського керівництва точку зору, впадає в око, що, по-перше, він зводить «інформаційний суверенітет» до можливості держави обмежувати свободу слова, тобто здійснювати цензуру. А, по-друге, саму «свободу слова» він фактично заперечує і вважає її породженням «інформаційної війни». Глобалізація інформаційного простору цього разу прирівнюється до «зламу інформаційного суверенітету», слідом за яким ідуть «кольорові» революції. Й навпаки – зміцнення «інформаційного суверенітету» є, з цього погляду, найкращою протиотрутою проти «кольорових» революцій, тобто, проти повалення існуючого в тій або іншій країні диктаторського політичного режиму.

Серед зовнішніх загроз – «використання інформаційних та комунікаційних технологій у військово-політичних цілях для здійснення дій, що суперечать міжнародному праву, спрямовані проти суверенітету, політичної незалежності, територіальної цілісності держав і становлять загрозу міжнародному миру, безпеці, глобальній і регіональній стабільності». У програмній статі В. Путіна «Бути сильними. Гарантії національної безпеки для Росії» російський президент закликав дати відсіч не лише агресії, а й спробам організації штучного керованого хаосу (так В. Путін зашифрував «кольорові» революції) [1, с. 384-385].

Для ефективної боротьби з російською пропагандою та дезінформацією потрібно не боротися із самим явищем, а перешкоджати досягненню конкретних цілей російської інформаційної кампанії. Задля цього цільову аудиторію слід робити «стійкою» до нарративів і фейків, які продукує російська пропаганда.

Проведення кампаній з розвитку медіаграмотності та критичного мислення цільової аудиторії - ефективний засіб запобігання негативному впливу дезінформації. Це доводить дослідження американського аналітичного центру «RAND», у якому вказано, що після запуску програм з розвитку медіаграмотності населення користувачі соцмереж стали рідше позитивно реагувати на російські джерела незалежно від їх ідеологічної спрямованості [4].

Медіаграмотність - це вміння застосовувати навички критичного мислення для оцінювання повідомлень, знаків і символів, які продукуються медіа. Таким чином, медіаграмотність допомагає визначати, аналізувати та оцінювати негативні або неправдиві меседжі, які поширюються через різні канали комунікації. Отже, що ширша аудиторія вміє застосовувати навички медіаграмотності, то важче нарративам російської пропаганди проникати всередину суспільства.

Основний спосіб розвитку медіаграмотності - проведення освітніх кампаній і тренінгів. В Україні цим займається IREX (Рада міжнародних наукових досліджень та обмінів), яка реалізує проєкт «Вивчай та розрізняй: інфомедійна грамотність» (Learn to Discern). Він розпочався в Україні у 2015 р., після чого його досвід поширили на більш ніж 12 країн світу. У межах «Вивчай та розрізняй» пройшли навчання понад 400 тренерів з медіаграмотності, а всього до проєкту було залучено понад 20 000 дорослих. Серед них - учителі, освітяни закладів вищої освіти, державні службовці, журналісти, лідери громад і громадські активісти.

Діяльність проєкту в Україні спрямована, зокрема, на те, щоб навчити вчителів інтегрувати інфомедійну грамотність у свої уроки. Внаслідок цього понад 84 000 учнів на сьогодні навчаються за вдосконаленими уроками, розробленими за підтримки проєкту.

Також експерти проєкту розробили загальнодоступний онлайн-курс з медіаграмотності «VeryVerified», доступний трьома мовами [3].

Окремі категорії населення схильні мати однакові уподобання, інтереси та цінності, що формує приблизно однаковий пул каналів комунікації, за якими та чи інша цільова аудиторія стежить і довіряє. У зв'язку з цим, для власної цільової аудиторії слід виступати легітимним джерелом, якому можна довіряти більше, ніж іншим каналам комунікації.

Користувачі схильні довіряти тим джерелам інформації, за якими стежить велика кількість людей. Для цього свої повідомлення слід робити різноманітними, креативними та анімованими. Вони повинні бути цікавими, інклюзивними та стійкими. Цікавими меседжі робить оформлення: слід використовувати спеціалізовані відео, розповіді (stories), інтерактивні можливості. Інклюзивні посилання передбачають поширення на якомога більшу аудиторію незалежно від віку, статі та переконань. Цього можна досягти за допомогою конкретної манери, в якій певний канал комунікації доносить інформацію до власної аудиторії (tone of voice) та актуальної тематики. І нарешті, стійкість визначається тим, наскільки довго та як сильно в потенційного читача зберігається меседж у свідомості.

Задля унеможливлення появи фейкових двійників і підвищення рівня довіри серед цільової аудиторії Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки Міністерства культури та інформаційної політики України рекомендує отримати «значок підтвердження» в соцмережах або розмістити на своєму офіційному сайті посилання на справжній профайл. Окрім цього, слід вести не односторонні комунікації, а вступати в діалог зі своєю аудиторією задля створення відчуття спілкування та надання аудиторії можливості бути почутою.

Бездоганна репутація передбачає дотримання неформального етичного кодексу - непоширення дезінформації, закликів до насильства та мови ненависті. Ці та інші принципи, яких слід дотримуватися при реалізації комунікаційної кампанії, викладені в документі під назвою «Кодекс етики українського журналіста». Особливо важливими компонентами якісних комунікацій виступають також прозорість, правдивість, відкритість, справедливість і точність.

Публікація фейків, які були викриті, підриває довіру цільової аудиторії та негативно впливає на подальшу репутацію та діяльність організації. Навіть позитивні для України новини, які є фейками (наприклад, смерть гауляйтера окупованої Херсонської області В. Сальда, узяття ЗСУ села Киселівки під Херсоном або референдум у Белгородській області РФ), шкодять і загрожують репутації наших державних органів і медіа.

