
Геннадій ШТАН

канд. іст. н., доцент

*Харківська державна академія
дизайну і мистецтв (Харків, Україна)*

РОСІЙСЬКА ПРОПАГАНДА У СУЧАСНОМУ СВІТІ: ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ТА ТИПОВІ МЕТОДИ ДІЯЛЬНОСТІ

ДОБРОГО ДНЯ, ШАНОВНІ УЧАСНИКИ.
Свою тему я позиціоную скоріше як вступну до нашого заходу, для того щоб загалом окреслити, з чим саме ми маємо справу, починаючи з самого старту цього процесу. Отже, 2001 року, як ми знаємо, президент Росії Єльцин оголосив про свою відставку і передав свої повноваження тодішньому прем'єр-міністру, колишньому очільнику ФСБ Володимиру Путіну. Після приходу Путіна до влади фактично в історії Російської Федерації – а як згодом виявилось, і не тільки її – почалась нова епоха. На той момент Захід не приділив цьому особливої уваги. Захід був дуже зайнятий, згадуючи ще розпад Радянського Союзу та абсолютне військове демонстрування демократії під час Першої війни в Затоці.

Проте поступово, із середини нульових років, ситуація кардинально змінилася. У 1990-х і навіть до 2022 року фактично в урядах західних держав панувала політика, яку Тімоті Снайдер назвав політикою зумовленості, заснованою на концепції шановного пана Френсіса Фукуями з його ідеями кінця історії. Зараз ви бачите цитату, сформулювавши яку, Тімоті Снайдер досить чітко пояснив суть цієї політики для західних держав:

«Майбутнє схоже на сьогодні, ніяких альтернатив немає, інших варіантів не передбачається. В американському варіанті природа породила ринкову економіку, ринок породив демократію, яка принесла народам щастя. У європейській редакції для європейських країн історія породила націю, яку нація побачила після Другої світової війни: мир – це добре, і обрана взаємна інтеграція та процвітання».

На жаль, ситуація виявилася дещо іншою. У 2007 році, під час Мюнхенської конференції 10 лютого, президент Росії Путін, котрий раніше позиціонував себе як однозначний прихильник демократії і навіть пропонував вступ Росії до НАТО, озвучив нові тези оновленої російської пропаганди. Тільки з цього моменту Захід почав звертати на це увагу, до того ж не помітив нові тенденції інформаційних впливів.

Захід не помітив загрози зі Сходу, що повністю суперечить концепціям Фукуями про раціональність, у тому числі росіян, та про невідоме прагнення людини до свободи через матеріальні потреби. Керівники домінуючих західних держав на той час не звернули увагу навіть на нові інформаційні впливи Росії після операції «Союзницька сила» – операції НАТО в Югославії 1999 року, а також операції «Свобода Іраку» 2003 року. Ситуація була не такою, якою її окреслював пан Френсіс Фукуяма.

Досі можна побачити, на жаль, такі точки зору, що причина успіху російської пропаганди полягає лише в її кількості. Якщо пропаганди буде менше, вона не буде успішною. Або ж у достатньо поважних наукових публікаціях мені доводилося бачити концепцію, що європейці, американці та українці вже чудово знаються й розпізнають російську пропаганду, спрямовану на Україну.

І, мабуть, найпопулярніша відповідь: найкращий засіб проти пропаганди – надати всім учасникам світового процесу необмежений доступ до інтернету і до всіх точок зору. Тоді люди не читатимуть пропаганду і не віритимуть їй. Це те, що Ноах Харарі назвав наївним поглядом на інформацію. Знову ж таки, як доводять останні події у світі, цей погляд не працює. Один

з варіантів ілюстрації того, наскільки добре європейці нібито вміють розрізняти власну пропаганду, – мітинги в європейських країнах, які є зазвичай результатом детально спланованих інформаційних операцій.

Вони грають у гру, в якій інші відстають: керують правдою, владою або правлінням. Реальний вплив пропаганди на політичні процеси ми спостерігали 2014 року під час роботи російської пропаганди у східній Україні, коли тисячі людей підтримували фейкові та проксі-утворення ЛНР і ДНР. У 2016 році мільйони американців репостили неправдиві повідомлення від так званого Інституту інтернет-досліджень із Санкт-Петербурга.

У 2021 році сотні людей штурмували Капітолій, повіривши в конспірологічну політичну теорію. А з 2022 року, після повномасштабного вторгнення Росії в Україну, можна виділити основні риси, характерні для російської пропаганди.

