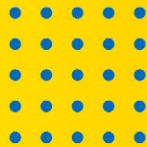


INFOlight.ua



Проект Infolight.ua  
здійснюється за  
підтримки Фонду  
Ганса Зайделя  
в Україні



# Інформаційна гігієна та безпека. Фактчекінг



# Словник:

**ФЕЙК** – подання фактів у спотвореному вигляді або розповсюдження свідомо неправдивої інформації.

**ФАКТЧЕКІНГ** – перевірка інформації на достовірність.

**НАРАТИВ** – сукупність пов'язаних між собою реальних чи вигаданих подій, фактів або вражень, поданих читачеві або слухачеві.

**ІНФОРМАЦІЙНА БУЛЬБАШКА** – штучно створене інформаційне поле в Інтернеті, пошукових системах і соціальних мережах, підлаштоване під особисті погляди та вподобання споживача.

**ТАРГЕТУВАННЯ** – механізм, що дозволяє виділити з усієї наявної аудиторії лише частину, яка відповідає заданим критеріям (цільову аудиторію), і показати рекламу саме їй.

**ХАЙПОЖЕРСТВО** – використання теми чи події, що широко обговорюється, для привернення уваги до себе в соціальних мережах.

**ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРИВІД** – подія, яка може зацікавити читача, стати предметом суспільного обговорення, та запускає розповсюдження інформації про певну новину.

**ІНФОРМАЦІЙНА ГІГІЄНА** – фільтрація потоку отримуваної інформації, що допомагає відсіювати фейки та протистояти шахрайству.

**БОТИ** – люди, які заробляють написанням коментарів із спеціально для цього створених акаунтів. Інколи боти є автоматизованими, тобто під виглядом людини коментарі розповсюджує машина.

**БОТОФЕРМИ** – групи людей, створені з метою написання оплачуваних повідомлень, вигідних замовнику, та публікація їх в інтернеті зі спеціально створених акаунтів.

**ДЖИНСА** – свідомо приховане рекламне чи антирекламне повідомлення, подане у вигляді новин, авторських текстів, аналітики й телевізійних програм тощо.

**ІНФЛЮЕНСЕРИ** – лідери думок, які мають стабільну аудиторію і мають з нею тісний зв'язок і постійну комунікацію.

**ІПСО** (інформаційно-психологічні операції) – сплановані дії з передачі конкретної інформації та індикаторів до різних, переважно іноземних аудиторій, щоб вплинути на їхні почуття, мотиви, критичне мислення і, зрештою, на діяльність відповідних урядів, організацій, груп чи індивідів.

**Інформаційна  
гігієна та безпека.  
Фактчекінг**

Київ 2022

**Маніпулювання в мережі інтернет вже давно набуло актуальності. Ще більш гостро питання інформаційної гігієни постало з початком повномасштабного російського вторгнення.**

### **В умовах війни інформаційну безпеку можна розглядати в трьох вимірах:**

#### **1) Забезпечення захисту від зовнішніх загроз.**

Одним зі шляхів досягнення військових та політичних цілей російських загарбників є використання дезінформації.

У сьогоднішній війні використовується велика кількість російських фейків та дезінформації. Це стало невід'ємною частиною нашого інформаційного простору.

Для дестабілізації ситуації та поширення дезінформації використовуються усі доступні канали комунікації: телебачення, Інтернет, радіо, преса, чутки, дипломатія, експертне середовище тощо. Головним об'єктом ураження залишається громадянин України, прихований вплив на якого здійснюється через нервову систему та психіку, здебільшого на підсвідомому рівні.

#### **2) Убезпечення від маніпуляцій внутрішніх гравців.**

Дезінформувати населення можуть і внутрішні гравці, які розповсюджують свою інформацію, виходячи із власних політичних інтересів. Демократія має величезну кількість переваг, але й недоліків теж. Громадянин має зважати на таку специфіку інформаційного поля.