Прикладом може слугувати скандал, пов'язаний з діяльністю колишньої Уповноваженої з прав людини Верховної Ради України Л. Денісової. Відповідно до незалежного журналістського розслідування, Л. Денісова поширювала фейки про звалтування російськими окупантами українських дітей і жінок. Як наслідок, у населення підірвана довіра до інституту Уповноваженого з прав людини, а російська пропаганда отримала новий інструмент впливу для відбілювання своєї репутації [2].

У реаліях нинішнього інформаційного середовища швидкість оприлюднення інформації надзвичайно важлива. Оперативне висвітлення тієї чи іншої події або ж належна і своєчасна реакція залучає широкую аудиторію та тим самим збільшує її довіру. Боротьба за довіру між різними каналами та джерелами інформації - це переважно «гра з нульовою сумою», тобто підвищення довіри до одного джерела зменшує довіру до іншого. Саме тому вкрай необхідно виборювати довіру в населення, щоб зменшувати можливі масштаби впливу російської пропаганди.

Після виявлення російської дезінформації слід розробити шляхи боротьби з нею. Одним з ключових інструментів запобігання поширенню дезінформації є регулярне використання основ стратегічних комунікацій - методів, принципів і каналів поширення. Утім, спочатку потрібно визначити доцільність таких дій. Наприклад, Центр стратегічних комунікацій пропонує схему для визначення необхідності боротьби з дезінформацією:

якщо дезінформація ще не з'явилася попередити аудиторію про можливу дезінформацію та окреслити справжню ситуацію;

якщо дезінформація вже з'явилася, однак не поширилася - продовжувати стежити за нею, готувати потенційну відповідь;

якщо дезінформація вже з'явилася й почала масово поширюватися, однак це окремі меседжі, що не перетворилися на наратив або підпадають під один з наявних загальних наративів, - використати контрнаративи, без спростування;

якщо дезінформація вже з'явилася й почала масово поширюватися, а окремі меседжі

перетворилися на наратив - спростувати та використати інші методи стратегічних комунікацій.

Не кожен фейк чи дезінформація потребують реагування. Якщо дезінформація не становить жодної загрози діяльності організації та її аудиторії, то боротьба з фейком може лише погіршити ситуацію, спричинивши ефект зворотного результату. Цей феномен полягає в тому, що постійне повторення фейку в контексті його спростування може закріпити його в головах аудиторії як правдиву інформацію.

Отже, принцип такий: повторення інформації робить її знайомою; людський мозок схильний більше довіряти знайомій інформації, яка йому вже траплялася раніше. Саме тому слід ретельно оцінювати фейки та дезінформацію, з якими треба боротися, ґрунтуючись на масштабі впливу на аудиторію.

1. Світова гібридна війна: український фронт: монографія / за заг. ред. В. П. Горбуліна. – К. : НІСД, 2017. – 496 с.

2. Соня Лукашова. Чому омбудсмен Денісова втратила посаду. URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2022/06/27/7354838/> - (дата звернення 3.03.2023).

3. Katya Vogt. What we learned about building resilience to manipulative information from Learn to Discern URL: <https://www.irex.org/insight/what-we-learned-about-building-resilience-manipulative-information-learn-discern.-25.10.2021.-> (дата звернення 4.03.2023).

4. Todd C. Helmus, James V. Marrone, Marek N. Posard, Danielle Schlang. Russian Propaganda Hits Its Mark. Experimentally Testing the Impact of Russian Propaganda and Counter-Interventions / URL: https://www.rand.org/pubs/research_reports/RRA704-3.html. - (дата звернення 4.03.2023).

УДК 342.95

DOI: 10.31733/17-03-2023-568-570

Вадим ЧАЛИК

викладач кафедри

загальноправових дисциплін

Дніпропетровського державного

університету внутрішніх справ

ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В АДМІНІСТРАТИВНОМУ ПРАВІ УКРАЇНИ

Вітчизняне адміністративне право, яке перебуває на сучасному етапі історичного розвитку в рамках інституційного реформування всіх державних інститутів, зумовленого прагненням до демократичного переходу, потребує серйозного оновлення та визначення інноваційних шляхів свого подальшого розвитку. Поглиблений розвиток новітніх технологій у сфері зв'язку та процес глобальної інтеграції змушують правоохоронні органи потребувати якісного інформаційного забезпечення та високошвидкісного прийому інформації. Викладене свідчить про актуальність дослідження сучасного розвитку адміністративного права, розробки та впровадження сучасних науково-технічних засобів, інформаційних технологій та їх застосування в українському адміністративному праві.

Сьогодні уявити наше життя без інформаційних технологій просто неможливо. Велика кількість сучасних потреб людини може бути задоволена завдяки стрімкому розвитку цифровізації. Потреби у сфері публічного адміністрування не є винятком. Наша країна обрала курс на формування «сервісної держави», що має на меті розробку великої кількості спеціальних додатків, ресурсів та програм, які мають на меті полегшити процеси отримання адміністративних послуг, що створює лише позитивний ефект на імідж держави як в очах її громадян, так і на світовій арені. Причиною такому процесу є низка факторів, серед яких: зручність отримання послуг в режимі онлайн, економія часу та енергії. Проявом цифровізації адміністративних послуг є запровадження процесу електронного урядування, необхідність та актуальність не викликає жодного сумніву, адже це вимога часу, наступний крок у розвитку суспільних відносин [1, с. 330].

Активний процес інформатизації торкнувся всіх основних сфер суспільної діяльності, зокрема й права. Як багатогранне соціальне явище право має різні прояви, виконує важливі функції, тому застосування в ньому цифрових технологій здійснюється в