По-перше, станом на 2025 рік пропаганда в самій Росії є абсолютно всеохопною. Вона застосовує так зване багаторазове закріплення інформації, а також інструменти, як-от когнітивний дисонанс та діяльність, схожу на систему, що активує внутрішній механізм підкорення авторитету.

Інформаційні наративи часто використовуються російською пропагандою в соціальних мережах. Завдяки явищу інформаційної бульбашки ми самі створюємо для себе персоналізовану офіційну пропаганду, у чому активно допомагають російські боти та, на сьогодні, штучний інтелект. Для російської пропаганди одним з основних принципів є те, що важлива не сама подія, а її інтерпретація.

Не має значення, що сталося насправді. Обирайте собі той варіант, який вам до вподоби, а російська пропаганда запропонує безліч комфортних для вас варіантів.

Концепція «постправди». Про певний мінус російської пропаганди свідчить нестабільність і строкатість російської державної ідеології, а також особисті погляди Володимира Путіна, який вважає себе визначним істориком і діячем, що веде Росію до імперського майбутнього. Проте великим плюсом є на-

дзвичайно великий ресурс для ведення і поширення пропаганди.

Навіть станом на 2025–2026 роки відомо, що Росія не знижує видатки на пропаганду, а швидше навпаки – вона радше зменшить військові витрати, ніж скоротить бюджет пропаганди. Ще однією характерною рисою російської пропаганди є дуже швидка реакція на події.

Це система, яка відслідковує тенденції у роботі своїх супротивників. Щойно відбуваються події – максимум протягом кількох годин відбувається реакція. Реакція проявляється у вигляді цілого потоку, а іноді й декількох потоків маніпуляцій або фейкових повідомлень у потрібному напрямі.

Ще 1971 року професор Стенфордського університету Філіпп Зімбардо провів свій експеримент, відомий як Стенфордський тюремний експеримент. У російському, російсько-українському сегменті інтернету можна побачити величезну кількість повідомлень на кшталт того, що Зімбардо нібито все вигадав заради хайпу. Аналітичний інтернет не має такої односторонньої позиції.

Діяльність у сусідній з нами державі також свідчить, що певною мірою Зімбардо був правий у своїй незавершеності експерименту. Зараз ви бачите зображення – результат роботи пранкера, який, імітуючи звернення керівництва до дитячої установи, запропонував взяти участь у вигаданій акції «шлематичества» та створити шапочки з фольги.

Незважаючи на абсурдність цієї ідеї, у учасників не виникло жодних сумнівів.

Спробуймо визначити основні концепції сучасної російської пропаганди. Однією з перших є концепція величі держави – мабуть, ключова.

Сьогодні це послідовність як історичних, так і псевдоісторичних подій, які мають підтверджувати велич Російської держави, Московської держави, Російської імперії, Радянського Союзу як спадкоємця Київської Русі – великої військової та економічної держави. Для російської пропаганди характерна фрагментарність величі.

Історія подається у вигляді окремих частин, які мають доводити велич. Кожен росіянин знає про таких історичних постатей, як Петро I, Катерина II – збирачка російських земель, про перемогу над Наполеоном, частково про Миколу II – хоча це дискусійне питання, а також про Сталіна та перемогу у «Великій Вітчизняній війні», СРСР як наддержаву, розпад СРСР через зовнішніх ворогів та про «вставання з колін» завдяки Путіну.

Основним поняттям російської пропаганди залишається ресентимент – концепція, що Російський Союз розпався внаслідок дій виключно зовнішніх ворогів, без внутрішніх причин. Зовнішні та внутрішні вороги відповідальні за тяжкі 90-ті роки й катастрофічне життя того періоду.

Російський ресентимент є калькою з пропаганди НСДАП щодо так званого «удару в спину», який буцімто знищив Німецьку імперію (що начебто не мала причин для поразки у Першій світовій війні), спричинивши кризу Веймарської республіки.

Культ особи Володимира Путіна формувався поступово. Спочатку його пропагандисти представляли як радянського кіногероя-розвідника Штірліца. Згодом він став образом майстра багатогодівочок, що перемагає ворогів завдяки таємним знанням з КДБ. Численні світлина Путіна на коні, літаку, кораблях, під час добування античної амфори – це стильні кадри, які подають його як специфічного західного селебриті.

