

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ
ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА ІСТОРІЇ ТА МЕТОДИКИ ЇЇ
НАВЧАННЯ**

Кваліфікаційна робота

**ІНФОРМАЦІЙНА ВІЙНА У ПЕРІОД "ХОЛОДНОЇ ВІЙНИ" ЯК УМОВА
ФОРМУВАННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ НА УРОКАХ ІСТОРІЇ В
СТАРШІЙ ШКОЛІ**

Галузь знань 01 «Освіта/Педагогіка»
Спеціальність 014 «Середня освіта.
Історія та громадянська освіта»

Ткачук Микола
здобувач
освітнього ступеня «магістр»

**Ворон Олена
Петрівна,**
науковий керівник,
кандидат історичних наук,
доцент

Рівне 2025

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
Розділ I. ІСТОРІОГРАФІЯ ТА ДЖЕРЕЛА ДОСЛІДЖЕННЯ	
1.1. Історіографія проблеми дослідження.....	8
1.2 Джерельна база.....	10
Розділ II. ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ ПЕРІОДУ "ХОЛОДНОЇ ВІЙНИ" В ІСТОРИЧНОМУ КОНТЕКСТІ	
2.1.Історичні передумови та етапи формування інформаційного протистояння СРСР і США.....	12
2.2. Пропаганда як інструмент інформаційної війни між СРСР і США.....	25
2.3.Культурний вимір інформаційного протистояння у період "холодної війни".....	33
Розділ III. МЕДІАГРАМОТНІСТЬ У ШКІЛЬНОМУ КУРСІ ІСТОРІЇ	
3.1.Принципи, методи та прийоми формування медіаграмотності на уроках історії.....	46
3.2.Репрезентація інформаційної війни у шкільних підручниках та навчальний ресурсах.....	53
Розділ IV. ФОРМУВАННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ УЧНІВ СТАРШОЇ ШКОЛИ НА УРОКАХ ІСТОРІЇ	
4.1.Роль учителя історії у формуванні критичного мислення й медіаграмотності.....	57
4.2.Медіаосвітній потенціал теми «Холодна війна» в шкільному курсі історії.....	60
4.3. Використання прикладів інформаційної війни періоду "холодної війни" для розвитку медіаграмотності.....	63
ВИСНОВКИ.....	67
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ.....	70

Анотація

Ткачук М.В. Інформаційна війна у період «холодної війни» як умова формування медіаграмотності на уроках історії в старшій школі. \

Рівненський державний гуманітарний університет.

Кафедра історії та методики навчання. Науковий керівник: Ворон О.П., к.і.н., доцент. Рівне, 2025. 76с.

Зміст роботи: кваліфікаційна робота присвячена комплексному аналізу феномену інформаційної війни часів «холодної війни» та обґрунтуванню педагогічного потенціалу його використання для формування медіаграмотності учнів старшої школи.

Другий розділ розкриває історичний контекст інформаційного протистояння між СРСР та США. Охарактеризовано передумови конфлікту, роль пропаганди як інструменту війни, а також культурний вимір протистояння, зокрема використання кінематографа, спорту та космічних перегонів для ідеологічного впливу.

Третій розділ висвітлює принципи, методи та прийоми формування медіаграмотності, а також містить аналіз репрезентації теми інформаційної війни у сучасних шкільних підручниках та навчальних ресурсах.

Четвертий розділ присвячено практичним аспектам формування медіаграмотності. Визначено роль учителя історії у цьому процесі, розкрито медіаосвітній потенціал теми «Холодна війна» та запропоновано методику використання конкретних історичних прикладів (кейси пропаганди, «активні заходи») для розвитку критичного мислення старшокласників.

Ключові слова: інформаційна війна, «холодна війна», медіаграмотність, шкільний курс історії, пропаганда, критичне мислення.

Annotation

Tkachuk M.V. Information War during the "Cold War" Period as a Condition for Forming Media Literacy in High School History Lessons. \ Rivne State University of Humanities. Department of History and Teaching Methods. Scientific supervisor:

Voron O.P., PhD in History, Associate Professor. Rivne, 2025. 76 p.

Abstract: The master's thesis is devoted to a comprehensive analysis of the information warfare phenomenon during the "Cold War" and the substantiation of the pedagogical potential of its use for forming media literacy among high school students.

The second chapter reveals the historical context of the information confrontation between the USSR and the USA. The prerequisites of the conflict, the role of propaganda as an instrument of war, and the cultural dimension of the confrontation, particularly the use of cinema, sports, and the space race for ideological influence, are characterized.

The third chapter highlights the principles, methods, and techniques of forming media literacy and contains an analysis of the representation of the information war topic in modern school textbooks and educational resources.

The fourth chapter is dedicated to the practical aspects of forming media literacy. The role of the history teacher in this process is defined, the media educational potential of the "Cold War" topic is revealed, and a methodology for using specific historical examples (propaganda cases, "active measures") to develop critical thinking in high school students is proposed.

Keywords: information war, Cold War, media literacy, school history course, propaganda, critical thinking.

ВСТУП

Актуальність теми дослідження зумовлена інформаційним насиченням сучасного суспільства, зростанням небезпеки дезінформації, маніпуляції масовою свідомістю, гібридними конфліктами та необхідністю становлення у школярів навичок критичного мислення та медіаграмотності. Період "холодної війни" є надзвичайно цінним для педагогічного осмислення, адже саме тоді утворювались важливі методи інформаційної боротьби, які використовуються і в XXI столітті. Формування історичної та медіаосвітньої компетентності учнів у старшій школі потребує ефективних методичних підходів, зокрема через інтеграцію історичного матеріалу про інформаційну війну в освітній процес.

Об'єктом дослідження є формування медіаграмотності учнів старшої школи в процесі вивчення історії. **Предметом** - педагогічні умови та методичні засоби використання матеріалів про інформаційну війну періоду "холодної війни" на уроках історії для розвитку медіаграмотності старшокласників.

Метою дослідження є здійснення комплексного аналізу феномену інформаційної війни у період "холодної війни" та обґрунтування педагогічного потенціалу його використання для формування медіаграмотності здобувачів освіти старшої школи.

Для досягнення мети були поставлені наступні завдання:

- розкрити поняття "інформаційна війна" у контексті політичних, соціокультурних та освітніх процесів XX століття;
- визначити історичні передумови та етапи формування інформаційного протистояння між СРСР та США у другій половині XX століття;
- дослідити культурний вимір інформаційного протистояння, як засобів ідеологічної боротьби;
- обґрунтувати роль учителя історії у процесі виховання критичного мислення та формування навичок медіагігієни у старшокласників;
- розробити та апробувати методичні рекомендації щодо впровадження елементів медіаосвіти під час вивчення тематики "холодної війни".

Наукова новизна одержаних результатів полягає у наступному:
- подальшого розвитку набула теорія інтеграції медіаосвіти у процес вивчення історії, зокрема уточнено підходи до формування медіаграмотності учнів у ході опанування історичного матеріалу;

- комплексно досліджено феномен інформаційної війни часів "холодної війни" з точки зору можливостей його використання у шкільному курсі історії для розвитку медіаграмотності здобувачів освіти;

Методи дослідження. У процесі роботи використано комплекс загальнонаукових та спеціальних методів. Зокрема, застосовано загальнонаукові методи аналізу, синтезу, дедукції, індукції і порівняння – це забезпечило ґрунтовне опрацювання теоретичних джерел та емпіричних даних. Принцип об'єктивності реалізовано шляхом залучення широкого кола джерел (історичні документи, матеріали ЗМІ доби "холодної війни", сучасні аналітичні праці) та врахування різних поглядів дослідників на проблему. Системно-структурний підхід дозволив визначити основні напрями та складові дослідження. Порівняльно-історичний метод дав змогу виявити спільні та відмінні риси інформаційно-пропагандистських стратегій двох протидіючих блоків у різні етапи "холодної війни". Для розв'язання окремих завдань було використано методи педагогічного дослідження (аналіз навчальних програм, опитування вчителів та учнів), а також елементи педагогічного експерименту з метою перевірки ефективності запропонованих методичних прийомів. Методи систематизації та узагальнення результатів дозволили підсумувати напрацювання та сформулювати висновки дослідження.

Практичне значення результатів полягає у розробці конкретних методичних рекомендацій для вчителів історії, які можуть бути використані в процесі викладання теми "холодної війни" з метою формування в учнів критичного ставлення до інформації, здатності розпізнавати пропаганду та протистояти дезінформації. Основні положення та напрацювання дослідження можуть бути застосовані при підготовці спецкурсів з медіаосвіти, написанні

методичних посібників, а також у подальших науково-педагогічних розвідках із зазначеної проблематики.

Апробація результатів дослідження Звітна наукова конференція викладачів, співробітників і здобувачів вищої освіти РДГУ за 2025 р. Міжнародна науково-практична конференція здобувачів вищої освіти та молодих учених «Наука, освіта, суспільство очима молодих».

Публікація: Ткачук М.В., Ворон О. П. Інформаційна війна у період «холодної війни» як умова формування медіаграмотності на уроках історії в старшій школі. Наука, освіта, суспільство очима молодих: Матеріали XVIII Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти та молодих учених. Рівне: РДГУ. 2025. 418-421 с.

Структура дипломної роботи. Дослідження складається зі вступу, що містить, зокрема актуальність, мету і завдання роботи, основного тексту, який складається із чотирьох розділів, висновків, а також списку використаних джерел. Загальний обсяг - 76 сторінок.

РОЗДІЛ І. ІСТОРІОГРАФІЯ ТА ДЖЕРЕЛА ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1. Історіографія проблеми дослідження

У сучасному інформаційному суспільстві термін «інформаційна війна» закріпився у науковий обіг, перейшовши з журналістики та політики в академічний дискурс. В академічному дискусі інформаційну війну як складний компонентний процес впливу, що поєднує різноманітні методи й інструменти – від дезінформації та пропаганди до кібератак і політичної маніпуляції – з метою досягнення політичних, воєнних чи економічних цілей. Інформаційні війни відіграють ключову роль у формуванні сучасного світового порядку та системи безпеки, що спричинило появу великої кількості наукових праць, присвячених цьому феномену.

Поняття інформаційної війни як наукової категорії сформувалося наприкінці ХХ ст., хоча науковці й раніше досліджували окремі її аспекти (пропаганда, психологічні операції тощо) досліджувалися й раніше. Зокрема, ще після Першої світової війни Г. Лассуелл [57] проаналізував технології масової пропаганди, заклавши основи наукового вивчення інформаційно-психологічного впливу. У період “холодної війни” питання інформаційного протистояння активно вивчали як на Заході, так і в СРСР – від аналізу пропагандистських кампаній до досліджень ролі мас-медіа у глобальному ідеологічному конфлікті. Ці ранні роботи створили історіографічне підґрунтя для сучасних студій з інформаційної війни.

Термін «інформаційна війна» вперше з'явився у 1976 році. Його застосував американський аналітик Т. Рона у доповіді «Weapon Systems and Information War». Він вказав, що інформаційна інфраструктура стала не лише критичною складовою економіки, але й вразливою ціллю у сучасних конфліктах [58]. На Заході поняття набуло популярності після завершення холодної війни: воно стало з'являтися в офіційних документах Міністерства оборони США, особливо після операції «Буря в пустелі» (1991), коли новітні інформаційні технології вперше були масово залучені у воєнних діях. В цей же час формуються

теоретичні основи інформаційної війни у військово-стратегічних дослідженнях. Зокрема, Мартін Лібіккі у праці *«What Is Information Warfare?»* [58] запропонував класифікацію інформаційної війни за сімома основними напрямками. Він виділив такі форми, як війна з системою управління, розвідувально-інформаційна війна, електронна війна, психологічна війна, економічна інформаційна війна, хакерська війна та кібервійна. Цей підхід Міноборони США наголосив на різноманітності проявів інформаційного протистояння – від руйнування комунікацій ворога до ведення бойових дій у кіберпросторі.

Паралельно розвивалися дослідження в інших галузях. Американський медіа теоретик М. Маклюен ще в 1960-х рр. провістив, що у глобалізованому світі «істинно тотальна війна – це війна за допомогою інформації», акцентуючи на зростанні ролі знань та комунікацій у протистояннях. Український науковець Г. Почепцов [30] одним із перших на пострадянському просторі системно проаналізував феномен інформаційних воєн. У своїй фундаментальній праці *«Інформаційні війни»* встановив інформаційну війну передусім як спосіб впливу на масову свідомість через комунікацію.

Головна мета, за Почепцовим, – змінити або зруйнувати «картину світу» супротивника. Це досягається через нав'язування вигідного агресору тлумачення подій та дискредитацію опонентів. Друга ключова мета – вплив на процес ухвалення рішень на всіх рівнях (від стратегічного до індивідуального), а третя – послаблення волі до опору через інформаційний тиск. Таким чином, вітчизняна наукова думка вже на початку 2000-х сформувала розуміння інформаційної війни як нетрадиційного виду протистояння, де “зброєю” виступає інформація [30].

Подальший розвиток тематики відображено в численних працях українських і зарубіжних авторів. Зокрема, О. Копаль і Ю. Павленко [13] у навчальному посібнику *«Інформаційна війна: проблеми та перспективи»* узагальнили підходи до класифікації та методів ведення інформаційних воєн,

акцентуючи на викликах для національної безпеки. О. Тихомиров розглядав інформаційну безпеку крізь призму соціотехнічної парадигми. У галузі масових комунікацій важливими є роботи, що пояснюють психологію пропаганди та медіавпливу – від класичних досліджень Г. Лассуелла і П. Лазарсфельда до сучасних розвідок про маніпуляції в соціальних мережах [57].

Попередні дослідники переважно зосереджувалися на двох аспектах. По-перше, вони сформували теоретичний апарат: класифікували види впливу та визначили ключові поняття. По-друге, вони детально описали історичний досвід двох світових воєн, холодної війни, сучасних конфліктів. Дослідники довели, що інформаційна складова стала невід’ємною частиною сучасних війн та геополітичної конкуренції. Залишається спірним визначення меж інформаційної війни – різні автори по-різному трактують співвідношення цього поняття з суміжними явищами (психологічна війна, кібервійна, пропаганда). Таким чином, попри значний прогрес у вивченні інформаційної війни, залишаються нерозкриті аспекти, які потребують подальших досліджень – зокрема, вироблення єдиної теоретичної основи та практичних рекомендацій для протидії інформаційним загрозам в умовах гібридних конфліктів.

1.2 Джерельна база

Джерельною базою роботи слугував широкий комплекс матеріалів – від офіційних документів та архівних джерел до мемуарів і електронних ресурсів. Документальні джерела включають, зокрема, нормативно-правові акти та офіційну документацію, що відображають державну політику в інформаційній сфері [32].

Для висвітлення історичних аспектів проблеми залучено архівні матеріали та друковані джерела епохи холодної війни. Зокрема, дослідили тексти програмних промов і заяв, які заклали основу інформаційного протистояння

Сходу і Заходу (промова В. Черчилля у Фултоні, 1946 р., відома як «речь про залізну завісу»). Використано опубліковані збірники документів та матеріалів того часу, а також цифрові архіви пропагандистських матеріалів – наприклад, колекції плакатів і агітаційних листівок періоду «космічних перегонів» між США та СРСР. Ці візуальні джерела дають змогу простежити еволюцію пропагандистських наративів і образів ворога у масовій свідомості [75]. Окрему групу джерел, що вимагала критичного аналізу, становлять матеріали особового походження (мемуари, свідчення). Для цього дослідження було залучено мемуарні матеріали колишніх співробітників західних інформаційних служб часів холодної війни. Показовим є спогад Г. Сосіна «*Sparks of Liberty: An Insider's Memoir of Radio Liberty*» – особисте свідчення про роботу радіостанції «Радіо Свобода» як інструмента інформаційної боротьби. Такі джерела проливають світло на внутрішню систему інформаційних операцій, мотиви та методи, які використовувалися для впливу на аудиторію по обидва боки «залізної завіси». Також були залучені матеріали періодичної преси і суспільно-політичних видань різних історичних періодів – як радянських, так і західних – для порівняння змісту та тональності пропагандистських повідомлень [76].

Отже, джерельна база поєднує первинні документи (закони, промови, архівні матеріали), візуальні та аудіоматеріали (пропагандистські плакати, радіопередачі), особисті свідчення (мемуари) та сучасні цифрові джерела. Така різноманітність джерел дозволяє всебічно проаналізувати проблему інформаційної війни – і в історичній ретроспективі, і в нинішньому її прояві – спираючись як на фактичні дані, так і на оцінки безпосередніх учасників подій.

Розділ II. ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ ПЕРІОДУ "ХОЛОДНОЇ ВІЙНИ" В ІСТОРИЧНОМУ КОНТЕКСТІ

2.1. Історичні передумови та етапи формування інформаційного протистояння СРСР і США

Період після завершення Першої світової війни до початку Другої світової, став часом формування одних з найжорстокіших режимів в історії людства – Радянського союзу, Нацистської Німеччини та інших. Їх становлення супроводжувалось вигадливими, геніально спланованими інформаційно-психологічними операціями, які по сьогодні є взірцем якісного пропагандистського впливу на масову свідомість. Такі дезінформаційні компанії, які були частиною активних дій, гарантували легітимність та стійкість новостворених режимів, будували підґрунтя для майбутніх зовнішніх агресій.

