



Роман Шутов

Стратегія та можливості інформаційно-психологічного впливу Росії на територіях, підконтрольних урядові України

Стаття присвячена аналізу інструментарію, який використовується для поширення російського пропагандистського впливу на територіях, контрольованих урядом України, та оцінці наслідків цього впливу з точки зору національної безпеки в умовах неоголошеної війни. Автор аналізує діяльність держави, ЗМІ та громадянського суспільства у частині протидії пропаганді і робить висновки щодо невисокої ефективності їхніх зусиль, оскільки в Україні все ще залишається широкий простір для здійснення Росією інформаційно-психологічного впливу. Стаття пропонує варіанти рішень для мінімізації ризиків, джерелом яких є російська пропаганда.

Ключові слова: пропаганда, інформаційно-психологічні впливи, інформаційна безпека, маніпуляції, державна політика в сфері інформаційної безпеки, медіавласність.

The article studies Russian propaganda instruments and their influence on territories controlled by Ukrainian authorities. It evaluates the impact of Russian propaganda under the conditions of undeclared war and from a national security standpoint. Having studied the attempts made by the Ukrainian state, the mass media, and civil society to counteract Russian propaganda, the author concludes that their measures are not fully effective, as there are numerous ways for the Russian state and its media to exercise psychological influence on Ukrainian territory. The article proposes several ways to minimize the risks caused by Russian propaganda.

Keywords: propaganda, media and psychological influence, information security, manipulations, state policy of information security, media ownership.

Пропаганда воєнного часу не є суцільним потоком інформації, а розробляється окремо для кожної з груп, задіяних у конфлікті. Очевидно, що вона має на меті вплинути на психологічні стани і поведінку не лише тих людей, які беруть безпосередню участь у бойових діях («своїх» та «ворожих» солдатів), а й інших осіб, від яких так чи інакше залежить перебіг конфлікту. І не в останню чергу мова йде про людей, які живуть в тилу супротивника. Це друзі та рідні тих, хто воює проти сил АТО; виборці, що голосують за політиків на тій стороні; волонтери та інші люди, які підтримують армію супротивника ресурсно і морально. Врешті-решт – це населення тих громад, де

розташовані ворожі військові частини, і які є потенційно «нашими» в разі успішної наступальної операції.

Тому не дивно, що інформаційно-психологічній обробці українського тилу надається величезне значення в стратегії російської пропаганди в контексті неоголошеної війни проти України. Ми бачили, що наступ російських військових та проросійських збройних формувань на сході України в 2014 році був зупинений в першу чергу завдяки волі українського народу до життя, яка вилилась у створення боєздатних добровольчих батальйонів та мобілізацію суспільства на підтримку армії. І зараз саме від готовності українського суспільства захищати себе величезною мірою залежить те, чи витримає Україна цю

війну, яку багато хто вже називає відкладеною війною за Незалежність.

Метою цієї статті є визначити ступінь ефективності російської пропаганди на теренах, контрольованих урядом України, та можливі пріоритети діяльності органів державної влади та інших стейкхолдерів для мінімізації негативних наслідків російської пропаганди.

Гіпотезою дослідження є припущення, що, попри тривалу інформаційно-психологічну агресію з боку Росії, механізми, вироблені українським суспільством для протидії цій агресії, є недостатніми і залишають російській пропаганді широкий простір для реалізації поставлених цілей, що є джерелом загроз для національної безпеки в умовах війни.

Для того, щоб підтвердити чи спростувати цю гіпотезу, були розглянуті такі аспекти проблеми: ресурси, які є в розпорядженні російської пропаганди на територіях, контрольованих урядом України; наратив, який просуває російська пропаганда; зміни в свідомості українських громадян внаслідок російського пропагандистського впливу; наявні ініціативи та заходи з протидії негативним наслідкам російського пропагандистського впливу. Для дослідження проблеми використаний широкий масив статистичних даних (Київський міжнародний інститут соціології, Центр Разумкова, Gemius), а також результати моніторингу російської пропаганди неурядовими організаціями протягом 2014–2015 років («Телекритика» та «Інститут масової інформації»). Прийняті до уваги аналітичні публікації таких інституцій, як Atlantic Council, Інститут современной России, European Endowment for Democracy, «Телекритика» протягом 2015 року.

