ІНФОРМАЦІЙНІ ВІЙНИ ПРОТИ УКРАЇНИ ТА ІНШИХ ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇН:

ДОСВІД ЛИТВИ У ПРОТИДІЇ ПРОПАГАНДІ

LITHUANIAN DEVELOPMENT COOPERATION

CENTER FOR PUBLIC DIPLOMACY

INFORMATION WARS AGAINST UKRAINE AND OTHER EUROPEAN COUNTRIES:

LITHUANIA'S EXPERIENCE IN TACKLING PROPAGANDA

ІНФОРМАЦІЙНІ ВІЙНИ ПРОТИ УКРАЇНИ ТА ІНШИХ ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇН:

ДОСВІД ЛИТВИ У ПРОТИДІЇ ПРОПАГАНДІ

ЦЕНТР ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ

LITHUANIAN DEVELOPMENT COOPERATION

INFORMATION WARS AGAINST UKRAINE AND OTHER EUROPEAN COUNTRIES:

LITHUANIA'S EXPERIENCE IN TACKLING PROPAGANDA

Видавничий дім «Українська культура» • м. Київ • 2020

Публікація видана у рамках проєкту «Інформаційні війни проти України та інших європейських країн: досвід Литви у протидії пропаганді», реалізованого за фінансової підтримки Програми розвитку співробітництва та просування демократії Міністерства закордонних справ Литовської Республіки.

The publication is issued in the frames of the project “Information wars against Ukraine and other European countries: Lithuania’s experience in tackling propaganda” funded under the Development Cooperation and Democracy Promotion Programme of the Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Lithuania.

Усі права застережено.
© Центр публічної дипломатії

ЗМІСТ / CONTENT

Андрій Вітренко. Вступ 5
Andrii Vitrenko. Introduction 7

Розділ 1. **Дезінформація як потужна зброя гібридної війни: можливості протидії на локальному та державному рівнях**
Part 1. **Disinformation as a powerful weapon of hybrid warfare: possibilities for counteraction at the local and state levels**

Олександр Макобрій
Інформаційна безпека України: вдосконалення комунікаційних можливостей у реалізації державної політики 11
Oleksandr Makobrii
Information security of Ukraine: improving communication capabilities in the implementation of state policy 19
Олексій Полегкий
Протидія кремлівській дезінформації в ЄС 27
Oleksii Polegkyi
Tackling Kremlin disinformation in the EU 41
Дар'я Глущенко
Фактчекінг і поширення фейків у нових медіа: виклики для журналістських стандартів 55
Daria Hlushchenko
Fact-checking and spread of fakes in new media: challenges for journalistic standards 64
Аналітичний звіт
щодо результатів опитування учасників проекту «Інформаційні війни проти України та інших європейських країн: досвід Литви у протидії пропаганді» 72
Analytical report
on the results of a survey of participants of the project «Information wars against Ukraine and other European countries: Lithuania's experience in tackling propaganda» 79

Розділ 2. **Досвід Литви у протидії пропаганді та посиленні незалежних ЗМІ**

Part 2. **Lithuania's experience in tackling propaganda and strengthening independent media**

Нерінга Блюджюте
Як боротися зі стратегічними комунікаційними кризами, що викликані дезінформацією? 89

Neringa Bliūdžiūtė
How to deal with strategic communication crises caused by disinformation? 95

Нерюс Малюкявічус
Соціальна стійкість у Литві: боротьба з дезінформацією через актуалізацію 100

Nerijus Maliukevičius
Social resilience in Lithuania: tackling disinformation with actualization 107

Ігнас Калпокас
Співпраця між державою, приватним сектором та громадянським суспільством у боротьбі з пропагандою: досвід Литви 114

Ignas Kalpokas
Cooperation between the state, the private sector and civic society in tackling propaganda: the Lithuanian experience 126

ВСТУП

Андрій ВІТРЕНКО,
Голова Центру публічної дипломатії,
Віце-міністр культури України
з питань європейської інтеграції (2014–2016)

Широке поширення нового типу конфліктів — так званих гібридних війн, що поєднують інструменти економічного та політичного тиску, корупції, пропаганди і масштабних інформаційних кампаній, кібератак — стало характерною особливістю XXI століття. Інформаційний компонент гібридних війн активно використовується Росією в її боротьбі проти демократичного світу та його цінностей. Країни, що межують з Російською Федерацією, особливо Україна та країни Балтії, знаходяться під постійними атаками з боку Росії в інформаційній сфері. В Україні проблема захисту інформаційного простору набула ще більшої актуальності після незаконної анексії Кримського півострова та з початком війни на сході України у квітні 2014 року. Створення Міністерства інформаційної політики України у 2015 році та вжиття на державному рівні низки заходів з метою протидії російській інформаційній агресії стало одними з важливих кроків, але цього недостатньо — українці все ще залишаються вразливими до прокремлівських наративів та фейків.

Тож, вкрай необхідно посилювати співпрацю урядових структур, громадського сектору та журналістів з тим, щоб розпізнавати і протидіяти дезінформації, а також заручатися підтримкою західних партнерів в проєктах, орієнтованих на боротьбу з пропагандою. Однією з таких ініціатив став, зокрема, проєкт Центру публічної дипломатії «Інформаційні війни проти України та інших європей-

ських країн: досвід Литви у протидії пропаганді», реалізований у 2020 році за фінансової підтримки Програми розвитку та просування демократії Міністерства закордонних справ Литовської Республіки. В рамках проєкту відбулося 5 регіональних семінарів-тренінгів «Дезінформація як інструмент гібридної війни: особливості поширення та можливості протидії» у мм. Сєвєродонецьк, Маріуполь, Херсон, Одеса та Миколаїв за участі представників органів місцевої влади, журналістів та громадських активістів, проведено опитування учасників заходів шляхом анкетування щодо користування засобами масової інформації, протидії російській пропаганді та медіаграмотності населення.

Від Центру публічної дипломатії щиро дякуємо українським та литовським експертам, які у непростий час пандемії COVID-19 знайшли час і можливості долучитися до проєкту та поділитися досвідом у боротьбі з дезінформацією, Державному комітету телебачення і радіомовлення України за сприяння в реалізації цієї ініціативи, Луганській обласній державній адміністрації, Центру Балто-Чорноморських досліджень Маріупольського державного університету, Херсонській та Миколаївській міським радам, Одеській обласній раді, «Культурному центру Україна — Литва», Освітній платформі ЦЕГЛА за партнерство в проведенні заходів на місцях. Окрему подяку висловлюємо Міністерству закордонних справ Литовської Республіки та Посольству Литовської Республіки в Україні за підтримку у здійсненні проєкту.

Дана експертна публікація, що видається у рамках зазначеної ініціативи, містить результати опитування учасників проєкту у 5-ти містах на сході та півдні України, де вплив російської пропаганди відчувається найбільше, а також доповіді експертів, залучених до реалізації проєкту, щодо проблеми російської інформаційної агресії проти України та інших європейських країн, досвіду Литовської Республіки у протидії пропаганді та посиленні незалежних засобів масової інформації.

INTRODUCTION

Andrii VITRENKO,
Chair of the Center for Public Diplomacy,
Vice Minister of Culture of Ukraine
for European Integration (2014–2016)

Broad use of a new type of conflicts — the so called "hybrid wars" combining a wide range of instruments such as means of economic and political pressure, corruption, propaganda and large-scale information campaigns, cyber attacks — has become a special feature of the 21st century. The information component of hybrid wars is actively used by Russia in its struggle against the democratic world and its values. The neighboring countries, in particular Ukraine and the Baltic States, are constantly attacked in the information sphere by Russia. In Ukraine the problem of protection of its information space has become more serious after the illegal annexation of the Crimean peninsula and the beginning of the war in the East of Ukraine in April 2014. Establishment of the Ministry of Information Policy of Ukraine in 2015 and implementation of a set of measures at the country level to counteract Russian informational aggression became one of important steps but these efforts are far from being sufficient — Ukrainians are still vulnerable to Kremlin-led narratives and fakes.

Thus, it's highly important to increase cooperation among government institutions, public sector and journalists to recognize and resist disinformation as well as to ensure the support of Western partners in projects aimed at combating propaganda. In particular, one of such initiatives was the project of the Center for Public Diplomacy "Information wars against Ukraine and other European countries: Lithuania's experi-

ence in tackling propaganda» implemented in 2020 and funded under the Development Cooperation and Democracy Promotion Programme of the Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Lithuania. In the frames of the project 5 regional training seminars "Disinformation as an instrument of hybrid warfare: aspects of its spread and possibilities to counter propaganda" in Severodonetsk, Mariupol, Kherson, Odesa and Mykolayiv were held with the participation of representatives of local authorities, public sector and mass media, as well as a survey was conducted among the event participants through questionnaires on the use of mass media, tackling Russian propaganda and media literacy of the population.

On behalf of the Center for Public Diplomacy we'd like to express our sincere thanks to the Ukrainian and Lithuanian experts who at difficult times of the COVID-19 pandemic found time and possibilities to join the project and share experience in tackling disinformation; to the State Committee for Television and Radio Broadcasting of Ukraine for contribution to the implementation of this initiative; to the Luhansk Regional State Administration; to the Center for Baltic-Black Sea Studies of the Mariupol State University; to the Kherson and Mykolayiv City Councils; to the Odesa Regional Council; to the "Cultural Centre Ukraine-Lithuania"; to the Educational Platform CEGLA for partnership in carrying out the local events. Our special thanks to the Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Lithuania and to the Embassy of the Republic of Lithuania to Ukraine for their support in the project implementation.

This expert publication produced in the frames of the mentioned initiative contains the results of survey conducted among the project participants in 5 cities in the East and South of Ukraine where the impact of Russian propaganda is felt the most, as well as the reports of experts involved in the project concerning the problem of Russian informational aggression against Ukraine and other European countries and the experience of the Republic of Lithuania in tackling propaganda and strengthening independent media.

РОЗДІЛ 1

ДЕЗІНФОРМАЦІЯ ЯК ПОТУЖНА ЗБРОЯ ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ: можливості протидії на локальному та державному рівнях

PART 1

DISINFORMATION AS A POWERFUL WEAPON OF HYBRID WARFARE: possibilities for counteraction at the local and state levels

ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА УКРАЇНИ: вдосконалення комунікаційних можливостей у реалізації державної політики

Олександр МАКОБРІЙ,
Начальник головного управління міжнародної інформаційної політики, медіа та комунікацій Директорату інформаційної політики та інформаційної безпеки Міністерство культури та інформаційної політки України

Статтею 17 Конституції України визначено, що одним із пріоритетів захисту суверенітету і територіальної цілісності нашої країни є забезпечення інформаційної безпеки. І це є найважливішою функцією держави та справою всього Українського народу.

Отже інформаційна безпека, ефективна протидія інформаційним загрозам є не тільки питанням діяльності органів влади, це питання об'єднання зусиль усіх сфер і напрямів: як держави, так і громадських об'єднань, наукових установ, медіа тощо. Тому саме об'єднання зусиль є головною запорукою успіху у відсічі інформаційній агресії, яка здійснюються проти України.

На сьогодні проти України використовуються технології гібридної війни, що перетворило інформаційну сферу на ключову арену протистояння.

Досвід який вже маємо, показує, що інформація використовується як технологія ведення війни.

Фактично інформація є найважливішим компонентом агресії. Апробуються найновіші технології впливу на свідомість громадян, спрямовані проти України.

Моніторинг медіапростору свідчить про те, що використовуються усі доступні ресурси для досягнення своєї мети — знищення України як держави.

Зокрема Росією використовуються як власні можливості у вигляді телеканалів, таких як Russia Today, Росія-24, Росія-1, Перший телеканал, так залучаються Мас-медіа багатьох інших країн. Діє головний принцип коли демократичні механізми використовуються проти демократії.

Особливо ворожі наративи та дезінформація мають високу ефективність завдяки постійній повторюваності та мультиплікації в ЗМІ та соціальних мережах.

Саме соціальні мережи дали доступ до особистої та колективної підсвідомості. Маніпулювання, не в залежності від того де знаходяться сервери, відкривають дуже багато можливостей для «правильного» вибору дій, які необхідні агресору.

Водночас важливо розуміти, що у світі немає єдиної відповіді як боротися з дезінформацією, і також однозначно не можливо боротися з дезінформацією дзеркальними методами.

Іноді заборони та обмеження можуть бути досить ефективними у деяких випадках, проте вони завжди тягнуть за собою ризики порушення однієї із основоположних свобод — свободи слова. Державний контроль також не є універсальним рішенням для боротьби з дезінформацією, а незалежність ЗМІ — це обов'язковий критерій для розвитку демократичного суспільства.

На сьогодні єдиним документом стратегічного рівня, який консолідує державу у здійсненні заходів щодо протидії інформаційним загрозам є Доктрина інформаційної безпеки України, що затверджена Президентом України у 2017 році. Головна мета Доктрини полягає у виробленні єдиної державної політики щодо захисту

інформаційного простору в умовах гібридної агресії. Вперше в Доктрині обґрунтовуються такі поняття, як «стратегічні комунікації», «урядові комунікації», «кризові комунікації», «стратегічний наратив», а також визначаються національні інтереси в інформаційній сфері, актуальні загрози та механізми їх подолання. Виконання Доктрини пов'язане з багатьма напрямками інформаційного простору.

Водночас Президентом України 14 вересня 2020 року затверджено Стратегію національної безпеки України, де чітко визначено проблемні аспекти забезпечення інформаційної безпеки, а саме: «деструктивна пропаганда як ззовні, так і всередині України, використовуючи суспільні протиріччя, розпалює ворожнечу, провокує конфлікти, підриває суспільну єдність. Відсутність цілісної інформаційної політики держави, слабкість системи стратегічних комунікацій ускладнюють нейтралізацію цієї загрози».

Разом з цим, зазначений документ передбачає оновити підходи до вирішення відповідної проблематики шляхом створення нового документу: Стратегії інформаційної безпеки України.

Майбутня стратегія має врахувати досвід реалізації Доктрини інформаційної безпеки, зокрема мають бути визначено шляхи подальших дій як органів державної влади так і країни в цілому.

Для успішної реалізації заходів інформаційної безпеки необхідно забезпечити на високому рівні здійснення моніторингу інформаційного простору країни, зокрема ЗМІ та Інтернету з метою виявлення інформації, поширення якої заборонено в Україні, зокрема має бути створена система оцінки та моніторингу інформаційних загроз та оперативного реагування на них. Аналіз відповідної інформації дасть можливість універсалізації існуючих механізмів боротьби проти російських фейків, а також окреслить відповідні основні напрями та механізми їх поширення.

Важливим елементом забезпечення інформаційної безпеки є розвиток урядових комунікацій, де головна мета полягає у впровадженні власного наративу та побудові ефективної системи державних стратегічних комунікацій. Нажаль на сьогоднішній день існує велика проблема розвитку спроможностей комунікацій органів

державної влади на рівні нормативно-правового регулювання, а також практичної реалізації на національному та регіональному рівнях.

Відсутність загальнодержавних механізмів які б регламентували проведення державних комунікацій призводить до неналежного рівня поінформованості суспільства про діяльність органів державної влади та взагалі реалізації державної політики.

Практичним та важливим елементом є створення розвитку спроможностей із кризових комунікацій в органах державної влади.

На сьогоднішній день комунікування з населенням в умовах кризи здійснюється здебільшого безсистемно, ґрунтуючись на внутрішніх процедурах та регламентах органів влади та за відсутності уніфікованих механізмів та стандартів.

Майже відсутнє нормативно-правове регулювання цього процесу, немає чітких правил та інструкцій, як саме мають здійснюватися кризові комунікації, часові проміжки комунікацій, особливості взаємодії із цільовими аудиторіями, специфіку використання різних каналів поширення інформації тощо.

Окремо постає проблема нерегламентованості міжвідомчої взаємодії в умовах здійснення кризових комунікацій, що призводить до дублювання повноважень із інформування суспільства, відсутності єдиного центру поширення інформації, і, як наслідок, недостатності відомостей про кризову подію в суспільстві, поширення чуток, фейків, виступи некомпетентних спікерів тощо.

В умовах відсутності необхідної регламентації, кризові комунікації здійснюються ситуативно, відповідні рішення приймаються спонтанно, без встановленого нормативно-правового чи хоча б рекомендаційного підґрунтя.

Усе це призводить до вразливості системи національної стійкості та створює ряд потенційних ризиків для населення, а тому потребує невідкладного реформування та посилення спроможностей як на рівні усієї системи державного управління, так і в межах окремих державних інституцій.

В умовах протидії гібридної агресії важливим є підвищення медіаграмотності громадян України.

В більшості випадків пересічні громадяни не мають відповідних навичок. Отже вдосконалення здатності громадян самостійно виявляти фейки, опиратися маніпуляціям, бути готовими до змін інформаційного середовища, розвивати власне критичне сприйняття інформації має бути одним із пріоритетів реалізації державної інформаційної політики.

Напрямок медіаграмотності, як найважливіший елемент медіаосвіти, реалізовувався на досить вузьку аудиторію, переважно мешканців великих міст, журналістів, інколи вчителів. Нажаль питання медіаграмотності зазвичай не виходять далі фахового середовища.

Практично майже не реалізовувались проєкти загальнонаціонального підвищення навичок громадян з медіаграмотності. Пересічний споживач інформації не поінформований про існування інформаційних загроз, маніпуляцій і не має навичок з протидії таким загрозам.

Особливо це стосується мешканців периферії та невеликих міст. Глобальною ця проблема є на прикордонних територіях, де традиційно низьке покриття сигналом телебачення і, водночас, потужне мовлення із-за кордону.

Ключова проблема в реалізації проєктів з медіаграмотності — канал донесення інформації. Лекції/тренінги не виконують завдання через обмежене охоплення аудиторії (зазвичай — держслужбовці та регіональні журналісти), освітні проєкти в Інтернеті не цікаві, або не мають достатньої розкрутки, брошури не завжди доходять до цільової авдиторії і мають нетривалий строк використання.

Водночас неможливо лише медіаграмотністю зупинити розповсюдження неправдивої інформації — іноді це питання добросовісності медіа та дотримання журналістських стандартів. Тому окрема увага має бути приділено роботі із представниками медіа та журналістами.

Для боротьби з дезінформацією важливим є створення та провадження власного наративу.

Саме тому існує необхідність в реалізації напрямків публічної та культурної дипломатії, зокрема розширення системи іномовлення, просування України у світі, проведення за кордоном інформаційних кампаній, культурних заходів спрямованих на формування позитивного іміджу України.

Також необхідно здійснювати заходи спрямовані на привернення уваги до проблем міжнаціональних відносин та етнонаціональної політики, популяризації державної мови, що є важливим елементом захисту інформаційного простору.

Важливим є подальше провадження заходів щодо заборони поширення кінопродукції, яка шкодить національним інтересам держави, запобігання поширенню програм російських телевізійних мовників, наративи яких іноді використовують українські ЗМІ, обмеження доступу на український ринок друкованої продукції антиукраїнського змісту.

Під час підготовки проекту Стратегії інформаційної безпеки також слід використати досвід Європейського Союзу у протидії дезінформації. Зокрема ЄС поділяє кампанії з дезінформації, які проводять треті країни по відношенню до держав-членів Євросоюзу, які включають у себе:

- кібератаки на об'єкти критичної інфраструктури та злам мереж;
- вплив на політичні дебати через соціальні мережі та ЗМІ;
- створення конфліктних контентів з метою розпалювання ворожнечі в суспільствах;
- втручання у демократичні процеси.

З метою протидії зазначеним загрозам створено «План дій по боротьбі із дезінформацією» (Action Plan Against Disinformation), а також ухвалено Рекомендації щодо стратегічних комунікацій по боротьбі із пропагандою за участю третіх країн.

Ці дії Євросоюзу вказують на те, що питання втручання третіх країн у внутрішні політичні процеси, які відбуваються в державах-членах ЄС набули для Євросоюзу сталого стратегічного характеру і існує необхідність протидії діям спрямованих на підрив діяльності інституцій Євросоюзу та європейського проекту в цілому.

Окремо слід звернути увагу на імплементацію Кодексу практики щодо дезінформації (Code of Practice on disinformation) який був підписаний низкою глобальних інтернет-платформ та компаній, які працюють у сфері надання інформаційних послуг.

Стратегічна ціль співпраці компаній у рамках Коду поведінки передбачає:

- покращення контролю над розміщенням в інтернет-платформ реклами з метою зменшення доходів тих, хто займається розповсюдженням дезінформації;
- збільшення прозорості розміщення політичної реклами з метою виявлення кінцевих замовників;
- закриття в соціальних мережах фейкових аккаунтів, які розповсюджують неправдиву інформацію та розпалюють ворожнечу;
- сприяння доступу користувачів до різних джерел новин, що представляють альтернативні точки зору, а також надавати їм доступні засоби для повідомлення про дезінформацію.

Кодекс також передбачає обмеження параметрів таргетування для політичної реклами та забезпечує надання фахівцям, науковцям та державним органам можливості постійно стежити за дезінформацією в інтернет.

Використання досвіду Європейського Союзу, а в деяких випадках приєднання України до зазначених механізмів дозволить значно підвищити рівень інформаційної безпеки нашої країни та країн-членів ЄС у протидії державі-агресору.

Разом з цим, існує проблема міжвідомчої взаємодії та координації. На сьогоднішній день немає жодного постійно-діючого

механізму спільної протидії інформаційним загрозам. Державні інституції здебільшого протистоять інформаційним операціям самостійно, що істотно знижує ефективність таких заходів.

Крім того, переважає проактивний підхід до протидії інформаційним загрозам, тобто реагування після виявлення факту такої загрози. Водночас, відсутній механізм раннього виявлення загроз, який би дозволив попереджати інформаційні загрози ще до їх появи.

Одним з рішень, яке дозволить оптимізувати та сконцентрувати зусилля держави є створення платформи міжвідомчої координації та обміну інформацією між органами влади, що залучені до протидії інформаційним загрозам.

INFORMATION SECURITY OF UKRAINE: improving communication capabilities in the implementation of state policy

Oleksandr MAKOBRII,
Head of the Main Division for International Information Policy, Media and Communications of the Information Policy and Information Security Directorate Ministry of Culture and Information Policy of Ukraine

Article 17 of the Constitution of Ukraine stipulates that one of the priorities for protecting the sovereignty and territorial integrity of our country is to ensure information security. And this is the most important function of the State and a matter of concern for all the Ukrainian people

So, information security, effective counteraction to information threats is not only a matter of government activities, it is a matter of combining the efforts of all spheres and areas: of both the state and public associations, scientific institutions, media, etc.

Therefore, it is the combination of efforts that constitutes the main key to success in repelling the information aggression being carried out against Ukraine.

Today, hybrid warfare technologies are being used against Ukraine, which has turned the information sphere into a key arena of confrontation.

The experience that we have already acquired shows that information is used as a technology for waging war.

In fact, information is the most important component of aggression. The latest technologies of influencing the consciousness of citizens directed against Ukraine are being tested.

Monitoring of the media space demonstrates that all available resources are being used to achieve the goal, that is, the destruction of Ukraine as a state.

In particular, Russia utilizes both its own capabilities in the form of TV channels, such as Russia Today, Russia-24, Russia-1, Channel One, and the mass media of many other countries. The main principle of using democratic mechanisms against democracy is applied.

Especially hostile narratives and disinformation are highly effective due to their constant repetition and multiplication in the media and social networks.

It was social networks that gave access to the personal and collective subconscious mind. Manipulation, regardless of where the servers are located, opens up a lot of opportunities for the «correct» choosing of actions required by the aggressor.

At the same time, it is important to realize that there is no single answer in the world on how to deal with disinformation, and it is also definitely impossible to counter the disinformation using mirror methods.

Sometimes bans and restrictions can be quite effective in particular cases, but they always entail the risk of violating one of the fundamental freedoms — the freedom of speech.

The state control is also not a universal solution for tackling disinformation, and media independence is a mandatory criterion for the development of a democratic society.

Today, the only strategic document that consolidates the state in implementing measures to counter information threats is Ukraine's Information Security Doctrine approved by the president of Ukraine in 2017. The main goal of the Doctrine is to develop a unified state policy regarding protection of the information space in the context of hybrid aggression.

For the first time, the Doctrine substantiates such concepts as «strategic communications», «government communications», «crisis communications», «strategic narrative», as well as defines national interests in the information sphere, current threats and mechanisms for overcoming them. The implementation of the Doctrine is associated with many areas of the information space.

Simultaneously, on September 14, 2020, the president of Ukraine approved he National Security Strategy of Ukraine that clearly indicates the problematic aspects of ensuring information security, namely: «destructive propaganda both from outside and inside Ukraine incites hostility, provokes conflicts, undermines public unity by using social contradictions. The lack of a holistic information policy of the state, the weakness of the strategic communications system make it difficult to neutralize this threat.»

At the same time, this document provides for updating approaches to solving relevant problems by creating a new document: the Information Security Strategy of Ukraine.

The future strategy should take into account the experience of implementing the Information Security Doctrine, in particular, ways of further actions of both state authorities and the country as a whole should be determined.

For the successful implementation of information security measures, it is necessary to ensure a high level of monitoring of the country's information space, in particular the media and the Internet, in order to identify information that is prohibited in Ukraine. A system for assessing and monitoring information threats and responding to them should be established. The analysis of relevant information will make it possible to universalize existing mechanisms for countering Russian fakes, as well as outline the relevant main areas and mechanisms for their distribution.

An important element of ensuring information security is the development of government communications, the main goal of which is to introduce own narrative and build an effective system of state strategic communications. Unfortunately, today there is a big problem

of developing the communication capabilities of public authorities at the level of legal and regulatory framework, as well as of practical implementation at the national and regional levels.

The lack of national mechanisms that would regulate the organization of state communications leads to an inadequate level of public awareness on the activities of state authorities and implementation of state policy in general.

A practical and important element is the creation of the development of crisis communication capabilities in public authorities.

So far, communication with the population in times of crisis is carried out mostly haphazardly, based on internal procedures and regulations of government bodies and in the absence of unified mechanisms and standards.