Праці Геббельса, як теоретика німецького нацизму, побудовані на основі філософських теорій Фрідріха Ніцше, тоді домінували як основні теорії інформаційно-психологічних операцій. Вони також зіграли значну роль у інформаційній війні навіть після ліквідації їх творця, знищення нацистського режиму, незадовго, вже у новому етапі світової історії, у протистоянні цивілізацій відомому як – «Холодна війна». Радянські колеги надихались, або відверто копіювали його праці такі як: «Маленька абетка націонал-соціаліста», їм вдалось створити живучішу систему інформаційного, немисливих до того масштабів.

Холодна війна – визначається як відкрите, гібридне суперництво (яке включало в себе інформаційні операції, гібридні агресії, ядерний шантаж, і таке інше), що розвинулося після Другої світової війни між Сполученими Штатами та Радянським Союзом і їхніми відповідними союзниками. Це протистояння велось на політичному, економічному та пропагандистському фронтах, з обмеженим використанням зброї в різних військових операціях [79].

Цей термін уперше використав англійський письменник Джордж Орвелл у статті, опублікованій у 1945 році, щоб описати передбачувану ядерну рівновагу

між «двома або трьома наддержавами, кожна з яких володіє зброєю, здатною знищити мільйони людей за кілька секунд». У Сполучених Штатах цей термін уперше вжив американський фінансист та президентський радник Барнард Барух у промові в Державному домі в Колумбії, штат Південна Кароліна, у 1947 році [79].

Підчас Другої світової війни, на початку вторгнення Нацистської Німеччини у СРСР, останній зазнав значних матеріальних втрат. За ініціативою Великої Британії, США поширили програму «Lend-Lease» на Радянський Союз. Це рішення переслідувало дві мети: по-перше, надати допомогу виснаженим військам нового, ситуативного, союзника, і по-друге, запобігти захопленню його територій, багатих на природні ресурси. Вже підчас Холодної війни, радянці створили міф про самостійне, успішне протистояння проти сил Осі. Відверто замовчуючи, спотворюючи факти залежності їхньої країни від сторонніх фінансових впливів, які відверто врятували СРСР від поразки. Даний міф був лише одним з багатьох створених розвиненою системою пропаганди, яка діяла як всередині самого СРСР, невпинно спотворюючи масову свідомість населення, так і за його межами [52].

Ще під час Другої світової війни СРСР і західні союзники розгорнули активні пропагандистські кампанії, закладаючи основи майбутнього інформаційного протистояння. Досвід психологічних операцій та масової агітації, напрацьований воюючими країнами, став у пригоді в нових умовах «холодного» миру.

Одразу по війні сторони вдалися до риторики, покликаної обґрунтувати власне лідерство і виставити опонента загрозою для світу. У вересні 1946 р. з'явилася знаменита стаття Дж. Кеннана про радянську експансіоністську загрозу (псевдонім «Х»), а майже одночасно радянський дипломат М. Новіков у таємній депеші змалював США як агресивну імперію. Ці документи відображали взаємну недовіру та готували ґрунт для інформаційної боротьби.

Першим публічним сигналом про початок «холодної війни» вважається фултонська промова У. Черчилля від 5 березня 1946 р. У. Черчилль, який у роки війни представляв Сполучене Королівство на нарадах лідерів антигітлерівської коаліції, звинуватив радянський комуністичний режим у встановленні залізної завіси, яка роз'єднала Європу від Штеттіна на Балтійському морі до Трієста на Адріатичному. Стверджуючи, що він не вірить у прагнення СРСР до нової війни. У. Черчилль застерігав, що Радянський Союз прагне отримати якомога більше здобутків від минулої війни. Крім того, за його словами, СРСР мав намір нескінченно посилювати свою міць та водночас розширювати вплив своєї ідеології [1]. У. Черчилль закликав Захід відмовитись від політики «нескінченних поступок і компромісів». Натомість він пропонував перейти до твердої та раціональної «політики угод і договорів на взаємоприйнятній основі», яка б спиралася на міцний союз США, Великої Британії та країн Британської Співдружності. На його думку, такий альянс забезпечив би силову перевагу та гарантував тривалий і безпечний розвиток.

У цей час створюються спеціальні структури — Управління з координації політики та Інформаційне агентство США, завданням яких було здійснення психологічних операцій проти СРСР і його союзників. Радіо “Голос Америки” (1942) та “Радіо Вільна Європа” (1949) стали потужними інструментами антирадянської пропаганди, спрямованими на народи Східної Європи [65, с. 45].

СРСР у відповідь формує централізовану пропагандистську систему: Агітпроп ЦК ВКП(б) координував діяльність преси, кіно, театру, радіо, використовуючи “класову боротьбу” як основу ідеологічного наративу. Інформаційні потоки суворо контролювалися через Головне управління у справах літератури і видавництва (Главліт). Преса (“Правда”), та кінематограф створювали образ США як агресора і “носія імперіалізму”.

У відповідь на американську стратегію стримування, Радянський Союз інституціоналізував власну інформаційно-ідеологічну політику. Промова

Андрія Жданова 1947 року про існування "двох таборів" —імперіалістичного і демократичного — заклала основу жорсткої бінарної риторики. У цей же період було створено Комінформ (Інформаційне бюро комуністичних і робітничих партій), який виконував функції координаційного центру пропаганди в Європі. Усередині країни так звана "ждановщина" ознаменувалася посиленням цензури, діяльністю Головліту, кампаніями проти "низькопоклонства перед Заходом" і "космополітизму", а також ідеологічною стандартизацією науки, освіти та мистецтва [49].

Зі свого боку США розгортали багатоканальну психологічну війну. Після ухвалення закон Сміта-Мундта (1948) державні інформаційні програми за кордоном отримали стабільне фінансування; створено офіс координації політики для таємних інформаційних операцій, а 1951 р. — Координаційну раду США для узгодження відомчих дій. Радіомовлення стало головним інструментом доступу населення соцтабору до альтернативних наративів — від новин до культурних програм. СРСР відповідав системним глушінням сигналів (масово з 1949 р.), криміналізацією прослуховування “ворожих голосів” і контрпропагандою через “Правду”, студію “Союзкінохроніка” тощо [60].

Європейські кризи кінця 1940-х стали “полігонами” інформаційної боротьби. Під час Берлінської блокади (1948–1949) сторони вели паралельні кампанії легітимації: Захід через драматичний образ “повітряного мосту”. СРСР протистояв цьому через меседжі, що нібито підкреслювали агресивну мілітаризацію Заходу. План Маршалла супроводжувався широкою комунікаційною кампанією, спрямованою на відбудову та досягнення загального добробуту. У відповідь Радянський Союз запустив інформаційну кампанію з дискредитації цього плану, називаючи його інструментом економічного підкорення.

У період 1950–1953 років відбулася Корейська війна, яка стала першим масштабним збройним конфліктом епохи, коли інформаційний вимір набув невід’ємної ролі поруч із військовими діями. США активно просуvalи ідею

колективної безпеки під егідою ООН, обґрунтовуючи свої дії як стримування агресії. У відповідь СРСР та КНР зосереджувалися на антиколоніальному дискурсі та критиці "американського імперіалізму". Саме в цей час формуються стандарти фронтової пропаганди, операції з деморалізації ворога та інформаційного супроводу мирних переговорів.

На рубежі 1952–1953 рр. інституційна рамка на Заході завершується створенням Інформаційного агенства США (USIA, 1953) — центрального координатора публічної дипломатії США. Паралельно адміністрація затверджує доктрину, яка прямо трактує ідеологічну та інформаційну боротьбу як ключовий фронт холодної війни і вимагає “тривалої, всеохопної” мобілізації ресурсів. У СРСР кульмінацією етапу стають “справи лікарів”, кампанії проти “космополітизму” та подальша закритість інформаційного простору — до різкого перегляду підходів після смерті Сталіна.

Після смерті Сталіна інтенсивність відвертої ворожої пропаганди дещо зменшилася. Нове радянське керівництво на чолі з М. Хрущовим проголосило курс на «мирне співіснування» з Заходом, що привело до відлиги у міжнародних відносинах [71].

Це відобразилося і на інформаційному фронті: з офіційної радянської риторики зникли крайні випадки проти «американців» як народу, натомість більше уваги приділялося перевагам соціалістичної системи [41].

В цей же час відбулися перші радянсько-американські культурні обміни. Знаковою подією стала Американська національна виставка в Москві (1959), де радянські громадяни змогли вперше масово ознайомитися з аспектами життя в США – від кухонної техніки і автомобілів до журналів і джазової музики.

У США «холодна війна» знайшла своє відображення на телеекранах, зокрема через висвітлення таких знакових подій, як Карибська криза 1962 року чи війна у В'єтнамі, що суттєво впливало на громадську думку і формування політики. Хоча можливість прямих трансляцій у соціалістичних країнах була відсутня через технологічні обмеження передачі сигналу на великі відстані до

появи супутників, телебачення активно використовувалося для внутрішньої пропаганди та демонстрації досягнень своїх режимів. Так, наприклад, обидві сторони холодної війни широко використовували космічні успіхи: політ Юрія Гагаріна у 1961 році представили в радянських ЗМІ як тріумф соціалізму, тоді як висадка американців на Місяць у 1969 році, трансляції якої дивився увесь світ, завдала потужного удару по міжнародному престижу СРСР [56].

У цей період обидві наддержави особливо посилили боротьбу за симпатії так званого «третього світу» – новонезалежних країн Азії, Африки й Латинської Америки. Тут інформаційне протистояння набуло форми суперництва пропагандистських наративів про шлях розвитку. СРСР пропонував антиколоніальним країнам модель соціалістичного прогресу, підтримував ліві рухи й уряди. Були створені багатомовні видання, що розповсюджувалися за кордоном журнали, агентство новин, яке надавало прокомуністичні матеріали зарубіжній пресі. США відповідали програмами допомоги та публічної дипломатії: діяльність Корпусу миру, культурні місії, програми розвитку покликані були піднести імідж США. Міжнародне мовлення теж грало роль: окрім «Голосу Америки», з Вашингтона велись спеціальні радіопередачі для Латинської Америки (іспанською) та Близького Сходу (арабською) з метою спростувати радянську дезінформацію про США [42].

У 1970-х роках, на хвилі розрядки, США та СРСР підписали низку угод про обмін інформацією і навіть про співпрацю в галузі телекомунікацій (наприклад, договір 1975 р. про створення прямого супутникового зв'язку між Москвою і Вашингтоном). Однак це співробітництво було обмеженим і носило радше символічний характер.

Значною подією цього періоду стала Гельсінська угода 1975 року, що в одному зі своїх положень передбачала зобов'язання учасників сприяти вільному поширенню інформації та контактам між людьми. СРСР спочатку розглядав ці домовленості як формальності, однак саме з них розпочався поступовий міжнародний тиск на радянське керівництво у питаннях прав

людини й свободи інформації. У відповідь з'явилися правозахисні організації, зокрема Московська Гельсінкська група, які через самвидав і західні ЗМІ повідомляли про порушення свобод у СРСР. Ці повідомлення активно підхоплювалися західною пресою, що дедалі більше підривало моральний авторитет радянської влади на міжнародній арені [44].

У 1980-х роках розпочався період, який часто називають «Другою холодною війною», що супроводжувався інтенсивною інформаційною ескалацією між США та СРСР. Загострення конфронтації стало помітним наприкінці 1970-х — початку 1980-х, особливо після введення радянських військ в Афганістан у 1979 році та низки інших агресивних дій з боку Радянського Союзу. Адміністрація президента Рональда Рейгана відповіла на ці кроки різким посиленням політики. У своїй знаменитій промові 1983 року Рейган назвав СРСР «імперією зла», що супроводжувалося масштабною інформаційною кампанією, спрямованою на дискредитацію радянського режиму на міжнародній арені.

Радянське керівництво на початку 1980-х відповідало посиленням пропаганди та дезінформації. За оцінками ЦРУ, на проведення пропагандистських операцій за кордоном СРСР витрачав на той час колосальні кошти – близько 3–4 млрд. доларів щорічно [57]. Через підконтрольні КДБ канали в західних країнах масово запускалися фейки: так, служба «А» КДБ успішно сфабрикувала історію про нібито американське походження вірусу СНІД (операція «DENVER»), яку вперше опублікувала індійська газета-фронт «Patriot» у 1983 р., а згодом передрукували радянські видання як «думку західних учених». Ця дезінформація набула глобального масштабу: протягом 1986–1987 рр. міф про «штучний СНІД» було поширено більш ніж у 40 країнах Африки, Азії та Латинської Америки, і навіть окремі західні ЗМІ його підхопили [55]. «Все залежало від того, які відносини склалися між Кремлем і Заходом», – пояснював такий вибіркового підхід Джин Сосін. Зокрема, у 1986 році радянське керівництво вирішило зупинити заглушування низки

радіостанцій – «Голосу Америки», «Бі-Бі-Сі», радіо «Пекін» і радіо «Корея» [78].

Джин Сосін стверджує, що «навіть коли глушили “Бі-Бі-Сі” і “Голос Америки”, 70 відсотків всієї потужності заглушування були спрямовані проти Радіо Вільна Європа і Радіо Свобода». За даними звітів ЦРУ США, наприкінці 60-х років щорічні витрати СРСР на глушіння і пов’язані з ним операції «успішні лише ситуативно» сягали близько 150 мільйонів доларів, тоді як загальний бюджет Радіо Вільна Європа і Радіо Свобода у ті роки становив майже 35 мільйонів доларів [52].

Попри весь арсенал контрзаходів, Радянський Союз у середині 1980-х почав програвати інформаційну війну. З приходом до влади М. Горбачова (1985) у СРСР стартували процеси «гласності», тобто розширення свободи інформації, часткового викриття брехні минулих десятиліть. Горбачов скасував цензурні обмеження на обговорення багатьох проблем, дозволив критику партійних органів у пресі, а у 1988 році – припинив глушіння західних радіостанцій, визнавши по суті поразку в ефірній війні [76, с.158].

У 1991 році, з розпадом СРСР, глобальне ідеологічне протиборство комунізму і капіталізму формально завершилося перемогою Заходу – багато в чому «без пострілу», інформаційною перемогою, адже принади західної свободи й добробуту стали очевидними для народів соцтабору, тоді як радянська система дискредитувала себе в очах власних громадян.

Таким чином, геополітична біполярність світу та ідеологічна антагоністичність комуністичної і капіталістичної систем стимулювали створення складних державних механізмів, спрямованих на формування та поширення ідеологічних послань. У післявоєнний період як СРСР, так і США ініціювали активну інституціоналізацію інформаційної політики, що включала організацію пропагандистських агенцій, міжнародного мовлення, спеціальних служб із психологічної війни та заходів культурної дипломатії.

Розвиток інформаційного протистояння пройшов декілька визначальних етапів — від прямих форм ідеологічної конфронтації у 1940–1950-х роках до витончених методів «м'якої сили», маніпулятивної роботи з фактами, дезінформації й символічної політики у 1970–1980-х роках. Засоби масової інформації, такі як радіо, телебачення, друкована преса, кіноіндустрія, а також програми освіти та культурні обміни виконували не лише роль каналів комунікації, але й стали аренами боротьби за прихильність та інтелектуальний простір глобальної аудиторії [77].

Серед важливих інструментів інформаційної війни особливе місце зайняли радіомовлення та заходи контрпропаганди. Зокрема, радіостанції «Голос Америки», «Радіо Свобода», ВВС зіграли ключову роль у підриві монополії радянської інформаційної системи та забезпеченні суспільств соцкраїн альтернативною інформацією. У відповідь радянська сторона використовувала методи повсюдного глушіння передач, суворої цензури, а також активізувала практики дезінформації, фальсифікації даних та формування позитивного зовнішнього іміджу з використанням підконтрольних джерел [76].

Культурна дипломатія стала важливим інструментом у реалізації інформаційної боротьби. Культурні обміни, міжнародні фестивалі, виставки, спортивні події та музика активно використовувалися обома сторонами для формування позитивного образу власної суспільно-політичної моделі.

У сучасному інформаційному суспільстві, де інформаційні технології відіграють ключову роль, термін «інформаційна війна» став не лише публіцистичним виразом або політичним терміном, але й активно використовується як самостійна категорія у науковому дискурсі. Це означає, що вчені досліджують і аналізують явище інформаційних війн, розглядаючи його як складний процес впливу, де використовуються різні методи та інструменти, зокрема дезінформація, кібератаки та політична маніпуляція, для досягнення політичних, економічних або стратегічних цілей. Інформаційні війни відіграють важливу роль у формуванні сучасного світового порядку та потребують

серйозного наукового дослідження та реагування. Вперше термін «інформаційна війна» було вжито Т. Роном в звіті «Системи зброї і інформаційна війна», підготовленому ним в 1976 р. Він підкреслював, що інформаційна інфраструктура є ключовим аспектом американської економіки, в той же самий час вона стає і вразливою метою як у воєнний, так і в мирний час [22].