#### **3) Стихійне поширення інформації.**

В умовах війни необережний пост чи записане громадянином відео може перетворитись на джерело корисної інформації для ворога та коштувати людських життів. Дуже часто хайпожерство в умовах війни призводить до смертей та страждань інших людей. Широкого розголосу набув випадок, коли громадянин України заради хайпу та швидкого набору лайків розповсюдив відеозапис про розташування українських військових поблизу одного із торговельних центрів у Києві. Орієнтуючись на дані із цього відео, російські окупанти завдали потужного ракетного удару, внаслідок якого загинули восьмеро людей.



# ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

## ДЕ ГРОМАДЯНИ БЕРУТЬ ІНФОРМАЦІЮ?

Дані взяті з опитування КМІС на замовлення Громадянської мережі ОПОРА, липень-серпень 2022 року

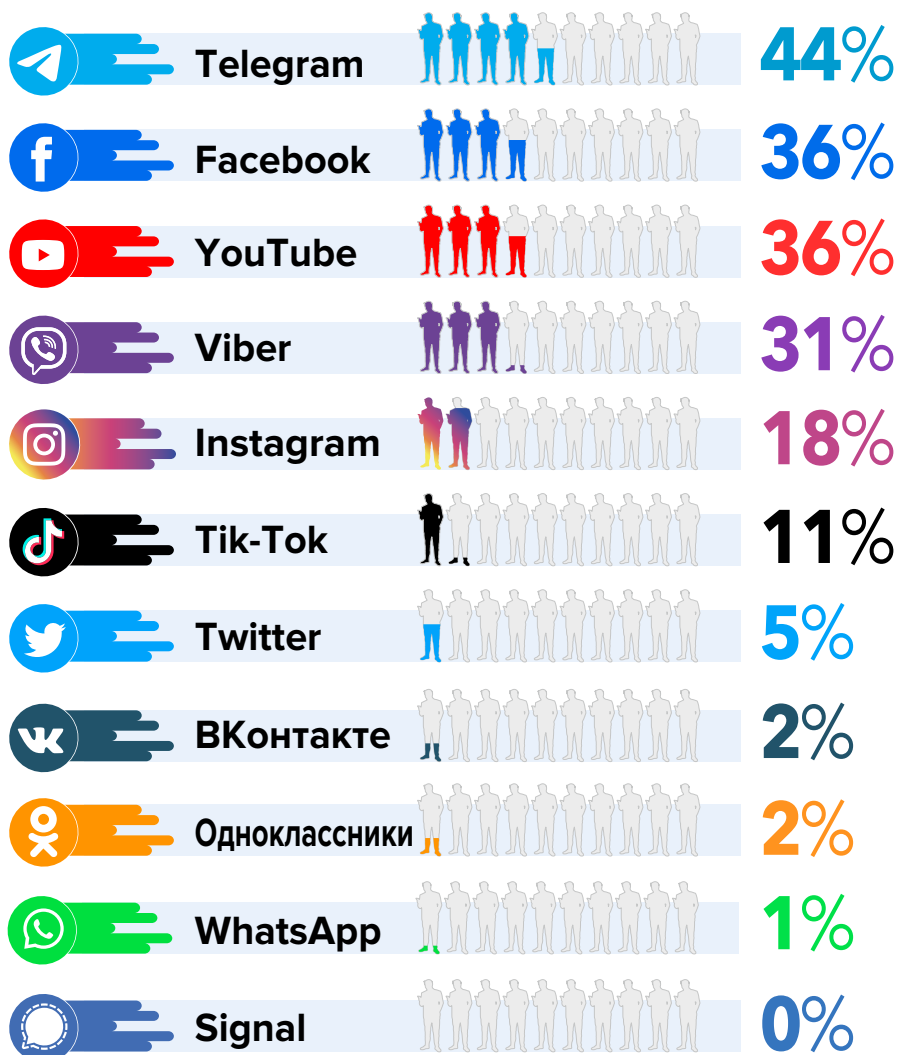
<https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1132&page=1>

Оберіть джерела інформації, які Ви використовували протягом останніх 7 днів для отримання новин. <i>Оберіть усе, що підходить.</i>	Топ-2 соцмережі для респондента	Усі соцмережі, які використовували
Соціальні мережі	59%	69%
Телемарафон «Єдині новини»	43%	57%
Спілкування із рідними, друзями, знайомими тощо	25%	51%
Новинні інтернет-сайти	25%	39%
Телебачення (крім телемарафону «Єдині новини»)	19%	33%
Радіо	8%	24%
Друковані видання	2%	13%
Важко сказати	1%	0%