There is almost no regulatory frameworks of this process, there are no clear rules and instructions on how crisis communications should be carried out, time intervals of communication, features of interaction with target audiences, specifics of using various channels of information dissemination, and so on.

Separately, there is a problem of unregulated interdepartmental interaction in the context of crisis communications, which leads to the duplication of authorities to inform society, lack of a single information dissemination center, and, as a result, insufficient amount of information on the crisis event in society, spread of rumors, fakes, speeches of incompetent speakers, etc.

In the absence of the necessary regulation, crisis communications are carried out situationally, relevant decisions are made spontaneously, without the established regulatory or at least recommendatory basis.

All this leads to the vulnerability of the national sustainability system and poses a number of potential risks for the population, and therefore requires urgent reform and strengthening of capabilities both at the level of the entire public administration system and within individual state institutions.

In the context of countering hybrid aggression, it is important to increase the media literacy of Ukrainian citizens.

In most cases, ordinary citizens do not possess the appropriate skills. Therefore, improving the ability of citizens to independently identify fakes, resist manipulation, be prepared for changes in the information environment, and develop their own critical perception of information should be one of the priorities for implementing the state information policy.

The area of media literacy, as the most important element of media education, was implemented for a fairly narrow audience, mainly residents of large cities, journalists, and sometimes teachers. Unfortunately, media literacy issues usually stays within the professional environment.

The projects of national improvement of citizens' media literacy skills were practically not implemented. The average consumer of information is not informed about the existence of information threats, manipulations and doesn't possess skills to tackle such threats.

This is especially true for residents of the periphery and small towns. This problem is global in the border areas, where television coverage is traditionally low and, at the same time, broadcasting from abroad is powerful.

The key problem in implementing media literacy projects is the information delivery channel. The lectures/trainings cannot fulfill the task due to limited audience coverage (usually represented by civil servants and regional journalists), and educational projects on the Internet are not interesting or not sufficiently promoted, the brochures do not always reach the target audience and have a short period of use.

Concurrently, it is impossible to stop the spread of false information only by media literacy — sometimes this is a matter of media integrity and compliance with journalistic standards. Therefore, special attention should be paid to working with media representatives and journalists.

To fight disinformation, it is important to create and implement own narrative.

That is why there is a need to implement the areas of public and cultural diplomacy, in particular, expanding the foreign broadcasting system, promoting Ukraine in the world, conducting information

campaigns and cultural events abroad aimed at creating a positive image of Ukraine.

It is also necessary to implement measures aimed at drawing attention to the problems of interethnic relations and ethno-national policy, popularizing the state language, which is an important element of protecting the information space.

It is important to continue implementing measures to ban the distribution of film products jeopardizing the national interests of the state, prevent the distribution of programs of Russian television broadcasters, whos narratives are sometimes used by Ukrainian media, and restrict access of printed products with anti-Ukrainian content to the Ukrainian market.

When preparing a draft Information Security Strategy, the experience of the European Union in countering disinformation should also be used.

In particular, the EU divides disinformation campaigns carried out by third countries against EU member states into these which include:

- cyber attacks on critical infrastructure facilities and network hacking;
- influence on political debates through social networks and mass media;
- creation of conflicting content for the purpose of inciting hostility in societies;
- interference in democratic processes.

In order to counter these threats, the Action Plan Against Disinformation was formed, and Recommendations on strategic communications for tackling propaganda with the participation of third countries were adopted.

These actions of the European Union indicate that the issues of third-country interference in the internal political processes taking place in the EU member states have become of a sustainable strategic nature for

the European Union, and there is a need to counteract measures aimed at undermining the activities of the EU institutions and the European project as a whole.

It is worth to separately pay attention to the implementation of the Code of Practice on Disinformation signed by a number of global internet platforms and companies working in the field of providing information services.

The strategic goal of cooperation between companies within the framework of the Code of Practice provides for:

- improving control over the placement of advertising on online platforms in order to reduce the income of those who spread disinformation;
- increasing transparency of political advertising placement in order to identify end customers;
- closure of fake accounts spreading false information and inciting hostility in social networks;
- facilitating users' access to various news sources representing alternative points of view, as well as providing them with accessible means to report the disinformation.

The Code also provides for limiting parameters of targeting for political advertising and provides specialists, scientists and government agencies with the means for constant monitoring the disinformation on the internet.

Using the experience of the European Union, and in some cases Ukraine's accession to these mechanisms, will significantly increase the level of information security of our country and EU member states in countering the aggressor state.

At the same time, there is a problem of interdepartmental interaction and coordination. To date, there is not a single permanent working mechanism for joint counteraction to information threats. The state institutions mostly oppose the information operations independently, which significantly reduces the effectiveness of such measures.

In addition, a proactive approach to countering information threats prevails, that is, responsing after identifying the fact of such a threat. In addition, there is no mechanism for early identification of threats that would allow preventing information threats even before they appear.

One of the solutions that would optimize and focus the state's efforts is to create a platform for interdepartmental coordination and exchange of information between the authorities involved in tackling information threats.

ПРОТИДІЯ КРЕМЛІВСЬКІЙ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ В ЄС

Олексій ПОЛЕГКИЙ,
доктор політичних наук,
Канадський інститут українських досліджень,
член Консультативної Ради Центру публічної дипломатії

Інформаційна війна та гібридні загрози стали в 21-у столітті безпековим викликом для багатьох країн. Вони відображають суттєві зміни в характері міжнародної безпеки, особливо пов'язаної з агресивним реваншизмом Російської Федерації. У 2014 році Росія розпочала відкриту війну проти України, і в той же час Москва почала активніше впроваджувати операції впливу проти західних демократій.

Загроза російської дезінформації стає все більш актуальною для всіх європейських країн. Деякі країни почали усвідомлювати серйозність загрози, але інші уряди все ще сумніваються, чи існує для них настільки загроза чи навіть толерують російську присутність в Європі. Багато урядових та неурядових ініціатив й інституцій, особливо у регіоні Центральної та Східної Європи, намагалися виявити, проаналізувати, викрити та протидіяти російській пропаганді.

Чеський аналітичний проект Kremlin Watch Monitor* поділив країни ЄС на три частини відповідно до їхньої реакції на кремлівську пропаганду: від колаборантів Москви до активних борців проти

* Kremlin Watch Report, «The Prague Manual», 30.04.2018; https://www.kremlinwatch.eu/userfiles/prague-manual.pdf

дезінформації. Відповідно до їх класифікації, лідерами із протидії кремлівській машині дезінформації є держави Балтії, Швеція та Велика Британія, більшість європейських країн «стурбовані», хоч і не дуже, приблизно третина країн просто заперечують, що проблема існує, а Греція та Кіпр — відкрито підтримують кремлівські наративи.

Більшість європейських країн не готові всебічно розслідувати та викривати російські мережі впливу у своїх країнах. Окрім парламентських органів Великобританії на європейському континенті не проводилось жодного всебічного офіційного розслідування російських мереж впливу, російських зв'язків з європейськими політичними партіями або втручання Росії у різні європейські вибори та референдуми.

Як прямо зазначає проект Kremlin Watch Monitor* більшість європейських урядів не спрямовують достатніх зусиль на захист своїх демократичних держав і не надають своїм громадянам публічної інформації про ці основні загрози. Держави-члени ЄС погоджуються щодо того, що слід робити на рівні ЄС, але через відсутність політичної волі більшість держав-членів не бажають фінансувати практичні заходи протидії цій загрозі. Більшість країн, які розуміють російську загрозу, є малими і середніми, і більшість із них є одержувачами дотацій з бюджету ЄС. Великі держави-члени, такі як Франція, Іспанія, Італія чи Німеччина, не здійснюють необхідних заходів. Наприклад, німецький політичний істеблішмент наполягає на реалізації російського геополітичного проекту «Північний потік-2», що суперечить європейським геополітичним та безпековим інтересам.

Російські інструменти впливу

Російська військова доктрина розглядає інформаційну війну як постійну «війну в умовах миру». Для Росії створення гібридних

* «Kremlin Watch Strategy for countering Russian interference», Kremlin Watch 2019; https://www.europeanvalues.net/wp-content/uploads/2019/12/Kremlin-Watch-Strategy.pdf

загроз є її основною стратегією. Важливим аспектом російсько-інформаційно-психологічних операцій є так званий рефлексивний контроль (РК), який тісно пов'язаний з китайською концепцією «стратагем» та американською концепцією «управління сприйняттям».

Сучасна російська пропаганда зосереджена насамперед на дезінформаційних кампаніях, і її методи не включають пропаганду певного світогляду, ідеології чи способу життя, а, скоріше, релятивізацію та фрагментацію інформації, щоб зруйнувати підстави раціонального сприйняття будь-якої інформації та зруйнувати фундамент соціальної довіри в країнах ЄС.

Відзначимо, кілька важливих елементів в стратегії РФ у провадженні інформаційної війни. По-перше, підхід Росії до інформаційної боротьби є цілісним (комплексний підхід), тобто він поєднує цифрово-технологічні та когнітивно-психологічні атаки. Хоча військовий та цифровий саботаж має на меті дезорганізацію, зрив та знищення управлінської спроможності держави, психологічна диверсія має на меті ввести жертву в оману, дискредитувати керівництво, дезорієнтувати та деморалізувати населення та збройні сили.

По-друге, він уніфікований («єдність зусиль»), оскільки синхронізує інформаційну боротьбу з військовими, політичними та ін. діями і вона є уніфікованою з точки зору кооперації та координації спектра державних та недержавних суб'єктів — військових, воєнізованих та невійськових.

По третє, інформаційна кампанія — це безперервне (принцип "безпреривності") стратегічне зусилля. Вона ведеться в «мирний час» та у воєнний час одночасно у внутрішніх та міжнародних ЗМІ та соціальних медіа.

Росія використовує* інструментарій «м'якої сили», щоб замаскувати зусилля «м'якого примусу», спрямовані на збереження своєї сфери впливу. Діяльність груп впливу, у поєднанні з російським

* Lutsevych, O. Agents of the Russian World Proxy Groups in the Contested Neighbourhood. Research Paper, Chatham House, 2016; https://www.chathamhouse.org/sites/default/files/publications/research/2016-04-14-agents-russian-world-lutsevych.pdf

державним адміністративним ресурсом та апаратом безпеки, а також впливом Російської православної церкви, проросійських еліт, масової культури та засобів масової інформації — може серйозно зашкодити політичним процесам та демократичному розвитку країн в регіоні. Події в Криму та на Донбасі показали важливу роль російських недержавних суб'єктів у розпалюванні конфлікту.

Кремль не завжди створює соціально-політичних проблеми, але навчився використовувати існуючі протиріччя на свою користь. Міграційна криза та теракти в Європі використовувалися Кремлем для критики «Заходу» та розпалювання ворожнечі в середині країн ЄС, посилюючи дихотомію «Сильної Росії» проти «слабкого, декадентського Заходу». Наприклад, у Німеччині стурбованість громадськості та інтерес до ворожих інформаційних операцій викликала справа «Лізи»*, в якій Росія намагалася посилити антиімігрантські настрої.

Brexit також дав Росії шанс скористатися антиєвропейськими настроями і зміцнити своїх неліберальних союзників. Частиною порядку денного для зміни іміджу Росії за кордоном є підкреслення ролі країни у збереженні «традиційних європейських цінностей», піднесення Путіна як «консервативної ікони».

Російська стратегія по просуванню своїх інтересів в Європі базується на наступних напрямках.

Російські економічні інструменти

Компанії, близькі до Кремля, використовують економічні засоби для політичного впливу в цільових європейських державах. Їх діяльність найбільш помітна в енергетичному секторі. Стратегічні енергетичні угоди між європейськими країнами та фірмами допомагають Кремлю нав'язувати свої політичні та геополітичні інтереси. Вони посилюють залежність держави від дружніх відно-

* The «Lisa case»: Germany as a target of Russian disinformation, 25 July 2016; https://www.nato.int/docu/review/articles/2016/07/25/the-lisa-case-germany-as-a-target-of-russian-disinformation/index.html

син з Кремлем, і потенційно можуть бути інструментом шантажу політичного керівництва.

Пошук політичних союзників

Кремль намагається розвивати стосунки з політичними акторами на високих посадах. Ці ключові фігури можуть бути підтримані фінансово, ідеологічно або в засобах масової інформації, в обмін на підтримку Кремля. Одним із прикладів такої практики в Європі є чеський президент Мілош Земан, Марі Ле Пен у Франції та багато інших.

Підтримка європейських радикальних та екстремістських угруповань

Особливо, але не виключно, в європейських країнах, де Росії не вдалося забезпечити собі підтримку на високому рівні, Кремль використовує підтримку радикальних та екстремістських сил. Їх політичні та ідеологічні орієнтації не мають принципової різниці, проте анти-системний фактор має вирішальне значення. Через ці групи та рухи Кремль розпалює протистояння в середині цих країн та здійснює цілеспрямоване руйнування демократичних інститутів.

Використання «публічної дипломатії» та громадських організацій

Інтереси Російської Федерації часто пропагують нібито неурядові організації або організовані урядом неурядові організації. Метою їх діяльності є вплив на європейську громадську думку та формування «розуміння» російського погляду на політику. Ці організації відіграють роль впливових суб'єктів, які використовують законні засоби демократичних дискусій для легітимізації російського режиму та політики за кордоном. Наприклад, такі організації,

як аналітичний центр у Берліні -»Діалог цивілізацій», який очолює Володимир Якунін, близький до Володимира Путіна. Ця організація використовується просування російських інтересів, підтримки деяких політиків та впливових діячів, зокрема колишнього президента Чехії Вацлава Клауса чи колишнього канцлера Німеччини Герхарда Шредера. У світлі анексії Криму Росією та російської агресії на Сході України, відкрита або прихована підтримка таких організацій повинна стати предметом занепокоєння ЄС.

ЗМІ

Російські ЗМІ, особливо міжнародні ресурси, такі як RT і Sputnik, стали важливим інструментом розповсюдження антизахідних наративів та дезінформації про міжнародні відносини та зовнішню політику Росії.

Етнічні меншини та «співвітчизники»

Етнічні росіяни, які проживають у європейських державах, розглядаються Російською Федерацією як потенційна база, яку можна використовувати для військових та зовнішньополітичних цілей. «Захист» російської меншини або «співвітчизників» за кордоном, включаючи доступ до відповідної культурної, ідеологічної та патріотичної інформації та освіти, зокрема, у країнах Балтії, Німеччині та Чехії — ще один привід для Росії, щоб поширювати свій вплив.

Європейська відповідь на інформаційні загрози

За останні роки з'явилося багато ґрунтовних розслідувань*, що детально вивчають ідеологічну та концептуальну основу російського

* EUvsDisinfo, Studies and Reports; https://euvsdisinfo.eu/reading-list/

підходу до інформаційної війни та детально описують оперативні заходи, що використовуються Кремлем.

Відповідно до Action Plan against Disinformation* прийнятий ЄС, дезінформація здіснювана Російською Федерацією представляє найбільшу загрозу для ЄС. Вона має систематичний характер, Росія має достатні ресурси та має інший масштаб порівняно з іншими країнами.

Для протидії політиці РФ з поширення фейків Євросоюз у 2015 році створив робочу групу зі стратегічних комунікацій — East StratCom Task Force. На основі Плану дій щодо стратегічної комунікації, прийнятого 22 червня 2015 року, мандат East Strategic Communication Task Force включає три напрямки дій: 1) ефективна комунікація та просування політики ЄС щодо країн Східного Партнерства; 2) Посилення ЗМІ в країнах Східного Партнерства та в державах-членах, включаючи підтримку свободи ЗМІ та зміцнення незалежних ЗМІ; 3) Покращення спроможності ЄС прогнозувати та реагувати на дезінформацію Російської Федерації.

5 грудня 2018 р. єврокомісари представили план протидії дезінформації, покликаний захистити вибори в Європі від можливого втручання. Оперативна робоча група ЄС зі стратегічних комунікацій (East StratCom Task Force) виявила за два роки понад 3 тис. випадків дезінформації від російськомовних ЗМІ. Представлений у 2018 році план передбачає збільшення бюджету з 1,9 мільйона євро цього року до 5 мільйонів євро.

EUvsDisinfo — це проект робочої групи European External Action Service's East StratCom Task Force**. Він був створений у 2015 році для кращого прогнозування та реагування на поточні дезінформаційні кампанії Російської Федерації, що зачіпають Європейський Союз, його держави-члени та сусідні країни. Основна мета EUvsDisinfo — підвищити обізнаність та розуміння громадські-

* Action Plan against Disinformation, 5.12.2018; https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/action_plan_against_disinformation.pdf

** Questions and Answers about the East StratCom Task Force, 05.12.2018; https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage/2116/-questions-and-answers-about-the-east-stratcom-task-force_en

стю операцій з дезінформації Кремля та допомогти громадянам Європи та за її межами виробити опірність цифровій інформації та маніпуляціям в ЗМІ. Використовуючи аналіз даних та моніторинг засобів масової інформації 18 мовами, EUvsDisinfo виявляє, збирає та викриває випадки дезінформації, що походять із прокремлівських ЗМІ, що розповсюджуються в ЄС та країнах Східного партнерства.

Центр стратегічних комунікацій НАТО* запрацював у січні 2014 року. Прикладом активності проросійських «ботів» став візит Дональда Трампа в Європу у 2018 році. За даними** Центру стратегічних комунікацій НАТО (Stratcom), за період із 1 травня по 31 липня 2018 боти і тролі написали 49 % усіх російськомовних повідомлень про НАТО в країнах Балтії та Польщі. При цьому Брюссельський саміт НАТО 2018 року припав на 11–12 липня. Серед акаунтів, які писали російською мовою, 36 % були автоматизованими (боти). Для порівняння: боти складали 14 % англомовних акаунтів та створили 19 % усього англомовного контенту за квартал.

Як зазначено в рапорті Комісії*** Парламенту Великої Британії по розслідуванні російського впливу, хоча уряд Великобританії навів докази російської діяльності у справі про отруєння Скрипалів, він неохоче приймає докази втручання у референдум по виходу Великобританії з ЄС у 2016 року. (Наприклад, дослідження показали, що російські акаунти розмістили понад 45 000 повідомлень про Brexit тільки за останні 48 годин кампанії). Відповідно до цього рапорту, як і інші країнах, Великобританія явно вразлива до прихованих кампаній інформаційного впливу, і уряд повинен проводити аналіз, щоб зрозуміти масштаби маніпулювання виборцями іноземними гравців під час минулих виборів. Законодавство повинно відпові-

* Stratcom; https://stratcomcoe.org/

** NATO Strategic Communications Centre of Excellence, "Robotrolling", 2018/3; https://www.stratcomcoe.org/robotrolling-20183

*** Democracy is at risk from the relentless targeting of citizens with disinformation, 18 February 2019; https://houseofcommons.shorthandstories.com/dcms-committee-disinformation-fake-news/index.html

дати останнім технологічним розробкам і чітко висвітлювати нелегальний вплив іноземних гравців на демократичний процес.

Водночас, російський інформаційний вплив, по руйнуванню євроатлантичної солідарності дає свої результати. Наприклад, 53 % громадян Франції та 58 % громадян Німеччини заявили в опитуванні Pew 2015 року, що їх країна не повинна застосовувати військову силу для захисту союзника по НАТО, якщо Росія нападе на нього. У 2020 році, на запитання, чи повинна чи не повинна їхня країна застосовувати військову силу для захисту союзника по НАТО від гіпотетичного нападу Росії, лише в п'яти з 16 опитаних держав-членів — Нідерландах, США, Канаді, Великобританії та Литві — більше половини респондентів вважають, що їм слід застосовувати таку силу.

Переконання, що їх країна повинна реагувати на гіпотетичний напад Росії на союзника по НАТО, з часом стало менш поширеним у кількох країнах. Наприклад, в Італії лише чверть опитаних у 2019 році заявляють, що їх країна повинна захищати союзника по НАТО, порівняно з чотирма з десяти в 2015 році. Подібне падіння за цей період відбулося в Польщі (–8 відсоткових пунктів), Іспанії (–7) та Франції (–6). Однак підтримка захисту інших країн-членів НАТО зросла у Великобританії з 2015 року (+6).

Країни Східної та Центральної Європи стали випробувальним майданчиком для нових методів пропаганди Росії та особливими мішенями інформаційної війни

Естонія, Литва та Латвія — як країни-члени Європейського Союзу, найкраще реагують на російську дезінформацію, завдяки політичному визнанню загроз та дій їх урядів, спрямованих на боротьбу з інформаційними загрозами.

Естонія отримала підтримку НАТО у 2008 році для створення Талліні Cooperative Cyber Defense Center of Excellence. У 2014 році, Рига стала базою для іншої організації НАТО, яка бореться з ро-

сійським впливом, — Центру передових стратегічних комунікацій (Strategic Communications Center of Excellence).

Для протидії інтернет тролям у країнах Балтії з 2016-го року зародився «рух ельфів»*. Це активісти, що намагаються викривати інформаційні маніпуляції в інтернеті. У 2018-му ельфи почали активно розвиватися** і в Чехії.

У 2015 році два провідні чеські аналітичні центри запустили спеціалізовані програми з проблем російського впливу та дезінформації. Програма Kremlin Watch Monitor*** спрямована на виявлення й протидію інструментам російського впливу та дезінформації і є програмою неурядової організації — European Values Think-Tank, а Prague Security Studies Institute розпочав свою Ініціативу з протидії російського впливу.

З кінця 2015 року три найбільші центральноєвропейські аналітичні центри: GLOBSEC Policy Institute, Political Capital Institute and European Values Think-Tank, публікують щотижневик Infowar Monitor.

Крім Радіо Свобода Європи / Радіо Свобода, яке розміщується в столиці Чехії з 1995 року, в Празі випускаються новинами російською мовою — Russian Language News Exchange, програма, що переважно фінансується Міністерством закордонних справ Нідерландів.

Асоціація з міжнародних відносин (AMO) запустила чеську версію українського веб-сайту StopFake.org у жовтні 2016 року, метою якої є перевірка або спростування дезінформації про ситуацію в Україні.

Bellingcat.com — новаторська група журналістів-розслідувачів, які використовують соціальні мережі та інформацію з відкритих

---

* Lithuanian 'Elves' Combat Russian Influence Online, December 28, 2016; https://www.voanews.com/europe/lithuanian-elves-combat-russian-influence-online

** «Рух "ельфів" проти російських інтернет-тролів набирає популярності у Чехії», Detector.media, 30 жовтня 2018; https://ms.detector.media/manipulyatsii/post/22005/2018-10-30-rukh-elfiv-proti-rosiiskikh-internet-troliv-nabirae-populyarnosti-u-chekhii/

*** Kremlin Watch; https://www.kremlinwatch.eu/

джерел для аналізу подій на місцях у районах конфлікту, особливо в Сирії та Україні.

Свобода слова та інформаційні загрози.

Свобода слова є надзвичайно важливим елементом європейської архітектури демократичного правління. Однак, в ситуаціях зовнішнього впливу, вона ж стає і «слабкою ланкою», якою користується Кремль в просуванні свого впливу. Як Пітер Померанцев та Майкл Вайс* описують російську інформаційну війну, «Кремль використовує ідею свободи інформації, щоб ввести дезінформацію в суспільство. Ефект полягає не в тому, щоб переконати (як у класичній публічній дипломатії) або заслужити довіру, а в тому, щоб сіяти плутанину за допомогою теорій змови та поширювати брехню».

Для досягнення аудиторії в європейських країнах Росія використовує лазівки в нормативних актах ЄС. Найбільшою проблемою російські ЗМІ є для країн де значна частина російськомовного населення. Російськомовне населення та люди старшого віку є тими групами, які найбільш схильні до впливу російської пропаганди. Звичайно, носії російської мови не є однорідною групою і мають досить різні політичні вподобання та рівень інтеграції. Найбільш значимим фактором є рівень користування російськими ЗМІ.

Відповідно до законодавства ЄС, зареєструвати ЗМІ в будь-якій країні-члені ЄС можливо, якщо один із членів правління медіа компанії проживає в цій країні. Балтійські країни наголошують, що цей підхід не дозволяє їм належним чином регулювати медіа-компанії, оскільки вони підпадають під дію законодавства інших країн. Незважаючи на це, Литва та Латвія вже мають досвід тимчасового блокування трансляції телевізійних каналів з російським контентом, які порушують внутрішнє законодавство.

* Peter Pomerantsev and Michael Weiss, "The Menace of Unreality: How the Kremlin Weaponizes Information, Culture and Money", The Interpreter, November 2014: 6.

У Латвії та Естонії чотири з десяти найбільш популярних телевізійних каналів також активно транслюють російський контент, а тому нерідко поширюють кремлівську дезінформацію та пропаганду. Однією з причин привабливості російських телеканалів в країнах Балтії є суттєва різниця між фінансуванням латвійських та російських каналів. За даними дослідження* аналітичного центру Призма, ці канали мають аудиторію у 24,8 % та 16,3 % в Латвії та Естонії відповідно. В Латвії впроваджують** закон, який полегшує боротьбу з дезінформацією РФ. Крім того, в Латвії ввели поправки***, згідно з якими 90 % змісту основних пакетів послуг телебачення має бути мовами ЄС. Оскільки російськомовна частина населення Литви значно менш чисельна, литовці помітно менше піддаються впливу російських медіа та рідше використовують російські соцмережі.

Також у 2017 році Молдова заборонила**** ретрансляцію аналітичних, політичних і військових програм російського телебачення.

Медійний регулятор Великої Британії Ofcom теж під кінець року 2018 року звинуватив***** канал Russia Today у порушенні британського кодексу телерадіомовлення.