Поняття інформаційної війни вже вийшло за межі суто наукових дискусій і перетворилося на один із важливих елементів сучасних міжнародних конфліктів. Це більше не просто додатковий засіб ведення боротьби, а одна з основних її форм, що відіграє значну роль. Інформаційна війна стала невід'ємною складовою гібридної агресії. Вона має серйозний вплив на національну безпеку, економіку та соціальну стабільність у глобальному масштабі. Вона стає центральним чинником у взаємодії між державами, корпораціями та суспільством загалом, створюючи серйозні виклики для міжнародної безпеки. Це робить її детальне дослідження критично важливим для розуміння динаміки сучасного світу [35, с. 19].

Дослідники пропонують визначати інформаційні війни як специфічну форму боротьби. Її сутність полягає у тому, що сторони конфлікту застосовують інформаційні ресурси. Ця боротьба може бути як відкритою, так і прихованою, і включати в себе різні засоби впливу, такі як дезінформація, кібератаки, політична маніпуляція та інші [8]. Американський дослідник М. Маклюен ввів у науковий обіг поняття «інформаційна війна», висловивши думку, що «істинно тотальна війна – це війна за допомогою інформації». Ще 30 років тому він зазначив, що сучасні економічні зв'язки все частіше набувають форми обміну знаннями, а не товарами. Засоби масової комунікації, на думку Маклюена, стали новими «природними ресурсами», здатними примножувати суспільне багатство.

Можна сказати, що популярність до терміну «інформаційна війна» прийшла після закінчення так званої «холодної війни». Цей термін став

використовуватися в документах Міністерства оборони США. Особливо часто він став згадуватися засобами масової інформації після проведення операції «Буря в пустелі» в 1991 році, де нові інформаційні технології вперше були використані як засіб ведення бойових дій.

Поняття інформаційної війни є одним із найуживаніших інструментів при аналізі політичних комунікацій. Це цілком закономірно, адже саме такий формат організації інформаційної взаємодії вважається найбільш результативним для досягнення політичних цілей і реалізації масштабних проєктів у сфері влади. Як показує практика, окремі інформаційні повідомлення зазвичай не здатні створити стійкий зв'язок держави чи партії з громадською думкою або забезпечити їх тривалу присутність у публічному просторі. Реалізація будь-яких політичних цілей потребує постійного й максимально інтенсивного інформаційного супроводу, який дозволяє поширювати повідомлення на рівні, достатньому для досягнення поставлених завдань. Застосування, наприклад, державою елементів інформаційної політики часто виявляється надто затратним за ресурсами, вимагає значного часу і через це не завжди є ефективним [13, с. 14].

Теоретики інформаційної війни зазвичай вирізняються схильністю до образного й художнього мислення, надаючи перевагу філософським категоріям замість технічних термінів. Наприклад, Р. Шафраньски, співробітник Коледжу Генерального штабу армії США, описує 28-річну історію розвитку засобів і методів ведення війни як процес еволюції фундаментальної здатності приматів використовувати штучні інструменти для посилення та розширення функцій їхніх природних кінцівок. Іншими словами, ми звертаємося до зброї, оскільки вона ефективніша за наші кігті й ікла. Однак, на його думку, настав час освоїти мистецтво ведення війни за допомогою розуму: людський мозок стає головним інструментом і одночасно ключовим полем битви у рамках інформаційної війни.

Сучасні доктрини визначають інформаційну війну як комплексну стратегію. Її мета – досягти інформаційної переваги, впливаючи на середовище супротивника та одночасно захищаючи власне. Дослідники вказують на деякі характерні риси інформаційної війни: універсальність (може застосовуватися на різних рівнях - від особистісного до міжнародного, і при використанні різних засобів); завуальованість (суб'єктові інформаційної війни не завжди очевидний деструктивний вплив, таку війну необов'язково оголошувати); масштабність (чим більше розвинені інформаційні технології, тим масштабніша шкода від подібної війни, тим більше об'єктів у неї залучені); перманентність (ведеться і в мирний час, і, власне, у воєнний); превентивний, попереджувальний характер (по суті, будь-який конфлікт починається з інформаційної війни, а далі вже може йти безпосередньо «фізичний» вплив, знищення [58]).

Інформаційну війну можна визначити як найгострішу форму конфлікту в інформаційному просторі, де головний акцент робиться на характері протиборства сторін. Вона відзначається безкомпромісністю, високою інтенсивністю та короткотривалістю активної фази. Агресивність учасників у цьому контексті часто описується терміном «інформаційна зброя».

Таке розуміння значно розширює коло учасників інформаційного протистояння. У ньому беруть участь не лише дві сторони, що конфліктують, а й усі суб'єкти, присутні в політичному просторі: громадськість, особи, які ухвалюють рішення, медійні структури тощо. За такого підходу до інформаційних війн відносять навіть ідейні суперечності між різними доктринами, релігіями чи мистецькими напрямками. У цьому сенсі будь-які розбіжності у поглядах або світогляді, а іноді й звичайні людські пристрасті, розглядаються як різновиди інформаційного протистояння [50].

Завдання інформаційної війни: створення атмосфери бездуховності, негативного ставлення до культури та історичної спадщини у суспільстві конкурента чи ворога; маніпулювання громадською думкою і політичною орієнтацією населення держави з метою створення політичного напруження та

стану, близького до хаосу; дестабілізація політичних відносин між партіями, об'єднаннями та рухами з метою розпалення конфліктів, стимулювання недовіри, підозри, загострення ворожнечі, боротьби за владу; провокування, застосування репресивних дій з боку влади щодо опозиції; зниження рівня інформаційного забезпечення органів влади та управління, інспірація помилкових управлінських рішень; введення населення в оману щодо роботи державних органів влади, підрив їх авторитету, дискредитація їхніх дій; провокування соціальних, політичних, національно-етнічних і релігійно-конфесійних зіткнень. У науковій літературі пропонують багато визначень інформаційної війни [54]. Представники одного з підходів - переважно військові, як вітчизняні, так і зарубіжні, - розглядають інформаційну війну як одну з форм забезпечення чи ведення бойових дій. По суті, інформаційна війна з'явилась завдяки новим підходам до обігу інформації та переосмислення її ролі у суспільстві. Новітні тенденції у засобах і методах ведення війни, що з'явилися завдяки розвитку інформаційних технологій, настільки глибокі й масштабні, що експерти називають це новою революцією у військовій справі [50].

Відомий теоретик інформаційної війни М. Лібікі вважав, що в майбутньому інформація стане основним засобом стримування збройних конфліктів. На його думку, взаємопов'язана інформаційна система, що складається з мережі космічних супутників стеження, наземних, повітряних і морських датчиків, дасть можливість контролювати будь-яку військову активність на планеті, а значить, і застосовувати превентивні заходи проти агресора, оскільки глобалізація світових інформаційних систем дозволить паралізувати та відрізати його економічні й інформаційні системи від решти світу [58].

Отже, незважаючи на різні тлумачення поняття «інформаційна війна», очевидно, що основна ознака цього типу кампаній - гостра, агресивна взаємодія протиборчих сторін в інформаційній сфері, яка негативно відбивається на стані політичних комунікацій суспільства в цілому. Застосування таких кампаній

політичними акторами пов'язане з наростанням ризиків, результатом яких може стати швидка зміна статусів і позицій у відносинах влади. Через високу інтенсивність суперечки інформаційні війни погано піддаються управлінню та свідомому регулюванню і тому виступають як двосічна зброя для протиборчих сторін. Досягнення цілей подібними способами посилює політичну конфронтацію, знижує можливості поширення консенсусної культури, підриває стабільність у суспільстві. можна зробити висновок, що дане поняття використовується не тільки для характеристики діяльності військово-політичного керівництва держав, а й для характеристики діяльності засобів масової інформації та комунікації, конкуренції в економіці, групових і міжособистісних відносин. Тому виникла необхідність уточнити поняття «інформаційна війна» в контексті політики.

2.2. Пропаганда як інструмент інформаційної війни між СРСР і США

У ХХ ст. пропаганда стала системним інструментом політики — від мобілізації населення до зовнішнього позиціонування держав. Теоретично її розуміють як цілеспрямоване формування сприйняття, емоцій та поведінки мас через відбір і структурування повідомлень. Для холодної війни характерне злиття пропаганди з публічною дипломатією, і психологічними операціями; відмінності між блоками полягали не лише в цілях, а й у медіасередовищі та способах контролю над ним.

Чітко простежуються зміни у стилістиці політичних плакатів та карикатур, які залишалися одним із найефективніших способів впливу на масову свідомість радянських людей. Насамперед, у цей період зникає типовий для ранніх років «холодної війни» стереотипний образ буржуя — дядечка Сема у циліндрі, зі сигарою та мішками золота. Крім того, після 1985 року майже повністю зникають карикатури, де США зображувалися як головне джерело агресії. Подібні плакати траплялися все рідше. Більшість із них стосувалися програми «зоряних війн» і збільшення США кількості ракет, наприклад,

тематики на кшталт «СОІ — ініціатива пана Рейгана» чи «Грачі прилетіли». Дуже важливу роль у формуванні необхідної для радянської влади суспільної свідомості відігравали засоби масової інформації – преса, телебачення, радіо [57].

Взагалі, газети – дуже важливий інформаційний ресурс, головний “рупор” для офіційної влади і джерело формування громадської думки. Найбільш впливовими у Радянському Союзі були центральні газети, що одночасно були і найпоширенішими: “Правда”, “Комсомольська правда”, “Відомості”. Більшість громадян СРСР досить довірливо ставилася до влади і повідомлень преси [60]. Прямо або опосередковано, через спеціальні відомства, редакції газет підпорядковувалися Управлінню пропаганди й агітації (УПА), що включало секретаріат й 19 відділів, у тому числі відділ центральних і відділ місцевих газет.

На завершальному етапі “холодної війни” значну частину газетних видань випускали партійні комітети, вплив яких на суспільне життя був ще дуже сильним. Так, наприклад, центральний орган ЦК КПРС – газета “Правда” – мала тираж приблизно 11 мільйонів екземплярів, великими тиражами виходили й інші органи ЦК – газети “Соціалістична індустрія”. Розпад Радянського Союзу та міжнародні інтерпретації завершення “холодної війни”: 20 років потому “Сільське життя”, “Радянська культура” [69]. Велика кількість газет республіканського масштабу мали об’єднаного видавника, наприклад, ЦК Компартії та Раду Міністрів республіки. В цілому, на завершальному етапі “холодної війни” у газетах відбувалися певні зміни. Так, поступово можна простежити тенденцію до значного зменшення кількості статей антикапіталістичного, антиамериканського характеру, хоча ще довго зберігалися подібні висловлювання. Представники СРСР звинувачували США у намірах посісти місце світового господаря. Показовою у плані поширення антиамериканських настроїв є стаття “Америка та права людини”, в якій яскраво розписано всі недоліки повсякденного життя американських громадян,

їх зловоденні проблеми: низький рівень життя більшості населення, проблема наркоманії, аморальність .

Радянська система базувалася на централізованій політико-ідеологічній вертикалі, що охоплювала різні рівні управління — від відділу агітації та пропаганди ЦК (агітпроп) до загальносоюзного цензурного органу Головліт, який мав вирішальну владу над друком, радіомовленням, сценічними постановками та контролем за державними таємницями. За розповсюдження «офіційної» версії реальності всередині країни та за кордоном відповідали інформгентства ТАРС і АПН (Новості) [60]. Радіо «Москва» та спеціалізований канал «Радіо Мир і Прогрес» використовувалися для просування радянської міжнародної політики. Починаючи з 1947 року, ідеологема «два табори» (доктрина Жданова) стала стандартом для створення образу «буржуазного ворога» і слугувала підґрунтям для легітимації мережі так званих «мирних» фронт-організацій, таких як Всесвітня рада миру. Окрему роль відігравали «активні заходи» КДБ, що включали дезінформацію, виготовлення фальсифікацій, вплив через «дружні» структури та засоби масової інформації [60].

Завдяки розвиненій ієрархічній системі, дії Москви були швидкими та досить адаптивними. Усі дії погоджувались у центрі прийняття рішень, що дозволяло робити швидкі коригування до планів, а також скорочувало час від прийняття рішення до його фактичного виконання. Також, завдяки жорсткій централізованій системі, радянці були більш стійкими до впливу інфільтрованих та завербованих агентів ЦРУ, а їх присутність легше виявлялась. Радянський Союз створив велику глобальну систему для підготовки та проведення дезінформаційних операцій і поширення пропаганди. Ефективність цієї системи була централізацією влади, про що свідчив один з агентів ЦРУ. Він зазначив, що оскільки Москва аналізувала всі події зовнішньої політики та безпеки, вона була здатна швидко реагувати, коли це було їй вигідно [54].

Головною структурою, яка відповідала за проведення «активних дій» та пропаганду, була сумнозвісна КДБ. Крім інформаційних операцій, під її наставництвом відбувалось вербування та подальше навчання терористичних угруповань по всьому світу. Для виконання даних завдань СРСР використовував «Комінтерн», структуру яка була створена для розповсюдження комуністичної ідеології по всьому світу. Дана структура пізніше була неодноразово перейменована задля збереження прикриття реальних дій. Комінтерн шукав та набирал кадри з місцевих професійних спілок, його ціллю були: незадоволений якістю життя робітничий клас, емігранти(найчастіше з Близького сходу), студенти які шукали швидкого збагачення та власного високого призначення. Відібрані кадри отримували спеціальне навчання відповідно до свого майбутнього призначення, будь то інфільтрація в органи державної влади чи формування терористичних угруповань. Відповідальною за планування інформаційно-психологічних операцій у системі КДБ Радянського Союзу, була так звана «Служба А». У їх розпорядженні були численні агенти серед іноземних резидентів, підготовані КДБ та Комінтерном та чисельні підконтрольні СРСР засоби масової інформації, найпопулярніші у той період. Зрештою, це спричиняло повстання та військові заколоти по всій земній кулі, особливо там, де ЦРУ не мало сильного впливу. Служба А, КДБ мали сильні зв'язки навіть у американському політикумі. Відомий випадок підробки документів, коли КДБ підробило документ уряду США, який критикував політику адміністрації Картера в Латинській Америці, а згодом приписувало ці ж заяви команді Рейгана [56].

Попри те, що фальшування документів є складною та важливою складовою дезінформаційних кампаній, значно популярнішим засобом поширення пропаганди було радіо. У період початку та розпаду Холодної війни радіо відігравало ключову роль в інформаційно-психологічних операціях як з боку СРСР, так і зі сторони США. Завдяки своїй загальній доступності, простоті у використанні, інноваційності на той момент та широкому

охопленню, радіо стало основним джерелом інформації для населення. Значною перевагою цього засобу пропаганди, порівняно з друкованими виданнями, була важкодоступність ретрансляторів радіосигналів, які здебільшого знаходилися в самому Радянському Союзі. Це забезпечувало високий рівень стійкості до зовнішнього втручання. Хоча з часом сигнал почали глушити, повністю усунути радіомовлення було практично неможливо [42, с. 138].

Радянська влада активно використовувала радіо для пропагування успіхів соціалізму, як всередині СРСР так і за кордоном. Метою таких заходів було створити ілюзію високого рівня життя серед радянських громадян. Москва поширювала існуючі, а частіше вигадані, синтетично створені Службою А міфи про Західні керівництва, стверджуючи їх тотальну корумпованість. Через ефіри транслився міф про миролюбну природу СРСР на противагу жорстоким Західними державам. Створювалася ілюзія оточення Радянського Союзу виключно агресивними режимами, які прагнуть захоплення та поневолення його населення. В цей час агресії, агресивні інформаційні дії Москви, військові провокації(які з часом жаргонно почали називати «шалений Іван») висвітлювались як дії у відповідь на провокації. Формування негативного іміджу об'єднаного Заходу, було однією з головних задач інформаційно-психологічних операцій та радіо як інструменту. Державні мовники, такі як «радіо Москва», безперервно численними мовами світу створювали негативний імідж США та його союзників.

Одними з першими реалізованих Управлінням спецпроектів на інформаційному фронті можна вважати створення «Радіо Вільна Європа» та «Радіо Свобода». Перше з перелічених було створено в 1949 р. «...під егідою урядового розвідувального апарату» – Національного комітету за вільну Європу [42, с. 142].

Це була ніби-то приватна організація, створена для маскування присутності урядових завдань США в інформаційній сфері. Своєю чергою

«Радіо Свобода» було утворене в 1951 р. за спонсорської підтримки Американського Комітету за свободу народів СРСР. У той час як Радіо Вільна Європа» призначалося для Східної Європи, Чехословаччини, Угорщини, Румунії, Польщі і Болгарії [45]. Обидві радіостанції працювали без дозволу Конгресу, а незначну взаємодію між двома організаціями підтримували шляхом агентурних зв'язків [66, с. 52]. На відміну від «Голосу Америки», «Радіо Вільна Європа» і «Радіо Свобода» працювали у зоні «сірої пропаганди» (їхнє джерело було прихованим або невідомим). Вони мали впливати на більш «націоналістично спрямовану» аудиторію, яка уособлювала «прагнення народів-сателітів СРСР» до незалежності від комуністичного впливу. Наголосимо, що започаткована під прикриттям приватного спонсорства причетність ЦРУ до діяльності цих радіостанцій не була підтверджена публічно до 1971 року [24, с. 110].