Ресурси російської пропаганди в українському тилу

Для просування пропагандистського наративу Росія використовує ряд каналів та засобів на території, підконтрольній українському урядові, а також в інтернет-просторі, доступному українським громадянам. Нижче поданий огляд цих інструментів і висновки щодо їх ефективності в просуванні пропаганди.

1. *Російське телебачення.* Російські телеканали займали значне місце в інформаційному просторі довоєнної України, і це зіграло свою роль в інформаційній підготовці до російської агресії. За даними Центру Разумкова, у грудні 2011 року кожен другий українець довіряв російським телека-

налам¹. Уже в березні 2014 р. лише 18 % населення довіряли російським телеканалам; за даними «Телекритики» та Київського міжнародного інституту соціології, у грудні цей показник упав до 6 %².

Отже, відторгнення українським глядачем відвертої пропаганди (а також заборона трансляції російських телеканалів, про яку мова піде нижче) фактично призвели до того, що російське телебачення перестало бути дієвим каналом для здійснення інформаційно-психологічного впливу на українських громадян.

2. *Українське телебачення.* В Україні існує ряд телеканалів, які перебувають під впливом Росії через свою належність до певних бізнесових груп. Мова йде про канали «Медіа групи “Україна”» (в т. ч. канал «Україна»), Inter Media Group Ltd (Інтер, НТН, Мега), а також «112 Україна». У критичні моменти ці телеканали можуть транслювати російський пропагандистський дискурс і маніпуляційними методами формувати у населення відповідне (викривлене) розуміння дійсності. Це особливо небезпечно, з огляду на те, що «Інтер» є одним з найрейтинговіших телеканалів держави, а «Україна» стабільно входить до п'ятірки лідерів.

Упереджене висвітлення цими каналами подій на Майдані значно сприяло зростанню протестних настроїв у ряді регіонів України і створило сприятливе середовище для масованого російського інформаційного впливу та військового вторгнення. Під час виборчих кампаній 2014 року ці канали стали основним медіамайданчиком для політичних партій з проросійською риторикою. Високою є вірогідність подальшого використання цих каналів як інструментів проведення психологічних операцій Росії на території всієї України.

Значною залишається роль російського шоу-бізнесу в просуванні російського впливу. Український шоу-бізнес дуже сильно пов'язаний з російським; ряд українських поп-символів глибоко інкорпоровані у російський медіапростір; розважальні програми телебачення тісно зав'язані на російських «зірках», і вони перебувають у центрі уваги українських «світських хронік».

¹ Чи довіряєте Ви ЗМІ Росії? (динаміка, 2000–2013) // Центр Разумкова. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.uceps.org/ukr/poll.php?poll_id=86.

² 82 % українців вважають, що українські медіа мають бути об'єктивними, а не займати пропагандистську позицію. // MediaSapiens. – 24 грудня 2014 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/monitoring/advocacy_and_influence/polovina_ukraintsv_pidtrimue_ideyu_stvorennya_kontrpropagandistskogo_telekanalu/.

3. *Преса.* Крім телебачення, сильний пропагандистський вплив відчуває на собі українська преса. Сліди російської пропаганди можна зустріти на сторінках таких рейтингових видань, як «Комсомольская правда в Украине», «Сегодня», «Аргументы и факты». Активно долучені до просування російської пропаганди ЗМІ належать до холдингу «Вести»: журнал «Вести. Репортер», радіо «Вести ФМ». Щоденна газета «Вести» роздається безкоштовно в найбільших містах України, що забезпечує величезне охоплення аудиторії пропагандистським впливом. Шеф-редактором іншого популярного видання – газети «Сегодня» – протягом певного часу був О. Бузина, відомий своєю неприхованою проросійською позицією. «Жовта» і розважальна преса більшою мірою, ніж телебачення, потерпає від домінування російського шоу-бізнесу.