У 2018 році Франція також приєдналася до країн, які мають закон для блокування пропагандистських телеканалів РФ. Після відкритого втручання Росії в французьку передвиборчу кампанію, Президент Макрон ініціював закони проти інформаційних

---

* Disinformation Resilience in Eastern and Central Europe, Kyiv 2018; http://prismua.org/wp-content/uploads/2018/06/DRI_CEE_2018.pdf

** «У Латвії готують законопроект, який полегшить боротьбу з пропагандою РФ», Detector media, 19 червня 2018; https://ms.detector.media/zakonodavstvo/post/21364/2018-06-19-u-latvii-gotuyut-zakonoproekt-yakii-polegshit-borotbu-z-propagandoyu-rf/

*** «Как Латвия решила законодате;льно бороться с пропагандой на телевидении?» StopFake, 11 сентября, 2018; https://www.stopfake.org/ru/kak-latviya-reshila-zakonodatelno-borotsya-s-propagandoj-na-televidene/

**** «Парламент Молдови заборонив деякі види російських телепрограм», Detector media 7 грудня 2017; https://ms.detector.media/zakonodavstvo/post/20170/2017-12-07-parlament-moldovi-zaboroniv-deyaki-vidi-rosiiskikh-teleprogram/

***** «UK media watchdog says Russian broadcaster RT broke impartiality rules», Reuters, December 20 2018; https://uk.reuters.com/article/uk-britain-russia-ofcom/ofcom-says-russian-broadcaster-broke-impartiality-rules-idUKKCN1OJ121

маніпуляцій*. «Russia Today та Sputnik не поводились як органи преси, вони поводились як органи впливу та пропаганди, і навіть брехливої пропаганди», — прямо сказав Макрон**.Одне із нововведень надає право регулятору — Вищій аудіовізуальній раді (CSA) — у передвиборчий період припиняти трансляцію мовника, якщо він поширює потенційно небезпечну інформацію й перебуває під впливом іноземних держав.

Висновки

Після кількох років російської агресії в Україні, після ряду спроб втручатися в європейські національні вибори, після кількох розслідувань, проведених з метою зрозуміти масштаби впливу Кремля в західних країнах, європейські уряди нарешті потроху переходять від питання, чи існує загроза до вжиття заходів для ефективного протидії цьому. За останні роки здійснено численні зусилля з метою активізації урядової та неурядової діяльності, спрямованої на підвищення стійкості, аналіз чи протидію дезінформаційним кампаніям та операціям впливу Кремля.

Все більше країн ЄС приділяють увагу боротьбі з пропагандою на інституційному та індивідуальному рівнях. Однак більш широкого висвітлення пропагандистських загроз на регіональному рівні все ще бракує, і необхідна більша участь національних установ.

Зміни в реакції європейських країн на російську загрозу.

Після кількох років російської агресії є значні докази, що неможливо заперечувати існування та актуальність цієї небезпеки. План дій ЄС проти дезінформації, прийнятий у 2018 році, офіційно називає Росію головним джерелом загроз. У той час, як у перші роки велись бурхливі дискусії щодо рівня російської агресії, сьогод-

* «Як Франція бореться з фейками: деталі ухвалених законів», Detector media, 26 листопада 2018; https://detector.media/infospace/article/142843/2018-11-26-yak-frantsiya-boretsya-z-feikami-detali-ukhvalenikh-zakoniv/

** «Макрон назвав Russia Today та Sputnik органами пропаганди», Європейська правда, 29 травня 2017; https://www.eurointegration.com.ua/news/2017/05/29/7066400/

ні майже ніхто не заперечує цього через докази вторгнення Росії в Україну та початку масових операцій російського впливу.

Незважаючи на проблеми пов'язані з Brexit, Великобританія була явним європейським лідером у відповіді на цю загрозу в Європі. Незважаючи на вагання реагувати на брудні російські гроші всередині країни, Великобританія мобілізувала ЄС, особливо після операції з отруєння Скрипаля.

Хоча все ще більшість європейських урядів не надають достатнього фінансування своїм відповідним громадянським суспільствам для боротьби з цією проблемою, рушійною силою європейського розуміння та реагування на загрозу є широка громадськість. Громадянське суспільство в більшості європейських країнах усвідомило цю загрозу, часто контрастуючи з власною політичною владою.

Що могло б бути зроблено

Країни ЄС повинні мати змогу своєчасно реагувати на дезінформацію та забезпечувати спростування фейків, забезпечуючи вразливі до російської пропаганди групи інформацією, засновану на фактах. Досі ні в Східній, ні в Західній Європі немає спеціального агентства, яке б аналізувало вплив російської (або іншої) пропаганди на різну аудиторію.

Усі держави-члени ЄС мали б розпочати власні парламентські розслідування щодо російських мереж впливу у своїх країнах.

Кожна країна та ЄС як орган повинні мати щоденну ситуаційну обізнаність та здатність руйнувати міфи за допомогою практичного протидії інцидентам дезінформації.

Європейські країни повинні припинити легітимізацію російських засобів дезінформації, що видаються як "журналістські платформи", якими ефективно керує російський уряд, будь то RT, Sputnik чи інші російські державні телеканали.

TACKLING KREMLIN DISINFORMATION IN THE EU

Oleksii POLEGKYI,
doctor of political science,
Canadian Institute of Ukrainian Studies,
member of the Advisory Council of the Center for Public Diplomacy

Information warfare and hybrid threats have become a security challenge for many countries in the 21st century. They reflect significant changes in the nature of international security, especially related to the aggressive revanchism of the Russian Federation. In 2014, Russia started an open war against Ukraine, and at the same time, Moscow began to actively implement operations of influence against Western democracies.

The threat of Russian disinformation is becoming increasingly relevant for all European countries. Some countries have begun to realize the severity of the threat, but other governments still doubt whether such a threat exists for them or even tolerate a Russian presence in Europe. Many governmental and non-governmental initiatives and institutions, especially in the Central and Eastern European region, have tried to identify, analyze, expose and tackle Russian propaganda.

Czech analytical project Kremlin Watch Monitor* has divided the EU countries into three parts according to their reaction to Kremlin propaganda: from Moscow collaborators to active fighters against disinformation. According to their classification, the leaders in

* Kremlin Watch Report, «The Prague Manual», 30.04.2018; https://www.kremlinwatch.eu/userfiles/prague-manual.pdf

countering the Kremlin's disinformation machine are the Baltic states, Sweden and the United Kingdom. Most European countries are «concerned», although not very much, and about a third of countries simply deny the problem, and Greece and Cyprus openly support the Kremlin's narratives.

Most European countries are not ready to fully investigate and expose Russian networks of influence in their countries. Apart from the UK's parliamentary bodies, no comprehensive official investigation has been conducted on the European continent into Russian networks of influence, Russian ties to European political parties, or Russian interference in various European elections and referendums.

As the Kremlin Watch Monitor* project explicitly notes, most European governments do not make sufficient efforts to protect their democratic states and do not provide their citizens with public information on these major threats. EU member states agree on what should be done at the EU level, but due to a lack of political will, most member states are unwilling to finance practical measures to counter this threat. Most countries that understand the Russian threat are small and medium-sized, and most of them are recipients of subsidies from the EU budget. The major member states, such as France, Spain, Italy or Germany, do not implement the necessary measures. For example, the German political establishment insists on implementing the Russian geopolitical project Nord Stream 2, which contradicts European geopolitical and security interests.

Russian instruments of influence

The Russian military doctrine considers information warfare as a permanent «war in peace». For Russia, creating hybrid threats is its main strategy. An important aspect of Russian information and psychological operations is the so-called reflexive control (RC), which is closely related

* «Kremlin Watch Strategy for countering Russian interference», Kremlin Watch 2019; https://www.europeanvalues.net/wp-content/uploads/2019/12/Kremlin-Watch-Strategy.pdf

to the Chinese concept of «stratagems» and the American concept of «perception management».

Modern Russian propaganda focuses primarily on disinformation campaigns, and its methods do not include promoting a particular worldview, ideology or way of life, but rather relativizing and fragmenting information in order to destroy the foundations of rational perception of any information and destroy the foundation of social trust in EU countries.

It should be noted that there are several important elements in the strategy of the Russian Federation in conducting an information warfare. First, Russia's approach to the information struggle is a holistic (integrated approach), that is, it combines digital-technological and cognitive-psychological attacks. Although military and digital sabotage is aimed at disorganizing, disrupting and destroying the managerial capacity of the state, psychological sabotage is aimed at misleading the victim, discrediting the leadership, disorienting and demoralizing the population and armed forces.

Secondly, it is unified («unity of efforts»), since it synchronizes the information struggle with military, political, etc. actions and it is also unified from the point of view of cooperation and coordination of the spectrum of state and non-state actors, such as military, quasi-military and non-military.

Third, an information campaign is a continuous (the principle of «continuity») strategic effort. It is conducted both in «peacetime» and wartime simultaneously in domestic and international media and social networks.

Russia uses* the «soft power» tools to disguise the efforts of «soft coercion» aimed at preserving its sphere of influence. The activities of influence groups combined with the Russian state administrative resource and security apparatus, as well as the influence of the Russian Orthodox Church, pro-Russian elites, mass culture and the media can

* Lutsevych, O. Agents of the Russian World Proxy Groups in the Contested Neighbourhood. Research Paper, Chatham House, 2016; https://www.chathamhouse.org/sites/default/files/publications/research/2016-04-14-agents-russian-world-lutsevych.pdf

seriously damage the political processes and democratic development of countries in the region. The events in Crimea and Donbas have shown the important role of Russian non-state actors in fueling the conflict.

The Kremlin does not always create socio-political problems, but it has learned to use existing contradictions to its advantage. The migration crisis and terrorist attacks in Europe have been used by the Kremlin to criticize the «West» and incite hostility within EU countries reinforcing the dichotomy of a «strong Russia» against a «weak, decadent West.» For example, in Germany, public concern and interest in hostile information operations was caused by the Lisa case*, in which Russia tried to increase anti-immigrant sentiments.

Brexit also gave Russia a chance to take advantage of anti-European sentiments and strengthen its illiberal allies. The part of the agenda for changing Russia's image abroad is to emphasize the country's role in preserving «traditional European values» and elevate Putin as a «conservative icon».

The Russian strategy to promote its interests in Europe is based on the following areas.

Russian economic instruments

The companies associated with the Kremlin use economic means to exert political influence in targeted European states. Their activities are most prominent in the energy sector. The strategic energy agreements between European countries and firms help the Kremlin to impose its political and geopolitical interests. They increase the state's dependence on friendly relations with the Kremlin, and can potentially be a tool for blackmailing the political leadership.

* The «Lisa case»: Germany as a target of Russian disinformation, 25 July 2016; https://www.nato.int/docu/review/articles/2016/07/25/the-lisa-case-germany-as-a-target-of-russian-disinformation/index.html

Search for political allies

The Kremlin is trying to develop relations with political actors in high positions. These key figures can be supported financially, ideologically, or in the media in exchange for the Kremlin's support. One example of this practice in Europe is Czech President Milos Zeman, Marie Le Pen in France, and many others.

Support for European radical and extremist groups

Especially, but not exclusively, in European countries where Russia has failed to secure high-level support, the Kremlin uses the support of radical and extremist forces. Their political and ideological orientations do not have a fundamental difference, but the anti-systemic factor is crucial. Through these groups and movements, the Kremlin incites confrontation within these countries and purposefully destroys democratic institutions.

Use of «public diplomacy» and public organizations

The interests of the Russian Federation are often promoted by allegedly non-governmental organizations or non-governmental organizations incorporated by the government. The purpose of their activities is to influence European public opinion and shape an «understanding» of the Russian view of politics. These organizations play the role of influential actors who use legitimate means of democratic discussion to legitimize the Russian regime and politics abroad. For example, these are the organizations such as the «Dialogue of Civilizations» think tank in Berlin, which is headed by Vladimir Yakunin, who is closely associated with Vladimir Putin. This organization is used to promote Russian interests and support some politicians and influential figures, including former Czech President Vaclav Klaus or former German Chancellor Gerhard

Schroeder. In light of Russia's annexation of Crimea and Russian aggression in eastern Ukraine, open or covert support for such organizations should be a matter of concern for the EU.

Mass media

The Russian media, especially international resources such as RT and Sputnik, have become an important tool for spreading anti-Western narratives and disinformation on Russia's international relations and foreign policy.

Ethnic minorities and «compatriots»

Ethnic Russians living in European countries are considered by the Russian Federation as a potential base that can be used for military and foreign policy purposes. The «protection» of the Russian minority or «compatriots» abroad, including access to relevant cultural, ideological and patriotic information and education, in particular in the Baltic states, Germany and the Czech Republic, is another reason for Russia to spread its influence.

European response to information threats

In recent years, many thorough investigations* have been carried out that examine in detail the ideological and conceptual basis of the Russian approach to information warfare and describe in detail the prompt measures taken by the Kremlin.

According to the Action Plan against Disinformation** adopted by the EU, disinformation carried out by the Russian Federation poses the greatest threat to the EU. It is systematic, but Russia has sufficient resources and it is of a different scale compared to other countries.

---

* EUvsDisinfo, Studies and Reports; https://euvsdisinfo.eu/reading-list/

** Action Plan against Disinformation, 5.12.2018; https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/action_plan_against_disinformation.pdf

In order to counteract the policy of the Russian Federation on the spread of fakes, the European Union in 2015 established a working group on strategic communications called East StratCom Task Force. Based on the Strategic Communication Action Plan adopted on 22 June 2015, the mandate of the East Strategic Communication Task Force includes three areas of measures: 1) effective communication and promotion of EU policy regarding the Eastern Partnership countries; 2) strengthening the media in the Eastern Partnership countries and member states, including supporting media freedom and strengthening independent media; 3) Improving the EU's ability to predict and respond to Russian disinformation.

On December 5, 2018, the European commissioners presented a plan to counter disinformation designed to protect the elections in Europe from possible interference. The EU Communication Task Force (East StratCom Task Force) has identified more than 3 thousand cases of disinformation from Russian-language media in two years. The plan presented in 2018 provides for an increase in the budget from 1.9 million euros this year to 5 million euros.

EUvsDisinfo is a project of the European External Action Service's East StratCom Task Force*. It was created in 2015 to better predict and respond to the current disinformation campaigns of the Russian Federation affecting the European Union, its member states and neighboring countries. The main goal of EUvsDisinfo is to raise public awareness and understanding of the Kremlin's disinformation operations and help citizens in Europe and beyond develop resistance to digital information and media manipulation. Using data analysis and media monitoring in 18 languages, EUvsDisinfo identifies, collects and exposes cases of disinformation originating from pro-Kremlin media distributed in the EU and Eastern Partnership countries.

* Questions and Answers about the East StratCom Task Force, 05.12.2018; https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage/2116/-questions-and-answers-about-the-east-stratcom-task-force_en

NATO Strategic Communications Center* started working in January 2014. An example of the activity of pro-Russian «bots» was the visit of Donald Trump to Europe in 2018. According to the data** of NATO Strategic Communications Center (Stratcom), during the period from May 1 to July 31, 2018, bots and trolls wrote 49 % of all Russian-language messages about NATO in the Baltic states and Poland. At the same time, the 2018 NATO Brussels summit fell on July 11–12. Among the accounts that was used to write in Russian, 36 % were automated (bots). For comparison, bots made up 14 % of all English-language accounts and created 19 % of all English-language content in the quarter.

As indicated in the report of the UK Parliament's Commission*** for the investigation of Russian influence, although the UK Government has provided evidence of Russian activities in the Skripal poisoning case, it is reluctant to accept evidence of interference in the 2016 referendum on Britain's exit from the EU. (For example, research has shown that Russian accounts posted more than 45.000 Brexit messages in the last 48 hours of the campaign alone.) According to this report, the UK, like other countries, is clearly vulnerable to covert campaigns of information influence, and the government should conduct an analysis to understand the extent of manipulation of voters by foreign players during the past election. The legislation should comply with the latest technological developments and clearly highlight the illegal influence of foreign players on the democratic process.

At the same time, the Russian information influence on the destruction of Euro-Atlantic solidarity is yielding results. For example, 53 % of French citizens and 58 % of German citizens stated in a 2015 Pew survey that their country should not use military force to protect a NATO ally if Russia attacks it. In 2020, when asked whether or not their country should use military force to protect a NATO ally from a

* Stratcom; https://stratcomcoe.org/

** NATO Strategic Communications Centre of Excellence, "Robotrolling", 2018/3; https://www.stratcomcoe.org/robotrolling-20183

*** Democracy is at risk from the relentless targeting of citizens with disinformation, 18 February 2019; https://houseofcommons.shorthandstories.com/dcms-committee-disinformation-fake-news/index.html

hypothetical Russian attack, only five of the 16 member states surveyed, namely the Netherlands, the United States, Canada, the United Kingdom, and Lithuania, believe that they should use such force.

The belief that their country should respond to Russia's hypothetical attack on a NATO ally has become less common in several countries over time. In Italy, for example, only a quarter of respondents in 2019 stated that their country should protect a NATO ally, up from four out of ten in 2015. A similar reduction during this period occurred in Poland (–8 percentage points), Spain (–7) and France (–6). However, support for the protection of other NATO member countries has increased in the UK since 2015 (+6).

The countries of Eastern and Central Europe have become a proving ground for new Russian methods of propaganda and the special targets of information warfare

Estonia, Lithuania and Latvia, as Member States of the European Union, respond best to Russian disinformation due to their political recognition of threats and the actions of their governments aimed at fighting information threats.

Estonia received NATO support in 2008 to establish the Cooperative Cyber Defense Center of Excellence in Tallinn. In 2014, Riga became the base for the Strategic Communications Center of Excellence which is another NATO organization fighting Russian influence.

To oppose internet trolls in the Baltic states, the «elves movement»* was born in 2016. These are activists trying to expose information manipulation on the internet. In 2018, «elves» began to develop** actively in the Czech Republic. In 2015, two leading Czech think tanks launched specialized programs on Russian influence and disinformation. The

* Lithuanian 'Elves' Combat Russian Influence Online, December 28, 2016; https://www.voanews.com/europe/lithuanian-elves-combat-russian-influence-online

** «The elves movement against Russian internet trolls becomes popular in the Czech Republic», Detector.media, 30 October 2018; https://ms.detector.media/manipulyatsii/post/22005/2018-10-30-rukh-elfiv-proti-rosiiskikh-internet-troliv-nabirae-populyarnosti-u-chekhii/

Kremlin Watch Monitor* program is aimed at identifying and opposing tools of Russian influence and disinformation, and it is a program of a non-governmental organization European Values Think-Tank, and also the Prague Security Studies Institute has launched its initiative to counter Russian influence.

Since the end of 2015, three major central European think tanks: GLOBSEC Policy Institute, Political Capital Institute and European Values Think-Tank publish the weekly Information Warfare Monitor.

In addition to Radio Free Europe/Radio Liberty located in the Czech capital since 1995, Prague publishes news in Russian via Russian Language News Exchange, a program mainly funded by the Ministry of Foreign Affairs of the Netherlands.

In October 2016, the Association for International Relations (AIR) has launched a Czech version of the Ukrainian website StopFake.org, the purpose of which is to verify or refute disinformation about the situation in Ukraine.

Bellingcat.com is an innovative group of investigative journalists who use social networks and information from open sources to analyze events on the ground in conflict areas, especially in Syria and Ukraine.

Free speech and information threats.

The free speech is an extremely important element of the European architecture of democratic governance. However, in situations of external influence, free speech also becomes the «weak link» that the Kremlin uses to promote its influence. «The Kremlin utilizes the idea of freedom of information to introduce disinformation into society. (https://imrussia.org/media/pdf/Research/Michael_Weiss_and_Peter_Pomerantsev__The_Menace_of_Unreality.pdf) The effect is not to convince (as in classical public diplomacy) or gain trust, but to sow confusion through conspiracy theories and spread lies,» as Peter

* Kremlin Watch; https://www.kremlinwatch.eu/

Pomerantsev and Michael Weiss* described the Russian information war.

To reach an audience in European countries, Russia uses loopholes in EU regulations. The Russian media constitute the biggest problem for the countries with a significant part of the Russian-speaking population. The Russian-speaking population and older people are the groups that are most affected by Russian propaganda. Of course, native Russian speakers are not a homogeneous group and have rather different political preferences and levels of integration. The most significant factor is the level of use of Russian media.

According to EU law, it is possible to register a media outlet in any EU member state if one of the members of the media company's management board resides in that country. The Baltic states point out that this approach does not allow them to properly regulate media companies, since they are subject to the laws of other countries. Despite this fact, Lithuania and Latvia already have experience in temporarily blocking the broadcast of television channels with Russian content violating domestic law.

In Latvia and Estonia, four of the ten most popular TV channels also actively broadcast Russian content, and therefore often spread Kremlin disinformation and propaganda. One of the reasons for the attractiveness of Russian TV channels in the Baltic states is the significant difference between the financing of Latvian and Russian channels. According to the Prisma think tank study**, these channels have an audience of 24.8 % and 16.3 % in Latvia and Estonia, respectively. Latvia is introducing*** a law that facilitates the fight against disinformation of the Russian Federation. In addition, Latvia

* Peter Pomerantsev and Michael Weiss, "The Menace of Unreality: How the Kremlin Weaponizes Information, Culture and Money", The Interpreter, November 2014: 6.

** Disinformation Resilience in Eastern and Central Europe, Kyiv 2018; http://prismua.org/wp-content/uploads/2018/06/DRI_CEE_2018.pdf

*** «In Latvia a draft law is prepared that will facilitate the struggle against Russian propaganda", Detector media, 19 June 2018; https://ms.detector.media/zakonodavstvo/post/21364/2018-06-19-u-latvii-gotuyut-zakonoproekt-yakii-polegshit-borotbu-z-propagandoyu-rf/

has introduced amendments* according to which 90 % of the content of the main packages of television services shall be in EU languages. Since the Russian-speaking part of the Lithuanian population is much less numerous, Lithuanians are noticeably less influenced by Russian media and less likely to use Russian social networks.

Also in 2017, Moldova banned** the re-broadcasting of analytical, political and military programs of Russian television.

The UK media regulator Ofcom also accused*** the Russia Today channel of violating the British Broadcasting Code at the end of 2018.

In 2018, France also joined the countries that have a law that allows blocking Russian propaganda channels. After Russia openly interfered in the French election campaign, President Macron initiated laws against the manipulation of information****. «Russia Today and Sputnik didn't behave like organs of the press, they behaved like organs of influence and propaganda, and mendacious propaganda,» Macron said bluntly*****. One of the innovations grants the regulator, i.e. the Superior Council of the Audiovisual (CSA), the right to stop broadcasting during the pre-election period if a broadcaster disseminates potentially dangerous information and is under the influence of foreign countries.

Conclusions

After several years of Russian aggression in Ukraine, after a number of attempts to interfere in European national elections, after several

---

* «How did Latvia decide to legislatively fight against propaganda on TV?» StopFake, 11 September 2018; https://www.stopfake.org/ru/kak-latviya-reshila-zakonodatelno-borotsya-s-propagandojna-televidene/

** „The Parliament of Moldova prohibited some kinds of Russian TV programmes", Detector media, 7 December 2017; https://ms.detector.media/zakonodavstvo/post/20170/2017-12-07-parlament-moldovi-zaboroniv-deyaki-vidi-rosiiskikh-teleprogram/

*** «UK media watchdog says Russian broadcaster RT broke impartiality rules», Reuters, December 20 2018; https://uk.reuters.com/article/uk-britain-russia-ofcom/ofcom-says-russian-broadcaster-broke-impartiality-rules-idUKKCN1OJ121

**** «How France fights against fakes: details of approved laws», Detector media, 26 November 2018; https://detector.media/infospace/article/142843/2018-11-26-yak-frantsiya-boretsya-z-feikami-detali-ukhvalenikh-zakoniv/

***** "Macron called Russia Today and Sputnik as the organs of propaganda ", European Pravda, 29 May 2017; https://www.eurointegration.com.ua/news/2017/05/29/7066400/

investigations conducted to understand the extent of the Kremlin's influence in Western countries, European governments are finally gradually moving from the question of whether there is even a threat to adoption of measures to effectively counter it. In recent years, numerous efforts have been made to intensify governmental and non-governmental activities aimed at increasing resilience, analyzing or countering disinformation campaigns and operations of the Kremlin's influence.

More and more EU countries are paying attention to fighting propaganda at the institutional and individual levels. However, greater coverage of propaganda threats at the regional level is still lacking, and greater involvement of national institutions is required.

Changes in the response of European countries to the Russian threat.

After several years of Russian aggression, there is considerable evidence that it is impossible to deny the existence and relevance of this danger. The EU's action plan against disinformation adopted in 2018 officially identifies Russia as the main source of threats. While in the early years there were heated discussions about the level of Russian aggression, today almost no one denies this fact because of the evidence of Russia's invasion of Ukraine and the beginning of massive Russian influence operations.

Despite the challenges associated with Brexit, the UK has been clearly a European leader in responding to this threat in Europe. Despite hesitating to respond to the problem of dirty Russian money inside the country, the UK has mobilized the EU, especially after the Skripal poisoning operation.

While most European governments still do not provide sufficient funding to their respective civil societies to address this problem, the general public is the driving force behind European understanding and response to this threat. Civil society in most European countries has recognized this threat, often in contrast to its own political authority.

What could be done

EU countries should be able to respond to disinformation in a timely manner and ensure that fakes are refuted by providing groups vulnerable to Russian propaganda with information based on facts. So far, neither in Eastern nor Western Europe has there been a special agency that would analyze the impact of Russian (or other) propaganda on different audiences.

All EU member states should launch their own parliamentary investigations into Russian networks of influence in their countries.

Every country and the EU as a body should possess daily situational awareness and ability to destroy myths through practical counteraction to disinformation incidents.

The European countries should stop legitimizing Russian disinformation means that are presented as "journalistic platforms" that are effectively managed by the Russian government, whether it is RT, Sputnik or other Russian state-owned TV channels.