Використовуючи різноманітні методи впливу, викривлені історичні факти та відверту дезінформацію, КДБ створювало уявлення про існування «імперіалістичних» прагнень об'єднаного Заходу, який начебто безупинно готується до нової хвилі колоніальних завоювань. У цей же час «Радіо Москва» пропагувало образ надзвичайної дружби та єдності різних народів, що проживали в Радянському Союзі, одночасно підтримуючи ілюзію стабільності такого співіснування..

Стартувала одна з найширших інформаційно-психологічних операцій Холодної війни – операція «Інфекція», націлена на дискредитацію Сполучених Штатів [49. с, 785]. У липні 1983 року, створена КДБ 1962 року для розповсюдження дезінформації, про-радянська індійська газета «Патріот» випустила статтю в якій звинуватила США у створенні Вірусу Імунодефіциту Людини(ВІЛ). У статті анонімний «відомий американський вчений» запевняв, що ВІЛ був штучно створений у біолабораторії Форту Детрік. Так званий «вчений» стверджував, що смертельний вірус був створений Пентагоном, у рамках програми з дослідження та розробки біологічної зброї. За його словами,

спеціалісти Центру з контролю та профілактики захворювань США були направлені в Африку та Латинську Америку, щоб зібрати проби найсмертоносніших вірусів, які не зустрічаються в Європі та Азії, з метою їх об'єднання та перетворення на біологічну зброю [59].

Дана стаття не мала значного успіху, розбурхавши лише окремі кола конспірологів, спеціально створених та самостійно діючих. Однак, як і планувалось, вона стала початковою точкою для широкої інформаційно психологічної операції КДБ через два роки після свого створення. Почалась операція телеграмою до союзного, Болгарського департаменту КДБ сьомого вересня 1985 року. Метою цих заходів є створення сприятливої думки за кордоном про те, що ця хвороба є результатом секретних експериментів з новим типом біологічної зброї, які вийшли з-під контролю, що їх проводили спецслужби США та Пентагону. У пресі країн, що розвиваються, зокрема Індії, вже наведено факти, що свідчать про причетність спецслужб США та Пентагону до появи та швидкого поширення хвороби СНІД у США, а також інших країнах. Судячи з цих повідомлень і з огляду на зацікавленість американських військових у симптомах СНІДу, швидкості та географії його поширення, найбільш імовірним є припущення, що це вкрай небезпечне захворювання є результатом чергового експерименту Пентагону з новим типом біологічної зброї. Це підтверджується тим фактом, що хвороба спочатку вражала лише певні групи людей: гомосексуалів, наркоманів, іммігрантів із Латинської Америки» [72].

У липні 1967 радянці представили новітній МіГ-25 «Foxbat», його поява стала шоком для повітряних сил США. Аналітики Пентагону повідомляли про немислимі можливості нового радянського винищувача, що піднімало тривогу серед військово-політичного керівництва США, адже, як здавалось, відповісти на нові можливості СРСР просто нічим. Нечисельні знімки давали віддалене розуміння нової загрози, а радары, які фіксували активність радянського повітряного простору, не залишали сумнівів – загроза реальна. Для

розповсюдження паніки Москва залучила максимум агентурних можливостей, всередині оборонних відомств Сполучених Штатів десятки функціонерів просували дезінформацію Кремля [71].

Інформаційна операція СРСР з просування іміджу власного військово-промислового комплексу, та МіГ-25 окремо, зазнала тотального краху після доленосного рішення одного з радянських пілотів втекти з країни. У вересні 1976 року, лейтенант повітряних сил СРСР Віктор Беленко викрав гордість радянської пропаганди, та приземлив винищувач в Японії, на території цивільного аеропорту Хакодате. Згодом після приземлення пілот запросив політичного прихистку в обмін на вкрадений літак та технічну інформацію [48, с. 38].

Таким чином, порівняння радянської та західної моделей показує дві принципово різні архітектури впливу. Радянська система була централізованою, вбудованою в державний апарат ідеології: цензуру та «єдину правильну інтерпретацію» забезпечував Головліт, а політична мобілізація спиралася на агітаційно-пропагандистські практики (агітпроп) у пресі, кіно, освіті та масових ритуалах. Ця модель робила інформаційну монополію нормою, а несумісні наративи — нелегітимними або кримінальними.

У каналах поширення обидві сторони використовували схожі носії (радіо, кіно, культурні події), але радянська модель системно доповнювалася «активними заходами» — прихованими операціями впливу (вкидання, підробки, підставні видання). «Операція Денвер-Інфекція» про нібито американське походження ВІЛ-СНІД: її резонанс виявив, як дезінформація закріплюється у глобальних мережах, якщо влучає у наявні упередження та страхи. Для протипаки Захід робив ставку на відкриті канали і на довіру аудиторій; однак змушений був працювати в умовах тотального глушіння, що саме по собі слугувало індикатором ефективності альтернативної інформації для радянської влади [71].

Механіки впливу також різняться. Радянська система опиралась на монополію сенсу (цензура, тотальний контроль) і на оперативні технології спецслужб. Західна — на редакційну «вогнестіну», культурну привабливість та обміни, інституціоналізовані і в ширшій екосистемі публічної дипломатії (слухання аудиторій, адвокація, культура, обміни, міжнародне мовлення).

Радянська модель була ефективною у створенні контрольованого внутрішнього інформаційного середовища, але втрачала довіру там, де з'являлася конкуренція джерел; західна модель повільніша, вразливіша до бюджетних і політичних коливань, проте показує більшу стійкість і легітимність завдяки нормам і прозорості. В епоху мережевих платформ, коли швидкість і масштаб спотворень безпрецедентні, виграє не той, хто гучніше транслює, а той, хто довше утримує довіру й уміє працювати із сумнівом, контекстом і критичним мисленням аудиторії. Це і є головний стратегічний висновок з «дуелі» радянських і західних підходів до пропаганди.

2.3. Культурний вимір інформаційного протистояння у період "холодної війни"

Термін "інформаційна війна" в контексті Холодної війни виходить далеко за межі суто військово-технічних операцій. Він охоплює комплекс заходів, спрямованих на "серця і розум" як власного населення, так і громадян супротивника та нейтральних країн. Кардинальною метою такої війни є вплив на національну ідентичність - її формування або руйнування. Саме ідентичність слугує морально-психологічним фундаментом держави. Ключовим полем бою в цьому процесі виступає історична пам'ять, яку кожна зі сторін намагалася інтерпретувати на свою користь, нав'язуючи власні трактування та оцінки подій.

У цьому протистоянні важливу роль відігравала "культурна пропаганда",

яку на Заході частіше називали "культурною дипломатією". Це поняття визначається як інструмент переконання, що використовується урядом для інформування та впливу на закордонну аудиторію з метою просування своїх національних інтересів. Для Сполучених Штатів активізація культурної дипломатії після Другої світової війни стала прямою відповіддю на ідеологічний виклик з боку СРСР. Відмова від попередньої політики ізоляціонізму та початок глобального протистояння з комунізмом змусили Вашингтон шукати нові шляхи впливу, і культура виявилася одним з найефективніших. Ідеологічне протиборство реалізовувалося саме через поширення американської культури та організацію культурних обмінів.

Стратегічні цілі культурної пропаганди США та СРСР кардинально різнилися, відображаючи фундаментальні відмінності їхніх ідеологій. Радянський Союз прагнув довести світові переваги комуністичної моделі, створити ідеалізований образ "нової радянської людини" та мобілізувати суспільство проти зовнішньої капіталістичної загрози. Сполучені Штати, у свою чергу, просували ідеали свободи, демократії та ринкової економіки, намагаючись стримати поширення комунізму та продемонструвати привабливість "американського способу життя" [14].

Ця різниця в цілях породила різницю в методах. США зробили ставку на так звану "м'яку силу" — здатність впливати через привабливість, а не через примус. Американська масова культура, зокрема продукція Голлівуду, стала ключовим елементом цієї стратегії, діючи не за прямим наказом держави, а через комерційну привабливість та глобальне поширення. На противагу цьому, радянська пропагандистська машина була жорстко централізованою, тотальною та підпорядкованою прямому державному контролю [2].

Американська система, заснована на ідеології вільного ринку та індивідуалізму, не могла використовувати настільки прямі методи без ризику наразитися на звинувачення у лицемірстві та порушенні власних принципів. У США ніколи не існувало єдиного міністерства культури, яке б диктувало

творцям, що і як зображувати. Тому американська ідеологія була "вбудована" в комерційно успішні культурні продукти. Такі фільми, як "Роккі IV", просуvalи американські цінності не за державним замовленням, а тому, що наратив про перемогу індивіда над бездушною системою добре продавався і резонував з національним міфом [46]. Американська модель була привабливою — вона не наказувала, а спокушала певним образом життя, демонструючи його переваги через яскраві та емоційно насичені образи. Ця фундаментальна асиметрія робила пропагандистські стратегії обох країн ефективними для різних аудиторій та в різних контекстах, визначаючи характер культурної війни на десятиліття вперед [44, с. 148].

За часів Холодної війни спорт набув відверто політизованого характеру і США, і СРСР розглядали великий спорт як ефективний інструмент пропаганди та міжнародного іміджу. Саме в цей період дві наддержави прагнули «експлуатувати спорт для вирішення своїх політичних цілей, і в хід йшло все». Спортивні перемоги використовувалися для піднесення патріотизму, демонстрації переваг своєї суспільно-економічної системи та формування у громадян переконання в слабкості супротивника. Легко уявити психологічний ефект: пересічний глядач, далекий від геополітики, бачачи, що його країна незмінно перемагає на олімпіадах, робить «логічний» висновок — якщо ми найкращі в спорті, значить, наша система краща за всі інші [9]. Після Другої світової війни США приділили значну увагу розвитку спорту і фізичного виховання як усередині країни, так і в міжнародному вимірі. Одним з перших кроків був запуск національної програми фізкультурної підготовки молоді [10, с. 93].

Паралельно спорт став для США засобом «культурної дипломатії», особливо у відносинах з новими незалежними державами Азії, Африки, Латинської Америки. Американська влада усвідомлювала, що колоніальна епоха завершується і багато молодих країн можуть потрапити під вплив СРСР, граючи на антиамериканських настроях через тему расизму в США.

Щоб нейтралізувати цей фактор і завоювати симпатії «третього світу», були задіяні спортивні проекти. Яскравим прикладом стала «бейсбольна дипломатія» щодо Куби: у післявоєнні роки США активно популяризували свій національний вид спорту – бейсбол – на Кубі, розвиваючи там інфраструктуру, ліги та залучаючи місцевих гравців. У результаті за кілька років кількість кубинських бейсболістів у американській вищій лізі потроїлася, а до кубинських команд приєдналися десятки американських гравців, які не пройшли відбір у США [14].

Це було спрямовано на демонстрацію нового, більш інклюзивного обличчя Америки та зміцнення дружніх відносин. Зокрема, це мало показати небілим народам, що американський спорт прагне інтегрувати представників різних рас. Подібну стратегію використовували й щодо інших країн. За підтримки США, наприклад, Португалія впровадила ініціативу з інтеграції африканських спортсменів у свої команди. Яскравий приклад — зірковий футболіст Ейсебіо з Мозамбіку, який приєднався до збірної Португалії. Таким чином США через спорт намагалися покращити свою репутацію серед країн, що нещодавно звільнилися від колоніальної залежності, і запобігти їхньому наближенню до комуністичного блоку.

Радянський Союз, хоч і пізніше долучився до міжнародного спорту (перша поява радянської команди на Олімпійських іграх – 1952 рік), швидко надолужив відставання. Уже з кінця 1950-х СРСР розгорнув масштабні програми розвитку фізичної культури: масове будівництво спортивних об'єктів, обов'язкові уроки фізкультури в школах, розгалужена система ДСТ «Динамо», «Спартак» тощо. З 1960 по 1980 роки кількість басейнів і стадіонів подвоїлася, залів різного призначення зроста на десятки тисяч. Державна агітація заохочувала громадян займатися спортом, часто з акцентом на змагання зі світовим капіталізмом. Це сприяло тому, що спорт проник у повсякденне життя радянських людей настільки, що дехто сприймав його як «ще одну роботу» [41].

Водночас верхівка КПРС розуміла політичну цінність великих спортивних перемог. Якщо Йосип Сталін до спорту ставився байдуже, а Микита Хрущов навіть виявляв ворожість (особливо до футболу, вважаючи його відволіканням), то Леонід Брежнєв, сам любитель хокею та автоперегонів, зробив спорт одним з пріоритетів державної політики. Саме в брежнєвську епоху СРСР почав активно претендувати на проведення великих міжнародних змагань, розглядаючи це як можливість престижу. Важливою подією стало отримання права на проведення Олімпійських ігор 1980 року в Москві. Цей турнір планувався як тріумф радянського спорту і системи, однак обернувся серйозною пропагандистською поразкою: після введення радянських військ до Афганістану в грудні 1979 р. понад 60 країн (включно зі США, ФРН, Японією, Канадою та ін.) оголосили бойкот Олімпіади-80 [41].

Ігри відбулися без участі значної частини західного світу, тож навіть сотні завойованих СРСР медалей втратили пропагандистський ефект – адже головний суперник («капіталістичний блок») був відсутній. У відповідь Москва та її союзники бойкотували наступну Олімпіаду 1984 року в Лос-Анджелесі, організувавши альтернативні змагання «Дружба-84» для соціалістичних країн. Цей обмін бойкотами став кульмінацією «спортивної холодної війни», коли навіть на арені, покликаний єднати народи, яскраво проявилось глобальне розмежування таборів [14].

Кінематограф, що став масовим мистецтвом з колосальним впливом на аудиторію, і обидві наддержави добре це розуміли. Радянська влада одразу почала використовувала його як засіб пропаганди – ще у 1920-30-х агітаційні фільми виховували нову колективістську свідомість. За сталінської доби кіно стало складовою культури особистості вождя, створюючи культ Сталіна на екрані. Під час Другої світової війни кінематограф мобілізували для патріотичної пропаганди. Отже, до початку холодної війни в СРСР існував напрацьований механізм ідеологічного контролю над кіно.

У повоєнні роки кінематографічне протистояння між СРСР і США набуло

нового виміру. Радянський кінематограф був цілковито державним – студії, прокат, цензура контролювалися партією. Для радянської влади кіно залишалося одним з основних інструментів пропаганди, поряд із пресою і радіо. У післявоєнні роки на екрани СРСР виходить серія фільмів, що прямо демонізували образ зовнішнього ворога – американців. Одним з перших став фільм «Російське питання» (1948, реж. Михайло Ромм), де показано американських журналістів, які намагаються сказати правду про Радянський Союз, але стикаються з змовою злих магнатів. У стрічці стверджується, що американський капіталістичний істеблішмент жадає нової війни проти СРСР і контролює пресу, приховуючи правду [6].

Варто відзначити одну особливість: радянські сценаристи робили застереження – мовляв, «простий американський народ» не винен, його вводять в оману власні мільярдери. Такий підхід (розрізнення «поганих» еліт і «хороших» пересічних американців) мав показати ідеологічну гнучкість радянської пропаганди: СРСР воює не з народом США, а з їх експлуататорами.

Фільм режисера Михайла Чіаурелі "Падіння Берліна" є хрестоматійним прикладом кінематографа епохи сталінізму, де пропагандистська функція досягла свого апогею. Хоча наявні джерела не містять глибокого аналізу цієї стрічки, її місце в історії радянської пропаганди є незаперечним. Фільм слугує яскравою ілюстрацією того, як кіно використовувалося для створення культу особи Сталіна. У стрічці він зображений не просто як політичний лідер, а як мудрий, всезнаючий "батько народів" та геніальний стратег, який особисто веде країну до перемоги у Другій світовій війні. Історична реальність була грубо спотворена, щоб підкреслити месіанську роль вождя. "Падіння Берліна" та подібні до нього фільми були проявами своєрідної "політичної релігії", де Сталін поставав у ролі месії. Характерно, що цю стрічку демонстрували не лише для внутрішньої аудиторії, а й для іноземних делегацій, що свідчить про її використання у зовнішньополітичних пропагандистських цілях [6, с. 375].

Американський кінематограф у ті ж роки відповів своєю порцією

пропаганди. В голлівудських фільмах з'являються негативні персонажі-«червоні». Одним з перших був «Залізна завіса»– драма про радянського шпигуна, який тікає на Захід. У 1952 році студія MGM випустила фільм «Обманщики», де комуністичну пропаганду порівняли з нацистською: радянські диктори виголошують промови під монтаж кадрів із Гітлером, натякаючи, що СРСР – такий самий тоталітарний агресор [64, с. 128].

