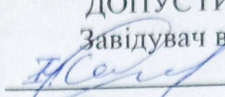


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
КАФЕДРА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН, ІНФОРМАЦІЇ ТА
РЕГІОНАЛЬНИХ СТУДІЙ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач випускової кафедри
 Ніна РЖЕВСЬКА
« 15 » 06 2023р.

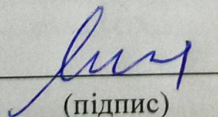
КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
ВИПУСКНИКА ОСВІТЬНОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА
ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 291 «МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ СУСПІЛЬНІ
КОМУНІКАЦІЇ ТА РЕГІОНАЛЬНІ СТУДІЇ»
ОСВІТЬНО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ
«МІЖНАРОДНА ІНФОРМАЦІЯ»

**Тема: «МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ЯК ФОРМА ПРОТИДІЇ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ РФ
В УМОВАХ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ»**

Виконавець: здобувач вищої освіти 4 курсу, 409 групи, Кузьменко Вікторія
Володимирівна

Керівник: д.політ.н., проф., завідувач кафедри міжнародних відносин, інформації та
регіональних студій Ржевська Ніна Федорівна

Нормоконтролер: _____


(підпис)

Олексій МЕНДРИН

КИЇВ 2023

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ.....	8
1.1. Концептуалізація поняття «дезінформація»: різноманітність та складність підходів до розуміння явища.....	8
1.2. Особливості російської дезінформаційної кампанії на сучасному етапі.....	12
1.3. Форми протидії інформаційним загрозам України: відповідь держави на поширення російської дезінформації.....	18
РОЗДІЛ 2. КОМПЛЕКСНИЙ АНАЛІЗ МЕДІАГРАМОТНОСТІ В УКРАЇНІ ЯК ОДНІЄЇ З ФОРМ ПРОТИДІЇ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ РФ В УМОВАХ ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ.....	24
2.1. Осмислення поняття медіаграмотності в науці (світовій та українській).....	24
2.2. Медіаграмотність крізь призму російсько-української війни: виклики для України та стратегії подолання негативних тенденцій.....	28
2.3. Поточні зусилля України у підвищенні рівня медіаграмотності населення.....	31
РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНА МЕДІАГРАМОТНІСТЬ: СТВОРЕННЯ МЕДІАОСВІТНЬОГО КОНТЕНТУ ПІД ЧАС ВІЙНИ.....	37
3.1. Розробка та впровадження проекту з медіаграмотності: стратегія та план дій.....	37
3.2. Оцінка ефективності впливу проектної програми на медіаповедінку учасників.....	39
3.3. Практичні рекомендації щодо вдосконалення медіаграмотності в Україні в умовах воєнного стану.....	42
ВИСНОВКИ.....	47
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	51
ДОДАТКИ.....	60

ВСТУП

Російсько-українська війна, що триває вже понад 9 років, є найбільш технологічно прогресивною, з усього того, що коли-небудь бачило людство. Вона вкотре нагадала світові, що війни ведуться не лише за допомогою зброї та фізичного насильства, а й при допомозі інформаційних технологій. Російська Федерація (РФ) використовує інформаційну війну проти України, як головну складову своєї гібридної агресії в умовах повномасштабного вторгнення в Україну, відкрито розпочате нею 24 лютого 2022 року. Кремль активно вдається до використання нетрадиційних тактик для досягнення своїх стратегічних цілей, серед яких, основними є поширення дезінформації та пропаганди.

Із початком повномасштабної війни, рівень дезінформації, що поширює Росія щодо України, з метою здійснення впливу на різні цільові групи населення, значно виріс. Лише за перші 4 дні війни російської агресії, в соціальній мережі «Твітер» було зафіксовано понад 45 000 дезінформаційних твітів, що засвідчує використання країною-агресоркою всіх можливих каналів для поширення брехні та пропаганди, заохочуючи цим вчинення воєнних злочинів.

Актуальність обраної теми дослідження полягає в тому, що в умовах війни існує нагальна потреба в інформаційному захисті громадян України, що включає не лише інформаційну та кібербезпеку, а й сферу медіаграмотності, складовими якої є вироблення стійкості населення до дезінформаційних впливів, набуття навичок критичного мислення, що дозволяють аналізувати та оцінювати інформацію, яка надходить із інформаційного середовища.