## ЧОМУ САМЕ ЦИМ ДЖЕРЕЛАМ ДОВІРЯЮТЬ ГРОМАДЯНИ?

Чому саме це джерело – ... – Ви ставите на перше місце за важливістю?	Загалом	Соціальні мережі	Телемарафон «Єдині новини»	Новинні інтернет-сайти
Правдива, достовірна інформація	46%	26%	68%	46%
Зручно користуватися	24%	36%	13%	21%
Багато інформації, різні точки зору	16%	24%	6%	25%
Швидко / оперативно інформують	13%	20%	11%	10%
Зрозумілий формат	2%	3%	1%	2%

## ЯКИМИ СОЦІАЛЬНИМИ МЕРЕЖАМИ НАЙЧАСТІШЕ КОРИСТУЮТЬСЯ УКРАЇНЦІ?



## ЯКИЙ КОНТЕНТ НАЙБІЛЬШ ЗАПИТУВАНИЙ В УКРАЇНІ?



## РІВЕНЬ ДОВІРИ ДО РІЗНИХ ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ

Незалежно від того, чи користуєтеся Ви чи ні певними джерелами інформації, як Ви відчуваєте, наскільки в цілому можна чи ні довіряти інформації в цих джерелах?	Можна довіряти (9–10)	Скоріше, можна довіряти (7–8)	Середній рівень довіри (4–6)	Скоріше, не можна довіряти (2–3)	Не можна довіряти (0–1)	Важко сказати
Телемарафон «Єдині новини»	33%	25%	25%	4%	3%	12%
Telegram-канали	12%	23%	34%	3%	3%	25%
Телебачення (крім телемарафону «Єдині новини»)	15%	18%	38%	5%	6%	17%
Новинні інтернет-сайти	8%	20%	44%	3%	4%	21%
YouTube-канали	7%	18%	42%	4%	6%	23%
Facebook	6%	15%	44%	6%	6%	24%
Viber	8%	12%	40%	6%	6%	28%

# ВИДИ МАНІПУЛЯЦІЙ

## ОСНОВНІ ПРАВИЛА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ГІГІЄНИ



Перевіряйте джерело інформації, на яке посилається автор



Уникайте повторюваної інформації



Перевіряйте експертність



Не робіть висновки на основі заголовків



Знижуйте інформаційне навантаження



Враховуйте різні точки зору на одну проблему



Насторожуйтесь, коли автор новини апелює до емоцій



Шукайте, кому вигідно, щоб ви дізнались новину та повірили в неї





## ОЗНАКИ ФЕЙКІВ

- 1 Яскрава емоційна забарвленість тексту
- 2 Заголовок не відповідає змісту
- 3 Сумнівні джерела інформації
- 4 Думки та припущення превалюють над фактами
- 5 Навішування ярликів
- 6 Апеляція до стереотипів чи колективної думки – «як усі знають»
- 7 Апеляція до неназваних експертів
- 8 Упереджене і однобоке висвітлення події
- 9 Помилки в публікаціях
- 10 Недостовірні дата і час публікації
- 11 Відсутність у тексті гіперпосилань чи наявність гіперпосилань на джерела, які не містять фактів на підтвердження сказаного
- 12 Сумнівні фото та відео
- 13 Апеляція до конспірологічних теорій

## НЕБЕЗПЕКА ІНФОРМАЦІЙНОЇ БУЛЬБАШКИ

Бути всередині інформаційної бульбашки означає бути в інтелектуальній ізоляції.

Інформаційна бульбашка виникає через низку причин: алгоритми веб-сайтів, пошукових систем та соціальних мереж навчилися показувати користувачам інформацію, яка їм до вподоби та відповідає їхнім запитам.

Таким чином ми випускаємо з поля зору інформацію, яка суперечить нашим вподобанням, проте могла би потенційно розширювати наш світогляд, зробити нас більш толерантними до інших точок зору чи навіть спонукати змінити думку про щось, вказати на іншу логіку подій чи процесів.