Протягом 1960-х – на тлі відлиги і певного ослаблення цензури – кіно протистояння трохи пом'якшало, з обох боків з'явилися стрічки з мотивом страху перед ядерною війною. Наприклад, в СРСР вийшов фільм «Дев'ять днів одного року» (1962) – про фізиків-ядерників, що несуть тяжкий тягар відповідальності (фільм читався як попередження про небезпеку радіації). В США майже одночасно зняли сатиричну комедію «Доктор Стрейнджлав» (1964) і трилер «Фейл-сейф» (1964) – обидва про ризик випадкового початку ядерної війни. Ці картини демонстрували, що на Заході існує й самокритичний погляд: не лише «руські ракетники» становлять загрозу, а й власні системи можуть дати збій. В СРСР нічого подібного тоді не знімали – там аж до 1980-х було немислимо показати власних воєначальників або партійців у недвозначно негативному світлі [73, с. 175].

Ще один знаковий фільм епохи Рейгана, "Рембо: Перша кров, частина II", також зі Сталлоне в головній ролі, став кінематографічною фантазією про реванш за поразку США у В'єтнамській війні. Ключова фраза героя, "Цього разу ми переможемо?". Важливо, що ворогами Рембо виступають не лише в'єтнамські військові, а і їхні радянські радники та інструктори, що перетворює стрічку на прямий ідеологічний випад проти СРСР [63]. Фільм просуває потужний ідеологічний наратив. Джон Рембо втілює образ ідеального американського солдата, якого зрадив власний уряд та корумповані бюрократи, але який, попри все, залишається справжнім патріотом і завдяки своїй індивідуальній силі та рішучості перемагає комунізм. Стрічка активно просуває ідею Америки як глобального визволителя, що несе свободу пригнобленим

народам, та відновлює віру у військову міць США [51].

Фільм Сильвестра Сталлоне "Роккі IV" є однією з найяскравіших алегорій Холодної війни в історії кіно. Сюжетна лінія побудована на протистоянні двох боксерів, які уособлюють дві системи. Роккі Бальбоа представляє Америку: він індивідуаліст, який досягає успіху завдяки силі духу, наполегливості та тренуванням у природних, "людських" умовах. Його супротивник, радянський боксер Іван Драго, є втіленням СРСР: це бездушна, роботизована "машина для вбивства", продукт радянської системи, яка використовує високі технології та стероїди для досягнення результату, ігноруючи людський фактор.[73, с. 167]

Ідеологічні коди фільму є гранично чіткими. Перемога Роккі над Драго символізує тріумф американського індивідуалізму, свободи та людського духу над радянським тоталітарним колективізмом. Кульмінацією пропагандистського посилу стає фінальна промова Роккі, в якій він говорить про можливість примирення, та реакція радянської публіки, яка, разом із генеральним секретарем, схожим на Горбачова, аплодує американському герою. Ця сцена представляє утопічну картину розпаду радянської системи під впливом американських цінностей. Хоча частина американської преси критикувала фільм за примітивність та розпалювання ворожнечі, офіційні радянські представники скаржилися, що стрічка цілеспрямовано зображує їхню країну як "імперію зла" [67, с.75].

У фільмах створювали образи смертельної небезпеки, яку несе комунізм, і влади, яка успішно протистоїть йому в зовнішній і внутрішній політиці. Деякі картини показували прагнення радянського керівництва знищити США та їх жителів за допомогою зброї масового ураження. Фільм «Двадцять сьомий день», розповідає про те, як інопланетяни, яким потрібне нове місце проживання замість їх планети, яка помирає, викрадають п'ятьох представників людства та вручають кожному з них коробку з капсулами – зброєю, що могла стерти людей з лиця землі, не зачепивши тварин і рослини. Показово, що тільки керівництво СРСР намагається застосувати цю зброю, знищивши все населення

США однак у підсумку саме виявляється знищеним [6, с. 326]. Слід зауважити, що такі фільми не користувалися великою популярністю. Однак сам факт їх появи свідчить про те, що на подібні образи був попит з боку частини населення США [74, с. 635].

Завдання холодної війни вимагали від пропаганди насамперед переконфігурації символічних кордонів між «своїми» і «чужими»: колишній союзник у Другій світовій війні мав бути перетворений на «ворога номер один», а колишній ворог на союзника. Кінематограф США трансформував погляд на колишнього ворога (зокрема через виробництво таких біографічних фільмів, як «Лис пустелі», «Я прагну до зірок» [70]. Крім того, в обох кінематографіях утворювались фільми, які показували, що серйозна небезпека нависла безпосередньо над країною; ворог прагне її знищити, зокрема за допомогою зброї масового ураження. Зрештою, для формування відчуття реальної загрози на домашньому фронті знімали фільми зі шпигунським сюжетом, які репрезентували владу як захисницю звичайних людей у їх повсякденному житті [6, с. 265].

Космос став ідеальною ареною для такого протистояння. Поряд із гонкою озброєнь, космічні перегони перетворилися на головний конфлікт, що дозволяв показати переваги свого суспільно-політичного ладу. Технологічний прорив у космосі сприймався як прямий доказ життєздатності, безпеки та істинності національної ідеології [4].

Крім того, розвиток ракетної техніки для космічних польотів був нерозривно пов'язаний з військовими технологіями балістичних ракет. Це означало, що домінування в космосі мало чіткий підтекст військової переваги, що було надзвичайно потужним сигналом в умовах постійної ядерної загрози та криз, подібних до Карибської. Таким чином, космічні перегони були не просто науковим змаганням; це була форма війни, що відповідає сучасним визначенням інформаційного протиборства, зосередженого на маніпулюванні "інформаційним середовищем" супротивника. Запуск першого штучного

супутника Землі 4 жовтня 1957 року став ретельно спланованою пропагандистською перемогою. Ця подія не лише знаменувала початок космічної ери, але й завдала нищівного удару по міфу про американську технологічну перевагу.

На Заході це викликало шок, відомий як "супутникова криза", і змусило США вступити в космічні перегони. Для решти світу це стало незаперечним доказом того, що соціалістична модель здатна досягати неймовірних результатів, і багато хто почав вважати її "хвилею майбутнього". Політ Юрія Гагаріна 12 квітня 1961 року став апогеєм радянської космічної пропаганди. Його кандидатуру ретельно відібрали: простий хлопець із селянської родини, який завдяки радянській владі піднявся до зірок, він ідеально втілював концепцію "нової радянської людини" [78].

Радянська космічна пропаганда подавала поточні досягнення, як-от політ Гагаріна, не як моменти відкриття, а як логічне, заздалегідь визначене виконання ленінських ідей. Американський наратив, навпаки, був спрямований у майбутнє, говорячи про вибір важкого шляху та освоєння невідомого "нового рубежу". Радянські гасла, такі як "Сини Жовтня — піонери Всесвіту!" , та заяви Хрущова про "ідеї Леніна" пов'язували сьогодення не з майбутнім, а з минулим, яке підтверджувало правильність обраного шляху. Наукова фантастика також мала ілюструвати вже ідеологічно визначене майбутнє. Це демонструє ключову відмінність у підходах: для США космос був випробуванням майбутнього потенціалу, для СРСР — доказом історичної правоти [61].

Після приголомшливих успіхів СРСР із запуском Супутника та польотом Гагаріна, промова президента Джона Ф. Кеннеді в Університеті Райса у 1962 році стала шедевром пропаганди та риторичного переформатування. Він перетворив панічну гонку наздоганяння на свідомий, шляхетний квест, який відповідав американському національному характеру. Промова була розроблена для того, щоб мобілізувати громадську підтримку для фінансування

надзвичайно дорогої програми "Аполлон" (вартістю 25 мільярдів доларів, що залучила 400 000 людей). Кеннеді представив її як життєво важливу для національної безпеки, престижу та "виживання і успіху свободи".

На протигагу радянській таємності, NASA було створено як цивільне агентство з мандатом на взаємодію з громадськістю. Ця "відкрита програма" була стратегічним вибором, покликаним продемонструвати прозорість демократичного суспільства на відміну від закритої авторитарної системи [61]. Відділ зв'язків з громадськістю NASA, укомплектований колишніми журналістами, діяв не як "продавці", а як "репортери", надаючи безпрецедентний доступ до інформації. Агентство розповсюджувало детальні прес-кити, проводило технічні брифінги та налагодило симбіотичні стосунки з телевізійними мережами [62].

Рішення транслювати місії в прямому ефірі було стратегією з високим ризиком, але й високою винагородою. Висадка на Місяць у 1969 році стала "першим у світі вірусним явищем", яке в прямому ефірі дивилося близько 650 мільйонів людей по всьому світу. Цей спільний глобальний досвід став неперевершеною пропагандистською перемогою, яка закріпила образ американського досягнення у свідомості сотень мільйонів. Телебачення не просто повідомило про подію; воно зробило світ учасником американського тріумфу.

Космічні перегони викликали в Америці "космічне божевілля", яке торкнулося всіх аспектів життя. Це була більш органічна, децентралізована форма пропаганди, ніж радянська модель "згори донизу" [53]. Американська пропагандистська стратегія досягла успіху завдяки "маркетингу" абстрактної концепції свободи через відчутний спектакль технологій. NASA не просто "продавало" космічну програму, воно продавало захоплюючу телевізійну драму, де головними героями були американська винахідливість та героїзм. Ключове послання США полягало у перевазі системи "свободи", що є абстрактним поняттям, яке важко продемонструвати [40].

Радянський космонавт розглядався як втілення колективного досягнення, а не як символ індивідуальних звершень. Успіх Юрія Гагаріна трактувався не як його особистий триумф, а як спільна перемога радянського народу, Комуністичної партії та соціалістичної системи в цілому [43]. Американський астронавт поставав як сучасний символ індивідуального першопрохідця, відображаючи риси, що стали центральними для культурної ідентичності Сполучених Штатів. Особистості астронавтів ретельно формували й популяризували, їхні сім'ї часто з'являлися на сторінках відомих видань, зокрема журналу LIFE, підкреслюючи їхній статус національних героїв. [61].

Культурний фронт Холодної війни був невід'ємною складовою глобального протистояння і суттєво вплинув на хід і тривалість конфлікту. Через спорт, молодіжні рухи та кінематограф і США, і СРСР мобілізували мільйони людей, формуючи їхню картину світу, де «ми» – носії добра, а «вони» – втілення зла. При цьому якщо радянська модель опералася на централізовану, директивну пропаганду, то американська більшою мірою – на силу прикладу, комерційну привабливість своєї культури і інформаційні технології «м'якого» впливу. Обидві сторони досягли певних успіхів: упродовж десятиліть образ ворога був міцно вкорінений у свідомості їхніх народів (настільки, що й після завершення Холодної війни деякі стереотипи збереглися).

Однак історія показала, що відкрита система, яка дозволяє плюралізм думок, виявилась більш гнучкою й здатною до самокорекції, ніж закрита цензурована система (радянська). Це стало одним з чинників того, що в інформаційно-культурному протистоянні зрештою перемогла американська стратегія: її цінності виявились привабливішими для світу, а образ ворога, створений Радянським Союзом, розвіявся швидше, ніж образ, який створювали США про «імперію зла». Тим не менш, досвід Холодної війни залишається застереженням про потужну силу культурної пропаганди: спорт, молодь та кіно і сьогодні можуть ставати знаряддям «м'якої війни», формувати уявлення цілих поколінь і народів про друзів і ворогів.

Розділ III. МЕДІАГРАМОТНІСТЬ У ШКІЛЬНОМУ КУРСІ ІСТОРІЇ

3.1. Принципи, методи та прийоми формування медіаграмотності на уроках історії

Сучасний світ характеризується безпрецедентним обсягом інформації, поширенням дезінформації та викликами, які часто називають епохою «постправди». У цьому контексті вивчення історії перестає бути простим запам'ятовуванням фактів і дат, перетворюючись на дисципліну критичного дослідження. Навички історичного мислення є унікально придатними для навігації в цьому складному середовищі. Центральний аргумент цього звіту полягає в тому, що історична наука, за своєю суттю, є наукою про інтерпретацію джерел, що робить її ідеальним полем для формування медіаграмотності.

Медіаграмотність не є додатковим елементом до шкільної програми з історії, а фундаментальною компетентністю для історичної практики у XXI столітті. Це сучасна еволюція критики джерел, адаптована до цифрового світу. Теза Валерія Іванова про те, що «все, що ми дізнаємося про світ, ми дізнаємося з медіа», підкреслює цю нерозривну єдність. Відбувається зміна парадигми: застарілий вислів «Хто володіє інформацією, той володіє світом» трансформується в новий імператив: «Хто вміє керувати інформацією, той володіє ситуацією» [20]. Важливість медіаграмотності як однієї з ключових компетенцій у сучасних освітніх системах визнається на міжнародному рівні, адже вона дає змогу учням ефективно та безпечно взаємодіяти з інформаційним простором [11].

Медіаграмотність у шкільному курсі історії спирається на дві взаємодоповнювальні рамки: (1) *компетентнісний підхід НУШ* (ключові та предметні компетентності, академічна доброчесність, критичне мислення, інформаційно-цифрова компетентність) та (2) *Концепцію впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція, 2016)*, що визначає цілі, принципи й моделі інтеграції медіаосвіти у зміст навчальних предметів. Ці документи

узгоджуються з європейською *Рамкою компетентностей для культури демократії*, яка підкреслює медіа- та інформаційну грамотність як складники громадянської компетентності [21, с. 15].

Ідеальною структурою для уроку, що включає аналіз медіа, є трифазна педагогічна модель: Виклик – Осмислення – Рефлексія. Ця модель сприяє глибокому та свідомому засвоєнню матеріалу. Мета цього етапу — активізувати попередні знання учнів та викликати зацікавленість до теми. Це можна зробити, показавши провокативне зображення, поставивши суперечливе запитання або використавши вправу «Вірю — не вірю».

Це ядро уроку, під час якого учні активно взаємодіють з медіатекстом, використовуючи конкретні аналітичні інструменти та методи (На цьому етапі наголос робиться на діяльності учнів, а вчитель виступає в ролі фасилітатора, який скеровує процес, а не лектора.

Учні синтезують нову інформацію, пов'язують її зі своїми попередніми уявленнями та формулюють власні обґрунтовані позиції. Методи включають рефлексивні бесіди, прийом «Незакінчене речення» або створення підсумкового продукту, наприклад, ментальної мапи [21].

Ця трифазна структура уроку за своєю суттю просуває конструктивістську модель навчання. Процес починається з наявних знань учня («Виклик»), центральна фаза визначається діяльністю учня, а не викладом вчителя («Осмислення»), а фінальний етап фокусується на інтерналізації та персоналізації знань («Рефлексія»). Це демонструє, що знання не пасивно отримуються, а активно *конструюються* учнем через процес дослідження. Це, своєю чергою, вимагає фундаментальної зміни ролі вчителя з «мудреця на сцені» на «провідника поруч», що може потребувати значного професійного розвитку та зміни культури в класі.

Урок історії — природний простір для вироблення навичок джерелознавчої критики («хто автор? з якою метою? у якому контексті?»), багато перспективності, контекстуалізації та кореляції джерел. Ці ж операції

лягають у сучасні моделі перевірки цифрового контенту: «бічне читання», перевірка джерела «вгору за потоком», пошук кращого висвітлення.

Робота з поляризуючим або травматичним контентом (війни, злочини режимів, геноцид) вимагає безпечного середовища, правил дискусії, уважного фасилітування й уважності до джерел ненависті/мови ворожнечі, з одночасним дотриманням академічної доброчесності та правил цитування. Українські посібники з НУШ рекомендують прозорі «угоди класу», чіткі рубрики та рефлексивні практики [19].

Медіаграмотність вибудовується не «в теорії», а в діяльності: через історичні кейси, інтеграцію з громадянською освітою та правами людини, українською мовою й літературою (аналіз риторики), інформатикою (цифрові навички). Рекомендовані українські курикулуми/посібники прямо пропонують механіки інтеграції у 5–11 класи [20, с. 158].

Учні працюють із відкритим запитанням (наприклад: «Чи була Х подія неминучою?»), формують гіпотези, добирають джерела (історичні та медійні), застосовують перевірку достовірності, презентують висновки. Метод чудово «тримає» медіаосвітні цілі: учень не лише читає, а *перевіряє, порівнює і пояснює*, спираючись на докази [26, с. 46].

Інтеграція медіаграмотності в історичну освіту є необхідною відповіддю на виклики сучасного світу. Цей підхід трансформує учнів з пасивних споживачів історичних наративів на активних, критичних та вмілих інтерпретаторів минулого і сьогодення.

Навички, здобуті на медіаграмотному уроці історії — критика джерел, виявлення упередженості, перевірка інформації, розуміння множинних перспектив — є основними компетенціями активного та відповідального громадянства в демократичному суспільстві.

Таким чином, роль вчителя історії еволюціонує. Він стає ключовим провідником, який допомагає учням розвинути когнітивну та етичну стійкість, необхідну для навігації в складному та часто оманливому інформаційному

ландшафті. Це, своєю чергою, гарантує, що вони зможуть робити усвідомлений та свідомий вибір у своєму житті, спираючись не на нав'язані кимось думки, а на власне критичне осмислення.