Слід розуміти, що держава не в змозі контролювати усі інформаційні потоки, канали отримання інформації пересічними громадянами, оскільки РФ постійно змінює форми та методи деструктивного впливу, вдаючись до гібридних прийомів. Саме тому, медіаграмотність має потребу в використанні нових механізмів для свого вдосконалення та поширення. Адже, від свідомості та обізнаності кожного індивіда та суспільства в цілому, залежатиме можливість чинити спротив і протидіяти інформаційним атакам ворога. До того ж, російсько-українська війна показала, що

медіаграмотність має бути не лише предметом теоретичного обговорення та справою вузькоспеціалізованих фахівців, а й стати важливою справою загальнонаціонального масштабу, опанування основ якої необхідно розпочинати з дошкільної системи освіти.

Дана кваліфікаційна робота має високу наукову цінність, оскільки покликана розкрити найкращі практики та державні стратегії у боротьбі з дезінформацією в умовах воєнного стану. Отримані результати можуть бути покладені в основу розробки практичного посібника з підвищення рівня медіаграмотності в Україні та використання ефективних методів у виявленні й протидії російській дезінформації.

Метою роботи є дослідження медіаграмотності як форми протидії дезінформації РФ в умовах російсько-української війни.

Щоб досягти поставленої мети необхідно розв'язати наступні дослідницькі **завдання**:

- дати визначення поняття «дезінформація», порівняти наявні наукові дефініції та підходи до його визначення;
- розкрити особливості російської дезінформаційної кампанії на сучасному етапі;
- визначити державні форми протидії інформаційним загрозам з боку РФ;
- дослідити поняття медіаграмотності в науці (світовій та українській);
- провести аналіз стану медіаграмотності в Україні в умовах повномасштабної війни, запропонувати стратегії подолання негативних тенденцій;
- охарактеризувати поточні зусилля України щодо підвищення рівня медіаграмотності населення;
- розробити та впровадити проєкт із медіаграмотності для цільової аудиторії в Україні;
- провести оцінку ефективності впливу проєктної програми на медіаповедінку учасників;
- надати практичні рекомендації щодо вдосконалення медіаграмотності в Україні в умовах воєнного стану.

Об'єктом дослідження є сфера медіаграмотності України.

Предметом – особливості забезпечення медіаграмотності у протидії дезінформації РФ в умовах повномасштабної війни в Україні.

Джерельну базу дослідження складають підручники, навчальні посібники, наукові роботи з теорії медіаграмотності, а також наукові монографії та статті за темою. Теоретичну базу дослідження у розкритті поняття «медіаграмотність» склали праці таких вітчизняних дослідників, як: О. Волошенюк, В. Іванова, О. Баришполец, О. Бондаренко, Т. Костирко, зарубіжних вчених: Х. Мануеля, П. Торнеро, Р. К'юбі, Кр. Ворснопа та інших. Окрім того, джерельна база дослідження вміщує аналітичні документи та експертні висновки ГО «Детектор медіа» та «Інституту масової інформації», незалежного видання «ТЕКСТИ», незалежного аналітичного центру «Український інститут медіа та комунікацій», Центру глобальної взаємодії Державного Департаменту США, Центру протидії дезінформації при Раді національної безпеки і оборони України (РНБО), Міністерства культури та інформаційної політики України (МКІП).

Стан дослідженості проблеми вказує на те, що медіаграмотність є об'єктом зацікавлення багатьох науковців. Серед зарубіжних теоретиків, що досліджували поняття медіаграмотності та її особливості слід відзначити Дж. Пандженте, С. Шейбе, Ф. Рогоу, Д. Консидайна, Дж. Гріпсруда, А. Букхорста, Р. К'юбі, Г. Гербнера, А. Харта тощо, серед вітчизняних: К. Шворака, О. Волошенюка, В. Іванову, О. Баришполец, О. Мокрогуза, Л. Найдьонову, О. Зарівну, О. Марків, Н. Коваленко, та інші. Станом на 2023 рік, напрацювань з проблематики дослідження медіаграмотності в контексті протидії дезінформаційним впливам РФ в умовах війни, опубліковано не було.