Інший варіант сприйняття Путіна – це образ чоловіка-мачо і мрії всіх жінок, зокрема російських. Останнім часом спостерігається масове цитування Путіна у наукових творах, що нагадує радянські часи, зокрема епоху Брежнєва. Для західної аудиторії Путіна насамперед подають як утілення Росії.

Періодично під час виборчих кампаній використовуються різні варіанти, у тому числі цитування класичного слогану епохи Третього Рейху – «Ein Volk, ein Reich, ein Führer».

Тепер це трансформується в «один народ, одна Росія (або одна імперія) і один Путін». Варіант – що без Путіна не буде й Росії.

Також існує образ ворога. Класичний варіант пропаганди, притаманний їй з самого початку її виникнення. Особливістю російської інформаційної реальності є те, що за потреби образ ворога може бути повністю змінений відповідно до політичних і пропагандистських завдань. Протягом 2000-х і 2010-х років спостерігалися різні образи основного ворога в російській пропаганді.

Це були чеченці, потім турки після збиття російського літака, агресивний блок НАТО, бандерівці на початковому етапі, грузини, українські фашисти-карателі, світова змова проти Росії, нацисти, язичники та сатаністи з України тощо. Загалом пропаганда окреслює так званий колективний Захід як єдиний великий бездуховний механізм, породжений індивідуалізмом, де населення одночасно є слабким, морально розбещеним і небезпечним.

Русофобія залишається однією з основних складових російської пропаганди.

Ненависть до росіян базується на ідеї їхньої моральної переваги, що вони «кращі», «обрані Богом».

З 2025 року спостерігаються проблеми у російській пропагандистській концепції щодо образу Сполучених Штатів Америки. Після приходу до влади Дональда Трампа російська пропаганда активно просуvalа ідею, що Трамп – проросійський політик, який бореться з «Дипстейтом», і що незабаром Росія і США знищать «нацистську Європу».

Наразі російське керівництво не змогло повністю реалізувати ці можливості. США дедалі активніше проводять антиросійську політику.

У російській пропаганді знову з'являється ідея, що у США для росіян немає друзів. Ця концепція перебуває у процесі еволюції і поки що не має завершення.

Ще одна концепція – це образ обраного російського народу, особливого народу, який сповідує так звані традиційні цінності.

Ці цінності визначаються як духовність, солідарність, колективізм, гостинність, протилежність егоїзму, цинізму і жадібності, що приписуються ворогам Росії.

Поняття «традиційні цінності» залишаються невизначеними у сучасній Росії, що робить їх зручним інструментом для звинувачень у порушеннях.

Прикладом цього є випадок, пов'язаний з так званою голою вечіркою і Філіппом Кіркоровим, який «увійшов не в ті двері».

Коли російська влада намагається спрямувати суспільне незадоволення, яке в них наразі дійсно існує, проти окремих представників еліт, вона обирає найбільш зручні мішені для пропаганди. Однією з оптимальних для російської пропаганди є ЛГБТ-спільнота, яку пропаганда представляє як загрозу російській родині та державі. Згідно з поширеними твердженнями, через так звану ЛГБТ-пропаганду формується особистість без патріотичних цінностей, яка нібито ставить під загрозу існування Росії.

Найпоширеніший приклад такого наративу – концепція «руського миру». Це уявлення про єдність усіх так званих російських людей, об'єднаних мовою, культурою, походженням і спільним історичним бекграундом. Поширюються тези про те, що там, де панує російська мова та культура, мусить існувати й російська держава.

Звідси виникає відома фраза Путіна: «Кордони Росії ніде не закінчуються». Це специфічна концепція російської пропаганди, згідно з якою світ розглядається як арена боротьби суб'єктів, спецслужб, суб'єктів впливу та держав. Концепція має витоки в розумінні співробітників КДБ СРСР і є зручною для сучасної пропаганди.

Передусім ця концепція відкидає суб'єктність звичайної особистості. За такою логікою, будь-яка людина, котра проживає у будь-якій країні світу, не є самостійною – вона завжди пішак у руках могутніх маніпуляторів.

Це дає можливість заперечувати саме існування та можливість появи будь-яких народних виступів і революцій, що суперечать зовнішньополітичній концепції Росії. Але якщо, наприклад, так звана революція ініційована представниками Росії, пропаганда визначає її як справжню народну, як це було на території українського Донбасу в 2014 році. Загалом це спрощення світоглядної картини світу, що дозволяє широ-

ко використовувати конспірологічні теорії проти окреслених ворогів Росії, насамперед країн Заходу.