У традиційній моделі джерело (документ, фотографія) часто використовувалося лише як ілюстрація до розповіді вчителя чи тексту підручника. Воно підтверджувало вже готову тезу. У джерелознавчому підході все навпаки: джерело стає центральним об'єктом дослідження. Воно є не ілюстрацією, а первинним доказом, сирим матеріалом, з якого учні, подібно до істориків, мають реконструювати події, зрозуміти мотивацію людей минулого та сформулювати власні висновки. Візуальне джерело, наприклад, не повинно просто дублювати текст, а має замінювати його частину, виступаючи самостійним носієм інформації. Такий підхід розвиває ключові мисленнєві операції: аналіз, синтез, оцінку, порівняння, аргументацію та вміння висловлювати обґрунтовані судження [23].

Для того, щоб робота з текстовими документами не перетворювалася на нудне читання, а ставала захопливим процесом дослідження, необхідно використовувати інтерактивні методики. Вони є не просто розважальними елементами, а потужними когнітивними інструментами, що змушують учнів взаємодіяти з текстом набагато глибше, ніж при звичайному читанні [27]. Активна взаємодія з текстом — через гру, коментування, редагування — сприяє активному конструюванню смислів, а не пасивному їх сприйняттю. Ось кілька ефективних прийомів : учитель розподіляє між учнями ролі автора та дійових осіб, згаданих у документі. Учні вголос зачитують текст, намагаючись передати інтонацію та емоції своїх персонажів. Цей прийом змушує замислитися над позицією автора, його ставленням до подій, і перетворює читання на невелику театральну постановку. Роботу завершує узагальнювальна бесіда.

Сторінка зошита ділиться на дві колонки. У лівій колонці учень виписує уривок з тексту, який його найбільше вразив, зацікавив або викликав запитання. У правій колонці він пише власний коментар: чому саме цей уривок привернув

увагу, які думки чи асоціації він викликає, які питання виникають. Цей метод вчить рефлексії та встановленню особистого зв'язку з текстом [19].

Візуальні джерела (картини, фотографії, плакати, карикатури, карти) є надзвичайно потужним інструментом для навчання історії, оскільки вони створюють яскраві образи минулого та часто викликають сильніший емоційний відгук, ніж текст. Однак для того, щоб учень став не пасивним глядачем, а критичним аналітиком, його необхідно навчити «читати» візуальні образи. Це вимагає опанування певних алгоритмів аналізу, які структурують мислення та спрямовують увагу на ключові аспекти джерела [23].

Загальний підхід до аналізу будь-якого візуального джерела можна поділити на три етапи, що ведуть від простого спостереження до глибокої інтерпретації.

На цьому етапі учні мають детально описати те, що вони бачать, не роблячи жодних висновків. Ключові питання: *Що/хто зображено? Які предмети, символи, кольори присутні? Що відбувається на зображенні? Учні повинні зафіксувати побачене без тлумачення.*

Тут починається власне аналітична робота. Учні намагаються зрозуміти внутрішню логіку зображення та його прихований зміст. Питання для цього етапу: *Хто є автором зображення? Яка його назва чи підпис? Яка головна ідея або мета створення цього зображення? Які художні засоби (композиція, світло, ракурс) використовує автор для досягнення ефекту? Яке ставлення автора до зображеного?.*

На цьому завершальному етапі зображення розглядається як історичне свідчення. Учні мають пов'язати його з ширшим історичним контекстом. Питання: *Коли і де відбувалися зображені події? Коли було створено саме зображення (під час подій чи пізніше)? Наскільки об'єктивно воно відображає історичну реальність? Чи є це зображення типовим для своєї епохи? Для якої аудиторії воно було призначене?.*

Сучасне суспільстві ґрунтується на інформації та знаннях. У таких умовах

медіаграмотність перестала бути вузькою навичкою і перетворилася на фундаментальну життєву компетентність. Шкільна історична освіта сьогодні немислима без цілеспрямованого розвитку навичок медіаграмотності в учнів. Інформаційний простір, в якому живуть сучасні підлітки, є перенасиченим, агресивним та сповненим маніпуляцій. Тому одним із ключових завдань уроків історії стає формування в учнів здатності критично сприймати інформацію, зокрема вміння відрізняти факти від суджень, ідентифікувати різні види маніпуляцій (у заголовках, фото, відео, соціологічних даних), розпізнавати прояви пропаганди та мови ворожнечі [23].

Центральним поняттям у медіаосвіті є медіатекст. Це будь-який медіапродукт, створений для сприйняття аудиторією. Основним завданням учителя стає навчання учнів умінню «читати» такі медіатексти, тобто аналізувати їх зміст і критично оцінювати. Цей процес певною мірою нагадує роботу історика з класичним першоджерелом [21]. По суті, до будь-якого медіатексту можна і потрібно застосовувати ті самі критичні запитання, які історик ставить до документа:

Хто автор? (Хто створив це повідомлення?) Яка його мета? (З якою метою воно створене? Інформувати, переконувати, розважати, продавати?) Для якої аудиторії? (На кого розраховане це повідомлення?)

Такий підхід вчить учнів розуміти фундаментальну різницю між реальною подією та її медійною репрезентацією. Вони починають усвідомлювати, що будь-який медіатекст — це не дзеркало реальності, а її конструкція, створена з певною метою та з певної точки зору. Опанування цих навичок дозволяє учням визначати політичний, соціальний та культурний контекст медіаповідомлень і, як наслідок, робити усвідомлений вибір, якій інформації довіряти [21, с. 28].

Теоретичні знання з медіаграмотності мають бути підкріплені регулярною практикою. Уроки історії надають безліч можливостей для інтеграції відповідних вправ. Найбільш ефективними є ті, що спонукають учнів не лише до критичного споживання, а й до свідомого створення власних медіапродуктів

[5, с. 73]. Коли учень сам пробує створити новину, мем чи коротке відео, він на практиці розуміє, як вибір ракурсу, слів та зображень впливає на сприйняття повідомлення. Це дає набагато глибше й стійкіше розуміння механізмів медіа, ніж просто аналіз чужих робіт [27, с. 36].

Аналіз сучасних підходів до навчально-методичного забезпечення уроків історії в контексті Нової української школи дозволяє зробити низку узагальнювальних висновків.

Відбувся остаточний перехід від знаннєво-орієнтованої до компетентнісної моделі освіти. Це вимагає від вчителя не просто оновлення методик, а фундаментального переосмислення мети уроку: не передача суми знань, а розвиток в учнів умінь аналізувати, критично мислити, співпрацювати та застосовувати історичні знання для розуміння сучасності.

Академічна свобода наділяє вчителя повноваженнями та відповідальністю за конструювання ефективного навчального процесу. Навчально-методичний комплекс перетворюється з фіксованого набору посібників на динамічну, персоналізовану екосистему, яку педагог створює та адаптує, поєднуючи затверджені матеріали з інноваційними форматами, цифровими інструментами та автентичними джерелами.

Такі методи, як кейс-стаді, є не просто додатковими «цікавинками», а ключовими інструментами для реалізації діяльнісного підходу. Вони моделюють реальні життєві та професійні ситуації, занурюють учнів у процес вирішення проблем та перетворюють їх на активних суб'єктів навчання. Вміння критично працювати з інформацією є наскрізною компетентністю. Методи аналізу історичних джерел (текстових, візуальних) та сучасних медіатекстів мають спільну логіку та інструментарій. Інтеграція медіаграмотності в уроки історії не лише робить їх більш актуальними, а й озброює учнів навичками інформаційної гігієни, життєво необхідними в сучасному світі.

Успішна реалізація окреслених підходів дозволить перетворити уроки історії з предмету про минуле на потужний інструмент для формування

майбутнього — виховання покоління українців, здатних мислити критично, діяти відповідально та свідомо творити власну державу.

3.2. Репрезентація інформаційної війни у шкільних підручниках та навчальних ресурсах.

Мета цього огляду — показати, як шкільні підручники з історії (10–11 класи) та інтегрований курс «Історія: Україна і світ» (11 клас) представляють явища інформаційної війни, пропаганди, дезінформації та пов'язаних медіапрактик; які канали й методи впливу проговорюються; як це підкріплено навчальними завданнями; що варто підсилити на уроці.

Контекст масових комунікацій міжвоєнного часу як матеріальної передумови для пропаганди: поява радіомовлення (1919–1920), розвиток кіно тощо подані в розділі про освіту, науку і зв'язок. Це напряду не названо «інформаційною війною», але створює базу для розуміння, як з'явилися технологічні канали масового впливу (радіо, кіно, преса) — саме через них тоталітарні режими поширювали пропаганду. Див. таблицю «Найважливіші науково-технічні досягнення в міжвоєнний період»: «Поява перших радіомовних передач у США (1919–1920 рр.)» [8].

Що бракує як посилити на уроці: пояснення конкретних механізмів пропаганди міжвоєнного часу (інструменти нацистської, фашистської, більшовицької пропаганди; роль радіо, кінохронік, плакату; «культ лідера», «ворог народу»). Це логічно додати як аналітичні вправи на прикладах плакатів/кадрів кінохронік і виступів, аби пов'язати технологію (радіо/кіно) з методами впливу (апеляція до страху, емоційна ідентифікація, техніка великої брехні, повторюваність).

11 клас, всесвітня історія (Гісем, Мартинюк, 2019) — «Холодна війна». Чітка фіксація інформаційного компонента «холодної війни». У підручнику

наведено визначення «холодної війни» та схему її ознак, де серед ключового прямо згадується «формування у ЗМІ “образу ворога” із супротивника».

Це - пряме визнання того, що медіа-простір і пропаганда були системною частиною конфлікту [9].

Крім того, у розділі «Міжнародні відносини» (підсумки початку XXI ст.) підручник окреслює контекст «нової холодної війни» та прямо констатує, що її «гарячий» фронт пройшов Україною (реакція на агресію РФ, санкції, криза договорів про РСМД), що дає місток до сучасної інформаційної компоненти російсько-української війни [9].

На матеріалі схеми ознак «холодної війни» варто розшифрувати ЗМІ як інструмент: міжнародне мовлення, «Голос Америки», ВВС, культурна дипломатія, інформаційні операції спецслужб; а також дзеркальні практики СРСР (цензура, «антиімперіалістичні» наративи, контрольоване телерадіо). Це добре лягає на вправи типу порівняльного аналізу наративів у двох джерелах про одну подію.

У підручниках з історії України теми ідеологічного контролю, пропаганди та цензури висвітлюються в прив'язці до радянської доби (ждановщина, контроль над культурним простором, конструювання «правильного» образу війни, тощо).

Інтегрований курс «Історія: Україна і світ» (Мудрий, Аркуша, 11 клас, 2019). Чим цей курс відрізняється і чому він цінний саме для теми інформаційної війни: Курс системно з'єднує український і глобальний контекст після 1945 р., має компетентнісний фокус та посилення на роботу з джерелами [25].

На фіналі курсу є пряме завдання: «Спираючись на досвід користування Інтернетом, визначте особливості сучасного інформаційного простору. Яке місце в сучасній політиці займають інформаційні війни? Наведіть приклади маніпулятивної інформації в соціальних мережах.». Це - фактично запрошення до практик медіаграмотності у межах уроку історії [25]. Розділи про

відновлення ідеологічного контролю в СРСР, дисидентів, «перебудову», задають насичений фактичний матеріал для порівняння радянських/російських і західних наративів на історичних кейсах (механізми, цілі, канали, моделі легітимації).

Освітній ефект: інтегрований курс дає «міст» від історії до сучасної дезінформації (соцмережі, інформаційні операції) і легітимує на уроці аналіз цифрових джерел, чого в окремих підручниках бракує.

Канали, які підручники прямо/непрямо висвітлюють: традиційні масмедіа «холодної війни»: радіо, телебачення, преса, міжнародне мовлення (через формулу «образ ворога в ЗМІ» у Гісема/Мартинюка) [9].

Міжвоєнні передумови: радіо й кіно як технології масового впливу. Сучасні цифрові платформи і соцмережі: винесені у вигляді прямого завдання аналіз «маніпулятивної інформації в соціальних мережах». Методи впливу, які можна «зчитати» з наративу підручників і варто експлікувати вчителю. Демонізація «образ ворога», фреймінг, апеляція до страху, повторюваність меседжів, авторитет і «культ лідера», спотворення причинно-наслідкових зв'язків; у радянському контексті — цензура, ждановщина, контроль над культурою, переписування історичної пам'яті (див. також у Мудрого/Аркуші розділ про ідеологічний контроль і боротьбу за образ війни) [25].

У всесвітній історії 11 клас чітко показано, що ЗМІ — структурний елемент «холодної війни» не лише «фон». Це хороша опора для розвитку критичного мислення на кейсах пропаганди. У інтегрованому курсі учнів прямо скеровують аналізувати сучасний інформаційний простір і «маніпулятивну інформацію», тобто легалізовано роботу з цифровими джерелами та соціальними мережами в межах історії. У підручниках майже немає покрокових інструментів медіаграмотності і критеріїв оцінювання таких завдань. Це можна й варто додати на уроці з опорою на Концепцію медіаосвіти в Україні (2016) та програму «Вивчай та розрізняй».

Всесвітня історія (11 клас, Гісем/Мартинюк): найчіткіше артикулює

інформаційний вимір «холодної війни» — медіа як зброя («образ ворога» у ЗМІ); подає і актуальне продовження протистояння у ХХІ ст. з прямою згадкою України. Сильна сторона — структурність, місток до сучасності [9].

Всесвітня історія (10 клас, Гісем/Мартинюк): добре показує технологічне тло (радіо, кіно) для подальших пропагандистських практик, але методи впливу здебільшого не розкриті — це варто «дотлумачувати» на уроці. Інтегрований курс (Мудрий/Аркуша, 11 клас): найкомпетентнісніший — прямо ставить завдання про «інформаційні війни» і маніпуляції в соцмережах, що уможлиблює медіаграмотні практики в межах історії; поєднує глобальний і український виміри [8].

Загальний висновок: у чинних підручниках є змістові точки входу до теми «інформаційної війни», але методична «надбудова»-алгоритми перевірки, критерії оцінювання, шаблони аналізу медіатекстів - потребує підсилення з опорою на українські рамкові документи з медіаосвіти та напрацювання.

РОЗДІЛ IV. ФОРМУВАННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ УЧНІВ СТАРШОЇ ШКОЛИ НА УРОКАХ ІСТОРІЇ

4.1. Роль учителя історії у формуванні критичного мислення й медіаграмотності

У сучасному освітньому дискурсі критичне мислення розглядається не як окрема навичка, а як комплексний феномен, що охоплює когнітивні, метакогнітивні та диспозиційні аспекти. З педагогічної точки зору, це комплекс мисленнєвих операцій, що характеризується здатністю особистості аналізувати, порівнювати, синтезувати та оцінювати інформацію з будь-яких джерел. Це виходить за межі простого виявлення недоліків; це форма творчого відображення дійсності, що передбачає розгляд ідей з багатьох точок зору, відповідно до їхніх змістовних зв'язків та у порівнянні з іншими ідеями.

В основі критичного мислення лежить сім ключових принципів: усвідомленість, самостійність, рефлексивність (самоаналіз), цілеспрямованість, обґрунтованість, контрольованість та самоорганізованість. Ці принципи підкреслюють активну, свідому та самостійну позицію учня щодо інформації [34]. Він не просто пасивно сприймає знання, а стає активним учасником процесу їх конструювання, здатним висувати гіпотези, оцінювати альтернативи, робити свідомий вибір та обґрунтовувати свої рішення. Цей процес ґрунтується на усвідомленні неминучості помилок у людському пізнанні, що спонукає до постійної рефлексії та самокорекції [11].

Ефективне формування критичного мислення та медіаграмотності вимагає від учителя історії володіння специфічним набором професійних компетенцій, що виходять за рамки простої трансляції знань.

Учитель повинен вміти структурувати навчальну програму навколо дослідницького підходу, перетворюючи історичний матеріал на серію проблем для вирішення та питань для дослідження, а не на перелік фактів для запам'ятовування. Це включає інтеграцію завдань, що вимагають мислення вищого рівня, та організацію навчального процесу як спільного дослідження

теми з активною взаємодією між учнями.

Педагог має володіти широким репертуаром інтерактивних та діалогових методів навчання і знати, коли та як їх застосовувати для стимулювання різних аспектів критичного мислення. Це дозволяє створювати динамічне навчальне середовище, адаптоване до потреб учнів.

Важливою є здатність розробляти та впроваджувати інструменти оцінювання, які вимірюють не лише засвоєння змісту, а й розвиток навичок критичного мислення та медіаграмотності. Оцінювання має стати інструментом для рефлексії та самокорекції, а система звітності повинна дозволяти вчителям демонструвати успіхи учнів у цій сфері [29, с. 19].

Учитель повинен вміти встановлювати зв'язки між історичними подіями та сучасними проблемами, громадянською освітою та іншими предметами, демонструючи актуальність історичного мислення для життя учнів. Це сприяє формуванню цілісної картини світу та розумінню практичної цінності здобутих навичок [29, с. 36].

Реалізація вимог Державного стандарту та ефективне застосування дидактичних кейсів (приклади з "холодної війни") безпосередньо залежать від ролі вчителя історії. В умовах Нової української школи його роль докорінно трансформується: з транслятора готових знань він перетворюється на фасилітатора, модератора та тьютора освітнього процесу. Саме вчитель є тим агентом, який перетворює декларативні цілі з нормативних документів на реальні, сформовані навички учнів [28, с. 25].