Хронологічні межі дослідження охоплюють період з 24.02.2022 року, пов'язаний з початком повномасштабної російсько-української війни та трансформацією медіаграмотності в Україні в умовах поточних викликів. Верхня межа дослідження відсутня, оскільки війна в Україні досі триває.

Для проведення комплексного дослідження теми «Медіаграмотність як форма протидії дезінформації РФ в умовах російсько-української війни» та пов'язаних з нею аспектів були використана наступна комбінація загальних та спеціальних **методів**: концептуальний та контент-аналіз, використані при зборі та аналізі наукових

визначень, підходів до розуміння понять «дезінформація» та «медіаграмотність» з різних джерел та у виявленні ключових факторів і чинників, що дозволяють визначати медіаграмотність як форму протидії дезінформації РФ; метод кейсів, використаний у зборі та аналізі даних про російську дезінформаційну кампанію в Україні, задля забезпечення детального розуміння особливостей інформаційного протистояння, загроз та чинників, що спричинили його початок; системний та структурно-функціональний аналіз для дослідження складових дезінформаційної кампанії РФ; SWOT-аналіз, з метою визначення сильних і слабких сторін, можливостей і загроз медіаграмотності в Україні та побудови SWOT-стратегії у подоланні критичного стану медіаграмотності України; метод проєктів, виростаний при розробці та впровадженні проєкту (мінікурсу) з медіаграмотності; методи математичної статистики: використані для визначення рівня ефективності впливу проєктної програми на медіаповедінку учасників під час реалізації проєкту.

Апробація результатів роботи полягає в тому, що основні положення, ідеї та результати дослідження представлено та обговорено на 7 науково-практичних конференціях, круглих столах та конкурсах, у тому числі міжнародних:

1. XXI Міжнародна науково-практична конференція здобувачів вищої освіти і молодих учених «Політ. Сучасні проблеми науки» у галузі Міжнародні відносини (м. Київ, НАУ, 10 березня 2021 року).

2. Інтернет-конференція «Україна в координатах Східного партнерства: пошук геополітичних пріоритетів крізь призму національної безпеки», за підтримки Програми ЄС Еразмус та напряму Жан Моне (м. Львів, НУ ЛП, 24 березня 2022 року).

3. XXII Міжнародна науково-практична конференція здобувачів вищої освіти і молодих учених «Політ. Сучасні проблеми науки» у галузі Міжнародні відносини (м. Київ, НАУ, 25 травня 2022 року).

4. Круглий стіл «Європейські стандарти освітніх програм: молодь і наука» з нагоди Всесвітнього дня науки в ім'я миру та розвитку (м. Київ, НАУ, 10 листопада 2022 року).

5. Круглий стіл з нагоди Дня спротиву окупації Автономної Республіки Крим та міста Севастополя (м. Київ, НАУ, 23 лютого 2023 року).

6. Всеукраїнська науково-практична конференція з міжнародною участю: «Дипломатія в міжнародних відносинах: ретроспекція і сучасність» (м. Київ, НАУ, 24 лютого 2023 року).

7. XXIII Міжнародна науково-практична конференція здобувачів вищої освіти і молодих учених «Політ. Сучасні проблеми науки» у галузі Міжнародні відносини (м. Київ, НАУ, 7 квітня 2023 року).

За результатами проведеного дослідження опубліковано 7 наукових праць, надрукованих у збірниках до проведених наукових заходів.

Структуру та обсяг роботи складають вступ, три розділи, які об'єднують 9 підрозділів, цифровий матеріал (3 таблиці), ілюстративний матеріал (20 рисунків) висновки, список використаної літератури (70 найменувань), 6 додатків. Загальна кількість сторінок – 67, з них основного тексту – 50.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

1.1. Концептуалізація поняття «дезінформація»: різноманітність та складність підходів до розуміння явища

Дезінформація є актуальною проблемою сучасного світу, оскільки розвиток інформаційних технологій значно полегшив умови для поширення неправдивої або маніпулятивної інформації, ніж будь-коли. Це має серйозні наслідки для громадського дискурсу, політичної стабільності держав та особистого добробуту громадян. Іншими словами, дезінформація – це спільний знаменник багатьох проблем, з якими зіштовхується сучасне демократичне суспільство. В даному контексті важливо вибудувати чітке розуміння того, що таке дезінформація, як вона працює та як їй можна протистояти.