ФАКТЧЕКІНГ І ПОШИРЕННЯ ФЕЙКІВ У НОВИХ МЕДІА: виклики для журналістських стандартів

Дар'я ГЛУЩЕНКО,
аналітик-спічрайтер,
керівник департаменту комунікацій
в Національній асоціації адвокатів України

Російські медіа понад два десятиліття здійснювали тиху окупацію українського інформаційного простору, проте, розуміння їхньої ролі як інструменту зовнішнього політичного втручання та ідеологічного впливу на громадську думку чітко сформувалося тільки 2014 року під впливом анексії Криму та окупації територій 2 прикордонних областей. Телебачення в Росії — силова структура. Цей дуже давній жарт сатирика Віктора Шендеровича, під який наприкінці 1990-х «ховали» олігархічні, але незалежні від держави російські телеканали, став для української широкої аудиторії і для обраної 2014 року української влади формулою усвідомлення небезпеки від провокацій, пропаганди і нових технологій в руках російських державних ЗМІ. Саме технологічна перевага і стратегічне планування (за яким стояли не лише величезні державні бюджети РФ, але і цілісні цивілізаційні шовіністичні візії ролі Росії у світі) дозволили російській машині пропаганди впливати на суспільства різних країн, граючись геополітичною картою світу. Як засвідчили події після 2014 року, Україна — це лише полігон для глобальних випробувань російських сил масової дезінформації.

Відповіддю на перші масштабні інформаційні загрози і диверсії стали фактчекінгові організації — точки протидії масовій неправді, організовані, найчастіше, зусиллями громадянського суспільства, волонтерів, працівників медіа, де почали з'являтися окремі підрозділи, що займаються перевіркою публічного контенту. Як відомо, фактчекінг — це аналітична перевірка фактів, яка полягає в тому, щоб пересвідчуватися в достовірності, повноті і надійності інформації.

Здається, що це такий звичний процес, який робить кожний журналіст, але наразі фактчекінг виокремлюють як окремий вид журналістських розслідувань, який з 2003 року розвивається і особливо активний розвиток спостерігається з 2015 року. Особливістю фактчекінгу є те, що він не може ґрунтуватися на інсайдерській інформації журналістів, а працює з офіційними даними, статистикою, відповідями на публічні запити до органів влади, законодавством та думкою реальних експертів, компетентність яких є підтвердженою (якщо це Ковід, то фактчекер адресує питання до інфекціоніста, а не ведучого медичної радіопрограми). Наприклад, джерельними базами можуть бути ресурси Державної служби статистики України, Міністерства фінансів України, Державної казначейської служби України, Верховної Ради України, Кабінету Міністрів України, Національного банку України, Міжнародного валютного фонду, Всесвітнього банку та ін.

Чому 2015 рік є знаковим у розвитку такої інформаційної експертизи, як фактчекінг? І в Україні, і в світі 2015–2016 роки принесли дуже багато політичної, геополітичної і ціннісної турбулентності, яка поставила великі виклики перед традиційними медіа і навіть стабільними розвиненими демократичними суспільствами.

Фейки, як зараз називають помилкові новини, стали загрожувати стабільності цих суспільств. Масштаби їхнього безперешкодного поширення набули безпрецедентного виміру, і наразі експерти схильні оцінювати дезінформацію і пропаганду як загрозу національній безпеці. Відтак, протидія їм є завданням не лише журналістів, але і державних інституцій, і визнається викликом

національній безпеці. У Європейському Союзі Оперативна робоча група зі стратегічних комунікацій (East Stratcom Task Force) була створена у складі Європейської служби зовнішньої політики (European External Action Service) у березні 2015 року спеціально для того, щоб реагувати на «дезінформаційні кампанії Росії».

У березні 2018 року Комісар ЄС з цифрової економіки Марія Габріель презентувала доповідь* *Багатомірний підхід до дезінформації,* в якому запропоновано конкретні заходи для протистояння завідомо неправдивій інформації в ЗМІ і соцмережах.

Над доповіддю**, оприлюдненою 12 березня, працювали 39 фахівців у сфері медіа, серед яких відомі журналісти, професори вузів, представники Twitter, Google і Facebook. Документ став відповіддю на розпорядження голови Єврокомісії Жана-Клода Юнкера про необхідність захистити громадян ЄС від наростаючого потоку фейковий новин, головним інструментом поширення яких залишаються соцмережі та інші онлайн-платформи.

На думку авторів доповіді, словосполучення «фейкова новина» перестало відображати весь масштаб проблеми, більш того — ним нерідко зловживають політики. Тому експерти пропонують визнати однією із загроз демократії в ЄС дезінформацію — тобто «всі форми неправдивої, неточної або такої, що вводить в оману, інформації, яку створили, оприлюднили і просувають з метою прибутку або навмисного заподіяння шкоди суспільству».

Відповідні корекції були внесені і до стратегічних документів***, які визначають стратегію національної безпеки в Україні.

З того ж часу, який ми можемо назвати розгортанням глобальної кризи політичної стабільності, ми бачимо, як перевірка достовірності інформації ускладнилася. На політичному горизонті демократичних країн з'явилися політики і посадовці, які самі є джерелом неправдивої інформації. Авторитет їхніх посад та довіра до них суспільства

* https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation

** ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=50271

*** https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/47/2017#Text

використовуються ними для легітимації неправди, яку вони поширюють через ЗМІ та соціальні мережі. Згадаймо, як розгорталися події в Америці, де виборча кампанія 2016 року створила такий феномен, як кандидат Трамп. Він одразу став флагманом у поширенні неперевірених фактів, паралельно атакуючи журналістські стандарти і інституційну потужність плюралістичних медіа. За 1200 днів своєї каденції Трамп зробив більше 20 тисяч неправдивих повідомлень, зберігаючи динаміку передвиборчої кампанії за цим показником. Доказами такої екстраординарної поведінки глави держави є випадки видалення його твітів адміністрацією Твіттера за порушення правил спільноти користувачів цього ресурсу та блокування акаунту його перевиборчого штабу у серпні 2020 року.

Важливо усвідомити, що в Україні ця тенденція дуже сильно проявилася під час президентської кампанії 2019 року. Наша країна опинилася в ситуації, коли неправдиву інформацію, маніпуляції і фейки поширюють не лише ззовні, з боку країни агресора. Офіційні особи і політики усе частіше стають джерелом фейків і маніпуляцій, які підривають суспільство, збурюють, спричиняють ненависть і хейтерство, плекають нездорову атмосферу недовіри і страху. Минулий рік змінив остаточно медійний ландшафт і політичний дискурс в Україні.

Треба також усвідомити, що це дуже глобальна історія, яка може пояснюватися і ціннісними змінами постмодерних суспільств, і поширенням соціальних медіа, вплив яких співставний із телебаченням. Відбувається ціннісний злам і культурне банкрутство, хвиля яких дійшла і до України. Саме тому суспільства, втрачаючи орієнтири, радо сприймають так звані альтернативні факти, як Трамп називає свої хибні заяви, і фрагментуються внаслідок сприйняття різними групами різного, а іноді і суперечливого контенту. Ці групи об'єднуються довкола своїх віртуальних істин і не комунікують одна з одною, вдаючись інколи до конфронтацій у реальному світі.

В Україні фактчекінг поширився завдяки підтримці іноземних партнерів. До класичного фактчекінгу належать 3 інституту-

ції — «Слово і діло», StopFake і VoxCheck. Їхній контент є відкритим, і варто в журналістській роботі та просто широкій аудиторії час від часу заходити на їхні сайти і перевіряти точність політичних заяв або економічні оцінки. Тема коронавірусу також варта перевірки на справжність повідомлень, і по всьому світу вона стала дуже сприятливим матеріалом для поширення псевдомедичних та інших фейкових новин і масової істерії (фактчекери засвідчили, що алгоритми соцмереж сприяли поширенню неправдивих повідомлень про коронавірус. Сторінки з топ-10 сайтів, що поширюють фейки та теорії змов про здоров'я, отримали майже в чотири рази більше переглядів в Facebook, ніж топ-10 сайтів з доказовою інформацією.). Самостійно дуже складно робити таку аналітику, як роблять групи фактчекерів за певними алгоритмами, адже сучасний темп диктує медіа певні правила, і тут важливо працювати з перевіреними даними і знати, на які джерела можна покладатися і де знайти готову експертизу.

Треба розуміти, що фактчекінг є достатньо складною схемою перевірки фактів у кілька етапів, а інструменти фактчекерів часто потребують досить високого рівня цифрової грамотності, часто — знання англійської мови та аналітичних навичок. Справді, велика кількість онлайн-ресурсів допомагають перевіряти контент і відстежувати цифровий слід фотографій, відео, публікацій сайтів, рекламних кампаній у фейсбуку тощо. Посібник з верифікації Центру Європейської журналістики наводить практичні поради стосовно того, як користуватися такими ресурсами. Звичайно, що це дуже корисний порадник для редакцій, але треба розуміти, що арсенал цифрової протидії фейкам постійно змінюється; алгоритми просування інформації у соцмережах також еволюціонують, а дефіцит компетентності і обізнаності в цих правилах є не тільки українською проблемою.

Так, влітку цього року Твіттер видалив офіційний акаунт 5-го каналу, повідомивши, що цей користувач не досяг 13 років. Очевидно, що відбулася певна атака ботів, які поскаржилися на цей акаунт, і Твіттер зреагував.

Інколи бувають випадки, коли людина не може підтвердити свою особу або статус організації у фейсбуку (авторизовані акаунти публічних осіб та організацій позначаються синьою галочкою). Але в ФБ є авторизований акаунт Федорва Достоєвського — з синьою галочкою і портером письменника. Він авторизований Фейсбуком. Тобто, існують правила, але ними можна маніпулювати, і вони можуть працювати не завжди проти підривників інформаційної безпеки — а інколи і проти мирних користувачів.

Боротися з ботами у соціальних мережах так само важко, як і з фейковим контентом. Попри те, що Фейсбук намагається обмежити, наприклад, поширення політично значимої інформації, запитуючи ідентифікацію особи, що намагається її поширити рекламними інструментами, це не дозволяє повністю відфільтровувати ботів. Вони продовжують існувати і бути серйозним тренд-сеттером фейсбучних дискусій.

Чому це відбувається? Алгоритми націлені на просування найбільш популярної інформації; а оскільки фейки поширюються в 6 разів швидше, то сама механіка Фейсбуку сприяє їхньому миттєвому рознесенню на найбільшу аудиторію. Аналогічно і Гугл буде видавати результати пошуку, враховуючи попередню історію запитів користувача. Якщо він читає статті про пласку Землю, його запити в Гугл будуть видавати ще більше статей про пласку Землю, а не наукові спростування цієї версії. Документальний фільм «Соціальна дилема»* детально розкриває цю проблему в ході інтерв'ю з колишніми розробниками, топ-менеджерами Facebook, Google, Instagram, дослідниками та інвесторамив IT-компанії. Алгоритми не можуть дати відповіді на те, як відрізнити правду від неправди — вони просувають лише той контент, який є найбільш запитуваним, і показують конкретному користувачеві те, що збігається з його цифровою картиною світу. Це не просто технологічна проблема — це глибока проблема дезінтеграції цілих суспільств, які розпадаються на групи, що вірять у власний набір фактів саме

* https://www.youtube.com/watch?v=LQHpmd6IOGs

завдяки соцмережам. І цей виклик, на який наразі немає системної відповіді. Фейсбук дозволяє «перегорнути» цілу країну, використовуючи абсолютно легальні його інструменти і засоби.

Разом з тим, важливий посил уже згаданого посібника з верифікації* полягає тому, що покладатися потрібно не тільки і не стільки на онлайн-інструменти перевірки. Поради журналістів і редакторів Ройтерс, Ассошиатед прес, BBC, а це стовпи об'єктивної журналістики, які мають дуже велику історію своєї роботи і саме вони десятиліттями задають журналістські стандарти, говорять про те, що яким би не був цей новітній інструментарій перевірки (а він постійно змінюється і оновлюється і треба вивчати ці апдейти), — це редакційні стандарти роботи з інформацією. «Робота з підтвердження чи розвінчання публічного контенту набагато сильніше покладається на журналістську інтуїцію, аніж на зручність технологій,» — пише Девід Тьорнер про Центр користувацького контенту BBC, який працює з інформацією «випадкових очевидців» та соціальних медіа. Це вимагає від журналістів та інших задіяних людей спершу дивитися на фундаментальні основи з підтвердження інформації, які існували десятиліттями і ніколи не застаріють.

Коли Associated Press призначила Фергуса Белла на посаду вищого рівня — відповідального за створення та втілення процесу підтвердження відео від інтернет-користувачів — він спершу звернувся до давнішніх вказівок організації щодо підтвердження інформації, а не до нових інструментів чи технологій.

«Associated Press завжди мала власні стандарти, і вони не змінилися. Саме завдяки їх використанню ми змогли налаштувати робочі процеси та задіяти найкращі практики для роботи з соціальними медіа, — каже Белл. — Тому Associated Press завжди боролася за пошук першоджерела, завдяки якому ми могли б зробити репортаж. І це завжди було способом перевірки контенту, отриманого від користувачів. В більшості випадків ми не можемо

* https://verificationhandbook.com/book_ua/

підтвердити інформацію, допоки не поговоримо з людиною, яка її першою поширила

Старі традиційні методи перевірки інформації, професійна звичка журналістів ставити питання, звідки я це знаю, звідки людина-свідок знає, про те, що вона стверджує, навик шукати першоджерело і реальних свідків — цей алгоритм, ця звичка сумніватися і шукати відповіді є дуже корисною в сучасному цифровому світі, коли інформації дуже багато і вона надходить звідусіль. По суті, пошук першоджерела — це квінтесенція фактчекінгу. Необхідно підтвердити джерело та сам контент.

Телеграм канали — очевидний інструмент російського впливу. Це нова тенденція в Україні, яка багато в чому зумовлена не тільки скандальністю української політики, яка інтенсифікується, а й тим, що російські медіа (вКонтакте, інформаційні і сміттєві сайти) заборонені в Україні, тому Росія прагне зберігати свою присутність і починає інформаційні диверсії робити через Телеграм. Є декілька розслідувань, які робили великі українські медіа, які стосуються якраз зовнішнього інформаційного впливу через Телеграм-канали. В них розкладена схема обміну повідомленнями, взаємної підтримки тем і взаємної підтримки власне каналів для розкрутки; наведено приклади одночасного виходу однакового контенту. Більшість популярних телеграм-каналів є анонімними, деякі ведуть достатньо одіозні народні депутати і політики. Через Телеграм поширюється інформація, яка часто не цитується в медіа, але аудиторія телеграм- каналів достатньо велика. Створено конгломерати розгону політичного псевдоінсайду і хейтерства, паніки, шовінізму. І як раз саме ця «кулуарщина», якої немає у загальних медіа, гарно «продає» ці телеграм канали. Люди хочуть відчувати свою причетність до «справжніх секретів політики», це підвищує їхній особистий статус за рахунок володіння цією «інформацією». Ця схема добре працює, але це небезпечна досить історія впливів на громадську думку. В маркетингових цілях про телеграм завжди говорять як про додатковий ресурс. Якщо немає скандального хейтерського контенту, вони не дуже популярні.

Фактчекінг в останні роки зробив великий крок уперед. Про нього говорять усе більше країн, політиків, упливових міжнародних медіа та організацій. Доступні та привабливі форми подачі перевірки фактів, особливо під час виборчих перегонів, зробили його цікавішим для читачів. Однак поразки фактчекерів у випадках із Дональдом Трампом та «Брекзитом» поставили чимало відкритих запитань перед фактчекінгом як інструментом. Подальші роки покажуть, чи зможе цей розквіт і плюралізм фактчекінгу перерости в один із факторів впливу на громадську думку або політиків.

FACT-CHECKING AND SPREAD OF FAKES IN NEW MEDIA: challenges for journalistic standards

Daria HLUSHCHENKO,
speechwriter-analyst,
Head of Communications Department
at the National Bar Association of Ukraine

The Russian media have been quietly occupying the Ukrainian information space for more than two decades, however, the understanding of their role as a tool for external political interference and ideological influence on public opinion was clearly formed only in 2014 in response to the annexation of Crimea and occupation of the territories of 2 border regions. The television in Russia is a security sector service. The old joke of satirist Viktor Shenderovych, used when oligarchic but independent Russian TV channels were «buried» in the late 1990s, became a formula for the Ukrainian wide audience and for the Ukrainian authorities chosen in 2014 to realize the danger of provocations, propaganda and new technologies in the hands of Russian state media. It was technological superiority and strategic planning (which was based not only on the huge state budgets of the Russian Federation, but also on holistic civilizational chauvinistic visions of Russia's role in the world) that allowed the Russian propaganda machine to influence the societies of different countries, playing with

the geopolitical map of the world. As events occurred since 2014 have shown, Ukraine is only a testing ground for Russian mass disinformation forces.

The response to the first large-scale information threats and sabotage was establishment of the fact-checking organizations that became points of counteraction to mass lies and were organized, typically, by the efforts of civil society, volunteers, and media workers, where separate departments engaged in checking public content began to appear. It is known that fact-checking is an analytical verification of facts, which is to ensure that information is correct, complete and reliable.

It may seem that this is such a familiar procedure performed by every journalist, but today fact-checking is classified as a separate type of investigative journalism, which has been developing since 2003 and has been particularly active since 2015. The peculiarity of fact-checking is that it can not be based on insider information of journalists, but works with official data, statistics, answers to public requests to the authorities, legislation, and opinion of real experts, whose competence is confirmed (with regard to Covid, for example, the fact-checker addresses the question to the infectious diseases specialist, and not the host of a medical radio program). For example, source databases can include resources of the State Statistics Service of Ukraine, the Ministry of Finance of Ukraine, the State Treasury Service of Ukraine, the Verkhovna Rada of Ukraine, the Cabinet of Ministers of Ukraine, the National Bank of Ukraine, the International Monetary Fund, the World Bank, etc.

Why is 2015 a landmark year in the development of such information expertise as fact-checking? Both in Ukraine and in the world, 2015–2016 brought a lot of political, geopolitical and value turbulence, which posed great challenges to traditional media and even stable developed democratic societies.

The fakes, as false news is now called, have begun to threaten the stability of these societies. The scale of their unhindered spread has become unprecedented, and now experts tend to assess disinformation and propaganda as a threat to national security. Consequently, tackling

this threat is a task not only for journalists, but also for state institutions, and is recognized as a challenge to national security. In the European Union, the East Stratcom Task Force was established as part of the European External Action Service in March 2015 specifically to respond to Russia's «disinformation campaigns.»

In March 2018, EU Commissioner for Digital Economy Mariya Gabriel presented the report* called *«A multi-dimensional approach to disinformation»* which proposed specific measures to counter deliberately false information in the media and social networks.

39 media professionals, including well-known journalists, university professors, representatives of Twitter, Google and Facebook, worked on the report** published on March 12. The document was a response to the order of European Commission President Jean-Claude Juncker to protect EU citizens from the growing flow of fake news which are mainly disseminated via social networks and other online platforms.

According to the authors of the report, the phrase «fake news» has ceased to reflect the full scale of the problem, moreover, it is often abused by politicians. Therefore, experts suggest recognizing disinformation as one of the threats to democracy in the EU, that is, «all forms of false, inaccurate, or misleading information designed, presented and promoted to intentionally cause public harm, or for profit.»

Appropriate corrections were also made to the strategic documents*** defining the national security strategy in Ukraine.

Since what we can call the unfolding global crisis of political stability, we have seen how verification of information has become more complex. Politicians and officials who are themselves a source of false information have appeared on the political horizon of democratic countries. The credibility of their positions and the public's trust in them are used by them to legitimize the lies they disseminate through the

* https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation

** ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=50271

*** https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/47/2017#Text

media and social networks. Let's recall how events unfolded in America, where the 2016 election campaign created such a phenomenon as candidate Trump. He immediately became a «flag officer» in spreading unverified facts, while simultaneously attacking journalistic standards and institutional power of pluralistic media. During the 1,200 days of his term, Trump made more than 20,000 false statements, maintaining the dynamics of the election campaign according to this indicator. The evidence of such an extraordinary behavior of the head of state is deleting his tweets by the Twitter administration for violating the rules of the community of users of this resource and blocking the account of his re-election campaign office in August 2020.

It is important to recognize that in Ukraine, this trend was very pronounced during the 2019 presidential campaign. Our country has been faced with a situation when false information, manipulations and fakes are spread not only from the outside, but also from the aggressor country. The officials and politicians are increasingly becoming a source of fakes and manipulations that undermine and shake up society, cause hatred and hating, and foster an unhealthy atmosphere of distrust and fear. Last year completely changed the media landscape and political discourse in Ukraine.

It should also be understood that this is a very global story, which can be explained both by the value changes of postmodern societies and by the spread of social networks, the influence of which is comparable to television one. There is a breakdown of values and cultural bankruptcy, a wave of which has reached Ukraine. That's why societies, losing their orientation, are happy to accept the so-called alternative facts, as Trump calls his false statements, and are fragmented due to the perception of various and sometimes contradictory content by different groups of people. These groups unite around their virtual truths and do not communicate with each other, sometimes resorting to confrontations in the real world.

In Ukraine, fact-checking has spread thanks to the support of foreign partners. The classical fact-checking includes 3 Institutions: Slovo i dilo, StopFake and VoxCheck. Their content is open, and the journalists

and the general public should visit their websites from time to time to check the accuracy of political statements or economic assessments. The coronavirus issue should also be verified for the authenticity of statements, as around the world this problem has become very favorable material for spreading pseudo-medical and other fake news and mass hysteria (the fact-checkers have shown that the algorithms of social networks contribute to the spread of false reports about coronavirus. Pages from the top 10 sites that spread fakes and conspiracy theories about health received almost four times more views on Facebook than the top 10 sites with evidence-based information.). It is very difficult to do such analytics on your own, as groups of fact-checkers do using certain algorithms, because the modern pace dictates certain rules to the media, and it is important here to work with verified data and to know what sources you can rely on and where to find ready-made expertise.

It is important to understand that fact-checking is a rather complex scheme for verifying facts in several stages, and the means of fact-checkers often require a fairly high level of digital literacy, often knowledge of English, and analytical skills. Indeed, a large number of online resources facilitate verifying the content and tracking the digital footprint of photos, videos, website posts, Facebook advertising campaigns, and so on. The Verification Handbook of the Center for European Journalism provides practical tips on how to use such resources. Of course, this is a very useful adviser for editorial offices, but it should be noticed that the armoury of digital counteraction to fakes is constantly changing; algorithms for promoting information in social networks are also evolving, and the lack of competence and awareness in these rules is not only a Ukrainian problem.

Thus, in the summer of this year, Twitter deleted the official account of Channel 5, notifying that this user was under the age of 13. Obviously, there was some kind of attack of bots that reported this account, and Twitter reacted.

Sometimes there are cases when a person cannot confirm its identity or the status of an organization on Facebook (authorized accounts of public individuals and organizations are marked with a blue check mark).

But there is an authorized account of Fyodor Dostoevsky in Facebook with a blue check mark and a writer's portrait. It is authorized by Facebook. In other words, there are rules, but they can be manipulated, and they may not always work against persons jeopardizing information security, but sometimes also may work against peaceful users.

Fighting bots on social media is just as difficult as dealing with fake content. Despite the fact that Facebook tries to limit, for example, the dissemination of politically significant information by requesting the identification of the person trying to disseminate it with advertising means, it does not allow to completely filter out bots. They continue to exist and be a serious trend setter for Facebook discussions.

Why is this happening? The algorithms are aimed at promoting the most popular information; and since fakes are disseminated 6 times faster, the very mechanics of Facebook contribute to their instant distribution to the largest audience. Similarly, Google will display search results based on the user's previous search history. If a user reads articles about flat Earth, it's Google searches will result in showing even more articles about flat Earth, rather than scientific refutations of this version. The documentary «the Social Dilemma»* details this issue in interviews with former developers, top managers of Facebook, Google, Instagram, researchers and investors in IT companies. This algorithms can't answer how to distinguish truth from falsehood, but they only promote the content that is most requested and show a specific user what matches it's digital picture of the world. This is not just a technological problem, but it is a deep problem of disintegration of entire societies breaking up into groups that believe in their own set of facts precisely because of social networks. And this is a challenge to which there is currently no systemic response. Facebook allows to «turn upside down» the entire country, using its absolutely legal tools and means.

At the same time, an important message of the Verification** Handbook already mentioned is that you need to rely not only and not

* https://www.youtube.com/watch?v=LQHpmd6IOGs
** https://verificationhandbook.com/book_ua/

so much on online verification tools. The advice of journalists and editors of Reuters, Associated Press, BBC, and these are the pillars of objective journalism, which have a very long history of their work and they have been setting journalistic standards for decades, suggest that whatever this latest verification toolkit is (it is constantly changing and updated and these updates should be studied), it is editorial standards for working with information. «The business of verifying and debunking content from the public relies far more on journalistic hunches than snazzy technology," wrote David Turner about the BBC's User Generated Content Hub which works with information obtained from «random eyewitnesses» and social media. This requires journalists and other people involved to first look at the fundamental principles for verifying information that have existed for decades and will never become obsolete.

When the Associated Press appointed Fergus Bell to the top-level position in order to create and implement the verification process for video content generated by internet users, he first turned to the organization's long-standing guidelines for verifying information, rather than new tools or technologies.

«The Associated Press has always had its standards and those really haven't changed. And it was working with those standards that we were able to specifically set up workflows and best practices for dealing with social media,» Bell says. «So the Associated Press has always strived to find the original source so that we can do the reporting around it. And that's always the way that we go about verifying user-generated content. In most cases, we can't verify the information unless we speak to the person that disseminated it."

The old traditional methods of verifying information, the professional habit of journalists to ask such questions as «how do I know this», «how does the person-witness know about what he states», the skill to search for the original source and real witnesses — it is this algorithm, this habit of doubting and looking for answers that is very useful in today's digital world, when there is a lot of information and it comes from everywhere. In fact, the search for the original source is the quintessence of fact-checking. The source and the content itself require verification.