## ЯК ВИЙТИ З ІНФОРМАЦІЙНОЇ БУЛЬБАШКИ?

### П'ять технічних правил

Інформацію про ваші дії в інтернеті збирають спеціальні алгоритми, і на її основі «будуються» результати пошуку в браузері. Отож виробіть у собі звичку:

- 1 Використовувати режим анонічного перегляду.
- 2 Видаляти історію пошуку.
- 3 Чистити кеш.
- 4 Блокувати cookies.
- 5 Перевіряти налаштування акаунтів в соціальних мережах.

### П'ять психологічних правил

- 1 Будьте більш відкритими до інших поглядів.
- 2 Зіставляйте факти.
- 3 Критично сприймайте інформацію.
- 4 Спілкуйтесь з людьми офлайн.
- 5 По можливості не уникайте діалогу з носіями інших поглядів чи вподобань.

## НАЙПОШИРЕНІШІ СПОСОБИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ МАНІПУЛЯЦІЇ



### МЕТОД «АБСОЛЮТНОЇ ОЧЕВИДНОСТІ»

Замість того, щоб доводити щось, маніпулятор подає брехню як щось очевидне, таке, про що всі знають і тому безумовно підтримують.



### МЕТОД «ГРАНДИОЗНОЇ БРЕХНІ»

Аудиторії пропонують настільки глобальну і жахливу брехню, що люди навіть не вірять, що можна так брехати.



### МЕТОД «10 НА 90»

90% інформаційних повідомлень на якомусь ЗМІ можуть бути правдивими. Здобувши довіру аудиторії, решту 10% використовують для дезінформації та маніпуляції.



### МЕТОД «ГНИЛОГО ОСЕЛЕДЦЯ»

Створюється фальшиве звинувачення, максимально брудне, аби викликати широкий резонанс про його неправдивість. Однак протягом обговорення обвинувачена людина стає токсичною, тому що частина аудиторії починає асоціювати її із поширеним брудом: «запах гнилого оселедця» намертво в'їдається у людину, яку хочуть знищити.

## ТИПОВА СХЕМА ПОШИРЕННЯ ДЖИНСИ

<b>ПЕРШОДЖЕРЕЛО</b>	Розміщення новини на будь-якому сумнівному інформаційному ресурсі – здебільшого на «сайтах-зливних бачках». Останнім часом трендом стало розміщення новини на телеграм-каналах.
<b>ОРГАНІЗОВАНЕ ПОШИРЕННЯ</b>	Розміщення цієї ж новини на більш солідних ресурсах з посиланням на першоджерело – як правило, відбувається на платній основі.
<b>ОРГАНІЧНЕ ПОШИРЕННЯ</b>	Якщо новина стає хоч трохи цікавою, її безкоштовно можуть розмістити інші високорепутаційні ЗМІ.
<b>ФІКСАЦІЯ РЕЗУЛЬТАТУ</b>	Об'єкт атаки змушений реагувати, тим самим тримаючи інформацію на порядку денному.

## ТИПОВА СХЕМА ПОШИРЕННЯ ФЕЙКІВ





## РОЛЬ «ЕКСПЕРТІВ» У ПОШИРЕННІ ФЕЙКІВ

Сьогодні на телебаченні та в соцмережах існує «культ експертів».

Апеляція до «експертності» коментатора, навіть якщо глядачі нічого не знають про конкретну особу, додає авторитетності розповсюдженій інформації та солідності виданню, що оприлюднює думку експерта.

Дуже часто через експертів поширюється проплачене меседжі.

«Експертами» часто виступають люди із сумнівною репутацією чи некомпетентні у цій сфері.

Поширеною є практика запрошення на ток-шоу експертів із різними поглядами. Це робиться для створення репутації каналу як об'єктивного ЗМІ.

При цьому є багато способів зменшити увагу до слів певного експерта – від зменшення наданого часу до виставлення умови про блок на певне прізвище, політичну силу чи тему.