Айрін Хан, спеціальний доповідач Організації Об'єднаних Націй (ООН) із заохочення та захисту права на свободу думок і їх вираження, в своїй доповіді від 12 серпня 2022 року наголосила, що дезінформація, як явище існує понад тисячоліття, проте лише в ХХІ сторіччі – отримала свого найбільшого поширення [46, с. 5]. З цим міркуванням не можна не погодитися, оскільки дезінформація вже давно використовується для просування «вигідних» наративів, із метою здійснення гібридних впливів на особу, суспільство та державу. Початок нової ери змінив умови для здійснення інформаційної політики держав, у результаті чого дезінформація стала не лише частиною сучасності, а й – серйозною загрозою для неї.

В Україні та за її межами існує значна зацікавленість поняттям «дезінформація», що стимулює проведення наукових досліджень у таких галузях, як міжнародні відносини, політологія, інформаційна безпека, соціологія, психологія та інші. Незважаючи на те, що проблема дезінформації вивчається різними науковими сферами, на даний момент не існує єдиного наукового підходу до її визначення.

Етимологічно термін «дезінформація» походить від французького *désinformation*, де префікс *dés* – вказує на протилежність чи позбавлення, а *information* – інформація. Згідно з визначенням Українського тлумачного словника [6], дезінформація – це неправдива або недостовірна інформація, поширена з метою ввести в оману.

Розглянемо деякі наукові підходи до визначення цього поняття. Зокрема, американський письменник Дж. Мартін, у праці «Дезінформація: збраряддя в арсеналі пропаганди. Політична комунікація» (1982), сформулював визначення дезінформації як «форми пропаганди, спрямованої на неправомірну дію, [...] шляхом використання хибних, неповних фактів, підроблених документів та інших методів» [51, с. 51]. Хорватські вчені М. Туджман та Н. Мікеліч у роботі «Інформаційна наука: Наука про інформацію, Місінформація та дезінформація» (2003) визначили термін дезінформація як «помилкова інформація, що поширюється з метою завдання шкоди особі, яка її споживає. Метою дезінформації є не введення в оману, а завдання шкоди об'єкту впливу» [63, с. 1515].

Американський філософ Дж. Фетцер в роботі «Дезінформація: використання неправдивої інформації. Розум і машини» (2004) стверджує, що «дезінформація є аналогічною актам брехні, тому можна стверджувати, що їх можна порівняти між собою» [43, с. 231]. Іншими словами, дезінформація – це неправдиве твердження і має на меті ввести в оману. Ще один американський дослідник Д. Фалліс у праці «Концептуальний аналіз дезінформації» (2009) формулює визначення дезінформація таким чином, що це – «інформація, що вводить в оману, яка має бути або принаймні передбачається, такою, що вводить в оману» [42, с.2]. Англійська дослідниця, К. Уордл в праці «Інформаційний розлад: Основний глосарій» (2018) надає визначення дезінформації, як неправдивій інформації, яка навмисно створюється або поширюється з метою заподіяти шкоду [67, с.9].

Серед вітчизняного кола дослідників дезінформації варто згадати І. Поліщука, який у своїй праці «Політичні медіатехнології» (2014) визначає дезінформацію як «метод завдяки якому в ЗМІ подається інформація, що є абсолютно неправдивою» [22, с. 129], та Г. Почепцова, який в роботі «(Дез)інформація» (2019)

формулює термін дезінформація через ряд важливих факторів: «високий емоційний рівень, який дозволяє впливати на маси людей; дезінформація просуває вигаданий віртуальний об'єкт [...]; дезінформацію важко спростувати, оскільки це необхідно робити для неіснуючих, вигаданих об'єктів» [23, с.198–202].

Українські громадські організації та освітні платформи, спеціалізовані на виявленні дезінформації та боротьбі з нею пропонують власні визначення поняття «дезінформація». Зокрема, Інститут масової інформації, визначає дезінформацію як «навмисне поширення неправдивої інформації з метою маніпуляції та введення в оману, що може призвести до недовіри до будь-якого джерела інформації» [18]. Інша громадська організація «Детектор медіа» визначає дезінформацію як «неправдива або маніпулятивна інформація, яка завжди спрямована на шкоду і є систематичною» [7]. Це підпадає під поняття умовної пропаганди, яка завжди має негативний характер.