Серед основних прийомів пропаганди слід виокремити декілька найхарактерніших рис, хоча їх значно більше. Перша риса – емоційність, котра є, можливо, найвизначнішою. Російські пропагандисти надмірно емоційні: вони жестикують, підвищують голос, звертаючись не до критичного мислення аудиторії, а до емоційної сфери. Це дозволяє оминати раціональний аналіз і спрямовувати вплив на довіру, адже часто люди більше довіряють емоційним співрозмовникам.

Також сильна емоційна напруга сприяє тому, що слухачі приймають імпульсивні рішення або слідує за більшістю, яку визначає російська пропаганда. Значного поширення набуває міфологізація радянського минулого, особливо історії Другої світової війни, яка постає виключно як тріумфальна. Формується штучний образ війни як процесу легкого, принадного й справедливого.

Це, зокрема, проявляється в таких акціях, як «Безсмертний полк», котрі дозволяють учасникам відчувати єдність із великим соціальним колективом, як зазначав Зімбардо. Це створює ілюзію особистої участі в боротьбі за справедливість і добро, надає цінності власному життю.

Російська пропаганда часто вдається до конспірології, створюючи багато концепцій і теорій, серед яких особливе місце займає ідея «золотого мільярда», що інтерпретується як спроба Заходу знищити Росію, а також теорія «плану Даллеса», згідно з котрою керівництво ЦРУ з кінця 1940-х років нібито прагнуло морально знищити росіян.

Поширюється ідея генетичної зброї та багато інших конспірологічних концепцій. Важливим інструментом постає використання агресивного псевдоправослав'я. Термін «псевдо» обґрунтований тим, що концепції, які озвучують священники РПЦ, часто не мають нічого спільного з традиційною православною доктриною.

Тактика героїзації широко використовується в сучасній російській пропаганді, як це було за радянських часів.

Відмінність полягає в тому, що нинішня героїзація часто абстрактна: конкретних образів героїв, як-от герої Другої світової війни, майже не створюється. Переважають локальні герої, як-от герой школи чи окремий персонаж, наприклад хлопчик Фьодор, який 2023 року урятував двох дівчат від української ДРГ.

Однак російська пропаганда прагне утвердити лише один надгеройський образ – особу Путіна. Такі прийоми мало розкриті в літературі, але вони активно використовуються в російській медіасфері. Передбачається, що всі представники російської держави мають високі моральні якості, діють ефективно і приймають лише раціональні рішення. Якщо ж дії держави мають негативні наслідки або можна їх трактувати як злочинні, пропаганда заперечує причетність Росії.

Аргументація зводиться до того, що якби росіяни були винними, наслідки були б набагато гіршими. Наприклад, якщо ракета влучила у будинок, але будинок не зруйнувався повністю, російська пропаганда заявляє: «Якби це були збройні сили Росії, була б велика вирва». Якщо будинок цілий – це не росіяни, а, як стверджується, провокація Збройних сил України.

Термінологія щодо ворога побудована на концепції абсолютного зла – класичний пропагандистський підхід. Російська пропаганда може показувати ворога як комічного персонажа, котрого не слід боятися. Найчастіше це стосується президента України Володимира Зеленського. Іноді ворог має бути наляканим – класика застосування терору, наприклад демонстрація розстрілів українських військовополонених з метою створення нескінченного кола помсти й стійкої ворожнечі. При цьому росіяни позиціонуються як жертви.

Росіяни позиціонують себе як жертви розпаду Радянського Союзу. Вони вважають себе жертвами русофобії та заборони російської мови. Також жертвами є нібито так звані діти Донбасу, яких, за твердженнями пропаганди, протягом восьми років постійно вбивали українські нацисти.

Цей прийом відомий під назвою «вочебауцизм», або звинувачення ворогів у власних гріхах. Коли росіяни чинили злочи-

ни, вони одразу ж пригадували злочини, які могли бути скоєні багато років тому тими, хто визначений як їхні вороги. Наприклад, геноцид індіанців.

Це класичний радянський варіант, який зберігається і досі. Зустрічається типова риторика: «А у вас в Америці негрів лінчують». Ці прийоми відкритого інформаційного забруднення, заливаючи простір великою кількістю протилежних концепцій, призводять до того, що читачі банально перестають орієнтуватися.