4. *Інтернет.* За даними «Телекритики», 16 % українців регулярно користуються російськими новинними сайтами¹. За даними Gemius, станом на травень 2015 року 4 російські сайти входили до топ-10 найбільш відвідуваних в Україні: vk.com (66,2 %, 2-ге місце в рейтингу); mail.ru (61,0 %, 3-тє місце); odnoklassniki.ua (32,4 %, 8-ме місце); ucoz.ru (30,7 %, 10-те місце)². Українські інтернет-сайти часто роблять репости з російських джерел сумнівної якості; крім того, в самому українському сегменті існує ряд сайтів, які наповнені матеріалами пропагандистського характеру та контролюються проросійськими групами.

Популярними серед українських громадян є російські соціальні мережі. За даними Factum Group, у квітні 2015 року 11,4 млн українців були регулярними користувачами VKontakte, а 7,7 млн – мережі «Одноклассники»³. Саме інтернет-сайти та пабліки в соцмережах є простором, в якому поширюються найгрубіші фейки, здійснюється демонізація та дегуманізація українців, лунають заклики до їх фізичного знищення. Інтернет виконує

¹ Українські ЗМІ втрачають довіру, але ставлення до російських ЗМІ критично погіршилось навіть на Сході. Соцопитування // MediaSapiens. – 01 липня 2015 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/research/ukrainski_zmi_vtrachayut_doviru_ale_stavlennya_do_rosiyskikh_zmi_kritichno_pogirshilos_navit_na_skhodi_sotsopituvannya/.

² Топ-20 сайтов украинского интернета по данным Gemius за март 2015 года // Gemius. – 2015.05.02. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.gemius.com.ua/izdateli-novosti/top-20-sajtov-ukrainskogo-interneta-podannym-gemius-za-mart-2015-goda.html>.

³ Подгайная Е. Yandex, mail.ru, odnoklassniki теряют украинскую аудиторию / Евгения Подгайная // Internetua. – 11.06.2015. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://internetua.com/Yandex--mail-ru--odnoklassniki-teryauat-ukrainskuu-auditoriu/>.

важливу роль в мобілізації проросійськи налаштованої молоді та легітимізації російської агресії в її очах.

5. *Кіновиробництво, книговидання.* У 2013 році в Україні надрукували 1,5 книги на одну людину (а художніх творів – одну книгу на п'ятьох), в той час як у Росії – 31 (з них 5,8 книг – художні твори)⁴. Не задовольняючи своїх громадян вітчизняною книгою, Україна масово імпортує її, і в першу чергу з лінгвістично близької Росії. Як наслідок, по всій Україні у вільному доступі й у великих кількостях є сучасні псевдонаукові книги російського виробництва, у яких поширюються неоімперські ідеї, російські трактовки історії та різного роду конспірологічні теорії.

У 2014-му обсяг державного фінансування кіновиробництва в Україні склав 57 мільйонів гривень⁵, а в Росії – 6 мільярдів рублів⁶, що в 300 разів більше. Відсоток ефіру, зайнятого лише російськими серіалами на українських телеканалах, у січні 2015 року сягав 55 %⁷. У лютому 2015 р. було прийнято закон про заборону трансляції російського кінопродукту, але є прецеденти його фактичного порушення (про це нижче); крім того, українські громадяни продовжують споживати російський кінопродукт через інтернет.

Наслідки російської пропаганди

Говорячи словами О. Малишевої, «основна мета Росії в інформаційній війні – не стільки просування своєї точки зору, скільки деморалізація і дистресизація населення»⁸. Стратегічна мета пропаганди – вивести українське суспільство з боротьби, зробити так, щоб українське суспільство чинило менший опір військовим операціям Кремля або не чинило його взагалі. В комунікації це

⁴ Печать стран СНГ в цифрах 2013. – М.: Российская книжная палата, 2014. – С. 27.

⁵ Чуданова А., Стельмах І. Український кінематограф: нечужані успіхи і проблема грошей / Анна Чуданова, Ірина Стельмах // Радіо Свобода. – 9.04.2014. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.radiosvoboda.org/content/article/26773865.html>.

⁶ Токмашева М. День российского кино: О финансировании, доле и судьбе киностудий / Мария Токмашева // ProfiCinema. – 28.08.2014. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.proficinema.ru/news/detail.php?ID=165191>.