Студія онлайн-освіти EdEra разом з IREX створила курс з медіаграмотності, де вони визначають дезінформацію як «один з видів неправдивої інформації, яку створюють навмисно з метою завдати шкоди окремим особам, соціальним групам, організаціям або країнам» [66]. У звіті про російську дезінформацію та пропаганду 2022 року, який склала група Люблінського трикутника (тристоронній регіональний альянс між Литвою, Польщею та Україною) дезінформація визначається як «набір неправдивої або маніпулятивної інформації з зловмисним наміром та систематичним виконанням» [57, с. 11–12].

Зважаючи на різноманітні визначення терміну «дезінформація», запропоновані зарубіжними та українськими науковцями, аналітиками, можна виділити наступні ознаки дезінформації: важливість інформації, помилковість та оманливість інформації, навмисно сформовані дані, цілеспрямоване поширення таких даних із метою маніпулювання, впливу на громадську думку, завдання суспільної шкоди, орієнтація на визначене коло акторів та інституційне походження.

У поширенні дезінформації беруть участь різні суб'єкти, які переслідують власні мотиви. Найбільш очевидними мотивами є фінансова вигода та ідеологічні переконання, які іноді порушують норми раціональності та моральних стандартів. Це може статися тоді, коли актори не усвідомлюють шкідливих наслідків для інших, або

навмисне ігнорують їх [70]. У деяких випадках метою дезінформаційних кампаній є навмисне створення плутанини, нестабільності чи недовіри, зокрема в політичних цілях. Сучасна дезінформація нерідко ґрунтується на расових стереотипах, ксенофобії, антисемітизмі, та інших проявах структурної нерівності. Іншими словами, «старі» расові та колоніальні наративи поширюються на нових медійних формах. Використання мемів, хештегів, інших інструментів соціальних медіа демонструє, як расові теорії та стереотипи можуть діяти усередині та між спільнотами.

Агентство з кібербезпеки та захисту інфраструктури США (CISA) виділяє низку методів і стратегій, які використовуються для ведення інформаційних операцій та поширення дезінформаційних наративів (таблиця 1.1) [61].

Таблиця 1.1

Тактики поширення дезінформації (за матеріалами CISA)

Розробка фальшивих веб-сайтів та сфабрикованих персонажів:	фальшиві експертні мережі використовують підроблені кваліфікації (фіктивні «експерти», журналісти, аналітичні центри чи академічні установи) з метою підвищення рівня достовірності дезінформації.
Створення «дипфейків» та синтетичних медіа:	інструменти штучного інтелекту (ШІ) створюють синтетичні медіа ідентичні до автентичного вмісту, які використовуються як частина дезінформаційних кампаній для просування неправдивої інформації та маніпулювання аудиторією.
Використання «теорії змови»:	«теорії змови» намагаються пояснити важливі події таємними схемами. Вони не лише впливають на розуміння окремої теми, а й можуть формувати й впливати на світогляд людини.
Астротурфінг:	створює враження широкої підтримки або спротиву повідомленню, маскуючи його справжнє походження. Подібна тактика, «флуд», передбачає наповнення публікацій у соціальних мережах і коментарів з метою формування наративу або придушення протилежних точок зору.

Зловживання альтернативними платформами:	використання платформ з низьким інформаційним захистом користувачів, з менш суворою політикою модерації вмісту та меншою кількістю заходів для виявлення і усунення підробленого вмісту, облікових записів, ніж інші платформи соціальних мереж.
Створення спеціалізованого контенту:	тактика часто передбачає підхід «довгої гри» з розповсюдженням цільового вмісту протягом певного часу, щоб зміцнити довіру цільової аудиторії.

Отже, дезінформаційні кампанії стають все більш поширеними, становлячи серйозну загрозу для критичної інфраструктури та демократичних процесів в державі. Важливо розуміти тактику та методи, що використовують актори для поширення дезінформації, неправдивих наративів для маніпулювання аудиторією. Визнаючи ці стратегії, окремі особи, організації та уряди можуть вжити заходів для пом'якшення впливу кампаній з дезінформації. Саме тому, підвищена обізнаність громадськості може зіграти вирішальну роль у боротьбі з дезінформацією та сприятиме більш поінформованому та залученому суспільству.