## МОЖЛИВЕ ВИКОРИСТАННЯ ЕКСПЕРТІВ У ПОШИРЕННІ НЕПРАВДИВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

### НЕПРАВДИВІСТЬ

### НАМІР ЗАШКОДИТИ

#### ПОМИЛКОВА ІНФОРМАЦІЯ

Независимі помилки, наприклад, неправильні назви фото, дати, статистика, переклад або сатира, яку сприймають серйозно. Розповсюдження інформації, яка здається правдивою

#### ДЕЗІНФОРМАЦІЯ

Маніпулятивний аудіо/-відео контент, який створюють навмисно. Наприклад, теорії змови або плітки.

#### ПОЄДНАННЯ ПРАВДИВОЇ ТА НЕПРАВДИВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

Независиме оприлюднення приватної інформації, щоб зашкодити або шантажувати. Наприклад, особисте листування — це правдива інформація, але її публікують, щоб завдати шкоди.

# МАНІПУЛЯЦІЇ ВІЙСЬКОВОГО ЧАСУ

## ЦІЛІ ВОРОГА В ІНФОРМАЦІЙНІЙ ВІЙНІ



## ВИДИ ЧУТОК, ЯКІ ВИКОРИСТОВУЄ АГРЕСОР В ІНФОРМАЦІЙНІЙ ВІЙНІ

### ● ЧУТКИ-ОЧІКУВАННЯ

Інформація, пов'язана із очікуванням військової перемоги, звільнення території.

### ● ЧУТКИ-ЛЯКАЛКИ

Інформація, яка має посіяти паніку та залаякати людину.

### ● АГРЕСИВНІ ЧУТКИ

Інформація, яка має викликати у людини конкретну агресивну дію. Щось знищити, кудись «прорватися», незважаючи на комендантську годину та через блокпости.

### ЯК ПРАЦЮЄ ВОРОЖА ПРОПАГАНДА?

- Знайти тріщину у суспільстві.
- Створити зухвалу брехню.
- Додати трохи правди.
- Сховати руки (першоджерело).
- Залучити корисних ідіотів.
- Заперечувати все.
- Грати «в довгу».

### ЗМІСТОВЕ НАПОВНЕННЯ НАЙБІЛЬШ ПОШИРЕНИХ РОСІЙСЬКИХ ФЕЙКІВ

- «Більшість злочинів на території західних областей здійснюють переселенці».
- «Підрозділи територіальної оборони абсолютно не забезпечені, мають погане командування, відправляються на передову попереду кадрових частин як гарматне м'ясо».
- «Командування військовими частинами некомпетентне, як наслідок – багато жертв».
- «Того чи іншого виду продуктів вже не буде».
- «Про бійців «Азову» та «Азовсталі» всі забули».
- «Військовим не видають зарплату».
- «Усі приїжджі «бухають», а місцевих відправляють на фронт».
- «Якщо напився, вкрав, наркоман тощо – необхідно відправляти на фронт».

## РОСІЙСЬКА ПРОПАГАНДА. КІЛЬКІСНІ ПОКАЗНИКИ



Щорічно РФ виділяє **1,4 мільярда доларів** для забезпечення роботи пропаганди всередині країни і по всьому світу

Охоплює **600 мільйонів осіб**

Поширюється **30-ма мовами у 130 країнах**



Базується на радянській методиці КДБ

## ІСТОРИЧНІ РОСІЙСЬКІ МІФИ

- *«Україна – розколота держава»*
- *«Української нації не існує»*
- *«Українці - це росіяни, яких англо-сакси переконали, що вони окрема нація»*
- *«Україну створили Ленін та Сталін»*
- *«Слово «Україна» було вигадано в XIX сторіччі як похідне від «окраїна»»*
- *«Українську націю придумали в Генеральному штабі Австро-Угорщини»*
- *«П'яний Хрущов подарував Крим Україні»*

## МІФИ ПІД ЧАС ВІЙНИ

**ФЕЙК**

«Украина обстреливает Украину»  
«Беспредел националистов»  
«Геноцид русскоязычных»  
«ЗСУ бомбит Донбасс»

Міф 1

**«Злочини»  
ЗСУ**

Росіян запрошують за 24 долари знятися на Донбасі у ролі місцевого свідка «звірств клятих укрофашистів». У Санкт-Петербурзі поширили вакансію актора для зйомок у масовці на окупованій раніше території Донецької та Луганської областей.