⁷ Найбільше російських телеканалів показує телеканал «Україна» // MediaSapiens. – 23.01.2015. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/tv_radio/1411981046/naybilsh_rosiyskikh_serialiv_pokazue_telekanal_ukraina_infografika/.

⁸ Малишева О. Як виграти інформвійну. Частина 1. Війна соціальних емоцій // Майдан. – 30.06.2015. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://maidan.org.ua/2015/06/olha-malysheva-yak-vyhraty-informvijnu-chastyna-1-vijna-sotsialnyh-emotsij/>.

виглядає як цілеспрямоване поширення різними каналами взаємоузгодженої системи міфів, стереотипів, трактовок подій¹, зокрема:

- покладання відповідальності за конфлікт на Київ (Київ не почув Донбас; Майдан як причина війни тощо);
- формування сприйняття конфлікту як протестного руху широких народних мас (війна проти власного народу, громадянська війна);
- легітимізація «ЛНР» та «ДНР», асоціювання їх з «республіками» (хоч і невизнаними);
- дестабілізація ситуації всередині держави (дискредитація Майдану, покладання провини за всі негаразди на Київ, пророкування «третього Майдану» тощо);
- стимулювання втоми від війни, відмови від окупованих територій;
- поширення псевдопацифістських настроїв (мир як самоціль, мир за будь-яку ціну).

Ключовим індикатором ефективності російської пропаганди на територіях, підконтрольних урядові України, є поширеність цих стереотипів і трактувань. Дослідження, проведені «Телекритикою» та Київським міжнародним інститутом соціології в червні 2015 року², виявили: російські меседжі знаходять свою аудиторію в українському тилу. Однак їхній вплив не обмежується тилом. Попри уявний суспільний консенсус щодо подій 2013–2014 років, які увійшли в історію як Революція Гідності, лише 58 % громадян насправді вважають їх громадянською революцією. Натомість троє з десяти (29 %) переконані, що це був незаконний збройний переворот.

16 % мешканців підконтрольних українському урядові територій вважають, що Збройні сили України здійснюють на сході країни каральну операцію проти власного народу (в центральних областях – кожен десятий, на півдні – 28 % громадян). 28 % громадян вважають те, що там відбувається, громадянською війною (причому на заході таких – 14 %). Кожен п'ятий громадянин вірить в об'єктивність проведених на окупованих територіях «референдумів». 48 % громадян переконані, що київський уряд має зробити все можливе для відновлення миру, навіть якщо це означатиме піти на поступки агресору.

¹ Шутів Р. Морфологія російського міфу // MediaSapiens. – 01.07.2014. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/monitoring/advocacy_and_influence/morfologiya_rossiyskogo_mifu/.

² Російський погляд на Майдан та війну на Донбасі в Україні не прижився – соціопитування // MediaSapiens. – 02.07.2015. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/research/rossiyskiy_poglyad_na_maydan_ta_viynu_na_donbasi_v_ukraini_ne_prizhivsia_sotsopituvannya/.

Українські ініціативи з протидії російському пропагандистському впливові

Спроби протидії інформаційному впливу Росії методами державної політики почались лише навесні 2014 року. У березні, з початком воєнних дій, було заборонено мовлення ряду російських телеканалів на території України (на кінець року число цих каналів сягнуло 15). Але громадяни досі мають доступ до цих каналів через супутник та інтернет. Крім того, сигнал з Росії покриває прикордонну зону України. Для поширення офіційної інформації про перебіг військових дій було створено Прес-центр АТО, але його інформація не завжди є достовірною і об'єктивною. Отже, вжиті заходи не принесли значного результату.

На жаль, чимало проблем залишилися без уваги держави. Так, не забезпечено мовлення українських телеканалів на прикордонні з Росією, на прифронтових та окупованих територіях; не забезпечено доступ населення прифронтової зони до української преси; не глушиться телевізійний сигнал з боку Росії та терористичних груп; не здійснюється підтримка діяльності незаангажованих ЗМІ та медіа прифронтових зон. Крім того, багато запитань викликає комунікаційна складова державної політики: влада не приділяє належної уваги поясненню своєї політики стосовно окупованих територій, реформам та іншим політичним рішенням, і вакуум розуміння заповнюється російською пропагандою.