1.2. Особливості російської дезінформаційної кампанії на сучасному етапі

Дезінформація відіграє важливу роль у досягненні Росією своїх цілей як у внутрішній, так і зовнішній сферах, яка є ефективним інструментом для просування своїх ідей, що суперечать цінностям та принципам демократії. Понад десятиліттями РФ поширювала та продовжує поширювати дезінформаційні меседжі, наративи, використовуючи їх як шаблон з повним ігноруванням правди. Країна-агресорка формує інформаційне середовище, спрямоване на підтримку своїх політичних цілей.

Аналітики корпорації RAND описують сучасну російську модель дезінформації за такими особливостями:

- наявність великої кількості каналів і об'ємів повідомлень;
- безсоромна готовність поширювати відверту брехню;
- швидкість, безперервність і повторюваність поширень;

– відсутня послідовність дій. [54, с. 2]

Ворожа дезінформаційна кампанія, здійснювана Росією, базується на використанні різноманітних методів, таких як цілковита брехня, спотворення фактів, наклепи, інформаційні диверсії, провокації, викривлення історичних подій тощо. Важливою складовою цієї кампанії є висока ресурсна забезпеченість, а також широка мережа каналів передачі інформації, що дозволяє пропагандистам ефективно діяти в інформаційному просторі. [54, с. 3] До того ж, російські ЗМІ не опікуються правдивістю інформації, та не витрачають часу на перевірку даних, вони самотужки створюють потрібні «новини» щоб досягти поставленої мети.

Відповідно до дослідження Центру глобальної взаємодії Державного Департаменту США (GEC) сучасна російська дезінформація, складається з незлічимої кількості елементів [55], основні з яких представлені в таблиці 1.2.

Таблиця 1.2

Елементи сучасної російської дезінформації (за матеріалами GEC)

Офіційні державні комунікації	заяви Кремля або міністерств; офіційні повідомлення в соціальних мережах; заяви або цитати, російських посадовців.
Глобальне державне мовлення	фінансовані ЗМІ, розраховані на закордонні аудиторії, на внутрішні аудиторії; іноземні ЗМІ, фінансовані російською державою; міжнародні російські соціально-культурні установи.
Культивування проксі-джерел	проросійські інтернет-ресурси з глобальним охопленням; місцеві ЗМІ; свідомі та ненавмисні розповсюджувачі російської пропаганди.
Соціальні мережі як зброя	постійні кампанії з підриву довіри до інститутів влади; розпалювання протестів чи громадянських заворушень.
Кібердезінформація	несанкціонований доступ до інформації в комп'ютерних мережах; захоплення сайтів; сайти-підробки; перешкоджання роботі офіційних джерел або засобів.

При дослідженні особливостей російської дезінформаційної кампанії на сучасному етапі слід зауважити, що Україна є об'єктом потужних дезінформаційних операцій та тривалого психологічного впливу з боку кремля вже понад 30 років. Однак, найвищий рівень поширення ворожої дезінформації та пропаганди спостерігався після вторгнення РФ в Україну, у лютому 2022 року.

У переддень вторгнення Росії, 23 лютого 2022 року, було виявлено масове поширення дезінформаційних повідомлень, спрямованих на деморалізацію українців, погіршення відносин між Україною та її союзниками та зміцнення позицій кремля в суспільному сприйнятті [65]. Зазначені меседжі містили твердження про те, що нарощування військових сил перед вторгненням відбувалось з метою навчань; зосереджувалась увага на історичному ревізіонізмі та делегітимізації України як суверенної держави (заяви про те, що сучасна Україна була створена більшовицькою Росією); твердження про захоплення неонацистами влади в Україні, про загрози російському населенню в Україні та про здійснення українським Урядом геноциду в частинах Донецької та Луганської областей, що з 2014 року незаконно контролюються підтримуваними Росією сепаратистами тощо [37; 65].