**ФЕЙК**

Росіянин стверджував, що в Україні на кошти США проводять дослідження кримсько-конгольської лихоманки, лептоспірозу та інших небезпечних збудників.

Міф 2

**Біологічна  
зброя**

Росія тричі (11.03, 18.03, 13.05) отримала офіційну відповідь верховного представника ООН з питань роззброєння, що ООН не відомо про будь-які програми біологічної зброї в Україні.

**ФЕЙК**

Для пояснення своїх невдач на фронті російська пропаганда бреше, що проти росіян воюють армії НАТО:  
«Солдаты НАТО заходят в украинские города»  
«Спецподразделения из стран НАТО тайно воюют на Украине»

Міф 3

**В Україні  
воюють  
«найманці  
НАТО»**

НАТО як структура не має власної армії. Військові сили Північноатлантичного альянсу складаються із армій країн-учасників НАТО. Жодного підтвердження, що війська хоча б однієї із країн НАТО воювали в Україні, немає. Враховуючи, що країни НАТО є демократіями з політичною опозицією та свободою слова, то якби якась країна послала свої війська в Україну — цей факт неможливо було б приховати.

**ФЕЙК**

«Западное оружие не поможет Украине, разворачивается и вообще, ради бога, прекратите накачивать Украину оружием»  
«Западное оружие уже продано в Мексику, или Чад, или Сирию»  
«В Украине все повторится как с армией Афганистана»

Міф 4

**Західна  
зброя не  
допоможе  
Україні**

Російські військові з жахом спостерігають, як іноземна зброя надходить до Збройних Сил України, бояться її і намагаються у будь-який спосіб посяти розбрат, щоб західні партнери і волонтери засумнівалися у доцільності допомагати Україні. Жодного доказу начебто продажу західної зброї не існує. А ось доказів успішного використання західної зброї українськими військовими – багато.



**ФЕЙК**

Росія поширює фейковий «документ» – начебто офіційний лист про величезні втрати ЗСУ.

**Міф 5**

**«Лист Валерія Залужного про «величезні втрати ЗСУ»**

24 серпня 2022 року було розповсюджено лист адресований секретареві РНБО Олексію Данілову. Лист написано від імені Валерія Залужного на бланку Міністерства оборони України, хоча він не є посадовцем МО. Військове звання не вказано. У назві його посади та використанні кличної форми видно граматичні помилки з русизмами. Оформлення та реєстрація подібних документів в Україні зовсім інші, ніж у поширюваних зразках.

**ФЕЙК**

*«В составе ВСУ воюют только обдолбанные наркотиками нацисты»  
«Даже форма ВСУ сделана по примеру нацистского Вермахта»*

**Міф 6**

**«Фашисти, нацисти»**










Нацизм в Україні заборонений Законом України «Про засудження комуністичного та націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарних режимів в Україні та заборону пропаганди їхньої символіки» від 9 квітня 2015 року. Форма ЗСУ ніяк не схожа на форму Вермахту.

## РОСІЙСЬКА ПРОПАГАНДА. НАРАТИВИ ДЛЯ КРАЇН ЗАХОДУ

- «Путіну треба зберегти обличчя».
- «Росія має право на власну сферу впливу».
- «Західні країни після об'єднання Німеччини обіцяли, що розширення НАТО не буде».
- «Потрібна нова загальноєвропейська система безпеки, яка б замінила існуючі євроатлантичні структури».
- «Захід має бути зацікавлений в союзі із РФ для протистояння Китаю та ісламістам».
- «Населення України, Білорусі та Росії – один народ»
- «Крим завжди був російським».
- «Економічні санкції – неефективні».
- «Якщо Путін буде усунений від влади, існує ризик, що в РФ домінуючою силою стануть антизахідні радикали».