Це може бути один великий потік або декілька протилежних потоків інформації. Типовий приклад – російська пропаганда після збиття літака «Боїнг» МН17 2014 року, де одночасно просувалися найрізноманітніші версії подій.

Також широко застосовується тактика використання інсайдерів і «корисних ідіотів». Стара добра стратегія ще з часів Радянського Союзу – це використання людей, які щиро вірять у те, що Радянський Союз або Росія є державною гармонією. Наприклад, Росія позиціонує себе як білу християнську державу, працюючи на консервативні цільові аудиторії США.

Як правило, «корисні ідіоти» не отримують компенсації за свою діяльність. Вони діють щиро – можливо, керуючись власними інтересами.

Щодо інших держав – слід зауважити, що радянська пропаганда була значно обмежена і підпорядкована марксизму-ленінізму. Російська сучасна пропаганда не обмежена і використовує як праві, так і ліві політичні сили й концепції.

Це можуть бути ультраправі політичні рухи, а також ультраліві, що нерідко співпрацюють в одному напрямку, зазвичай корисному для російської пропаганди.

Щодо Європи, основна мета – паралізувати спротив та дискредитувати демократичні інститути.

Польська дослідниця Мазур Бубак 2020 року описала основну концепцію роботи проти Європи як «війна у головах». Ідеться про залякування місцевого населення, створення відчуття невизначеної, але зростаючої загрози жажливої війни, що ось-ось може розпочатися.

Ця загроза нібито походить не лише від росіян, а й від інших сторін: мігрантів, ЛГБТ тощо. Такий психологічний тиск викликає стрес і сприяє вірі у спрощені рішення, пропоновані популістами, у тому числі орієнтованими на Росію. Жертва такої пропаганди частіше голосуватиме за радикалів, які можуть фінансуватися російською стороною.

Додатково політики бояться діяти радикально, адже існує страх ядерної війни у разі конфронтації з Росією. Це призводить до нелогічних і неправильних рішень, що заважають ефективній протидії російській агресії.

Щодо Сполучених Штатів, мета пропаганди полягає у відстороненні США від активної участі у світових справах і дискредитації демократичних інституцій.

Для цього застосовується масований та періодичний інформаційний вплив.

Зокрема схожа програма з назвою «Стара добра Америка» пропагує ідею: втручання у внутрішні справи Європи непотрібне, а пріоритет слід віддавати власним внутрішнім проблемам.

До інструментів впливу належать «Russia Today», що, незважаючи на заборону в багатьох країнах, продовжує працювати через інтернет; конспірологічні сайти; анонімні ресурси; сіра пропаганда; боти і тролі; використання штучного інтелекту; а також виявлені журналістами-розслідувачами програми на кшталт «допельгангер» – створення повних дублікатів сайтів відомих інформаційних агентств, але з пропагандою або фейками.

Ці сайти можуть відрізнятися від оригіналів буквально однією літерою у назві.

Вони розкручуються за допомогою ботів, проте не є справжніми ресурсами. Активне застосування такого методу було помічено вже під час виборів у США 2016 року, а також у 2023–2024 роках під час війни на Близькому Сході.

Одним з останніх винаходів є програма, приблизно названа «Правда», оскільки слово «правда» часто вживається у її назвах.

Це мережа сайтів з російською пропагандою, орієнтована на те, що штучні інтелекти легко їх знаходять, бо їх штучно

розкручували за допомогою ботів для збільшення відвідуваності.

У результаті, ставлячи чат-боту на кшталт GPT складні питання, користувач ризикує отримати відповіді з пропагандою, взятою з таких ресурсів.

Цей інструмент є надзвичайно зручним для пропаганди, бо потребує лише наявності відповідних сайтів.

Щодо культури. У сучасній російській культурі поки що пропаганда є не основним елементом – на відміну від радянського простору.

Це скоріше один з елементів світоглядного впливу. Він збирається на спільний бекграунд багато у чому колишніх мешканців Радянського Союзу. Коли колишні мешканці Радянського Союзу кажуть щось на кшталт: «Какая гадость эта ваша заливная рыба», ми згадуємо відповідні фільми.

Якщо взяти цей самий епізод, дати його в соціальних мережах і надати йому абсолютно інший контекст на кшталт «ЛІГБТ та українські нацисти хочуть знищити наше минуле», це дасть абсолютно інший результат. Це трошки утровоно, але як прийом принципіально.

Щодо російського кіно.