РФ веде війну проти України на засадах брехні, провокацій, фальсифікацій, а тому, чи не найголовнішим методом цієї війни виступає інформаційна агресія. Метою широкомасштабної інформаційної війни Росії проти України є відновлення її інформаційного впливу на український інформаційний простір, особливо на тимчасово окупованих нею територіях, дискредитація чинної влади, євроінтеграційного та євроатлантичного курсу українського суспільства, нагнітання соціального невдоволення в регіонах та розпалювання внутрішньодержавної ворожнечі, просування доктрини «русского міра» (російського світу) тощо. Іншими словами країна-агресорка прагне запустити дезінтеграційні процеси в Україні та знищити українську державність. Кремль формує та розширює канали дезінформаційної кампанії, детально аналізуючи та враховуючи цільове спрямування (рис.1.1).



Рис.1.1. Цільові аудиторії сучасної російської дезінформаційної кампанії

Для досягнення своєї мети – впливу на цільові аудиторії, Росія розвинула потужний пропагандистський апарат завдяки поширенню дезінформації через:

- ЗМІ: друковані видання (Комсомольська правда, Аргументи і факти, Комерсант); телебачення (Супутник, Росія РТР/РТР Планета, Росія 24); радіомовлення (Російське радіо, радіо Росії, Маяк); інформаційні агентства (Росбалт, РІА, ТАСС) та ін.;
- «інтернет-тролі та боти» (в соціальних мережах «Фейсбук», «Твітер», «Інстаграм», «Вконтакті», «Однокласники» тощо). Варто зазначити, що на Росії фейсбук був заблокований 4 березня, адже соціальну мережу звинуватили в цензурі російських державних та продержавних ЗМІ, а 14 березня на всій території Росії було заблоковано доступ до соціальної мережі «Інстаграм» [45], проте це не створює труднощів для поширення російської дезінформації за допомогою цих соціальних мереж з використанням віртуальної приватної мережі VPN;
- телеграм-канали (за офіційними даними українського видання «Детектор медіа» загальна кількість телеграм-каналів, що поширюють кремлівську дезінформацію складає понад 300 [14], серед яких найбільш популярними є Світ

сьогодні з «Юрій Подоляка», Анатолій Шарій, Легітимний, Типовий Донецьк, ЗеРада, Перші Новини Війни, Резидент, Пліткарка, Спостерігач тощо);

– тексти (як друкованого формату так електронного); відео (при монтуванні пропагандистських відео найчастіше застосовується технологія створення «дипфейків»); аудіо (записи розмов, підслуховування, переробки пісень, і видача чогось нового за своє); зображення та меми;

– політичні й громадські («Російський мир», «Російська спільнота Криму», «Російське єднання», «Російський блок», «Слов'янська партія» тощо) та навіть релігійні групи (РПЦ), які мають неабиякий вплив на свідомість людини. Станом на початок 2023 року, в Україні досі існує 8505 церков Московського патріарху [15]. Щодо політичних груп, у 2022 році, їх кількість на території України складала близько 17.

Використання агресором цих інструментів, створює прямі загрози для інформаційної безпеки України, які ми поділяємо на зовнішні та внутрішні.

До зовнішніх загроз ми відносимо: використання росіянами спеціальних наративів та інформаційних ярликів в офіційному контексті з метою недопущення легітимності апарату влади в Україні, зокрема «бандерівці», «націоналісти», «неонацисти» тощо; поширення агресором так званих «дипфейків» (технологія заміни обличчя людини на відео або фото), де центральною фігурою є Президент України Володимир Зеленський (до прикладу, в березні 2022 року було поширено «дипфейкове» відео за участю Зеленського про те, що Україна капітулювала перед Росією); поширення російських «інформаційних агентів» за кордоном, з метою формування сумніву у правильності позицій країн ЄС щодо впровадження пакетів санкцій проти кремля (так званий Газовий та ядерний шантаж, наявність біологічних лабораторій в Україні, пов'язаних з Пентагоном); щоденне поширення дезінформації щодо ситуації на військовому полі бою: капітуляція ЗСУ, здача позицій, вчинення злочинів на деокупованих територіях українськими військовими (йдеться про окремий загін спеціального призначення Національної гвардії України «АЗОВ», який Кремль визнає «терористичною організацією» [59, с. 13–14]), обстріли територій та об'єктів цивільної інфраструктури (вокзал у Краматорську, м. Василівка Запорізької

області, Каховська гідроелектростанція, Запорізька атомна електростанція (ЗАЕС), колонія з українськими військовими в Оленівці тощо).