# ПРАКТИЧНІ ПОРАДИ










## ЯК ПЕРЕВІРИТИ ІНФОРМАЦІЮ?

-  Переходьте за посиланнями на першоджерела.
-  З'ясуйте репутацію ЗМІ-джерела новини.
-  Шукайте і перевіряйте інформацію про всі згадані в тексті прізвища, міста, назви тощо.
-  Звертайте увагу на домени – часто «сайти-зливні бачки» маскуються під високорепутаційні сайти, але на інших доменах.
-  Перекладайте новину, якщо джерело іншомовне.
-  Зверніть увагу, чи поширило однаковий текст декілька джерел одночасно.
-  Дивіться, хто є власником сайту.
-  Зважайте на слова ШОК, СЕНСАЦІЯ тощо.
-  Перевіряйте інформацію в офіційних джерелах.





















## ЗАСОБИ МОНІТОРИНГУ

ПЛАТНІ	БЕЗКОШТОВНІ (умовно, мають платні версії)	БЕЗКОШТОВНІ
 Looqme  Semantrum.net  Youscan	 MediMonitoringBot  SomoBot	 Google

## ФАКТЧЕКІНГ ВЛАСНОГО ТЕКСТУ

-  Чи визначено предмет вашого тексту?
-  Чи визначено читача, його інформаційні потреби і його реакцію на ваш матеріал?
-  Чи для свого тексту ви провели моніторинг сайтів, на яких може бути потрібна інформація?
-  Чи врахована інформація з двох незалежних джерел, одне з яких – офіційне?
-  Чи продивились ви посилання, щоб уникнути сумнівних джерел інформації?
-  Чи не забагато емоційного забарвлення в тексті та заголовку?
-  Чи відповідає заголовок змісту тексту?
-  Чи не превалюють думки та припущення над фактами?
-  Чи є впевненість у компетентності експертів, згаданих у тексті?
-  Чи гіперпосилання в тексті дійсно підтверджують основний меседж статті?
-  Чи немає в тексті посилань на теорію змови?
-  І головне питання – Чи не поставить ця інформація під загрозу життя інших людей?

# «Білий список» офіційних джерел

-  **@SBUkr** – Служба безпеки України
-  **@DIUkraine** – Головне управління розвідки України
-  **@AFUStratCom** – СтратКом ЗСУ / AFU StratCom
-  **@sprotyv.official** – Центр національного спротиву
-  **@UA\_National\_Police** – Національна поліція України
-  **@spravdi** – Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки
-  **@verkhovnaradaukrainy** – Верховна Рада України
-  **@rnbou** – Рада національної безпеки і оборони України
-  **@MinistryofDefence.UA** – Міністерство оборони України
-  **@dsszzi\_official** – Державна служба спеціального зв'язку та захисту інформації України
-  **@DPSUkr** – Державна прикордонна служба України
-  **@CenterCounteringDisinformation** – Центр протидії дезінформації при РНБО України
-  **@CinCAFU** – Головнокомандувач Збройних Сил України
-  **@TerritorialDefenseForces** – Сили територіальної оборони ЗСУ
-  **@kpszsu** – Командування Повітряних Сил ЗСУ / Air Force Command of UA Armed Forces
-  **@UkrainianLandForces** – Сухопутні війська ЗС України
-  **@usofcom** – Командування Сил спеціальних операцій ЗС України
-  **@NGUmainpage** – Національна гвардія України
-  **@DetectorMedia** – Детектор медіа
-  **@informnapalm24** – InformNapalm

# Інформаційна гігієна та безпека. Фактчекінг

Текст – Костянтин Канішев

Літературний редактор, коректор - Катерина Махлай

Комп'ютерний дизайн та верстка - Дмитро Сапон

Концепт художнього оформлення - Дмитро Сапон

Більше по матеріалам інфогігієни та фактчекінгу  
ви зможете дізнатися в авторських лекціях проекту InfoLight\_UA



**Юрій Гончаренко**

«Про інфогігієну та її роль  
в сучасному світі. Погляд  
з країни, що веде війну»

**Юрій Гончаренко**

«Інформаційна гігієна:  
онлайн-медіа»



**Валерій Майданюк**

«Україна – єдина країна.  
Спростування міфів та про-  
паганди росії»

**Валерій Майданюк**

«Міфи, дезінформація,  
російська пропаганда  
та фейки про українсь-  
ку армію»



Проект

**InfoLight.ua**



сайт



Facebook



Проект Infolight.ua  
здійснюється за  
підтримки Фонду  
Ганнса Зайделя  
в Україні