Telegram channels are an obvious means of Russian influence. This is a new trend in Ukraine, which is largely due not only to the intensifying scandalous nature of Ukrainian politics, but also to the fact that Russian media (VKontakte, information and garbage websites) are banned in Ukraine, so Russia seeks to maintain its presence and begins to carry out information sabotage through Telegram. There are several investigations conducted by major Ukrainian media, which relate specifically to external information influence through Telegram channels. They describe the scheme of messaging, mutual support for topics, and mutual support for the actual promotional channels; examples of simultaneous release of the same content are given. Most popular Telegram channels are anonymous, and some are run by rather odious people's deputies and politicians. Telegram spreads the information that is often not quoted in the media, but the audience of Telegram channels is quite large. The conglomerates for whipping up political pseudo-inside, hatred, panic, and chauvinism have been created. And it is precisely this «behind-the-scenes games», which are not covered in the general media, that «sell» these Telegram channels well. People want to feel involved in the «real secrets of politics», this increases their personal status by owning this «information». This scheme works well, but it's a dangerous enough stories of influencing public opinion. For marketing purposes, Telegram is always referred to as an additional resource. If there is no scandalous hater content, such information are not very popular.

Fact-checking has taken a big step forward in recent years. More and more countries, politicians, influential international media and organizations are talking about it. Accessible and attractive fact-checking forms, especially during the election campaign trail, have made it more interesting for readers. However, the defeats of fact-checkers, as in the cases of Donald Trump and Brexit, raised many open questions for fact-checking as a tool. Further years will show whether this flourishing and pluralism of fact-checking can develop into one of the aspects influencing public opinion or politicians.

АНАЛІТИЧНИЙ ЗВІТ
щодо результатів опитування учасників проекту «Інформаційні війни проти України та інших європейських країн: досвід Литви у протидії пропаганді»

Загальні зауваження

Під час проведення заходів проекту «Інформаційні війни проти України та інших європейських країни: досвід Литви у протидії пропаганді», серед його учасників було проведене добровільне опитування шляхом анкетування щодо користування засобами масової інформації, протидії російській пропаганді та медіаграмотності населення.

Основними етапами дослідження стали: розробка анкети, проведення інтерв'ю з респондентами, контроль якості виконаної роботи, введення та перевірку даних, підготовку остаточного масиву даних та аналітичного звіту.

Опитування проводилося в Сєвєродонецьку, Маріуполі, Херсоні, Одесі та Миколаєві шляхом роздачі анкет учасникам заходів проекту і подальшим збиранням анкет серед тих, хто погодився відповісти на запитання анкети.

Питання анкети були структуровані за розділами: характеристика джерел інформації про ситуацію в країні і світі та довіра до них; перевірка інформації; повнота інформації; інтерпретація подій,

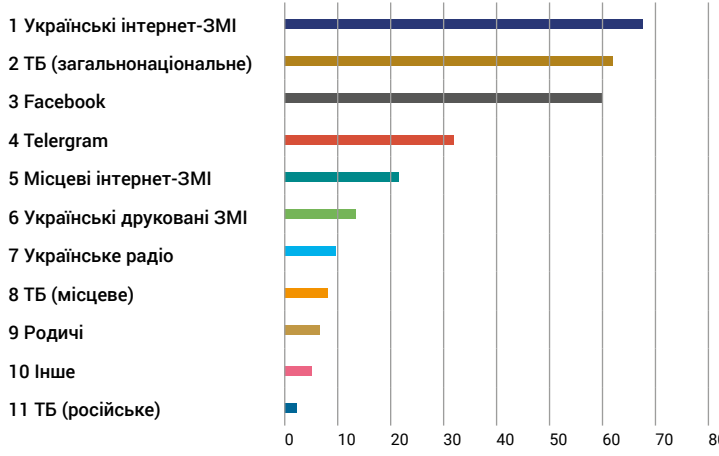
пов'язаних з анексією Криму та окупацією окремих районів Донецької та Луганської областей; протидія кремлівський пропаганді; самооцінка здатності виявляти фейки; медіаграмотність.

1. Характеристика джерел інформації про ситуацію в країні і світі

Для абсолютної більшості респондентів джерелами інформації про події в Україні і світі є українські інтернет-ЗМІ (68 %), загальнонаціональні канали українського телебачення (62 %) та соціальні мережі, насамперед Facebook (60 %) та Telegram (32 %).

Подібна ж структура джерел стосується і інформації про події в Донбасі та Криму, відповідно 60, 53, 51 та 21 відсоток. Приблизно половина респондентів, що користуються цими джерелами довіряють інформації в них. Маріуполь виявився єдиним серед інших міст. У якому доля тих, хто надає перевагу місцевим інтернет-ЗМІ щодо отримання інформації про події в Донбасі та Криму перевершила

Джерела інформації про стан справ в Україні, %



долю тих, хто користується всеукраїнськими сайтами. Учасники опитування в Сєвєродонецьку серед джерел інформації виокремили офіційні інтернет-представництва, зокрема сайт Луганської обласної державної адміністрації. Ані російське телебачення, ані російські сайти не відзначалися респондентами як джерела інформації про події в Україні та світі.

Топ-каналами за загальною аудиторією є «1+1», який дивляться майже половина (48 %) респондентів, ICTV з долею 34 % та Новий канал — 18 %. Доволі великою — 17 % є доля тих хто не дивиться телебачення. Такий самий відсоток складає і доля тих, хто дивиться телеканал «Інтер». Найбільше противників телебачення проживає в Одесі — майже половина респондентів.

Топ-канали є також каналами з найбільшою довірою серед глядачів. Однак лідером довіри, насамперед за рахунок голосів у Донецькій та Луганській областях є Громадське ТВ, а також Перший UA. Найбільшу недовіру та від'ємне співвідношення довіри/недовіри викликають так звані «інформаційні» канали: 112 Україна, News One, ZIK та Прямий. В Донецький та Одеській областях значну недовіру викликає телеканал Інтер.

Серед соціальних мереж беззаперечним лідером є Facebook, яким користуються 84 % респондентів. Telegram використовують 55 %, Instagram — 25 %. В Одесі користувачів Facebook та Telegram порівну, а в Сєвєродонецьку користувачі Facebook вдвічі переважають користувачів Telegram. Звертає на себе увагу практично повна відсутність користувачів російських соціальних мереж ВКонтактє та Однокласнікі.

2. Перевірка інформації

28 % респондентів стверджують: якщо вони отримали інформацію з українського загальнонаціонального, російського, місцевого ЗМІ або ЗМІ «ДНР»/«ЛНР», то вони перевіряють її у ЗМІ «іншої» сторони. Водночас трохи більше половини (51 %) перевіряють інформацію час від часу.

У разі суперечливої інформації з різних джерел 55 % респондентів надають перевагу українському загальнонаціональному засобу масової інформації. Тривожним симптомом є те, що доволі високий відсоток (38 %) тих, хто не надає переваги жодному джерелу. Причому в Сєвєродонецьку таких, хто не довіряє нікому — більшість, у той час як в Херсоні практично одностайно надають перевагу українському загальнонаціональному ЗМІ.

3. Повнота інформації

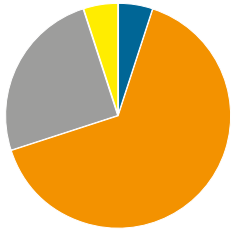
70 % респондентів вважають себе недостатньо поінформованими про зусилля держави щодо вирішення «кримського питання», 61 % не знають про стратегію повернення тимчасово окупованих територій Донбасу. Зате 58 % вважать себе достатньо поінформованими щодо російсько-українських відносин. При цьому найменш поінформованими вважають себе жителі Херсона. Миколаївцям найбільш складно серед усіх опитаних було визначитися щодо зазначених питань.

4. Інтерпретація подій, пов'язаних з анексією Криму та окупацією окремих районів Донецької та Луганської областей

Більшість опитаних (65 %) вважають Росію винною в анексії Криму, при тому що на Україну поклали вину 5 %. Ще більш переконливою є перевага тих, хто вважає Росію винною в окупації частини Донбасу: 74 відсотки проти 1-го. В Миколаєві, Одесі та Херсоні не було жодного респондента, який вважав би Україну винною в цих подіях. Водночас, першому випадку щодо Криму, свою позицію було складно визначити 30 % респондентам серед усіх опитаних, а в другому — 25 %.

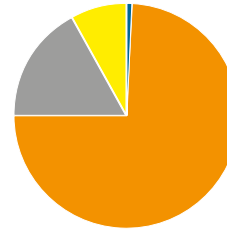
Аудиторія в цілому позитивно поставилась до нормативної заборони російських телевізійних каналів (61 %) та російських соціальних мереж (57 %). 13 % вважають заборону російських каналів

Анексію Криму



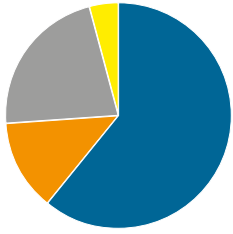
- Спровокувала Україна, 5 %
- Спровокувала Росія, 65 %
- Важко відповісти, 25 %
- Відмова від відповіді, 5 %

Війну в Донбасі



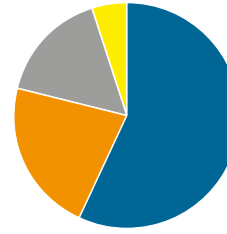
- Розпочала Україна, 1 %
- Розпочала Росія, 74 %
- Важко відповісти, 17 %
- Відмова від відповіді, 8 %

Заборона російських ТБ-каналів



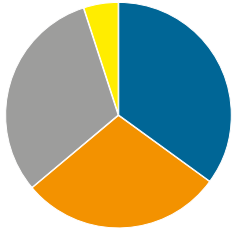
- Правильний крок, 61 %
- Помилка і наступ на свободу слова, 13 %
- Важко відповісти, 22 %
- Відмова від відповіді, 4 %

Заборона російських соціальних мереж



- Правильний крок, 57 %
- Помилка і наступ на свободу слова, 22 %
- Важко відповісти, 16 %
- Відмова від відповіді, 5 %

Заборона російських артистів



- Правильний крок і захист національних інтересів, 35 %
- Помилка і наступ на свободу слова, 29 %
- Важко відповісти, 31 %
- Відмова від відповіді, 5 %

помилкою та наступом на свободу слова. 22 % вважають таким наступом заборону російських соціальних мереж. Значно менш позитивним є ставлення до заборони гастролей російських артистів. Лише 35 % вважає це правильним кроком, спрямованим на захист національних інтересів. 55 % вважають, що ситуація в Криму та в Донбасі зі свободою слова є негативною, майже 40 % складно було оцінити стан внутрішньої політики на цих територіях.

5. Протидія кремлівській пропаганді

Абсолютна більшість респондентів (91 %) вважають державу та її органи головними відповідальними в справі протидії кремлівській пропаганді та дезінформації. 82 % покладаються на засоби масової інформації, 53 % — на громадські організації. Така структура відповідей певним чином корелюється з оцінкою причин впливу кремлівської пропаганди. Серед головних факторів такого впливу аудиторія вважає те, що Росія вкладає в пропаганду багато коштів (69 %), та що інші держави не реагують на таку пропаганду належним чином (38 %). При цьому 52 % опитаних вважають, що відсутність критичного мислення в суб'єктів впливу є однією з головних причин поширення пропаганди.

Відповідно, 69 % опитаних вважають медіаграмотність одним з головних засобів протидії кремлівський пропаганді. Більший відсоток (73 %) аудиторія віддала лише створенню високоякісного українського розважального контенту. 62 % вважають таким засобом поновлення українського мовлення на Донбас та Крим, при цьому частина аудиторії розуміє технічну складність такого поновлення. Запровадження квот на українську мову на телебаченні та радіо вважають вдалою ідеєю лише 27 % опитаних.

Досвід країн Балтії та Сполучених Штатів Америки в протидії кремлівській пропаганді респонденти вважають найбільш вдалим. Одним з наслідків проведення проекту можна вважати, що беззаперечне лідерство в протидії пропаганди аудиторія віддала Литві (42 %).

6. Самооцінка здатності виявляти фейки

Опитані вважають, що вони у більшості випадків здатні відрізнити якісну інформацію від дезінформації та фейків (69 %). Ще 17 % вважають себе спроможними виявити фейки в усіх випадках. В кожному з міст приблизно однакова кількість респондентів вважають, що вони здатні ідентифікувати фейки. Серед критеріїв фейковості інформації респонденти назвали відсутність джерела інформації (77 %), поширення інформації ботами (61 %), відсутність автора інформації та надто емоційна подача інформації (44 % для кожного з цих критеріїв).

7. Медіаграмотність

Аудиторія була практично одностайною в необхідності навчання медіаграмотності (93 %). Причому процес навчання повинен стосуватися і дітей і підлітків і дорослих. Так вважають 82 % опитаних. 90 % аудиторії готові брати участь у навчальних заходах з підвищення медіаграмотності. Серед таких заходів для аудиторії найбільш привабливими було названо онлайн курси (64 %), предмет у школі (59 %) та телепрограму (36 %). Серед можливих і прийнятних заходів називалися також семінари, публічні лекції, короткострокові програми, тренінги, семінари, телеграм-канал, ютуб-канал тощо.

ANALYTICAL REPORT on the results of a survey of participants of the project «Information wars against Ukraine and other European countries: Lithuania's experience in tackling propaganda»

General remarks

During the events of the project «Information wars against Ukraine and other European countries: Lithuania's experience in tackling propaganda», a voluntary survey was conducted among its participants through questionnaires on the use of mass media, tackling Russian propaganda and media literacy of the population.

The main stages of the study were: developing a questionnaire, conducting interviews with respondents, monitoring the quality of work performed, entering and verifying data, preparing the final data set and analytical report.

The survey was conducted in Severodonetsk, Mariupol, Kherson, Odesa and Mykolaiv by distributing questionnaires to participants of project events and then collecting questionnaires among those who agreed to answer the questionnaire.

The questions in questionnaire were structured into sections: characteristics of sources of information on the situation in the country and the world and trust in them; verification of information; completeness of information; interpretation of events related to the

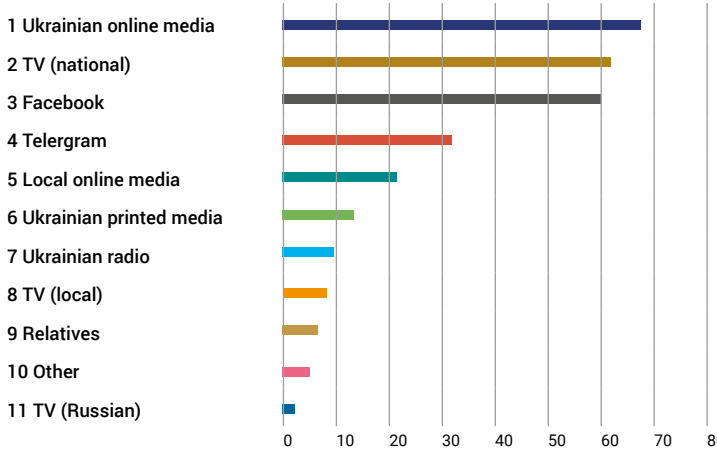
annexation of Crimea and the occupation of certain areas of Donetsk and Luhansk regions; tackling Kremlin propaganda; self-assessment regarding the ability to detect fakes; media literacy.

1. Characteristics of sources of information on the situation in the country and the world

For the absolute majority of respondents, the main sources of information on events in Ukraine and the world are Ukrainian internet media (68 %), national channels of Ukrainian television (62 %) and social networks, primarily Facebook (60 %) and Telegram (32 %).

The same structure of sources applies also to information on events in Donbas and Crimea, 60, 53, 51 and 21 percent, respectively. Approximately half of the respondents using these sources trust the information contained in them. Mariupol turned out to be the only one among other cities, in which the share of those preferring local online media to receive information on events in Donbas and Crimea

Channels of information on the situation in Ukraine, %



exceeded the share of those who use all-Ukrainian websites. The survey participants in Severodonetsk indicated official internet representative offices, in particular the website of the Luhansk Regional State Administration, among the sources of information. Neither Russian television nor Russian websites were indicated by respondents as sources of information on events in Ukraine and the world.

The top channels by total audience are «1+1», which is watched by almost half (48 %) of respondents, ICTV with a share of 34 % and Novyi Kanal with 18 %. Quite large percentage, i.e. 17 %, is the share of those who do not watch television. The same percentage is made up of those who watch the «Inter» TV channel. Most of the opponents of television (almost half of the respondents) live in Odessa.

Top channels are also the channels with the most confidence among viewers. However, the leaders of trust, primarily due to votes in the Donetsk and Luhansk regions, are Hromadske TV and Pershyi UA. The greatest distrust and negative trust/distrust ratio are caused by the so-called «information» channels: 112 Ukraine, News one, ZIK and Priamyi. In the Donetsk and Odessa regions, significant distrust is caused by the Inter TV channel.

Among social networks, the undisputed leader is Facebook, which is used by 84 % of respondents. Telegram is used by 55 %, and Instagram receives 25 %. Facebook and Telegram users are equally distributed in Odessa, while Facebook users are twice as large as Telegram users in Severodonetsk. Attention is drawn to the almost complete absence of users of the Russian social networks VKontakte and Odnoklassniki.

2. Verification of information

28 % of respondents state that if they received information from the Ukrainian national, Russian, local media, or «DPR»/»LPR» media, they check it in the media of the «other» party. At the same time, just over half (51 %) verify the information from time to time.

In case of conflicting information from various sources, 55 % of respondents prefer the Ukrainian national mass media. An alarming

symptom is that there is a fairly high percentage (38 %) of those who do not prefer any source. Moreover, in Severodonetsk, those who do not trust anyone are the majority, while in Kherson, people almost unanimously prefer the Ukrainian national media.

3. Completeness of information

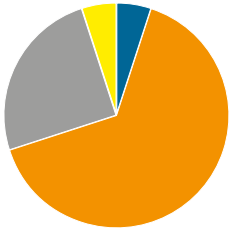
70 % of respondents consider themselves insufficiently informed about the state's efforts to resolve the «Crimean issue», and 61 % do not know about the strategy for returning the temporarily occupied territories of Donbas. But 58 % consider themselves sufficiently informed about Russian-Ukrainian relations. At the same time, residents of Kherson consider themselves to be the least informed. Among all respondents, it was most difficult for residents of Mykolaiv to decide on these issues.

4. Interpretation of events related to the annexation of Crimea and the occupation of certain areas of Donetsk and Luhansk regions

The majority of respondents (65 %) consider Russia guilty of the annexation of Crimea, while 5 % blamed Ukraine. Even more convincing is the superiority of those who consider Russia guilty of occupying part of the Donbass: 74 percent against 1. In Mykolaiv, Odesa and Kherson there was not a single respondent who would consider Ukraine guilty of these events. At the same time, it was difficult for 30 % of respondents among all respondents to determine their position regarding the case of Crimea, and for the second case this number was 25 %.

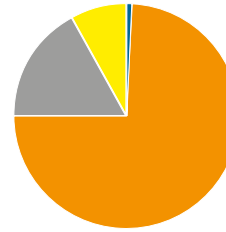
The audience generally reacted positively to the regulatory ban on Russian television channels (61 %) and Russian social networks (57 %). 13 % consider the ban on Russian channels a mistake and an assault on free speech. 22 % consider the ban on Russian social networks to be such an assault. Much less positive is the attitude to the ban on touring Russian artists. Only 35 % consider this the right step aimed at

Annexation of Crimea



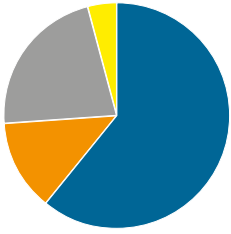
- Was provoked by Ukraine, 5%
- Was provoked by Russia, 65%
- It's difficult to answer, 25%
- Refusal to give answer, 5%

The war in Donbas



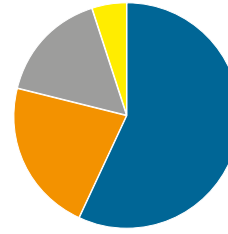
- Was started by Ukraine, 1%
- Was started by Russia, 74%
- It's difficult to answer, 17%
- Refusal to give answer, 8%

Prohibition of Russian TV channels



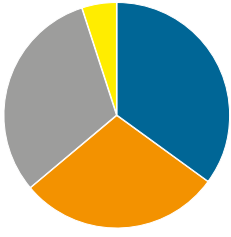
- Is the right step, 61 %
- Is a mistake and attack on freedom of speech, 13 %
- It's difficult to answer, 22 %
- Refusal to give answer, 4 %

Prohibition of Russian social media



- Is the right step, 57 %
- Is a mistake and attack on freedom of speech, 22 %
- It's difficult to answer, 16 %
- Refusal to give answer, 5 %

Ban on Russian artists



- Is the right step and protection of national interests, 35 %
- Is a mistake and attack on freedom of speech, 29 %
- It's difficult to answer, 31 %
- Refusal to give answer, 5 %

protecting national interests. 55 % believe that the situation in Crimea and Donbas with free speech is negative, while almost 40 % found it difficult to assess the state of domestic policy in these territories.

5. Tackling Kremlin propaganda

The absolute majority of respondents (91 %) consider the state and its bodies to be the main ones responsible for tackling Kremlin propaganda and disinformation. 82 % rely on the mass media, 53 % — on public organizations. This structure of responses correlates in a certain way with the assessment of the reasons for the influence of Kremlin propaganda. Among the main factors of such influence, the audience believes that Russia invests a lot of funds in propaganda (69 %), and that other states do not respond properly to such propaganda (38 %). However, 52 % of respondents believe that the lack of critical thinking among subjects of influence is one of the main reasons for the spread of propaganda.

Accordingly, 69 % of respondents consider media literacy to be one of the main means of tackling Kremlin propaganda. The audience gave a larger percentage (73 %) only to the creation of high-quality Ukrainian entertainment content. 62 % consider the resumption of Ukrainian broadcasting in Donbas and Crimea to be such a means, while some of the audience understands the technical complexity of such a resumption. Only 27 % of respondents consider the introduction of quotas for the Ukrainian language on television and radio to be a good idea.

The respondents consider the experience of the Baltic states and the United States of America in tackling Kremlin propaganda to be the most successful. One of the effect of the project is that the audience gave Lithuania the undisputed leadership in tackling propaganda (42 %).

6. Self-assessment of the ability to detect fakes

The respondents believe that in most cases they are able to distinguish high-quality information from disinformation and fakes (69 %). Another 17 % consider themselves able to detect fakes in all cases. In each city, approximately the same number of respondents believe that they are able to identify fakes. Among the criteria for fake information, respondents named the lack of a source of information (77 %), the dissemination of information by bots (61 %), the lack of an author of information and excessively emotional presentation of information (44 % for each of these criteria).

7. Media literacy

The audience was almost unanimous in the need for media literacy training (93 %). Moreover, the training process should concern both children, adolescents and adults. This is the opinion of 82 % of respondents. 90 % of the audience is ready to participate in training events to improve media literacy. Among such events, online courses (64 %), a subject at school (59 %) and a TV program (36 %) were named the most attractive for the audience. Among other possible and acceptable measures, there are also seminars, public lectures, short-term programs, trainings, Telegram channel, YouTube channel, etc.

РОЗДІЛ 2

ДОСВІД ЛИТВИ У ПРОТИДІЇ ПРОПАГАНДІ ТА ПОСИЛЕННІ НЕЗАЛЕЖНИХ ЗМІ

PART 2

LITHUANIA'S EXPERIENCE IN TACKLING PROPAGANDA AND STRENGTHENING INDEPENDENT MEDIA

ЯК БОРОТИСЯ ЗІ СТРАТЕГІЧНИМИ КОМУНІКАЦІЙНИМИ КРИЗАМИ, ЩО ВИКЛИКАНІ ДЕЗІНФОРМАЦІЄЮ?

Нерінга БЛЮДЖЮТЕ,
експертка з питань стратегічних комунікацій,
засновниця WOW («Світ слів»),
радниця Міністра закордонних справ Литви з питань стратегічних та щоденних комунікацій (2013–2017)

Стратегічну комунікацію можна описати як спробу домінувати на Землі — тільки за допомогою слів. У класичній битві людські ресурси визначають шанси на перемогу. Точно так само і в стратегічній комунікації — перевага у висловлюваннях, а точніше наративі, збільшує ймовірність перемоги. Слова, які ми чуємо найчастіше, словосполучення, які домінують в інформаційному просторі, визначають і формують суспільне розуміння ситуації. Тому головне — докласти активних зусиль для проштовхування власного наративу, власного поєднання слів та асоціацій. В іншому випадку людині залишається тільки боротися і реагувати на слова і наративи, які просувають інші. Брати участь у чужих битвах. Ми або формуємо наратив, або дозволяємо формувати нашу особистість наративам інших людей.

Стратегічна комунікація — це активна спроба визначити і просунути свій наратив, який допомагає досягати політичних цілей.

Що поганого в чужих битвах? Вони забирають енергію, ресурси, час. Вони відволікають нашу увагу від більш важливих, а іноді і більш нагальних питань, і, найголовніше, відволікають від наших власних планів.

Кожна країна має свою власну історію зародження стратегічної комунікації. Я вважаю, що стратегічна комунікація так само стара, як і людство, а кожна криза знов підтверджує її важливість, яка зазвичай ігнорується в мирні/спокійні часи. Чому? Тому що загальним для всіх криз є брак часу і ресурсів для реагування. Єдина валюта в кризу-це ваші навички та досвід, які необхідні для роботи в складних умовах. Це єдиний спосіб заощадити час і отримати перевагу.

Перша міжнародна комунікаційна криза в Литві з мого професійного досвіду сталася після знаменного вступу Литви в НАТО і ЄС. Литовці були затятими прихильниками членства і НАТО — риса, яка, як вважалося, зберігатиметься вічно. Однак наратив «НАТО захищатиме нас» був оскаржений Росією в найперший рік членства країни. Росія розбила свій винищувач Су-24 на литовській землі — іронічно, але оперативно відразу ж після того, як союзники НАТО розпочали місію з патрулювання повітряного простору НАТО над країнами Балтії для захисту Балтійського неба. Росія хотіла послати сигнал про те, що Прибалтика беззахисна, а НАТО — ненадійна організація. За кілька тижнів литовська підтримка НАТО скоротилася майже вдвічі. Вона відновилась, але це зайняло деякий час. Незважаючи на те, що було докладено багато зусиль і докладено дуже професійно, щоб впоратися з самою кризою, але нам не вдалося впоратися з кризою суспільних очікувань. І опитування громадської думки це показували.