З кінця 2014 року ведуться дискусії й готується нормативна база для створення каналу для мовлення за кордон, але ефективність іномовлення для протидії пропаганді викликає у експертів істотні сумніви³. Наразі триває розробка Концепції інформаційної безпеки України, але наявний проєкт не виглядає таким, що може змінити на краще державну політику в сфері інформаційної безпеки, більш того – містить ряд потенційно антидемократичних норм⁴. У березні 2015 року було прийнято закон про заборону трансляції росій-

³ Матусова Ю. Українське іномовлення – лише телеканал чи мультимедійна система? // MediaSapiens. – 10.07.2015. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/tv_radio/1411981046/ukrainske_inomovlennya_lishe_telekanal_chi_multimediyna_sistema/.

⁴ Див.: Шутів Р. Глиняний фундамент інформаційної безпеки // MediaSapiens. – 26.08.2015. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/media_law/law/koli_sosud_napivporozhniy_scho_robiti_z_kontseptsieyu_informatsiynoi_bezpeki/; Legal Analysis of the Draft Information Security Concept in Ukraine: Office of the OSCE Representative of Freedom of the Media, July 2015. [Electronic Resource] // OSCE. – Access mode <http://www.osce.org/fom/173776?download=true>.

ського кінопродукту, але вже є прецеденти фактичного ігнорування норм цього закону регулятором¹; крім того, дотримання цього закону самими телеканалами ще необхідно перевірити.

Українські ЗМІ роблять свій внесок у протидію інформаційному впливу Росії, даючи більш об'єктивну картину дійсності, розкриваючи фейки і брехню в російських ЗМІ. На телебаченні це здійснюється лише через випуски новин. Якихось масштабних проєктів чи ініціатив не було. Окремо варто згадати незалежні медіа нового формату, які поєднують у собі риси медіа та громадських організацій: Громадське ТБ, Спільно ТБ, Громадське Донеччини, Громадське Радіо. Вони стали популярними під час Революції Гідності завдяки своїй незалежній позиції; зараз вони приділяють значну увагу питанням російської пропаганди.

Антипропагандистський вплив медіа був би значнішим, якби: 1) не існувало великого сегменту преси, радіо, інтернету і навіть телеканалів, які перебувають під російським контролем, поширюють пропаганду в прихованому вигляді, маніпулюючи лексикою і фактами (голос цих ЗМІ є сильним); 2) було забезпечено доступ до цих каналів для мешканців прифронтових, окупованих, прикордонних з Росією територій, віддалених громад; 3) ці медіа користувались довірою у тих груп населення, які є особливо вразливими перед пропагандою; 4) вони доносили інформацію про методи російської пропаганди для різних цільових груп, використовуючи близькі їм мову і набір символів.

Значні успіхи в боротьбі з пропагандою мають українські НУО. Особливо успішною є ініціатива «СтопФейк» – онлайн- і відеопроєкт, який регулярно викриває фейки і брехню російської пропаганди. «Інформаційний спротив» через свій сайт і виступи в медіа висвітлює події на фронтівій та окупованій території, приділяючи особливу увагу брехні в російських ЗМІ. «Телекритика» забезпечує ґрунтовну аналітику щодо стратегії й інструментарію російської пропаганди, збирає відповідні статистичні дані та здійснює постійний моніторинг пропагандистського дискурсу; її сайт www.mediasapiens.ua збирає провідних експертів для дискусії навколо питання. Результати цього моніторингу використовує відеопроєкт «НеСтандарт», який викриває російські міфи в гумористичній формі. Український кризовий центр регулярно пу-

блікує матеріали та інфографіку щодо російської пропаганди.

В той же час, ці організації потерпають від таких проблем: 1) обмеженість фінансових ресурсів (державне фінансування відсутнє, а донорські організації недостатньо оперативно реагують на зміни ситуації); 2) недостатній діалог із закордонними партнерами для того, щоб перейняти досвід інших країн; 3) недостатнє залучення до процесів прийняття політичних рішень; 4) обмеженість інформаційного впливу: не будучи ЗМІ і маючи у своєму розпорядженні лише інструменти інтернету, вони не можуть вийти на широку аудиторію і спілкуватися напряму з групами, що є особливо вразливими до пропаганди; 5) загроза безпеці за умов роботи у прифронтовій зоні та відсутність доступу до окупованих територій.