Роль учителя історії у формуванні критичного мислення та медіаграмотності є багатогранною і виходить за межі простого викладання фактів. Можна виділити кілька ключових функцій [34]. Архітектор освітнього середовища. Першочерговим завданням учителя є створення в класі атмосфери психологічної безпеки та інтелектуальної свободи [36, с. 112].

Критичне мислення неможливе без права на сумнів, помилку та вільне висловлення обґрунтованої позиції, навіть якщо вона відрізняється від загально

прийнятої думки. Учитель має модерувати дискусії так, щоб учні вчилися не боятися ставити "незручні" запитання до джерел, до підручника і навіть до слів самого вчителя [25, с. 91].

Модель критичного мислителя. Учні засвоюють моделі поведінки, спостерігаючи за дорослими. Вчитель, який сам демонструє критичний підхід — не подає інформацію як догму, відкрито аналізує різні точки зору, показує, як він сам перевіряє джерела, — є найращим інструментом навчання. Коли вчитель каже: "Давайте перевіримо цей факт", "Якому погляду може суперечити це джерело?" або "Яку інформацію автор вирішив не включати?", він моделює процес медіаграмотного аналізу [15, с. 155].

У сучасному інформаційному потоці вчитель перестає бути єдиним джерелом інформації, але стає головним навігатором по ній. Його завдання — не надати всю інформацію. Відібрати релевантні, дидактично доцільні та (в ідеалі) "безпечні" кейси для аналізу (згадані приклади "холодної війни"). Озброїти учнів конкретними методиками та інструментами для деконструкції медіатекстів: навчити базовим принципам фактчекінгу, аналізу візуальних джерел, виявленню технік пропаганди (стереотипізація, фреймінг, апеляція до емоцій).

Вчитель історії має унікальну перевагу, оскільки сама дисципліна "Історія" заснована на критичній роботі з джерелами, які за замовчуванням є упередженими, неповними та суб'єктивними. Завдання вчителя історії — показати учням, що будь-яке історичне джерело (чи то літопис, чи то газетна стаття, чи то пост у соцмережі) є медіапродуктом свого часу. Навчаючи учнів базовим принципам історіографії та джерелознавства (хто створив джерело? з якою метою? в якому контексті? чиї інтереси воно відображає?), вчитель, по суті, безпосередньо формує ядро медіаграмотності.

Таким чином, роль учителя історії у процесі формування критичного мислення та медіаграмотності є ключовою та вирішальною. Він виступає не просто виконавцем нормативних вимог, а головним агентом змін в освітньому

процесі. Успішна реалізація завдань НУШ залежить від його здатності трансформувати власну роль: перейти від простої трансляції знань до фасилітації, модерації та методологічного супроводу учнів. Саме вчитель створює безпечне інтелектуальне середовище, де можливий сумнів і вільна дискусія. Він моделює критичну поведінку, навчає конкретним інструментам аналізу та використовує унікальні можливості предмета "Історія" для перетворення джерелознавства на практичний інструмент медіаграмотності. Без його професійної майстерності, методичної гнучкості та особистої готовності до ролі тьютора, будь-які, навіть найбільш прогресивні, дидактичні методики та вимоги стандартів залишаться лише деклараціями на папері.

Вчитель історії виступає не просто виконавцем навчальної програми, а ключовою фігурою, відповідальною за практичну імплементацію компетентнісного підходу. Його професійна майстерність полягає в умінні інтегрувати розвиток критичного мислення та медіаграмотності в щоденну навчальну діяльність, перетворюючи уроки історії на майданчик.

4.2. Медіаосвітній потенціал теми «Холодна війна» в шкільному курсі історії

Тема «Холодна війна» має унікальний медіаосвітній потенціал, оскільки сам конфлікт значною мірою був інформаційно-ідеологічним. Глобальне протистояння біполярного світу (США та СРСР) відбувалося не лише у військовій, політичній та економічній площинах, але й у медійному просторі, який перетворився на ключове поле битви за свідомість мільйонів людей. Інтеграція медіаосвітніх практик під час вивчення цієї теми дозволяє сформувати в учнів життєво необхідні навички критичного мислення та медіаграмотності, які є фундаментальними для орієнтації в сучасному інформаційному суспільстві.

Освітній потенціал цієї теми розкривається через декілька ключових

аспектів. По-перше, це аналіз пропаганди та ідеологічного впливу. Холодна війна є класичним прикладом функціонування двох потужних пропагандистських машин, що мали на меті демонізацію супротивника та ідеалізацію власної ідеологічної системи.

Робота з візуальними джерелами, такими як радянські та американські плакати, дозволяє учням наочно ідентифікувати такі пропагандистські техніки, як "наклеювання ярликів", стереотипізація, емоційні маніпуляції та створення "образу ворога". Аналіз фрагментів кінофільмів (наприклад, радянських стрічок про боротьбу зі "шпигунами" або голлівудських, де радянські громадяни постають як антагоністи) допомагає зрозуміти механізми формування суспільної думки через масову культуру [23].

Учні розвивають здатність розпізнавати маніпулятивний контент, відрізнити його від інформування та розуміти мету, з якою він був створений.

По-друге, це критична оцінка джерел та виявлення упередженості. Події Холодної війни (наприклад, Карибська криза, зведення Берлінської стіни, війна у В'єтнамі чи Афганістані) висвітлювалися у медіа Заходу та Східного блоку діаметрально протилежно.

Кейс-стаді, що полягає у порівняльному аналізі того, як одна й та сама подія була представлена, наприклад, у газеті «Правда» та «The New York Times», є ефективним інструментом. Учні можуть дослідити використання лексики: наприклад, зведення Берлінської стіни у НДР подавалося як "Антифашистський захисний вал", тоді як у ФРН — як "Стіна ганьби" [5].

Формовані навички: Це привчає учнів до верифікації інформації, пошуку першоджерел, розуміння різниці між фактом та інтерпретацією, а також усвідомлення того, що будь-яке медіа має свою позицію та контекст.

По-третє, це усвідомлення ролі цензури та цінності свободи слова. "Залізна завіса" функціонувала передусім як інформаційний бар'єр, що мав на меті тотальний контроль над інформаційними потоками.

Вивчення феноменів Самвидаву (як форми опору інформаційній монополії

держави), а також історії "глушіння" західних радіостанцій (як "Радіо Свобода" чи "Голос Америки") з боку СРСР, демонструє, що інформація сприймалася владою як пряма загроза.

Учні починають розуміти важливість доступу до альтернативних джерел інформації, роль незалежних медіа у демократичному суспільстві та наслідки державного контролю над інформацією [5].

По-четверте, це деконструкція наративів. Обидві сторони конфлікту будували потужні "великі історії" (наративи) для пояснення та легітимізації своїх дій: "боротьба вільного світу проти комуністичної тиранії" з одного боку, та "захист миру і соціалізму від агресивного імперіалізму" — з іншого.

Аналіз того, як спорт (наприклад, Олімпійські ігри) або досягнення в космосі медійно перетворювалися на доказ переваги тієї чи іншої системи, допомагає учням зрозуміти, як окремі факти вбудовуються у заздалегідь сконструйовану оповідь. Розвивається здатність до деконструкції — вміння "розбирати" медіаповідомлення на складові, бачити його структуру та ідеологічне підґрунтя [10].

Медіаосвітній потенціал теми «Холодна війна» є винятково високим. Вона надає вчителю історії унікальний матеріал для формування в учнів навичок медіаграмотності, які є критично важливими у XXI столітті. Вивчення медійних стратегій минулого слугує своєрідним "щепленням" проти сучасних форм дезінформації та пропаганди. Учні, які на історичних прикладах навчилися ідентифікувати маніпуляції, створення "образу ворога" та приховані наративи, стають більш стійкими та свідомими споживачами інформації в сучасному гібридному інформаційному просторі. Таким чином, урок історії перетворюється з простого вивчення фактів минулого на практичний тренінг із інформаційної гігієни та критичного мислення. Дозволяє провести прямі та обґрунтовані паралелі між пропагандистськими методами СРСР та сучасними техніками інформаційної війни, які використовує Російська Федерація. Це перетворює історичні знання на практичний інструмент для орієнтації в

сучасному інформаційному просторі та формування громадянської стійкості до гібридних загроз, що є питанням національної безпеки для України [20].

Інтеграція медіаосвітніх практик у вивчення теми «Холодна війна» є не просто методичним удосконаленням, а розвиток критично мислячого, медіаграмотного та відповідального покоління громадян України, здатного протистояти інформаційним викликам сьогодення та майбутнього. Дозволяє реалізувати двоєдине завдання медіаосвіти. З одного боку, воно формує «психологічний імунітет» до дезінформації, навчаючи учнів розпізнавати пропаганду та критично оцінювати джерела. З іншого боку, через створення власних медіапродуктів, воно розвиває навички відповідальної комунікації, самовираження та активної громадянської участі, перетворюючи учнів з пасивних споживачів на свідомих творців контенту [27].

Найглибший потенціал теми полягає не лише в змісті, але й у методах викладання. На противагу тоталітарній індоктринації, яка була характерною для пропаганди, що вивчається, медіаосвітній підхід вимагає від вчителя створення в класі атмосфери відкритого діалогу, критичного мислення та поваги до різних точок зору. Таким чином, сам навчальний процес стає практичним втіленням демократичних цінностей. Урок перетворюється на лабораторію, де учні не просто дізнаються про свободу слова, а практикують її.

4.3. Використання прикладів інформаційної війни періоду "холодної війни" для розвитку медіаграмотності

Актуальність розвитку медіаграмотності в умовах сучасної гібридної війни не викликає сумнівів. Проте, робота з актуальними, емоційно зарядженими прикладами пропаганди та дезінформації в учнівському середовищі може наштовхуватися на психологічний спротив, політизованість та брак емоційної дистанції, необхідної для критичного аналізу. У цьому контексті, звернення до

історичних прикладів інформаційного протистояння часів "холодної війни" (1947–1991) є дидактично виправданим та ефективним методом [26].

"Холодна війна" являла собою не лише геополітичне та військове змагання, але й "битву наративів", де інформація, пропаганда та психологічні операції стали повноцінною зброєю. Використання цього історичного матеріалу на уроках (історії, громадянської освіти, медіаграмотності) дозволяє досягти кількох ключових дидактичних цілей.

Аналіз пропаганди 50-80-річної давнини дозволяє учням вивчати її механізми без прямого емоційного залучення, яке характерне для сучасних новин. Виявлення універсальних технік: Учні можуть наочно побачити, що сучасні методи дезінформації (фейки, створення образу ворога, апеляція до страху) не є новими, а лише технологічно вдосконаленими версіями інструментарію "холодної війни" [28, с. 122].

Історичні медіатексти (плакати, кінохроніка, радіопередачі) є чіткішими та менш завуальованими, що полегшує для учнів процес "розбору" меседжу, ідентифікації автора, цільової аудиторії та мети. Методика роботи з кейсами "холодної війни" може будуватися на основі порівняльного аналізу та критичної деконструкції джерел. Нижче наведено приклади практичних кейсів для уроків [9].

Наративне протистояння: Карибська криза (1962 р.). Учніма надаються уривки з медіатекстів двох сторін: виступ Дж. Ф. Кеннеді по телебаченню та стаття з радянської газети "Правда" (або заява М. С. Хрущова) щодо розміщення ракет на Кубі.

Завдання для учнів: Проаналізувати, як кожна зі сторін конструє подію:

Хто представлений як "агресор", а хто як "миротворець"?

Які факти подаються, а які замовчуються кожною зі сторін?

Як виправдовуються власні дії та засуджуються дії опонента?

Учні розвивають навичку критичного порівняння джерел, розуміння поняття "фреймінг" (подання інформації у вигідній рамці) та усвідомлення, що

не існує єдиного медійного наративу події.

Радянські "активні заходи": Операція "INFEKTION" (1980-ті рр.). Цей кейс є хрестоматійним прикладом успішної дезінформаційної кампанії КДБ, метою якої було поширення фейку про те, що вірус СНІДу нібито був створений у військовій лабораторії США у Форт-Детрік [72].

Завдання для учнів: Простежити "життєвий цикл" фейку

Поява: Перша публікація в маловідомій індійській газеті.

Легітимізація: Підхоплення "новини" радянськими ЗМІ (наприклад, "Літературна газета") та ЗМІ країн "третього світу".

Поширення: Проникнення фейку в західні медіа, в тому числі через прихильників теорій змови.

Спростування: Аналіз наукових доказів та офіційних заяв, що спростовували фейк (часто з великим запізненням).

Очікуваний результат: Учні на історичному прикладі бачать механіку створення та поширення масштабної дезінформації, яка є прямим аналогом сучасних фейків про "біолабораторії". Вони вчаться відрізняти першоджерело від посередника та оцінювати достовірність джерела [36].

Учням або студентам пропонується знайти та порівняти архівні записи новинних програм "Голосу Америки" та "Радіо Москва" (або їхні текстові розшифровки), що висвітлюють одну й ту саму знакову подію Холодної війни (наприклад, Карибську кризу, введення радянських військ до Афганістану або збиття південнокорейського "Боїнга") [76].

Проаналізувати відмінності у подачі фактів, виборі лексики (напр., "визволителі" проти "окупантів"), розставленні акцентів, замовчуванні певних деталей. Це завдання вчить ідентифікувати порядок денний кожного ЗМІ та розуміти, що новини — це не просто відображення реальності, а її конструювання.

Завдання для учнів: Обговорити: чому СРСР так активно "глушив" західні радіостанції? Якою була мета цих передач – інформування чи пропаганда?

Очікуваний результат: учні засвоюють поняття "м'якої сили", контрпропаганди та ролі культури в інформаційному протистоянні.

Таким чином, використання історичних кейсів "холодної війни" дозволяє сформувати в учнів стійкі навички медіаграмотності, переводячи їх із площини абстрактних знань у площину практичного аналізу. Вони вчаться розпізнавати маніпулятивні техніки в "стерильному" історичному середовищі, що є фундаментом для їхньої здатності критично оцінювати сучасний інформаційний потік. дидактичний потенціал кейсів інформаційного протистояння часів "холодної війни" є надзвичайно високим. Вони виступають унікальним методичним інструментом, що дозволяє вирішити ключову педагогічну проблему: потребу аналізувати механізми пропаганди та дезінформації, уникаючи при цьому ретравматизації та емоційного перевантаження учнів, неминучих при роботі виключно з актуальними подіями.

Аналіз таких прикладів, як операція "INFEKTION", візуальна пропаганда чи наративне конструювання Карибської кризи, доводить, що маніпулятивні техніки є універсальними. Звернення до історичного матеріалу дозволяє учням у "стерильних", емоційно дистанційованих умовах засвоїти навички деконструкції медіатекстів, ідентифікації фреймінгу, створення "образу ворога" та розуміння "життєвого циклу" фейку. Використання цих прикладів є дидактично обґрунтованим кроком, що формує в учнів міцний фундамент медіаграмотності, необхідний для подальшого критичного аналізу вже сучасного, гібридного інформаційного простору.

ВИСНОВКИ

Аналіз, проведений у роботі підтверджує, що інформаційна війна є однією з ключових складових сучасних конфліктів та невід'ємним елементом гібридної агресії, яке має значний вплив на національну безпеку і глобальну стабільність. Завдяки комплексному аналізу наукових джерел і літератури, було розкрито сутність цього явища. Інформаційна війна за своєю природою являє собою інтенсивне і цілеспрямоване протиборство в інформаційному просторі, що негативно позначається на політичних комунікаціях і стабільності в суспільстві.

Різноманітні підходи в історіографії продемонстрували багатогранність цього поняття: яке включає не тільки політичну діяльність держав, але й охоплює медійний простір, економічну конкуренцію та навіть міжособистісні взаємодії. У результаті, аналіз джерел і літератури став основою для формування цілісного уявлення про інформаційну війну, її визначальні риси та місце в сучасній політиці та міжнародній безпеці.

Робота акцентує увагу не лише теоретичному аналізу, але й пошуку практичних рішень для протидії інформаційній агресії. Зокрема, розглянуто роль освіти у формуванні здатності протистояти дезінформації. Встановлено, що інтеграція медіаграмотності в курс історії – перспективний і ефективний підхід для протидії інформаційним атакам.

Застосування історичних прикладів періоду Холодної війни виявило значний навчальний потенціал: вивчення агітаційних кампаній минулого дає змогу учням у «чистих» умовах навчитися розпізнавати маніпулятивні методики та відпрацьовувати навички критичного аналізу медіатекстів. Унаслідок цього абстрактні знання про інформаційну війну перетворюються на практичні навички - учні вчаться ідентифікувати пропагандистські прийоми, такі як фреймування, створення образу ворога, поширення фейків, що формує основу їхньої стійкості до сучасних інформаційних впливів. Дослідження

виявило і суттєву прогалину: хоча в чинних навчальних програмах і підручниках історії вже наявні змістові точки входу до тематики інформаційної війни (особливо в 11 класі), бракує належного методичного інструментарію для опрацювання цього матеріалу. Отже, дана робота заповнює цю нішу, пропонуючи конкретні методичні підходи та матеріали для розвитку медіаграмотності учнів на уроках історії.