Це ясно вказувало на необхідність створення державних засобів стратегічної комунікації. Але, на жаль, криза пройшла даремно, з неї не було отримано жодної користі та вона нічому не навчила.

Наступна можливість з'явилася в 2013 році, коли 1 липня 2013 року Литва розпочала своє перше головування в Раді Європейського Союзу. Сам факт прийняття на себе такої важливої ролі

із зазначенням Східного партнерства як пріоритетного привернув увагу і стурбованість Росії. Того літа в Міністерстві закордонних справ ми спостерігали приплив ворожих інформаційних вкидань, перший фальшивий скандал з «витоками дипломатичної інформації» (нібито в ЗМІ просочилися стенограми телефонних розмов за участю литовських дипломатів в безладній і фальшивій формі), який поступово призвів до того, що їх стали визначати не як випадкові запити або скандали, а як організовану ворожу інформаційну діяльність. Як справедливо зауважив Едвард Лукас, тодішній редактор журналу The Economist, ключовим завданням російської пропаганди було поширення наративу про те, що Литва (як і інші країни Балтії) «приречена, позбавлена друзів і фашистська». Російська пропаганда в Литві безумовно не була новинкою, щороку існували певні моменти, коли вона набирала силу, але її інтенсивність і спрямованість безумовно досягли безпрецедентного рівня в цьому році.

Визначальний момент настав, коли до цієї інформаційної діяльності, що постійно ставила під сумнів ресурс довіри та надійність Литви, а також її внутрішню згуртованість, приєдналося рішення російської влади ввести нічну заборону на транзит литовських вантажів в Росію і імпорт литовських молочних продуктів. Інформаційна діяльність завжди є лише елементом ширшої стратегії…

На підприємства Литви припадала основна частка транзиту вантажів ЄС до Росії. Навіть якщо Росія і не була ключовим ринком збуту литовської молочної продукції, різка заборона все ж вплинула на бізнес. Але подолання економічних наслідків цієї кризи було найбільшим викликом — вона незабаром переросла в інформаційну кризу, оскільки різні литовські інститути почали виступати з різними повідомленнями і різною оцінкою ситуації. Це, звичайно, майстерно використовувала російська пропагандистська машина, продовжуючи розвивати наратив приреченої держави, що діє всупереч національним інтересам (ставить підтримку процесів демократизації в східноєвропейських країнах вище інтересів національного бізнесу і народу).

Численні щоденні запити засобів масової інформації, меми, візуалізації того, як постраждає бізнес та бюджет (безумовно, максимізуючи пропорції та видираючи цитати і дані з контексту), хлинули у публічний простір, та їх розвінчанням довелося займатися МЗС. Однак через деякий час ми зрозуміли, що одне тільки реагування на фейкові повідомлення та дезінформацію забирає всю нашу енергію та ресурси, не залишаючи часу для виконання навіть інших повсякденних обов'язків, обмежуючи нашу здатність функціонувати, а можливість розроблення стратегії розумної відповіді взагалі стала неприпустимою розкішшю. Інформаційна діяльність Міністерства перетворилася на боротьбу Дон Кіхота з вітряками, а водночас з цим потік інформації для розвінчання, перевірки і реагування без будь-якого відчутного ефекту зростав.

Робоче навантаження, що зростало, а також внутрішня какофонія суперечливих повідомлень від установ і політиків, що знову ж сприяло збільшенню робочого навантаження і нездатності функціонувати, швидко змусили установи об'єднатися і почати координувати як повідомлення, так і дії. Міністерство закордонних справ було лідером, оскільки воно отримувало найбільшу кількість телефонних дзвінків від ЗМІ.

Ми почали з найвищого політичного та інституційного рівня міністрів і директорів залучених установ (бо саме вони найбільше виступали перед публікою). Послідовно ми залучили спікерів, радників і директорів з комунікацій, які також почали регулярно зустрічатися — спочатку для реагування на конкретну кризу, а потім для реагування на всю дезінформацію, щоб підвищити громадянську стійкість і зміцнити здатність інститутів і країни просувати власний наратив.

Цей координаційний механізм не був інституціоналізованим, оскільки не було часу на створення офіційних структур, прийняття законів і нормативних актів. Необхідність правильно виконувати свою роботу і усувати всі перешкоди, а також патріотична відповідальність за захист країни були найсильнішою мотивацією для просування цієї координації і спільних дій. Міністерство за-

кордонних справ стало центральним координаційним центром — виключно через його функцію займатися зовнішньополітичними питаннями. На додаток до Міжвідомчого координаційного механізму, представники якого регулярно зустрічалися, для цього було створено підрозділ зі стратегічних комунікацій під безпосереднім керівництвом політичного директора, який прямо підпорядковувався міністру. Це надало підрозділу як статус, так і повноваження, необхідні для ефективної роботи з іншими інституційними учасниками.

Підрозділ стратегічних комунікацій вів спостереження за інформаційним простором, сигналізував про ворожі дії і пропонував відповідні заходи. Спочатку велику частина часу підрозділ витратив на викриття діяльності — просто тому, що не було іншого інституційного учасника, який міг би це зробити належним чином. Поступово, завдяки координації та розподілу праці, а також залученню неінституційних акторів (ЗМІ, НУО, академічні кола) стало можливим перевести інтелектуальні та людські ресурси з чистого викриття на просування власного стратегічного наративу. В результаті підрозділ стратегічних комунікацій почав розробляти наративи для просування інтересів Литви за кордоном і формування суспільного розуміння і підтримки зовнішньої політики Литви.

Заборона на молочні продукти і транзит, а також наш постійний відчай привернути увагу європейських лідерів і громадськості, однаково підштовхнули нашу винахідливість. Без серйозного завчасного планування (оскільки криза завжди застає зненацька) ми провели нашу першу кампанію зі стратегічної комунікації #freedomcheese, в якій нам вдалося привернути увагу ЗМІ і змістити наратив з «Литовці — баламути, які страждають параноєю щодо Росії», який переважав, на «Росія порушує правила, але ЄС залишається згуртованим». Кампанія включала в себе всі елементи стратегічної комунікації: 1. Єдина система обміну повідомленнями (‘Росія порушує правила», ‘литовський бізнес в безпеці», ‘Європа єдина»). 2. Координація між усіма залученими учасниками (всі установи і навіть засоби масової інформації та лідери громадянського

суспільства приєдналися до цих зусиль) 3. Стратегічна взаємодія вищого керівництва (президент Литви, міністри, депутати парламенту і члени Європейського парламенту також приєдналися до поширення цієї ідеї). Ми отримали постійну увагу ЗМІ з обох боків Атлантики, ми отримали увагу іноземної аудиторії, отримали необхідні політичні рішення (Рішення Ради ЄС, що засуджує дії Росії, які суперечать її торговельним угодам з ЄС та правилам СОТ загалом) і увагу ЗМІ до них (подальше поширення ідеї про те, що це не «знов прибалти, які страждають параноєю», а «це знов Росія»). І останнє, але не менш важливе: ми повернули литовській громадськості ідею про те, що «ми не самотні, партнери ЄС знаходяться поруч» і «це не наша вина, Росія веде свої ігри». #freedomcheese був невеликим проблиском того, що можна досягти, коли існує довгостроковий стратегічний комунікаційний тип мислення, а не тільки намір осудити брехню.

Коротко кажучи, досвід Литви у 2013–2015 роках демонструє, що стратегічний комунікаційний підхід вимагає насамперед єдиної ідеї і узгодження спільного наративу/історії. По-друге, цей підхід вимагає координації між усіма учасниками (як інституційними, так і неінституційними) у просуванні наративу, а також у зміцненні суспільної стійкості до дезінформації і обмеженні проникнення пропагандистських ідей. Останній аргумент стосується забезпечення елементарної гігієни в інформаційному просторі — попри повну повагу до свободи ЗМІ, незалежні інститути зобов'язані забезпечувати рівні умови гри для всіх суб'єктів ЗМІ, наприклад, сигналізувати, якщо іноземні державні агенти користуються або зловживають статусом вільних ЗМІ, або сигналізувати про будь-які порушення об'єктивної звітності. По-третє, підхід вимагає залучення стратегічного керівництва. Іноді складно об'єднати зусилля представників різного політичного спектру, але їх участь є важливою для успіху будь-яких стратегічних комунікаційних зусиль. Вона забезпечує довіру, стабільність і послідовність зусиль. Капітан завжди повинен бути на борту.

HOW TO DEAL WITH STRATEGIC COMMUNICATION CRISES CAUSED BY DISINFORMATION?

Neringa BLIŪDŽIŪTĖ,
Expert on strategic communication,
Founder in WOW («World of Words»),
Adviser to the Minister of Foreign Affairs of Lithuania
for strategic and daily communication (2013–2017)

Strategic communication can be described as an effort to dominate the ground — only with words. In the classical battle manpower defines the chances to win. Similarly, in Strategic communication — dominance of words and even more precisely, narrative, increases the likelihood of victory. Words that we hear the most, combinations of words that dominate information space define and shape public understanding of the situation. Therefore key is to make an active effort to push own narrative, own combination of words and associations. Otherwise one is left with only option to fight and respond to words and narratives promoted by others. To fight the battles others want us to get involved in. We either shape the narrative or are left to be shaped by narratives of others.

Strategic communication is an active effort to define and promote your narrative that helps you to advance your political agenda.

What is wrong in fighting battles others want us to fight? It takes away energy, resources, time. It moves our attention from more important and sometimes even more pressing, issues, and, most importantly, it moves us way from our own agenda.

Every country has own history of starting to take Strategic communication seriously. I believe strategic communication is as old as humanity, every crisis renews its importance, usually ignored in peaceful/stress-free times. Why? Because what all crises have in common is shortage of time and resources to respond. The single currency in crisis is your skills and experience to perform under pressure. It is the only time-saver and advantage-giver.

First international communication crisis in Lithuania from my professional experience was after Lithuania's glorious entry into NATO and the EU. Lithuanians were the staunchest supporters of the membership and NATO — the feature thought to last forever. However, this "NATO will defend us" narrative was challenged by Russia at the very first year of the membership. Russia crashed its fighter SU-24 on Lithuanian soil- ironically yet strategically right after NATO allies launched NATO air policing mission over the Baltic countries to defend Baltic skies. Russia wanted to send the signal that Baltics are indefensible and NATO is unreliable. In few weeks time, Lithuanian support to NATO dropped by nearly half. It did recover, but it took some time. Even though many efforts were done and done highly professionally to manage the crisis itself, but we failed to manage the crisis of public expectations. And public polls were showing it. This clearly pointed at the need for national strategic communication capacity. But unfortunately, the crisis was wasted rather than treasured and learned from.

Next opportunity came in 2013, when Lithuania started her first ever Presidency of the European Union Council from 1st of July, 2013. The mere fact of taking up such an important task, coupled with naming the Eastern Partnership a priority brought Russia's attention and unease. That summer at the Ministry of Foreign Affairs we saw influx of hostile information attacks, first fake 'diplomatic leaks' scandal (supposed transcripts of phone conversations leaked to the media featuring Lithuanian diplomats in a messy and fake way) that slowly led to define it not as accidental queries or scandals, but as organised hostile information activity. As Edward Lucas, at that time Editor of the Economist once rightly framed, the key task of the Russian propaganda was to spread the narrative that

Lithuania (as well as other Baltic countries) are "failed, friendless and fascist". Russian propaganda in Lithuania was definitely not a novelty, every year had particular moments where it would pick up, but its intensity and focus definitely took up unprecedented level that year.

Defining moment came when those information activities, constantly questioning Lithuania's credibility and reliability as well as internal cohesion, were joined by decision of Russian authorities to introduce an over-night ban on Lithuanian cargo transit to Russia and import of Lithuanian diary products. Information activities are always just an elements of a larger strategy…

Lithuania's businesses had leading share of the EU's cargo transit to Russia. Even if Russia was not the key market for Lithuanian diary products, an abrupt ban did make an impact to the businesses. But handling economic effects of this crisis was a single challenge — it soon turned into information crisis, as different Lithuanian institutions started to go out with different messages and different assessment of the situation. This of course was masterly used by the Russian propaganda machine further developing the narrative of failed state that is acting against national interests (putting support to democratisation processes in the Eastern European countries prior to interests of national businesses and the people).

Numerous daily media quieries, memes, visualisations how business and budget will suffer (surely maximising proportions and taking quotes and data out of context) were pouring into the public space, leaving the MFA to debunk them. However, after some time we understood, that only responding to fake messages and diss-information is taking ALL our energy and recourses, leaving no time to carry out even other routine responsibilities, infringing our ability to function, least having the luxury to strategise a clever response. Ministry's information activities turned into an don kihotian effort of fighting windmills, with increasing flow of info to debunk, check and respond without any tangible effect.

Increased workload and internal cacophony of conflicting messages from institutions and politicians, that contributed again to the workload and ability to function, quickly forced institutions to get together and

start coordinating — both messages and actions. Ministry of Foreign affairs was in the lead, because it was receiving the most media phone-calls. We started from the highest political and institutional level of ministers and directors of institutions involved (because they were those who spoke the most in the public). Consecutively we involved spokespeople, advisers and communication directors, who also started to meet regularly — first to respond to particular crisis, then to respond to all disinformation, to increase civil resilience and to strengthen capability of institutions and the country to advance own narrative.

This coordination mechanism was not institutionalised, as there was no time to set up formal structures, pass laws and regulations. The need to do the job right and eliminate all the hurdles as well as patriotic responsibility to defend the country was the strongest motivation to move that coordination and common action forward. Ministry of foreign affairs became the central point for coordination — purely out of its function to take care of "foreign" issues. For that purpose, further to interagency coordination mechanism that was meeting regularly, a StratCom unit was set up right under direct supervision of the Political director who was directly reporting to the Minister. That gave both status and authority to the unit required vis-a-vis other institutional players to work effectively.

Stratcom unit was surveilling the information space, signaling hostile activities and suggesting response. At the beginning most of its time was consumed by debunking activities — simply because there was no other institutional player to do it properly. Slowly, due to coordination and distribution of labour, as well as engagement of non-institutional actors (media, NGOs, academia) it was possible to move intellectual and human recourses from pure debunking to advancing own strategic narrative. As a result the StratCom unit started to develop narratives to advance Lithuania's interests abroad and generate public understanding and support to Lithuania's foreign policy.

The ban of dairy and transit as well as our growing desperation to get attention of European leaders and publics alike pushed our creativity. Without huge advance planing (as crisis alwasy hits unprepared) we did our first Stratcom campaign #freedomcheese where we managed to get

media attention and to move the dominant narrative from "Lithuanians are troublemakers paranoid about Russia" to "Russia breaks rules, but EU stands united". Campaign entailed all the elements of Strategic communication: 1. Unified messaging ('Russia brakes rules", 'Lithuanian business is safe", 'Europe stands united'). 2.Coordination among all players involved (all institutions and even media and civil society leaders joined the effort) 3. Strategic engagement of top leadership (Lithuanian President, Ministers, Members of Parliament and Members of the European parliament joined in spreading the message around as well). We got continuous media attention on both sides of the Atlantic, we got attention of foreign audiences, we got political decisions needed (The EU council decision denouncing Russias actions as going against its trade agreements with the EU and WTO rules in general) and media's attention to them (further spreading the message that it's not "paranoid Baltics, again", but "Russia again"). And last but not the least, we got the message back to the Lithuanian public that "we are not alone, EU partners stand by" and "it's not our fault, Russia is playing games". #freedomcheese was a small glimpse of what is possible when long term Stratcom thinking is in place, not only intention to denounce lies.

In short, Lithuania's experience of 2013–2015 shows that strategic communication approach requires first and foremost, united message and agreement on the joint narrative/story. Second, it requires coordination among all the players (institutional and non-institutional players alike) how to advance the narrative, but also how to strengthen public resillience to disinformation and how to limit penetration of propaganda messages. The latter argument refers to ensuring basic hygiene in information space -while fully respecting freedom of media, independent institutions are obliged to safeguard equal level playing field for all media actors, for example signal when foreign state agents are enjoying or abusing the status of the free media, or signal any violations to objective reporting. Third, it requires engagement of strategic leadership. It is hard sometimes to get the act together across different political spectrum, but the engagement is essential to success of any StratCom effort. It brings credibility, stability and continuity to the effort. Captain must be aboard.

СОЦІАЛЬНА СТІЙКІСТЬ У ЛИТВІ: боротьба з дезінформацією через актуалізацію

Д-р Неріюс МАЛЮКЯВІЧУС,
експерт з питань інформаційної безпеки,
викладач і науковий співробітник Інституту
міжнародних відносин і політології
Вільнюського університету

Агресивна пропаганда та кампанії дезінформації не є чимось новим для країн Балтії або України. Литовські та українські експерти постійно висловлюють заклопотаність у зв'язку з регулярними російськими операціями з дезінформації, які намагаються розділити наші суспільства і забруднити наш інформаційний простір фейками. Росія під час війни на Україні широко використовувала інструменти дезінформації. Зараз Литва переживає посилення агресивних інформаційних операцій проти військ НАТО. У світлі цього уряд, громадянське суспільство та експерти почали реагувати і реалізовувати певні заходи протидії дезінформаційному наступу Кремля.

У 2018 році група литовських та шведських експертів зі стратегічних комунікацій та стратегій контрпропаганди розробила рекомендації щодо зміцнення соціальної стійкості в Литві*. Екс-

* Більш детальну інформацію див. в експертній аналітичній довідці Центру досліджень з європейської інтеграції від 2018 року

перти наголосили, що ефективна соціальна стійкість має забезпечувати підготовку і готовність захищатися навіть у мирний час; загальносоціальний підхід має гарантувати, що функції і обов'язки розподіляються всередині суспільства (кожна соціальна група несе певну відповідальність як окрема частина системи); а орган влади наділяється повноваженнями з координування цих функцій і забезпечення постійного відкритого діалогу між усіма сторонами. Головною метою такого підходу має бути суспільство, яке добре обізнане про потенційні загрози, здатне і наділене повноваженнями діяти у відповідь на них, — стійке суспільство в мирний або кризовий час.

Литва виступила ініціатором стратегічних комунікаційних ініціатив на національному інституційному рівні, а також на міжнародних форумах. Литовські збройні сили одними з перших розробили свої засоби стратегічних комунікацій (STRATCOM). Міністерство оборони також створило Департамент стратегічних комунікацій та зв'язків з громадськістю для сприяння поширенню інформації про безпеку та військові процеси в Литві. Навіть Департамент державної безпеки та Другий слідчий департамент при Міністерстві оборони розпочали визнані на міжнародному рівні комунікаційні кампанії з потенційних ризиків для литовських громадян шляхом публікації щорічних національних доповідей про оцінку загроз. Міністерство закордонних справ узяло на себе провідну роль в координації стратегічних комунікацій між національними інститутами, щоб представляти позицію Литви за кордоном і просувати включення питання інформаційної безпеки до порядку денного ЄС. У 2017 році було створено Бюро із запобігання загрозам та управління кризами при уряді Литви. Хоча на ранніх етапах свого існування це бюро бере на себе провідну роль і координує стратегічну комунікаційну діяльність між різними установами, створюючи комплексний механізм і розвиваючи подальші можливості.

Литовські та шведські експерти дійшли висновку, що, незважаючи на вищезазначені досягнення, проблеми все ще залишаються: низька політична довіра; ностальгія за радянськими часами; роз-

пливчасте уявлення про російську загрозу; інтеграція етнічних меншин; низький рівень громадянської участі. Литовський досвід є важливим для українських політиків за кількома напрямками:

1. Комплексний територіальний механізм антикризового управління;
2. Безпечна і стійка комунікаційна та інформаційна інфраструктура;
3. Зміцнення медійних компетенцій;
4. Перегляд освітньої системи, включаючи медіаграмотність та критику джерел;
5. Концентрація на дослідженнях і процесах всередині суспільства;
6. Підтримка громадських організацій та об'єднань.

Боротьба з дезінформацією та агресивною пропагандою в медійному середовищі є серйозним випробуванням для наших суспільств. Одним із способів вирішення цієї проблеми є використання стратегії актуалізації. Еверест Шостром, фахівець в галузі психології, стверджує у своїй книзі «Людина-маніпулятор: внутрішня подорож від маніпуляції до актуалізації» (1967), що найкращою протиотрутою від будь-якої маніпуляції є проста актуалізація. Це означає, що з апатією можна боротися активністю, з контролем — свободою, з цинізмом — впевненістю і, нарешті, з брехнею — відкритістю!

Стратегія боротьби з неправдою за допомогою відкритості була блискуче продемонстрована двома американськими соціологами Альфредом Макклангом Лі і Елізабет Брайант Лі незадовго до Другої світової війни. Довоєнний період був сповнений агресивної пропаганди і маніпуляцій. Таким чином, Американський інститут аналізу пропаганди (1937–1942) об'єднав цих двох експертів для деконструкції найбільш яскравих і часто використовуваних пропагандистських трюків або методів. Це було зроблено в книзі під назвою «Тонке мистецтво пропаганди (The Fine Art of Propaganda)»

(1939), в якій були викладені сім методів пропаганди, використовуваних для маніпулювання серцями і свідомістю людей.

Ці сім методів пропаганди як і раніше актуальні — і навіть більш актуальні — в сучасну глобальну (дез)інформаційну епоху:

1. Навішування ярликів. Негативний ярлик використовується, щоб змусити нас відкинути і засудити ідею без вивчення доказів.

На думку Альфреда і Елізабет Лі, негативні ярлики зіграли надзвичайно важливу роль у світовій історії і в нашому власному індивідуальному розвитку. Вони руйнували репутацію, спонукали чоловіків і жінок до видатних звершень, відправляли інших в тюремні камери і доводили людей до такого божевілля, що вони вступали в бій і вбивали своїх побратимів. Вони застосовувалися і застосовуються до інших людей, груп, банд, племен, коледжів, політичних партій, районів, штатів, частин країни, націй і рас.

Під час російської агресії на Україні в російському суспільному середовищі стали з'являтися принизливі гасла типу «укроп» і «хохол». Російські державні ЗМІ почали називати новий український уряд «київською хунтою» навіть публічно по телебаченню.

2. Блискучі узагальнення. Асоціація чогось з «благим словом». Метод використовується, щоб змусити нас прийняти і схвалити щось без вивчення доказів.

«Тонке мистецтво пропаганди» пояснює, що зазвичай ми віримо, боремося, живемо «благими словами», щодо яких маємо глибоко вкорінені уявлення. Такими словами є «цивілізація», «християнство», «добро», «правильне», «право», «демократія», «патріотизм», «материнство», «батьківство», «наука», «медицина», «здоров'я» і «любов». Для цілей аналізу пропаганди їх можна було б назвати блискучими узагальненнями, щоб зосередити увагу на тій небезпечній особливості, яку вони мають: вони означають різні речі для різних людей; їх можна використовувати різним чином. Це не критика самих слів. Зовсім навпаки. Це критика того, як пропагандисти використовують заповітні слова і переконання людей, які нічного не підозрюють.

Після окупації Криму політики в Росії стали часто публічно використовувати аргумент «історичної справедливості», щоб пояснити мотивацію цієї агресивної кампанії.

3. Перенесення. Ця техніка переносить авторитет, підтримку і престиж чогось шанованого і поважного на щось інше, щоб зробити останнє прийнятним; або переносить авторитет, підтримку і несхвалення, щоб змусити нас відкинути і не схвалювати те, що пропагандист хотів би, щоб ми відкинули і не схвалювали.

Під час застосування методу перенесення завжди використовуються символи. Американський інститут аналізу пропаганди попереджає:

«За допомогою хреста пропагандист надає своїй програмі святість християнської релігії. Прапор, що символізує націю і патріотизм, виконує аналогічну функцію. Карикатуристи малюють «Дядька Сема», який зображає застарілий консенсус громадської думки. Ці символи пробуджують емоції. Один тільки погляд на них зі швидкістю світла пробуджує весь комплекс почуттів, які ми відчуваємо щодо церкви або нації».

Пропагандисти нечасто допускають, щоб перенесення залежало лише від одного символу. Музика, видовища, уніформа, ритуал, декорації — все це вивчається і використовується, якщо це доречно. Цей прийом особливо яскраво проявляється в Кремлівській ініціативі «георгіївської стрічки», яка уособлює ідею приналежності до єдиного «російського світу». Пропутінські бойовики на Донбасі носять такі стрічки.

4. Посилання на авторитет — полягає в тому, що якась шановна або ненависна особа говорить, що якась ідея або програма, продукт або людина хороші чи погані.

«Сі-Ен-Ен показав…», «президент сказав…», «мій лікар сказав…» або «наш міністр сказав…». Альфред і Елізабет Лі звертають нашу увагу на той факт, що деякі з таких посилань можуть просто робити більший акцент на законній і точній ідеї, справедливому викорис-

танні механізму, інші, однак, можуть бути цукровою оболонкою спотворення, брехні, неправильно зрозумілого поняття, антисоціального навіювання. Інші подібні висловлювання, звичайно, можуть створювати враження, що «така-то погана людина захищає таку-то ідею, і тому така ідея є поганою», або що «така-то хороша людина захищає таку-то ідею, і тому така ідея є хорошою».

У контексті путінської кампанії в Криму стали з'являтися джерела і автори, які «доводять» історичні права Росії на Крим.

5. Гра у простонародність. Це метод, за допомогою якого оратори намагаються переконати свою аудиторію, що вони і їх ідеї хороші, тому що вони «з народу», «прості люди».

Політики та громадські діячі занадто часто завойовують нашу довіру тим, що здаються нам такими ж людьми, як і ми самі, тобто «просто звичайними людьми по сусідству», — попереджає «Тонке мистецтво пропаганди». Вони демонструють свою відданість маленьким дітям та звичайним затишним принадам життя. Вони проводять кампанії перед ґанком. Щоб справити враження на газетярів вони здійснюють набіг на буфет і знаходять там яблучний пиріг хорошої дружини. Коротше кажучи, ці люди завоювали б наші голоси або іншу підтримку, продемонструвавши, що вони такі самі звичайні, як і всі ми — «сіль землі» — і, отже, мудрі і добрі.