Ви зараз бачите основні напрями концепції пропаганди, але не всі, бо їх знову-таки достатньо багато. Це ідеалізація органів радянської держбезпеки. У варіанті «І добро, і зло є однаково поганим, тому обирай тих, хто бореться за твою державу».

Це міфологізація «Великої Отчественної війни», звичайно, – мабуть, найпопулярніший варіант. Це героїзм російських військових. Після 2008 року російська пропаганда почала випускати безпосередньо пропагандистські художні фільми, присвячені нападу на Грузію, агресії проти України.

Один з останніх варіантів – фільм 2023 року «Свідок», у якому мається значна кількість антиукраїнських тез. Українці показані як жорстокі вбивці, котрі збиралися напасти на Росію, не встигли тільки тому, що був нібито превентивний удар збройних сил росії. Російська пропаганда з'являється і в мультфільмах. Це окремі візуальні образи.

Це ідея абсолютно деспотичної влади. Тут ми можемо згадати мультфільми про богатирів. Це мілітаризм, це антиамериканизм.

Є навіть спеціальні випуски мультфільмів, присвячені антиамериканському сприйняттю. Була така серія мультфільмів під назвою «Дурацкий русский». У літературі ми можемо побачити тези російської пропаганди – як конспірологія, як псевдоісторія – з ідеалізацією Радянського Союзу, російської імперії, з формуванням образу ворога.

Це російська так звана альтернативна історія і так звані історії про попаданців. Це своєрідний варіант сучасної чарівної казки, де сучасні росіяни потрапляють у минуле, рятують Радянський Союз та російську імперію і знищують численних ворогів Росії. Ну і дуже яскравий образ.

Пропаганда в естрадній музиці. У першу чергу, співак Shaman (Ярослав Дронов). На даний момент, щоправда, його зірка трошки закотилася, але він достатньо яскраво працював у 2022–2023 роках.

Пропаганда проти України – це зовсім інший напрям. Я його торкнувся трохи, бо тут багато наративів. Ось зараз ви бачите тільки найголовніші з них.

«Українці несамостійні, українці нецивілізовані варвари. Вони дурні, вони шахраї, вони прибічники нацистів». І також: «України не існувало і не існує».

«Українці – це вигадка ворогів Росії, це недоросіани», і при цьому інший варіант – радянська концепція: «Українці – це молодші брати». Нібито протилежні концепції, але вони працюють.

Маємо також «дякувати» нинішньому російському в'язню Ігорю Гіркіну-Стрілкову. Це проект «Антиросія».

Концепція про те, що «не існує єдиної України. Є дві України як мінімум: західна і східна». Про те, що «на Україні йде громадянська війна».

Іноді як громадянську війну російська пропаганда показує навіть широкомасштабне вторгнення, тому що це нібито братовбивча війна слов'ян. Є варіант, що показує Україну як жінку, котра нібито зрадила свого брата або чоловіка і має бути за це

покарана. Також є й «українці – це масові вбивці, це маріонетка Заходу. Вони примусили Росію розпочати СВО, вони обрали Росію. І тепер вона змушена воювати».

Проблема в тому, що й досі на Заході деякі політики розглядають Росію як раціональну сторону, котру можна задобрити. На жаль, це не так. На даний момент, судячи з того, що ми бачимо, так зване СВО – це особистий хрестовий похід Путіна для того, щоби потрапити у вічність. Найближчою аналогією є саме образ вічного бога-імператора з фантастичного всесвіту Вархаммер 40 000 – того, хто неживий, немертвий, вічно сидить на своєму золотому троні й посилає нещасливі незчисленні армії імперії для того, щоб воювати з будь-ким чужим.

Як ми можемо ідентифікувати пропаганду? Буквально декілька слів. Найбільшим ворогом цього процесу є когнітивні викривлення.

Особисті когнітивні викривлення. Якщо мені подобається якась концепція, я не читатиму інші. Якщо мені подобається точка зору про те, що росіяни ображені, я не читатиму інші точки зору.

Тобто свої когнітивні викривлення треба розуміти і їх обходити. Звичайно, перевіряти джерела, перевіряти тяглість джерел: а чи існувало воно вчора, а чи не є воно таким, що має повний набір різноманітних тез, у тому числі чисто пропаганди. Порівнювати інформацію не менш ніж із двома іншими надійними джерелами.

Не довіряти соціальним мережам.

Використовувати критичне мислення, а взагалі вчитися тажити, віддаляючись від пропаганди, не звертаючи на неї увагу.

Дякую всім за увагу.