Висновки

Наведені факти підтверджують гіпотезу дослідження, яка полягала в тому, що наразі в Україні немає сталих й ефективних механізмів протидії негативним наслідкам російської пропаганди, натомість існує широкий простір для реалізації її цілей на теренах, підконтрольних урядові України.

Зокрема, на це вказують такі факти, як:

- доступ українських громадян до центральних російських каналів попри заборону їх трансляції на території України;
- наявність впливового сегмента ЗМІ, який перебуває під контролем чи під впливом російського або проросійського капіталу, політичних партій (центральні телеканали, популярні друковані видання);
- домінування російського інформаційного продукту, який часто несе в собі заряд пропаганди в різних сферах (кінофільми, шоу-бізнес, книги);
- інтегрованість української аудиторії до російського сегмента мережі Інтернет;
- неналежна реалізація норм законодавства, призначених захищати українських громадян від російського інформаційно-психологічного впливу;
- відсутність стратегічного підходу до формування державної політики у сфері інформаційної безпеки.

Ситуацію ускладнюють низька медіаграмотність населення, відсутність реальної комунікації між урядом та громадянами, а також неефективний державний менеджмент системи інформаційної безпеки. Ці чинники в сукупності зробили суспільство вкрай вразливим для російської пропаганди, що зараз активно використовується

¹ Нацрада не перевірятиме «1+1» за демонстрацію російських проєктів, взявши до уваги висновок Держкіно // Телекритика. – 13.08.2015. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.telekritika.ua/pravo/2015-08-13/110085>.

Кремлем для інформаційно-психологічної обробки українських громадян. Зусилля, які здійснюють держава, ЗМІ та громадянське суспільство для протидії пропаганді, приносять результат, але виглядають вкрай недостатніми та нестійкими в умовах стратегічного домінування Росії в інформаційному полі. Це призводить до соціально-психологічних змін, вигідних агресорові, а відтак до зниження обороноздатності нашої держави в неоголошеній війні.

Рекомендації:

- вжити термінових заходів із забезпечення доступу населення прифронтових, окупованих та прикордонних районів до українських ЗМІ (пересувні передавачі для аналогового телебачення, забезпечення поширення преси, де це можливо);
- реально обмежити доступ сепаратистських ЗМІ до територій, підконтрольних українському уряду;
- забезпечити інтенсивну і компетентну комунікацію уряду з громадянами (в першу чергу через взаємодію зі ЗМІ) для роз'яснення цілей державної політики, особливо у питаннях управління окупованими територіями;
- національним і регіональним ЗМІ, громадським організаціям розробити спільну стратегію інформаційної роботи з населенням, спрямовану на руйнування негативних міфів та стереотипів, що їх створює російська пропаганда, а також на розвінчання фейків, що потрапляють до інформаційного простору України з російських ЗМІ;
- відновити довіру населення окупованих територій до національних ЗМІ. Для цього медіа мають бути максимально правдивими та об'єктивними, а також створювати інформаційний продукт, розрахований на задоволення інформаційних потреб населення окупованих територій;
- включити елемент аналізу у процес вироблення державної політики в інформаційній сфері. Цілі та завдання державної політики, а також зміст політичних рішень будувати на основі чітко сформульованих проблем та потреб. Відійти від практики орієнтації на політичну волю всупереч даним аналітики;
- у подальшій перспективі впровадити в життя реальні інструменти, спрямовані на підтримку національного інформаційного продукту (кіно, телепрограм, книг, преси тощо). Обсяг національного продукту, який виробляється, має бути одним з ключових індикаторів в оцінці державної інформаційної політики;
- державі – підтримувати кампанії з просування медіаграмотності та включення елементів медіаосвіти до системи загальної шкільної освіти;
- підвищити спроможність медіа протидіяти пропаганді, мові ненависті і ворожнечі, а також створювати інформаційні продукти, розраховані на цільові групи, які є вразливими до пропаганди. Доцільними видаються: вивчення закордонного досвіду участі ЗМІ у відновленні довіри та примиренні; освітні заходи для журналістів; моніторинг контенту ЗМІ.