Цією технікою володіє президент Росії Володимир Путін та його команда піарників: він любить робити фотосесії не тільки з собаками, але й з небезпечними дикими тваринами. Це доводить його мужність в очах громадськості.

6. Підтасування карт. Цей метод передбачає вибір та використання фактів або неправди, ілюстрацій або псевдопроблем, а також логічних або нелогічних висловлювань для наведення найкращого або найгіршого випадку якоїсь ідеї, програми, особи або продукту.

Безпомилково можна кваліфікувати підтасування карт як «монополістичне», коли йдеться про представлення усього в білому або чорному кольорі, чистого добра або явного зла без будь-яких

відтінків чи нюансів. «Тонке мистецтво пропаганди» доходить висновку, що небезпека «монополістичного» підтасування карт, підкорення шквалу доказів, представлених тільки з однієї точки зору, — це те, що спонукало автора редакційної статті для «Нью-Йорк Таймс» 1 вересня 1937 року зазначити, що: «Дійсно жахливою є не пропаганда, а монополія на неї.»

Хорошим прикладом є те, що усі різноманітні групи українського Євромайдану представлені в російських державних ЗМІ як «екстремісти» і навіть «неонацисти».

7. Основний принцип методу «заплигуй на віз» є таким: «всі — принаймні, всі ми — робимо це». З його допомогою пропагандист намагається переконати нас, що всі члени групи, до якої ми належимо, приймають його програму, і що саме тому ми повинні слідувати за натовпом та «заплигувати на віз.»

Метод «заплигуй на віз», за словами Альфреда та Елізабет лі, — це засіб, який змушує нас йти за натовпом і прийняти програму пропагандиста в цілому, не вивчаючи доказів за і проти неї. Основний лейтмотив пропагандиста такий: «Всі це роблять. Чому б не робити тобі?» Він апелює до загального для більшості з нас бажання «йти за натовпом». Оскільки пропагандист хоче, щоб ми масово йшли за натовпом, він направляє свій заклик до груп, які вже пов'язані спільними узами, узами національності, релігії, раси, статі, роду діяльності.

Цей прийом був особливо важливий для радянської комуністичної пропаганди, орієнтованої на маси і натовп. Страх бути маргіналізованим натовпом через особисту думку змусив людей дотримуватися офіційних ідеологічних програм і наративів.

Наприкінці слід зазначити, що стратегічна комунікація стала основною стратегією боротьби з дезінформацією в Литві. З 2014 року активно розробляються заходи реагування на ворожі напади та захисту громадян від потенційних негативних впливів. Україна має свій власний досвід боротьби з дезінформацією, тому важливо поділитися цим досвідом, який зміцнить соціальну стійкість наших суспільств.

SOCIAL RESILIENCE IN LITHUANIA: tackling disinformation with actualization

Dr. Nerijus MALIUKEVIČIUS,
Expert on information security,
Lecturer and Researcher at the Institute
of International Relations
and Political Science, Vilnius University

Aggressive propaganda and disinformation campaigns are nothing new for Baltic States or Ukraine. Lithuanian and Ukrainian experts constantly raise concerns over ongoing Russian disinformation operations that try to divide our societies and pollute our information space with fakes. Russia during its war in Ukraine used the toolbox of disinformation extensively. Lithuania now is experiencing the rise in aggressive information operations against NATO troops. In the light of this, the government, civil society, experts have started to react and implement certain measures of countering Kremlin's offensive of disinformation.

In 2018 a group of Lithuanian-Swedish experts on strategic communication and counter propaganda strategies came up with recommendations for strengthening social resilience in Lithuania*. Experts stressed that effective social resilience should lead to preparedness and readiness to defend even in peacetime; the whole-society approach should guarantee that functions and responsibilities are shared within

* For more see Expert policy brief, European Integration Studies Centre, 2018

society (every social group has a certain responsibility as a part of the system); and the authority has a mandate to coordinate those functions and ensure constant open dialogue among all. Main goal of this approach should be a society that is knowledgeable about potential threats, and both capable and empowered to act upon them — a resilient society in times of peace or crisis.

Lithuania pioneered strategic communication initiatives at the national institutional level as well as in international forums. The Lithuanian Armed Forces were among the first to develop their STRATCOM capabilities. The Ministry of Defence also established the Department of Strategic Communication and Public Affairs to promote communication about security and military processes in Lithuania. Even the State Security Department and Second Investigation Department under the Ministry of Defence have started internationally acknowledged communication campaigns on potential risks to Lithuanian citizens, publishing annual national threat assessment reports. The Ministry of Foreign Affairs has taken the lead in coordinating strategic communication between national institutions to represent Lithuania's position abroad and to push the issue of information security up the EU agenda. In 2017, the Bureau of Threat Prevention and Crisis Management under the Lithuanian government was established. Although in its early stages, this bureau takes the lead and coordinates strategic communication activities between different institutions, creating the integrated mechanism and developing further capabilities.

Lithuanian-Swedish experts concluded that despite the above mentioned achievements challenges still remain: low political trust; nostalgia for Soviet times; vague representation of the Russian threat; integration of ethnic minorities; low level of civic participation. Lithuanian experience is important for Ukrainian policy makers in several fields:

1. A comprehensive territorial mechanism for crisis management
2. A secure and resilient communication and information infrastructure

3. Reinforced media competences
4. Revised education including media literacy and source criticism
5. Focus on research and the processes within society
6. Support for NGOs and associations.

Tackling disinformation and aggressive propaganda in media environment is a major test for our societies. One way to approach this challenge is to use actualization strategy. Everest Shostrom, an expert in psychology, maintains in his book "Man the Manipulator: The Inner Journey from Manipulation to Actualization" (1967) that the best antidote against any manipulation is simple actualization. That means that apathy can be tackled with activity, control with freedom, cynicism with confidence and — last but not least — lies with openness!

The strategy of tackling lies with openness was brilliantly demonstrated by two American sociologists Alfred McClung Lee and Elizabeth Briant Lee just before the Second World War. The time period before the war was full of aggressive propaganda and manipulations. American Institute for Propaganda Analysis (1937–1942) thus coopted those two experts to deconstruct most vivid and frequent propaganda tricks or techniques. This was done in the book called "The Fine Art of Propaganda" (1939) which outlined seven propaganda techniques used to manipulate the hearts and minds of the people.

Those Seven Propaganda Techniques are still valid — or even more so — in contemporary Global (Dis)Information Age:

1. Name Calling. Bad label is used to make us reject and condemn the idea without examining the evidence.

According to Alfred and Elizabeth Lee bad names have played a tremendously powerful role in the history of the world and in our own individual development. They have ruined reputations, stirred men and women to outstanding accomplishments, sent others to prison cells, and made men mad enough to enter battle and slaughter their fellowmen. They have been and are applied to other people, groups, gangs,

tribes, colleges, political parties, neighborhoods, states, sections of the country, nations, and races.

During Russian aggression in Ukraine derogatory slogans like “ukrop” and “khokhol” started to appear in Russian public environment. Russian state controlled media started calling new Ukrainian government “Kyiv hunta” even publicly on TV.

2. Glittering Generality. Associating something with a “virtue word”. It is used to make us accept and approve the thing without examining the evidence.

“The Fine Art of Propaganda” explains that usually we believe in, fight for, live by “virtue words” about which we have deep-set ideas. Such words are “civilization,” “Christianity,” “good,” “proper,” “right,” “democracy,” “patriotism,” “motherhood,” “fatherhood,” “science,” “medicine,” “health,” and “love.” For purposes in propaganda analysis, they could be called Glittering Generalities in order to focus attention upon this dangerous characteristic that they have: they mean different things to different people; they can be used in different ways. This is not a criticism of these words. Quite the contrary. It is a criticism of the uses to which propagandists put the cherished words end beliefs of unsuspecting people.

After occupation of Crimea it became frequent for politicians in Russia to use publicly an argument of “historic justice” to explain the motivation behind this aggressive campaign.

3. Transfer. This technique carries the authority, sanction, and prestige of something respected and revered over to something else in order to make the latter acceptable; or it carries authority, sanction, and disapproval to cause us to reject and disapprove something the propagandist would have us reject and disapprove.

In the application of the Transfer trick symbols are constantly used. American Institute for Propaganda Analysis warns:

“With the Cross, the propagandist lends the sanctity of the Christian religion to his program. The flag, standing for the nation and for patriot-

ism, performs a similar service. Cartoonists make "Uncle Sam" portray an aged consensus of public opinion. These symbols stir emotions. At their very sight, with the speed of light, is aroused the whole complex of feelings we have with respect to church or nation."

Propagandists seldom permit a Transfer to depend upon one symbol. Music, pageantry, uniforms, ritual, scenery-all are studied and utilized when appropriate.

This technique is especially evident in Kremlin's initiative of "Saint George ribbon", which represents the idea of belonging to one "Russian world". The pro-Putin fighters in Donbas region wear such ribbons.

4. Testimonial — consists in having some respected or hated person say that a given idea or program or product or person is good or bad.

"The CNN showed …," "The President said …," "My doctor said …," or "Our minister said … ." Alfred and Elizabeth Lee draws our attention to the fact that some of these Testimonials may merely give greater emphasis to a legitimate and accurate idea, a fair use of the device others, however, may represent the sugar-coating of a distortion, a falsehood, a misunderstood notion, an anti-social suggestion. The rest of such sentences may, of course, have given the impression that "So-and-so, a bad man, advocates such-and-such an idea, and therefore the idea is bad," or that "So-and-so, a good man, advocates such-and-such an idea, and therefore the idea is good."

In the context of Putin's campaign in Crimea sources and authors that "prove" historical rights of Russia to Crimea started to emerge.

5. Plain Folks. This is the method by which a speaker attempts to convince his audience that he and his ideas are good because they are "of the people," the "plain folks."

Politicians, public leaders too often win our confidence by appearing to be people like ourselves — "just plain folks among the neighbors" — warns "The Fine Art of Propaganda". They show their devotion to little children and the common, homey things of life. They have front porch campaigns. For the benefit of newspapermen, they raid the kitchen

cupboard and find there some of the good wife's apple pie. In short, these men would win our votes or other support by showing that they're just as common as the rest of us — "salt of the earth" — and, therefore, wise and good.

This technique is mastered by Russian President Vladimir Putin and his team of spin doctors: he likes to do photoshoots not just with dogs, but with dangerous wild animals. This proves his masculinity in the public eyes.

6. Card Stacking. This involves the selection and use of facts or falsehoods, illustrations or distractions, and logical or illogical statements in order to give the best or the worst possible case for an idea, program, person, or product.

What might well be called "monopolistic" Card Stacking is representation of everything in white or black, pure good or plain evil without any undertones or nuances. "The Fine Art of Propaganda" concludes that the dangers of "monopolistic" Card Stacking, of submitting ourselves to a barrage of evidence presented from but one viewpoint, are what prompted an editorial writer for the New York Times to observe on September 1, 1937: "What is truly vicious is not propaganda but a monopoly of it."

Good example is the way all different groups from Ukrainian Euromaidan are represented in Russian state media as "extremists" and even "neo-Nazis".

7. Band Wagon has as its theme: "Everybody-at least all of us-is doing it". With it, the propagandist attempts to convince us that all members of a group to which we belong are accepting his program and that we must therefore follow our crowd and "jump on the band wagon."

The Band Wagon according to Alfred and Elizabeth Lee is a means for making us follow the crowd and accept a propagandist's program as a whole and without examining the evidence for and against it. His theme is: "Everybody's doing it. Why not you?" He appeals to the desire, common to most of us, to "follow the crowd." Because he wants us

to follow the crowd in masses, he directs his appeal to groups held together already by common ties, ties of nationality, religion, race, sex, vocation.

This technique was especially important for Soviet communist propaganda, which was oriented towards masses and crowds. The fear of being marginalized by the crowd because of your personal opinion made individuals stick to the official ideological agendas and narratives.

In conclusion, strategic communication has become the dominant strategy to tackle disinformation in Lithuania. Since 2014, response measures have been developed rapidly while reacting to hostile attacks and protecting citizens from potential negative influences. Ukraine has its own experience of tackling disinformation, therefore it is important to share these experiences, which will strengthen our social resilience of our societies.

СПІВПРАЦЯ МІЖ ДЕРЖАВОЮ, ПРИВАТНИМ СЕКТОРОМ ТА ГРОМАДЯНСЬКИМ СУСПІЛЬСТВОМ У БОРОТЬБІ З ПРОПАГАНДОЮ: досвід Литви

Ігнас КАЛПОКАС,
доктор філософії, доцент кафедри зв'язків з громадськістю Університету Вітаутаса Великого та кафедри міжнародних відносин і розвитку Міжнародного університету LCC

Інформаційна безпека є однією з головних проблем безпеки Литовської держави. З 2016 року в кожній доповіді про загрози національній безпеці (щорічна доповідь, яку підготовлює Департамент державної безпеки) вона фігурує як окрема категорія загроз, яка раніше включалась в розділ «Інформаційна та ідеологічна діяльність». Особлива увага приділяється інформагентствам (веб-сайтам, мовним компаніям тощо), хоча часто згадується і контент користувачів. Загалом, увага до соціальної стійкості проти гібридних загроз була на порядку денному принаймні з моменту вторгнення Росії в Грузію в 2008 році, але особливого значення набула з 2014–2015 років у світлі агресії Росії проти України, водночас медійна та інформаційна грамотність вважаються ключовими умовами такої стійкості.

В цілому, Литва вважає (і абсолютно справедливо), що знаходиться в авангарді боротьби з російськими інформаційними операціями. Навряд чи буде перебільшенням стверджувати, що Росія, як правило, вважається єдиним джерелом інформаційних загроз, хоча порівняно нещодавно (нехай і дуже обмежено) почалися обговорення загроз, що походять від Китаю. Проте, останні, як правило, являють собою скоріше економічні загрози і шпигунство, ніж інформаційні загрози. Інші джерела (інформаційних) загроз практично повністю ігноруються.

Загальний огляд

З погляду типів інформаційних загроз, з якими стикається Литва, слід виділити три ключові види шкідливої діяльності. Перший — це формування поточних подій та/або тенденцій, таких як спроби підірвати громадську підтримку членства Литви в Європейському Союзі та НАТО. Це включає сфабриковані повідомлення про злочини (наприклад, зґвалтування), вчинені солдатами НАТО, «витік» фейкових військових планів, розміщених на зламаних легальних сайтах (один з таких випадків включав план передбачуваного вторгнення НАТО в Білорусь) та інші інформаційні атаки. Взагалі, картина, намальована російською пропагандою, представляє Литву як військово окуповану і економічно колонізовану приречену державу, якою керує клан корумпованих політиків і/або яка отримує розпорядження з-за кордону (по суті, з Вашингтона і Брюсселя). Останнє також пов'язане з іншим важливим напрямком пропаганди, який спрямований на драматизацію соціальних проблем, таких як демографія та нерівномірність у розподілі доходів. Окремо треба згадати нинішню ситуацію з covid-19, в контексті якої численні теорії змови, що походять з Росії і повертаються назад фейковими російськомовними онлайн-«джерелами», прагнуть зобразити її не як пандемію, а як вигадку корумпованих місцевих політиків, які продалися інститутам ЄС в обмін на фінансову допомогу.

Другий основний вид загрози — фальсифікація історичних подій. Це можуть бути роковини історичних подій (наприклад, 30-річчя Балтійського шляху), пам'ять про радянську окупацію і опір їй (наприклад, спроби дискредитувати збройний опір Литви радянській окупації, які особливо посилилися напередодні державних похоронів лідера цього опору Адольфаса Раманаускаса-Ванагаса після того, як його останки були знайдені в безіменній могилі). Мета, мабуть, полягає, загалом, в тому, щоб очорнити боротьбу за незалежність і ключових історичних особистостей і тим самим створити образ того, що Литва ніколи не заслуговувала бути незалежною державою.

Нарешті, третій напрямок атаки — це фальсифікація громадської думки або, як його називають на жаргоні інформаційної безпеки, астротурфінг. Цей тип атаки спрямований на імітацію суспільного консенсусу шляхом наповнення соціальних мереж та розділів коментарів новинних веб-сайтів фейковими коментарями, які часто залишають або боти, або віртуали (сокпапети) (тобто коментарі як від повністю автоматизованих фейкових облікових записів, так і від людей, які керують кількома фейковими обліковими записами кожен). Таким чином, простір громадської дискусії спотворюється, оскільки та частка населення, яка, як видається, підтримує пропагандистські повідомлення, штучно завищується, що викликає почуття загрози і моральної паніки у широкої громадськості, або робить наратив більш переконливим, оскільки представляє його як «голос народу». Останнім атакам особливо важко протистояти, оскільки вони спираються на цифри і, зазвичай, над ними важче здійснювати нагляд, ніж над веб-сайтами, які знаходяться перед очима, або контентом, що транслюється.

Такі заходи включають усунення або блокування новинних каналів (як онлайн, так і телевізійних), які відверто передають пропаганду. Досі такі крайні заходи в основному застосовувались до телевізійного контенту, коли деякі російські телеканали на певний час позбавлялися ліцензії на мовлення після особливо грубих актів дезінформації (наприклад, ствердження, що радянські

напади проти цивільного населення, яке захищало у січні 1991 р. ключові установи Литви, яка нещодавно стала незалежною країною, були влаштовані самими литовцями). Однак такі радикальні заходи, можливо, спрямовані більше на демонстрацію точки зору і чіткого наміру «робити щось», ніж на реальне вирішення проблеми дезінформації. Це відбувається тому, що набагато важливіша битва ведеться в сірій зоні соціальних мереж, онлайн-форумів, розділів коментарів новинних порталів і сумнівних веб-сайтів, які не підпадають під заборону, але, тим не менш, є значними конвеєрами фейкових (або частково фейкових) наративів. У таких випадках важливе значення має загальне просвітництво в галузі медійної та інформаційної грамотності і зусилля приватних та неурядових організацій, а також окремих добровольців (про що йдеться нижче) з викриття фейків.

Якщо йдеться про «жорсткий» інституційний фокус на інформаційній безпеці, литовські війська мають Департамент стратегічних комунікацій (STRATCOM), якому доручено протидіяти ворожим дезінформаційним операціям. До того ж в Міністерстві оборони знаходиться Департамент стратегічних комунікацій і зв'язків з громадськістю, однією з функцій якого є протидія дезінформації про готовність Литви до оборони і воєнний стан.* Аналогічним чином, як згадувалося вище, Департамент державної безпеки та інші установи, пов'язані з національною безпекою, проводять постійний моніторинг пропагандистських заходів і можуть втручатися, якщо і коли це необхідно, в межах повноважень, делегованих таким установам законом. Однак завжди існує важлива і дуже тонка межа між національною безпекою та правами людини, в першу чергу, свободою вираження поглядів; хоча ця свобода, відповідно до статті 10 Європейської конвенції про права людини, не є абсолютною і може бути обмежена, серед іншого, з міркувань національної безпеки, жорсткий підхід все ж, ймовірно, призведе до страху цензури і втручання уряду в політичні дебати. Тому дер-

* https://kam.lt/lt/struktura_ir_kontaktai_563/ks/283.html?view=details

жавні установи зазвичай покладаються на партнерські відносини з приватними організаціями та організаціями громадянського суспільства для викриття та протидії дезінформації.

Не дивно, що існують побоювання щодо того, чи є тісна співпраця між військовими та/або іншими державними інститутами і, наприклад, журналістами з просування узгодженої ідеї та національного (контр-)наративу рівносильною інституціоналізації упередженості та пропаганди. Тим не менш, важливо відзначити, що ініціативи, пов'язані з контрпропагандою, включають тільки ті дії, які мають явний оборонний характер, тобто протидію фейковим новинним наративам, інформування легальних сайтів про дезінформацію, яка була або ненавмисно оприлюднена, або розміщена в Інтернеті в результаті кібератаки, але не включають участь в будь-яких активних пропагандистських заходах або зломі пропагандистських сайтів.

Проект «Викривай»

Однією з найуспішніших ініціатив у боротьбі з дезінформацією став проект «Demaskuok» («Викривай»), ініційований *Делфі (Delfi)*, найбільшим новинним порталом в країнах Балтії.* Проект об'єднує інструменти штучного інтелекту (розроблені при фінансуванні інноваційного фонду Google) і аналітиків-людей (журналістів і активістів інформаційної грамотності, а також філію центру STRATCOM литовських військ) для нагляду за литовським простором громадської дискусії, включаючи реальні і фейкові новинні сайти і соціальні мережі, з метою виявлення трендової дезінформації і її викриття. Інструментарій штучного інтелекту, який використовується в проекті, здатний не тільки ідентифікувати трендовий потенційно небезпечний контент, але й позначати підозрілі частини в тексті і відстежувати вихідне джерело контенту, а також його подальші зміни. Ця інформація безцінна для фахівців-людей,

* https://demaskuok.lt/

завдання яких — виправити дезінформацію і надати точну версію подій, що розглядаються (або спростувати події, які насправді не відбувались), державним ЗМІ. В середньому проект здатний проаналізувати близько 30 000 статей на семи мовах. Протягом першого року своєї роботи (2018–2019 роки) проект був здатний ідентифікувати близько 200 фейкових новинних трендів, які були поширені загалом 13 мільйонів разів.*

Обґрунтування такого підходу полягає в тому, що неправдива інформація, якщо її не перевіряти і не підтверджувати, досягне значної частини населення, яка, не вдаючись до точної контрінформації, швидше за все, купиться на цю брехню. Тим часом, викриття такої дезінформації має дати можливість тим, хто вже стикався з неправдивими твердженнями, переглянути свою думку, водночас забезпечуючи імунітет тим, хто ще не стикався з фейковими новинами, про які йдеться, — якщо знати заздалегідь, що така дезінформація існує і чому саме вона може вважатися неправдивою, то такий такий контент можна зробити менш правдоподібним. Отже, вкрай важливо виявляти дезінформацію на ранній стадії, поки вона ще не стала трендом, і саме тому аналітичні інструменти на базі штучного інтелекту безцінні.**

У середині 2020 року проект поширився на Латвію і Естонію, одночасно натякаючи на плани розширення діяльності, в які також було включено аналітичні документи і подкасти, що висвітлюють поточний стан і тенденції в сфері дезінформації.*** Також було запущено інструмент в ігровій формі, за допомогою якого користувачі можуть отримати безпосередній досвід поширення фейкових новин в імітованому середовищі, щоб краще зрозуміти інструменти і стратегії, використовувані пропагандистами. Ба біль-

* https://www.lrytas.lt/it/ismanyk/2020/02/17/news/-google-skelbia-apie-lietuviu-projekta-demaskuok-lt-skelbia-visam-pasauliui-13677831/

** Для отримання додаткової інформації англійською мовою див., наприклад, https://www.economist.com/science-and-technology/2019/10/24/lithuanians-are-using-software-to-fight-back-against-fake-news; https://www.dw.com/en/lithuania-hits-back-at-russian-disinformation/a-45644080

*** https://www.vz.lt/rinkodara/medijos/2020/05/11/demaskuoklt-zengia-i-latvijos-ir-estijos-rinkas&1hZTS

ше, «Викривай» також вступає в партнерські відносини з іншими формальними і неформальними колективами з метою розширення діяльності та ініціювання нових проектів в сфері інформаційної грамотності.* Однак не завжди до кінця зрозуміло, яка кінцева мета таких союзів і наскільки їх спільна діяльність буде якісно відрізнятися від того, що вони вже роблять окремо. Насправді, цілком імовірно, що боротьба з дезінформацією та інформаційна грамотність розглядаються просто як модні сфери, до яких треба долучитися, і простий спосіб отримати фінансування як від державних, так і від міжнародних установ.

Крім «Викривай», аналогічний проект під назвою» Naujienų rentgenas» (Новинний Рентген) був також запущений національним мовником, Литовським радіо і телебаченням. Він спрямований на виявлення і викриття фейкових новин і пропагандистських ідей. Мовник також включає в свої програми навчання медійної та інформаційної грамотності.

Спільноти «ельфів»

Одним з найбільш успішних елементів боротьби Литви з дезінформацією є так звані «ельфи» — слабо пов'язані групи онлайнових інформаційних дружинників, які патрулюють (в основному цифровий) простір громадської дискусії в пошуках російських тролів (звідси і розмовний термін «ельфи»). Це, як правило, волонтери, які приходять з різних верств суспільства і часто не координують свої дії ні з військовим центром STRATCOM, ні з більш відомими приватними ініціативами, такими як «Викривай» (деякі з них все ж приєдналися до останньої). Хоча багато хто з них також є членами Литовського союзу стрільців, яка є воєнізованою організацією. Цей союз як і раніше в основному зосереджений на протидії військовим загрозам, а також на патріотичному вихованні (яке, тим

* https://www.zmones.lt/naujiena/pilietines-organizacijos-vienijasi-kovai-su-dezinformacija.de268caf-a860–11e9–86a7-aa000054c883

не менш, все частіше включає також деякі елементи медійної та інформаційної грамотності). Можливо, найважливішою рисою ельфів є їх глибоке соціальне проникнення і незалежна мобілізація, що сигналізує про високий рівень обізнаності і підготовки всередині суспільства. Вони також можуть забезпечити протидію фейковим новинам і дезінформації, яка буде більш стійкою та, завдяки своїй низовій природі, більш самобутньою з погляду поширюваної контр-ідеї.*

Тоді як більш масштабні проекти, що передбачають співпрацю журналістів і посадових осіб центру STRATCOM (такі як «Викривай»), в основному сфокусовані на новинних сюжетах, статтях або звітах, опублікованих засобами масової інформації, ельфи найчастіше беруть участь у формі інформаційної «партизанської війни», протидіючи російській пропаганді на форумах соціальних мереж, гілках коментарів під постами Facebook, а також у розділах коментарів новинних порталів.** Метою у цьому випадку можна вважати комбінацію трьох взаємопов'язаних цілей: проникнення в інформаційну бульбашку тих, хто часто відвідує пропагандистські форуми, протидія ефекту ехо-камери, що виникає коли існує удаваний консенсус з приводу фейкових новин, і викриття ворожого астротурфінга, який, як зазначено вище, також є одним з ключових способів досягнення такого удаваного консенсусу. З огляду на це можна вважати, що ельфи проникають далі і глибше, ніж це могли б зробити більш формалізовані ініціативи з протидії дезінформації, і забезпечують противагу видам діяльності, з якими особливо важко боротися.