Одним із ключових здобутків дослідження стало визначення вирішальній ролі вчителя історії у формуванні критичного мислення й медіаграмотності школярів. Педагог в сучасній компетентнісній школі виступає не просто транслятором фактів, а головним агентом змін в освітньому процесі. Від його професійної майстерності та готовності застосувати інноваційні підходи залежить ефективне впровадження завдань Нової української школи. Учитель має перейти від традиційної ролі лектора до ролі наставника, який створює на уроці атмосферу відкритості, навчає учнів конкретним методам перевірки інформації, критичного аналізу джерел та медіатекстів. У процесі роботи було доведено, що без активної участі вчителя, його методичної гнучкості та особистої залученості навіть найсучасніші освітні інновації залишаються деклараціями на папері. Тому підготовка педагогів, які здатних формувати в учнів інформаційну компетентність, має стратегічне значення для успішної протидії інформаційним загрозам.

Це робить внесок у розвиток політичної науки та теорії комунікацій, пропонуючи цілісний підхід до аналізу інформаційної агресії. Практична ж значимість дослідження полягає в розробці методичних рекомендацій для системи середньої освіти. Запропоновані в роботі підходи до інтеграції медіаосвіти на уроках історії відповідають актуальним завданням освітньої реформи та можуть бути безпосередньо використані в педагогічній практиці. Це особливо цінно в контексті сучасних викликів для України, яка вже кілька років поспіль протистоїть масованим інформаційно-пропагандистським атакам. Результати роботи можуть знайти застосування при підготовці вчителів, у

процесі удосконалення навчальних програм і підручників, а також у формуванні національної стратегії з розвитку критичного мислення та медіаграмотності населення як складової інформаційної безпеки держави.

Перспективи подальших досліджень визначаються динамічністю інформаційного середовища та потребою поглиблювати напрацювання цієї роботи. По-перше, доцільно провести експериментальні апробації запропонованих методик у школах та оцінити їхню ефективність у підвищенні медіаграмотності учнів. По-друге, перспективним є розширення медіаосвітнього підходу на інші навчальні предмети і рівні освіти, щоб сформувати комплексну систему протидії інформаційним війнам на рівні всього суспільства. По-третє, варто дослідити нові прояви інформаційної війни, зумовлені розвитком технологій аби своєчасно оновлювати освітні стратегії і методичні матеріали. Нарешті, окремого вивчення потребує питання підготовки педагогічних кадрів: розробка програм підвищення кваліфікації вчителів щодо викладання медіаграмотності й критичного мислення. Реалізація цих напрямів поглибить результати магістерської роботи та сприятиме подальшому зміцненню інформаційної безпеки України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Арендт Г. Джерела тоталітаризму. Київ : Дух і літера, 2005. 584 с.
2. Банчук-Петросова О. В., Петрова Н. О. Культурна дипломатія як м'яка сила в міжнародних переговорах. *Економіка та суспільство*. 2025. Вип. 74.
3. Варивода Я. Масова свідомість як об'єкт національної безпеки: Когнітивний дисонанс. *Вікіпедія*. [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Когнітивний_дисонанс
4. Великі космічні перегони або китайське витіснення Росії. 2022. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://ximera.com.ua/2022/09/velyki-cosmichni-perehony>
5. Використання методу кейс-стаді у процесі викладання історії в школі. *Інноваційна педагогіка*. 2023. Вип. 58. Ч. 1. С. 70–74.
6. Висоцький О. Ю., Халапсіс О. В. Кіно і політична пропаганда : навч. посіб. Дніпро : Дніпров. держ. ун-т внутр. справ, 2024. 408 с.
7. Герасименко П. М. Психологія мас і пропаганда. Харків : Видавництво ХНУ, 2019. 120 с.
8. Гісем О. В., Мартинюк О. О. Всесвітня історія [рівень стандарту] : підруч. для 10 кл. закл. загал. серед. освіти. Харків : Вид-во «Ранок», 2018. 176 с.
9. Гісем О. В., Мартинюк О. О. Всесвітня історія [рівень стандарту]]: підруч. для 11 кл. закл. загал. серед. освіти. Харків : Вид-во «Ранок», 2019. 224 с.
10. Гончаренко В. І., Іваній І. В., Кудренко А. І. Олімпійський спорт : навч. посіб. Суми : Вид-во СумДПУ ім. А. С. Макаренка, 2014. 364 с.
11. Зоря Ю. М. Медіаграмотність та STEM-освіта: виклики та можливості : навч.-практ. посіб. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2024. 98 с.
12. Когнітивний дисонанс в умовах війни і перебоїв електрики та його подолання. *Economy-confer.com.ua*. 2025. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.economy-confer.com.ua/full-article/4196/>
13. Копаль О. С., Павленко Ю. В. Інформаційна війна: проблеми та

- перспективи : навч. посіб. Київ : НАДУ, 2015. 192 с.
14. КРОВ, ЦРУ, бойкоти, допінг та боротьба за постколоніальний світ — спорт як сегмент протистояння США і СРСР. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://surl.li/qsjlbi>
 15. Ліпкан В. А. Національна безпека України : навч. посіб. Київ : Кондор, 2006. 552 с.
 16. Магда Є. В. Гібридна війна: вижити і перемогти. Харків : Віват, 2015. 304 с.
 17. Макух-Федоркова І. Сучасні методологічні підходи до визначення понять смислові/когнітивні війни: аналіз інструментів впливу. *Історико-політичні проблеми сучасного світу : зб. наук. статей*. Чернівці : Чернівецький національний університет, 2024. Т. 49. С. 120–136.
 18. Масенко Л. Мова радянського тоталітаризму. Київ : Кліо, 2017. 240 с.
 19. Медіаграмотність в освіті 2.0: інтегрування та розширення : матеріали конф. (Київ, 26 січня 2023 р.) / Рада міжнар. наук. досліджень та обмінів (IREX), Акад. укр. преси. Київ, 2023. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://medialiteracy.org.ua/mediagramotnist-v-osviti-2-0-integruвання-ta-rozshyrennya/>
 20. Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник / ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк ; за наук. ред. В. В. Різуна. Київ : Центр вільної преси, 2012. 352 с.
 21. Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник для студентів педагогічних коледжів / ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк ; за наук. ред. В. В. Різуна. Київ : Центр вільної преси, 2014. 431 с.
 22. Мельник О. В. Інформаційна війна: теоретико-методологічні аспекти. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://journals.iir.kiev.ua/index.php/mpi/article/view/215/195>
 23. Методичні рекомендації «Робота з візуальними джерелами на уроках історії у 8 класі». *Освітній проєкт «На Урок»*. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://naurok.com.ua/metodichni-rekomendaci-robota-z-vidualnimi->

dzherelami-na-urokah-istori-u-8-klasi-63200.html

24. Міжнародні відносини та світова політика, 1945–1980 : навч. посіб. / В. Ю. Крушинський, В. А. Манжола. Київ : Либідь, 2007. 189 с.
25. Мудрий М., Аркуша О. Історія: Україна і світ [інтегр. курс, рівень стандарту] : підруч. для 11-го кл. закл. загал. серед. освіти. Київ : Генеза, 2019. 304 с.
26. Нова українська школа: poradnik dla vchitelja / za zag. red. H. M. Bibik. Київ : Літера ЛТД, 2019. 208 с.
27. Основи медіаграмотності : навч.-метод. посіб. для вчителя 8(9) клас. Плани-конспекти уроків / за ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк, О. П. Мокрогуза. Київ : Академія української преси ; Центр вільної прес, 2014. 190 с.
28. Пометун О. І. Нова українська школа: розвиток критичного мислення учнів початкової школи : навч.-метод. посіб. Київ : Вид. дім «Освіта», 2020. 192 с.
29. Почапська О. І. «(Не)безпека в цифровому світі» : навч. посіб. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2024. 59 с.
30. Почепцов Г. Г. Інформаційні війни. Київ : Ваклер, 2000. 576 с.
31. Практична медіаграмотність у НУШ. 5–7 класи : навч. посіб. / за ред. О. Волошенюк, Г. Дегтярьової, Р. Шаламова. Київ : ЦВП, 2024. 181 с.
32. Про Закон України "Про внесення змін до Закону України "Про захист інформації в автоматизованих системах" : Лист Вищ. госп. суду України від 07.07.2005 № 01-8/1200. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v1200600-05#Text>
33. Психологія мас і пропаганда / ред. І. В. Кириченко. *Євроінтеграційні орієнтири інноваційного наукового пошуку молоді України : матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф.* (Запоріжжя – Мелітополь, 27–28 червня 2024 р.). Мелітополь : Вид-во МДПУ ім. Б. Хмельницького, 2024. 151 с.
34. Роль освіти в формуванні та розвитку критичного мислення серед учнів. *JPVRND Conf.* 2024. [Електронний ресурс]. Режим доступу:

<https://jpvrnd.conf.vntu.edu.ua/index.php/mn/mn2024/paper/view/21100>

35. Сасин Г. В. Інформаційна війна: сутність, засоби реалізації, результати та можливості протидії (на прикладі російської експансії в український простір). *Грані*. 2015. № 3 (119). С. 18–23.
36. Терно С. О. Критичне мислення — сучасний вимір суспільнознавчої освіти. Запоріжжя : Просвіта, 2009. 268 с.
37. Тихомиров О. О. Інформаційна безпека: соціотехнічна парадигма. *Інформаційна безпека людини, суспільства, держави*. 2014. № 1(14). С. 13–20.
38. Трачук Т. А. Специфіка застосування у ЗМІ технологій маніпулювання суспільною свідомістю. *Міжнародний науковий журнал «Грааль науки»*. 2022. № 18–19. С. 450–454.
39. Чукавіна Т. Е. Маси та масова свідомість. Людина в масі. *Вісник НТУУ «КПІ». Філософія. Психологія. Педагогіка*. 2011. № 3(33). С. 133–136.
40. Як NASA та уряд США «продавали» Місяць у межах програми Apollo. *Max Polyakov*. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://maxpolyakov.com/ua/yak-nasa-ta-uryad-ssha-prodavaly-misyac-u-mezhax-prohramy-apollo/>
41. Як російська пропаганда паразитує на темі Олімпійських ігор. *MediaSapiens*. 2024. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://ms.detector.media/propaganda-ta-vplivi/post/35662/2024-07-26-navit-makron-ne-ryzyknuv-kupatysya-u-brudniy-seni.../>
42. Aleknonis G. Two Myths about “The Voices”: Experiences of Radio Free Europe/Radio Liberty. *Žurnalistikos tyrimai (Journalism Research)*. 2023. Vol. 17. P. 123–159.
43. "The American 1950s". *CPCW: The Center for Programs in Contemporary Writing*. URL: <http://www.writing.upenn.edu/~afilreis/50s/home.html>
44. *Book Diplomacy in the Cultural Cold War: Interdisciplinary Perspectives* / ed. by E. Haddadian-Moghaddam, G. Scott-Smith. Leiden : Brill, 2025. 335 p.

45. Croote M. Rocky IV as a Groundbreaking Film. *Research Inquiry*. 2023. Vol. 12.
URL: <https://digitalcommons.cortland.edu/rhetdragonsresearchinquiry/12>
46. Dautbasic L. US Soft Power through Hollywood during Cold War: Rocky IV. *ResearchGate*. 2022. DOI: 10.13140/RG.2.2.16730.36808.
47. GaLovell S. Russia in the Microphone Age: A History of Soviet Radio, 1919–1970. New York : Oxford University Press, 2015.
48. Marketing the moon: how NASA sold space to earth. *The Marginalian*. URL: <https://www.themarginalian.org/2014/03/18/marketing-the-moon/>
49. The Men Who Sold the Moon. *American Scientist*. URL: <https://www.americanscientist.org/article/the-men-who-sold-the-moon>
50. Midnight screening: rambo: first blood part II. *The Long Take*. URL: <https://thelongtake.net/2019/10/05/midnight-screening-rambo-first-blood-part-ii/>
51. Nowell R. Warnography: Hollywood Cold War Cinema, Critical Hostility, and Rocky IV (1985). *HumaNetten*. 2024. Nr 52. P. 115–141. DOI: 10.15626/hn.20245207.
52. Nye J. S. Soft power: the means to success in world politics. New York : PublicAffairs, 2004. 240 c.
53. Parry-Giles S. J. Rhetorical experimentation and the cold war, 1947–1953: the development of an internationalist approach to propaganda. *Quarterly journal of speech*. 1994. Vol. 80, no. 4. P. 448–467. URL: <https://doi.org/10.1080/00335639409384087>
54. Prier J. Commanding the Trend: Social Media as Information Warfare. *Strategic Studies Quarterly*. 2017. Vol. 11, no. 4. P. 50–85.
55. Prier J. Commanding the trend: Social media as information warfare. *Information Warfare in the Age of Cyber Conflict* / ed. by C. Whyte, A. T. Thrall, B. M. Mazanec. London : Routledge, 2020. P. 88–113.
56. *Propaganda and Conflict: War, Media and Shaping the Twentieth Century*. London : Bloomsbury Publishing Plc, 2019. 368 c.
57. Saravia J. Good vs. Evil: The Construction of Soviet ‘Otherness’ in Rocky IV.

- PopMeC research blog*. 2020. URL: <https://popmec.hypotheses.org/1635> (
58. Selvage D., Nehring C. Operation “Denver”: KGB and Stasi Disinformation regarding AIDS. *Wilson Center*. 2019. URL: <https://www.wilsoncenter.org/blog-post/operation-denver-kgb-and-stasi-disinformation-regarding-aids>
 59. Selvage D. Operation “denver”. *Journal of cold war studies*. 2021. Vol. 23, no. 3. P. 4–80. URL: https://doi.org/10.1162/jcws_a_01024
 60. Shaw T., Youngblood D. J. Cold War Sport, Film, and Propaganda: A Comparative Analysis of the Superpowers. *Journal of Cold War Studies*. 2017. Vol. 19, no. 1. P. 160–192.
 61. Šišić H. Cultural Diplomacy and the Cold War Period. *Društvene i humanističke studije*. 2024. Vol. 9, No. 1(25). P. 621–642. DOI: 10.51558/2490-3647.2024.9.1.621.
 62. The sinews of peace ('iron curtain speech'). *International Churchill Society*. URL: <https://winstonchurchill.org/resources/speeches/1946-1963-elder-statesman/the-sinews-of-peace/>
 63. Sosin G. Sparks of Liberty: An insider's memoir of Radio Liberty. University Park, Pa : Pennsylvania State University Press, 1999. 313 c.
 64. The Soviet Side of the Cultural Cold War. *Wilson Center*. URL: <https://www.wilsoncenter.org/blog-post/the-soviet-side-the-cultural-cold-war>
 65. Space Race Propaganda: USA vs URSS. A matter of posters. *Paola Casoli Blog*. URL: <https://www.paolacasoli.com/2014/12/space-race-propaganda-usa-vs-urss-a-matter-of-posters/> (дата звернення: 12.11.2025).
 66. Westad O. A. Cold War: A World History. New York : Basic Books, 2017.
 67. ddis J. L. The Cold War: A New History. New York : Allen Lane, 2005. 352 p.
 68. Greenwood S. Return to dunkirk: the origins of the anglo-french treaty of march 1947. *Journal of strategic studies*. 1983. Vol. 6, no. 4. P. 49–65.
 69. Harris G. Poland's War on Radio Free Europe, 1950–1989. *History*. 2015. Vol. 100, No. 343. P. 785–786.
 70. Herman E. S., Chomsky N. Manufacturing Consent: The Political Economy of

- the Mass Media. New York : Pantheon Books, 1988.
71. Heroes or Hegemons? The Celluloid Empire of Rambo and Bond in America's Geopolitical Narrative. *ResearchGate*. URL: https://www.researchgate.net/publication/383415195_Heroes_or_Hegemons_The_Celluloid_Empire_of_Rambo_and_Bond_in_America's_Geopolitical_Narrative
 72. Historical Documents. *Office of the Historian*. URL: <https://history.state.gov/historicaldocuments/frus1969-76v12/d149>
 73. How nasa's marketing got us to the moon – braithwaite communications. *Braithwaite Communications*. URL: <https://gobraithwaite.com/thinking/how-nasas-marketing-strategy-got-us-to-the-moon>
 74. *The Information Revolution in Military Affairs in Asia* / ed. by E. O. Goldman, T. G. Mahnken. New York : Palgrave Macmillan US, 2004.
 75. Inside the disinformation forever war. *Engelsberg ideas*. URL: <https://engelsbergideas.com/essays/inside-the-disinformation-forever-war/>
 76. Kenez P. The Birth of the Propaganda State: Soviet Methods of Mass Mobilization, 1917-1929. Cambridge : Cambridge University Press, 1985. 308 p.
 77. Lasswell H. D. Propaganda technique in the world war. London : Kegan Paul, Trench, Trubner & Co., 1927.
 78. Libicki M. C. What is information warfare?. Washington, D.C. : National Defense University, Institute for National Strategic Studies, 1995.
 79. Linvill D., Warren P. Infektion's Evolution: Digital Technologies and Narrative Laundering. *Media Forensics Hub Reports*. 2023. Vol. 3. URL: https://open.clemson.edu/mfh_reports/3/