Водночас, однак, деякі спроби викриття виявилися спірними, особливо коли йшлося про такі делікатні теми, як участь Литви

* Для отримання додаткової інформації англійською мовою див., наприклад, https://www.ft.com/content/b3701b12–2544–11e9-b329-c7e6ceb5ffdf; https://apnews.com/article/27ce7f001bde4ccb9415ce4a0de74af1; https://www.independent.co.uk/news/world/europe/lithuania-elves-russia-election-tampering-online-cyber-crime-hackers-kremlin-a9008931.html

** https://www.lrytas.lt/pasaulis/rytai-vakarai/2016/03/21/news/rusijos-interneto-trolius-triuskina-gudrus-lietuvos-elfai-1148263/

в Голокості.* Зрештою, оскільки ряди ельфів зазвичай складаються з патріотичних активістів, може виникнути прагнення відкидати будь-які неприємні наративи, навіть якщо вони ґрунтуються на історичних фактах, як ворожу «пропаганду». Це стосується багатьох ельфів, які є активістами без будь-якого досвіду чи підготовки з журналістики, перевірки фактів тощо, а їх «викриття», навіть якщо вони здійснюються з добрими намірами, можуть призвести до витіснення одного набору фейкових наративів іншим та/або замовчування, та/або стигматизації деяких обґрунтовано прийнятих поглядів та заклопотаностей, тим самим придушуючи публічні дебати, необхідні демократичному суспільству, а також зусилля з викриття та привернення уваги громадськості до реальних та справді актуальних соціальних проблем. Таке надмірне завзяття може призвести до неприємних наслідків, включаючи подальше відчуження частин суспільства, які відчувають себе особисто атакованими і ображеними, або дискредитацію зусиль з викриття, якщо контрнарратив теж виявиться недостатньо хорошим. Тому вкрай важливо мати на увазі обидві сторони медалі. До того ж, хоча підвищення професійності ельфів і може вирішити проблему, зусилля щодо цього практично не докладаються.

Бібліотеки та школи

На додаток до інституційних зусиль, проектів, очолюваних приватними організаціями, та ініціатив громадянського суспільства, існує також сильне прагнення просувати медійну та інформаційну грамотність через бібліотеки і навчальні заклади.

Показово, що бібліотеки стали ключовими центрами навчання інформаційної грамотності. Наприклад, Литовська національна бібліотека поставила перед собою завдання стати центром доступу до інформації та її просування, а також надати людям можливість бачити різницю між точками зору, з якими вони стикаються в пу-

* https://www.dw.com/en/lithuania-hits-back-at-russian-disinformation/a-45644080

блічній сфері.* До того ж Міністерство культури також висловило думку про те, що бібліотеки, як основна інформаційна інфраструктура держави, мають відігравати ключову роль у боротьбі з дезінформацією та просуванні інформаційної грамотності.** Бібліотеки Литви вже мають досвід в галузі ІТ-освіти, особливо орієнтованої на літніх людей; отже, медіаграмотність та інформаційна грамотність можуть бути природним продовженням їх діяльності. Деякі бібліотеки проводять тренінги, наприклад, з безпечного використання соціальних мереж (що включає в себе як захист даних, так і інформаційну грамотність), відкриті бесіди фахівців з медійної та інформаційної грамотності тощо.

Якщо йдеться про школи, то докладаються зусилля зі зміцнення навичок вчителів в сфері навчання інформаційної грамотності, як правило, через різні агентства з підвищення кваліфікації, пов'язані з Міністерством освіти, науки і спорту, включаючи пропозиції щодо навчальних програм і ресурси для викладання.*** Висвітлювані теми варіюються від безпечного інтернет-серфінгу для учнів початкової школи до розуміння та критичної оцінки новин і іншої інформації для студентів останніх курсів. Хоча медіаграмотність та інформаційна грамотність не викладаються в школах як окремий предмет, надаються рекомендації щодо інтеграції медіаграмотності в наявну шкільну програму. Альтернативна методологія, яка була розроблена сектором неурядових організацій шляхом співпраці між Фондом «Відкрита Литва» і Вільнюським Інститутом політичного аналізу, орієнтована як на школярів, так і на літніх людей, причому значні зусилля були спрямовані на навчання в ігровій формі.****

---

* https://www.lnb.lt/media/public/bibliotekininkui/Dokumentai/Nacionalin%C 4 %97s_bibliotekos_medij%C 5 %B 3_ir_informacinio_ra%C 5 %A1tingumo_ugdymo_strategin%C 4 %97s_kryptys.pdf

** https://lrkm.lrv.lt/lt/naujienos/siekiama-kad-salies-bibliotekos-aktyviau-isitrauktu-i-mediju-ir-informacinio-rastingumo-ugdyma

*** https://www.upc.smm.lt/naujienos/mir/audiovizualinis.php; https://www.upc.smm.lt/naujienos/soc/ugdymo-aprasymai.php; https://duomenys.ugdome.lt/?/mm/dry/med=2/213

**** https://olf.lt/alf-programos/atspari-visuomene/media-rastingumo-stiprinimas/

Університети також вживають певних заходів. Однією з найбільш помітних недавніх подій стало створення кафедри ЮНЕСКО з медійної та інформаційної грамотності в Університеті Вітаутаса Великого.* Заявлені цілі полягають у проведенні наукових досліджень у галузі медійної та інформаційної грамотності, поширенні спеціальних знань на національному та міжнародному рівнях та наданні допомоги у процесах формування політичного курсу. Тим часом фахівці Вільнюського університету розробили спеціальний курс для шкільних вчителів, щоб розвинути їх навички з навчання медіаінформаційної грамотності та інтеграції цього предмета в поточні заняття.**

Існує також безліч місцевих проектів, розроблених окремими школами та місцевими бібліотеками для підвищення рівня медійної та інформаційної грамотності своїх учнів або місцевого населення в більш широкому сенсі, що фінансуються головним чином за рахунок грантів Європейського Союзу. Литовська рада з питань культури (орган з питань культури та мистецтва, що надає фінансування) також має окремий канал фінансування для проектів, пов'язаних з медійною та інформаційною грамотністю. Однак немає ніяких даних про те, наскільки широкою була реалізація цих заходів.

Висновок

Інформаційні загрози не тільки постійно змінюються, але й особливо важко піддаються подоланню, оскільки вони можуть бути приховані в межах реальних громадських дебатів. Це залишає державі обмежені можливості для боротьби з цими загрозами, якщо не вдаватися до цензури. Тому вкрай важливими є ініціативи, спрямовані на заохочення медійної та інформаційної грамотності і, отже, стійкості суспільства. Литовський уряд і деякі неурядові

* https://www.vdu.lt/lt/vdu-unesco-unitwin-mediju-ir-informacinio-rastingomo-tyrimu-centras/

** https://naujienos.vu.lt/vu-komunikacijos-fakulteto-ekspertai-parenge-pedagogu-kompetenciju-lavinimo-programa/

організації заохочують навчання такої грамотності за сприяння декількох університетів. Однак, оскільки таке навчання не є обов'язковим, місцеві школи, бібліотеки та інші установи самі вирішують, реалізовувати такі програми або ні, а дані про те, скільки установ скористалися цими можливостями, відсутні.

Проте найбільш успішними були приватні ініціативи, такі як проект «Викривай», спрямований на протидію ворожій дезінформації зусиллями громадянського суспільства, зокрема, вільного товариства ельфів, діяльність яких присвячена боротьбі з російськими тролями на онлайн-форумах. Ці приклади наочно демонструють важливість недержавних зусиль з протидії загрозі дезінформації та пропаганди і, незважаючи на те, що вони не позбавлені недоліків, вони є, можливо, найкращим шансом навчитися чомусь на прикладі Литви.

COOPERATION BETWEEN THE STATE, THE PRIVATE SECTOR AND CIVIC SOCIETY IN TACKLING PROPAGANDA: the Lithuanian experience

Ignas KALPOKAS, *PhD,*
Associate Professor, Department of Public Communication, Vytautas Magnus University and Department of International Relations and Development, LCC International University

Information security is one of the main security concerns of the Lithuanian state. It has featured as a separate threat category in every National Security Treat Report (an annual report prepared by the State Security Department) since 2016, previously having been nested under Information and Ideological Activities. Attention is particularly paid to news outlets (websites, broadcasters etc.), although user-generated content is often mentioned as well. Overall, the focus on societal resilience against hybrid threats has been high on the agenda at least since the Russian invasion of Georgia in 2008, but has gained particular prominence since 2014–2015, in light of Russia's aggression against Ukraine, with media and information literacy being billed as key to such resilience.

In general, Lithuania sees itself (and quite rightly so) as being at the forefront of Russia's information operations. It is hardly an exaggeration to claim that Russia has typically been conceived of as the sole source of information threats, although much more recently there have been some (albeit very limited) discussion of threats posed by China as

well. Still, the latter are typically framed in terms of economic threats and espionage rather than information. Other sources of (information) threats are almost completely ignored.

General Overview

In terms of the kinds of information threats, experienced by Lithuania, three key types of malign activities should be identified. The first one is framing current events and/or trends, such as attempts to undermine public support for Lithuania's membership of the European Union and NATO. These include fake reports of crimes (e.g. rape) committed by NATO soldiers, 'leaks' of fake of military plans placed in hacked legitimate websites (one such occasion included a plan for an alleged NATO invasion of Belarus) and other information attacks. In general, the picture painted by Russian propaganda is of Lithuania as a militarily occupied and economically colonised failed state, ruled by a clan of corrupt politicians and/or dictated from abroad (essentially, Washington and Brussels). The latter also ties in with another prominent strand of propaganda, which aims to dramatize social issues, such as demographics and income inequality. Worth separate mentioning is the current covid-19 situation, whereby many conspiracy theories, originating from Russia and back by fake Russian-language online 'sources' aim to paint a picture of it as a non-pandemic, invented by corrupt local politicians who had sold out to EU institutions in exchange for aid money.

The second main kind of threat is the faking of historical narratives. These could be historical anniversaries (such as the 30th anniversary of the Baltic Way), remembrance of the soviet occupation and resistance against it (e.g. attempts to discredit Lithuania's armed resistance against Soviet occupation, which particularly intensified in the build-up to the state funeral of the leader of this resistance, Adolfas Ramanauskas-Vanagas after his remains were found in an unmarked grave). In general, the aims seems to be the denigration of independence struggles and key historical persons and to thereby promote an image that Lithuania had never been worth independent statehood.

Finally, the third strand of attack is the faking of grassroots opinion or, as it is referred to in information security jargon, astroturfing. This type of attack aims to imitate public consensus by flooding social media and comments sections of new websites with fake comments often either bots or sockpuppets (i.e. either fully automated fake accounts or humans operating multiple fake accounts each). The public sphere is thereby distorted as the proportion of the population that seems to support propaganda messages is inflated, either inducing a sense of threat and moral panic in the general public or making the narrative more compelling by framing it as 'the voice of the people'. The latter attacks are particularly difficult to counter because they rely on numbers and are typically more difficult to police than front-facing website or broadcast content.

Measures such as taking down or blocking news outlets (both online and TV channels) that blatantly transmit propaganda. Thus far, such extreme measures have mostly been applied to TV content, with some Russian TV channels having had their broadcasting licences removed for a period of time following particularly egregious acts of disinformation (e.g. claiming that Soviet assaults against civilians protecting key institutions of the newly-independent Lithuania state in January 1991 had been staged by the Lithuanians themselves). However, such drastic measures are, arguably, more about demonstrating a point and providing a clearly visible gesture of 'doing something' than a real solution to the disinformation problem. That is because a much more important battle is being waged in grey area of social media, online forums, news portals comments sections, and shady websites that do not qualify to pass the threshold for takedown, but are, nevertheless, important conveyors of fake (or partly fake) narratives. In such instances, general media and information literacy education, and debunking efforts by private and non-governmental organisations as well as by individual volunteers (discussed below) are of the essence.

In terms of 'hard' institutional focus on information security, the Lithuanian Military has a Strategic Communications (STRATCOM) Department, which is tasked with countering hostile disinformation operations. Also, the Ministry of Defence has a Strategic Communica-

tions and Public Relations Department, among the functions of which is countering disinformation about Lithuania's defence preparedness and military standing.* Likewise, as mentioned above, the State Security Department and other national security-related institutions, conduct constant monitoring of propaganda efforts and are capable of intervening as and when necessary within the ambit of powers delegated to such institutions by law. There is, however, always an important and very delicate balancing act between national security and human rights, most notably freedom of expression; although the latter, as per Article 10 of the European Convention on Human Rights, is not absolute and can be limited on, among other, national security grounds, a heavy-handed approach would still likely instil fears of censorship and government interference into political debate. For that reason, state institutions typically rely on partnerships with private and civil society organisations for debunking and countering disinformation.

There are, unsuprisingly, concerns over whether close cooperation between the military and/or other state institutions and e.g. journalists to promote a concerted message and a national (counter-)narrative amounts to institutionalisation of bias and propaganda in its own right. Nevertheless, it is important to note that the initiatives concerned in counter-propaganda efforts only engage in activities that are explicitly defensive in their nature, i.e. countering fake news narratives, informing legitimate sites of disinformation that has been either inadvertently publicised or put online as a result of a cyber breach, but are not engaged in any proactive propaganda efforts or hacking of propaganda sites.

The 'Debunk' Project

One of the most successful initiatives in fighting disinformation has been 'Demaskuok' ('Debunk'),** initiated by *Delfi*, the largest news portal in the Baltic states. The project combines Artificial Intelligence tools

* https://kam.lt/lt/struktura_ir_kontaktai_563/ks/283.html?view=details
** https://demaskuok.lt/

(developed with funding from the Google Innovation Fund) and human analysts (journalists and information literacy activists as well as the STRATCOM branch of the Lithuanian Military) to observe the Lithuanian public sphere, including legitimate and fake news websites and social media, in order to identify trending disinformation and debunk it. The AI toolkit used in the project is capable to not only identify trending potentially risky content but also to flag suspect areas in the text and to trace the original source of the content as well as its subsequent modifications. This information is invaluable to human experts whose task is to correct the disinformation and provide an accurate version of the events in question (or a denial of something that did not happen) in national media. On average, the project is capable of analysing approximately 30,000 articles in seven languages. Within its first year of operation (2018–2019), they were capable of identifying around 200 fake news trends that had been shared a total of 13 million times.*

The rationale behind this approach is that false information, if left unchecked and unverified, will reach a large proportion of the population who, without having recourse to accurate counter-information, would be likely to fall for the lies. Meanwhile, having such disinformation debunked should give an opportunity for those who had already encountered false claims to rethink their opinions while providing immunity to those who have not yet encountered the fake news in question — knowing in advance that such disinformation exists and why exactly it can be considered false, should make such content less believable. Hence, it is of crucial importance to identify disinformation early on, while it is still on the verge of trending, and it is for that reason that the AI analytics tools are invaluable.**

In mid-2020, the project expanded to Latvia and Estonia while simultaneously hinting at plans of expanding the output to also include analytical papers and podcasts covering the current state of and trends

* https://www.lrytas.lt/it/ismanyk/2020/02/17/news/-google-skelbia-apie-lietuviu-projekta-demaskuok-lt-skelbia-visam-pasauliui-13677831/

** For more information in English, see e.g. https://www.economist.com/science-and-technology/2019/10/24/lithuanians-are-using-software-to-fight-back-against-fake-news; https://www.dw.com/en/lithuania-hits-back-at-russian-disinformation/a-45644080

in disinformation.* They have also launched a gamified tool, where users can get first-hand experience of spreading fake news in a simulated environment in order to better understand the tools and strategies used by propagandists. Moreover, 'Debunk' is also entering into partnerships with other formal and informal groups in order to expand activities and initiate new projects in the area of information literacy.** However, it is not always entirely clear what the end goal of such alliances is and how their joint activities would be qualitatively different from what they are already doing separately. In fact, it is not unlikely that counter-disinformation and information literacy are simply seen as fashionable areas to be involved in and easy ways to get funding from both national and international institutions.

In addition to 'Debunk', a similar project, called 'Naujienų rentgenas' (News X-Ray), has also been launched by the national broadcaster, Lithuanian Radio and Television. It is aimed at identifying and debunking fake news and propaganda messages. The broadcaster also includes media and information literacy education into its programming.

Communities of 'Elves'

Among the most successful elements of Lithuania's fight against disinformation are so-called 'elves' — loosely affiliated groups of online information vigilantes who patrol the (mostly digital) public sphere in search of Russian trolls (hence the colloquial term 'elves'). These are typically volunteers who come from a variety of walks of life and often do not coordinate their actions with either the Military's STRATCOM or the more established private initiatives, such as 'Debunk' (albeit some of them have joined the latter's ranks). Although many of them are also members of the Lithuanian Riflemen's Union, a paramilitary organisation, the latter still remains mostly focused on countering military threats

* https://www.vz.lt/rinkodara/medijos/2020/05/11/demaskuoklt-zengia-i-latvijos-ir-estijos-rinkas&1hZTS

** https://www.zmones.lt/naujiena/pilietines-organizacijos-vienijasi-kovai-su-dezinformacija.de268caf-a860–11e9–86a7-aa000054c883

as well as on patriotic education (which, nevertheless, is increasingly seen to also include some elements of media and information literacy). Perhaps the most important aspect about the elves is their deep societal penetration and independent mobilisation, signalling a high level of awareness and preparedness within society. They can also provide a counterforce to fake news and disinformation that is resilient and, due to its grassroots nature, more authentic in terms of the countermessage being disseminated.*

While larger-scale projects that involve cooperation between journalists and STRATCOM officials (such as 'Debunk') primarily target news stories and articles or reports published by media outlets, the elves are more typically involved in a form of informational 'guerilla' warfare, countering Russian propaganda in social media forums, comment threads under Facebook posts as well as comments sections of news portals.** The goal here can be seen as a combination of three interconnected aims: penetrating the filter bubbles of those frequenting propaganda forums, countering the echo chamber effect of there being a perceived consensus over fake news, and exposing hostile astroturfing, which, as indicated above, is also one of the key ways of achieving such perceived consensus. For that reason, the elves can be seen as reaching further and deeper than more formalised disinformation initiatives could and providing counterbalance to the kinds of activities that are particularly difficult to tackle.

At the same time, though, some of the debunking efforts have proved to be controversial, particularly when dealing with sensitive topics, such as the Lithuanian involvement in Holocaust.*** After all, since the ranks of the elves are typically composed of patriotic activists, there might be a drive to discard any unpleasant narratives, even those based on

* For more information in English, see e.g. https://www.ft.com/content/b3701b12–2544–11e9-b329-c7e6ceb5ffdf; https://apnews.com/article/27ce7f001bde4ccb9415ce4a0de74af1; https://www.independent.co.uk/news/world/europe/lithuania-elves-russia-election-tampering-online-cyber-crime-hackers-kremlin-a9008931.html

** https://www.lrytas.lt/pasaulis/rytai-vakarai/2016/03/21/news/rusijos-interneto-trolius-triuskina-gudrus-lietuvos-elfai-1148263/

*** https://www.dw.com/en/lithuania-hits-back-at-russian-disinformation/a-45644080

historical facts, as enemy 'propaganda'. Likewise, many of the elves being activists without any background or training in journalism, fact-checking etc., their 'debunking', even if well-intentioned, can lead to supplanting of one set of fake narratives over another and/or silencing and/or stigmatising some legitimately held views and concerns, thereby stifling public debate necessary to a democratic society as well as efforts to expose and draw the public's attention to real and authentically experienced societal problems. Such over-zealousness can backfire by either further alienating parts of society that feel personally attacked and offended or discrediting the debunking effort if the counter-narrative proves to be not up to scratch either. Hence, it is crucial to keep both sides of the coin in mind. Also, while greater professionalisation of the elves could be a solution, there is little to no effort to that effect.

Libraries and Schools

In addition to institutional efforts, projects spearheaded by private organisations, and civil society initiatives, there also is a strong drive to promote media and information literacy through libraries and education institutions.

Notably, libraries have become key hubs for information literacy education. For example, the National Library of Lithuania has set itself a mission to become the hub for information access and promotion and enabling people to discern between the claims they encounter in the public sphere.* Likewise, the Culture Ministry has also expressed its view that libraries, as the state's main information infrastructure, should play a key role in fighting disinformation and promoting information literacy.** Libraries in Lithuania already have experience in IT education, particularly aimed at senior citizens; hence, media and information literacy could be a natural extension of their activities. Some libraries

* https://www.lnb.lt/media/public/bibliotekininkui/Dokumentai/Nacionalin%C 4 %97s_bibliotekos_medij%C 5 %B 3_ir_informacinio_ra%C 5 %A1tingumo_ugdymo_strategin%C 4 %97s_kryptys.pdf

** https://lrkm.lrv.lt/lt/naujienos/siekiama-kad-salies-bibliotekos-aktyviau-isitrauktu-i-mediju-ir-informacinio-rastingumo-ugdyma

are holding training sessions on e.g. safe use of social media (which includes both data protection and information literacy), open talks by media and information literacy professionals etc.

When it comes to schools, there are efforts to foster teachers' capacities for information literacy education, typically through various competency-raising agencies affiliated with the Ministry for Education, Science and Sport, including curricula proposals and resources for teaching.* Topics covered range from safe browsing habits for primary school students to understanding and critically evaluating news and other information for final year students. While media and information literacy is not taught as a separate subject at schools, recommendations are given for integrating media literacy into the existing school curriculum. An alternative methodology has been prepared by the NGO sector, through a collaboration between the Open Lithuania Foundation and the Vilnius Political Analysis Institute, and is aimed at both school students and senior citizens, with significant effort being put on the gamification of learning.**

Universities are taking steps as well. Among the most notable recent developments has been the establishment of a UNESCO Chair in Media and Information Literacy at Vytautas Magnus University.*** The stated goals are to conduct scientific research into media and information literacy, disseminate expert knowledge nationally and transnationally, and assist in policy-making processes. Meanwhile, experts at Vilnius university have developed a special course for schoolteachers to develop their competences for teaching media and information literacy and integrating the subject into existing classes.****

There are also multiple local projects, developed by individual schools and local libraries to improve media and information literacy capacities of their students or local populations more broadly, and

* https://www.upc.smm.lt/naujienos/mir/audiovizualinis.php; https://www.upc.smm.lt/naujienos/soc/ugdymo-aprasymai.php; https://duomenys.ugdome.lt/?/mm/dry/med=2/213

** https://olf.lt/alf-programos/atspari-visuomene/media-rastingumo-stiprinimas/

*** https://www.vdu.lt/lt/vdu-unesco-unitwin-mediju-ir-informacinio-rastingomo-tyrimu-centras/

**** https://naujienos.vu.lt/vu-komunikacijos-fakulteto-ekspertai-parenge-pedagogu-kompetenciju-lavinimo-programa/

mainly financed through European Union grants. The Lithuanian Culture Council (a funding body for culture and arts) also has a separate funding stream for media and information literacy-related projects. However, there is no data as to how broad the uptake has been.

Conclusion

Information threats are not only always evolving but also particularly difficult to tackle because they can be concealed within legitimate societal debate. This leaves the state with limited options to tackle these threats without tilting dangerously towards censorship. For that reason, initiatives aimed at encouraging media and information literacy and, therefore, societal resilience are of the essence. The Lithuanian government and some NGOs are encouraging the education of such literacy, aided by several universities. However, since such education is not compulsory, it is down to local schools, libraries and other institutions to choose whether to implement such programmes or not, and there is no statistical data as to how many institutions have made use of the opportunities.

Some of the biggest successes, meanwhile, have been private initiatives, such as the 'Debunk' project for countering hostile disinformation and civic society efforts, most notably, the loose community of elves dedicated to tackle Russian trolls in online forums. These examples clearly demonstrate the importance of non-state efforts to resist the threat of disinformation and propaganda and, despite not being without flaws, represent perhaps the greatest learning opportunity from the Lithuanian example.

Development Cooperation and Democracy Promotion Programme

Development cooperation policy is an integral part of the foreign policy of Lithuania. Its objectives are the following: the implementation of the 2030 Sustainable Development Goals approved by the United Nations, ensuring peace, global economic growth and social stability, reduction of the disparities between developed and developing countries, integration of developing countries into the global economy.

The Development Cooperation and Democracy Promotion Programme is implemented by the Development Cooperation and Democracy Promotion Department of the Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Lithuania. Central Project Management Agency is responsible for administration of projects under the programme.

Верстка: *Наталія Коваль*
Відповідальний за випуск: *Андрій Щекун*

Наклад: 300 примірників

ТОВ «Видавничий дім «Українська культура»
Свідоцтво ДК № 6757 від 16.05.2019

THE CENTER FOR PUBLIC DIPLOMACY (CPD) is a Ukrainian think-tank which activities are directed to the creation of Ukraine's positive image in the world by implementing the national and international projects in Ukraine, holding the public events, conducting research into pressing global issues with the focus on specific aspects of Ukraine's international activity. The CPD is to contribute to the realization of the state's strategic course on gaining full-fledged membership of Ukraine in the European Union and NATO.
The main objectives of the CPD's activities are:

Promoting the creation of Ukraine's positive image in the world by using the methods and instruments of public diplomacy;
Reinforcing Ukraine's investment, scientific and technological, educational, cultural, tourism, sports, environmental potential in the process of its integration into the European and Euro-Atlantic structures.

We are open to partnership and cooperation with government institutions, non-governmental organisations, representatives from academic circles, think tanks in Ukraine and in the world.

(+38 097) 772 76 52, (+38 067) 945 99 62

publicdiplomacy.org.ua

publicdiplomacyukraine

ukrcpd@gmail.com

CPD_UA