Внутрішні інформаційні загрози формують: комп'ютерна злочинність та комп'ютерний тероризм; використання шахрайських схем (старих та нових) під час війни з метою отримання незаконного прибутку: організації псевдо «евакуацій», продаж неіснуючих осель, неіснуючі виплати громадянам тощо; відтік кваліфікованої робочої сили за кордон; активне поширення колабораціонізму переважно в соціальних мережах «Вайбер» та «Телеграм» та прагнення маніпулювати свідомістю українських громадян, зокрема через поширення дезінформації та фейків.

Дезінформація та пропаганда кремля супроводжують та підтримують військові дії Росії в Україні, включаючи спробу анексії Криму, підтримку сепаратистських рухів на Сході України та триваючу загарбницьку війну. РФ постійно намагається делегітимізувати Україну як державу в очах української, російської громадськості та міжнародної спільноти.

Водночас, розповсюдження дезінформації на велику аудиторію неможливе без залучення певної кількості «впливових» осіб, серед яких: експерти, актори та телеведучі, журналісти, політики, блогери, воєнкори, спортсмени, науковці, церковні діячі, військові. Українською волонтерською ініціативою з інформаційної гігієни «Як не стати овочем» було сформовано базу, яка включає понад 2000 осіб [2], що підтримують повномасштабне вторгнення в Україну та щодня поширюють дезінформаційні меседжі на свої цільові аудиторії.

Станом на 2023 рік дезінформація з боку РФ поширюється в надзвичайно великих масштабах та транслюється через значну кількість каналів, зокрема через соціальні мережі, супутникове телебачення, традиційні радіо- та телевізійні канали. Російська дезінформаційна кампанія є безперервною, швидко реагує на події, а тому російські пропагандисти не мають прихильності до об'єктивної реальності та не чекають на перевірку фактів, оскільки вони просто поширюють інтерпретацію настання подій, яка найкраще підходить для їхніх тем та цілей.

1.3. Форми протидії інформаційним загрозам України: відповідь держави на поширення російської дезінформації

Регулярно Росія поширює дезінформацію в надзвичайно великих обсягах, відповідно забезпечення ефективної діяльності у боротьбі з виникаючими інформаційними загрозами є актуальною проблемою і, водночас, завданням для України. Ключова роль у вирішенні цих питань відводиться державі, основній формі організації суспільства, через діяльність відповідних органів влади по використанню форм протидії, що є основою механізму забезпечення інформаційної безпеки України.

Ми визначаємо форму протидії поширенню дезінформації та пропаганди як комплекс встановлених правил та дій, якими керуються суб'єкти державного управління та громадяни, з метою виявлення, запобігання та перешкоджання поширенню ворожої дезінформації та пропаганди, в умовах інформаційного протиборства двох держав [11, с. 72].

Прийнято виділяти три основні форми протидії поширенню російської дезінформації: форма правового і оперативного реагування та медіаграмотність.

Форма правового реагування – це масив правових норм, що регулюють відносини в сфері інформаційної безпеки держави та протидії поширенню дезінформації. У склад цієї бази включають Конституцію України, нормативно-правові акти Президента України, Верховної Ради України, Кабінету Міністрів та інших центральних органів виконавчої влади, норми міжнародних договорів України та інші (рис.1.2).

До 2021 року правові механізми реагування на інформаційні загрози зводилися до розгляду окремих аспектів або систем технічного захисту інформації. Однак, у вересні 2021 року, була ухвалена Стратегія інформаційної безпеки [28], яка стала концептуальною основою забезпечення інформаційної безпеки в Україні та визначила основні методи боротьби з інформаційними загрозами. Особливу увагу приділено протидії дезінформації з боку РФ, для чого передбачено створення систем раннього виявлення та систем протидії поширенню дезінформації, ефективну

взаємодію між органами державної влади та інститутами громадянського суспільства при формуванні та реалізації державної інформаційної політики, заборону, перешкоджання поширенню інформаційних та аудіовізуальних продуктів країни-агресорки, посилення відповідальності за поширення дезінформації та інші заходи [28].

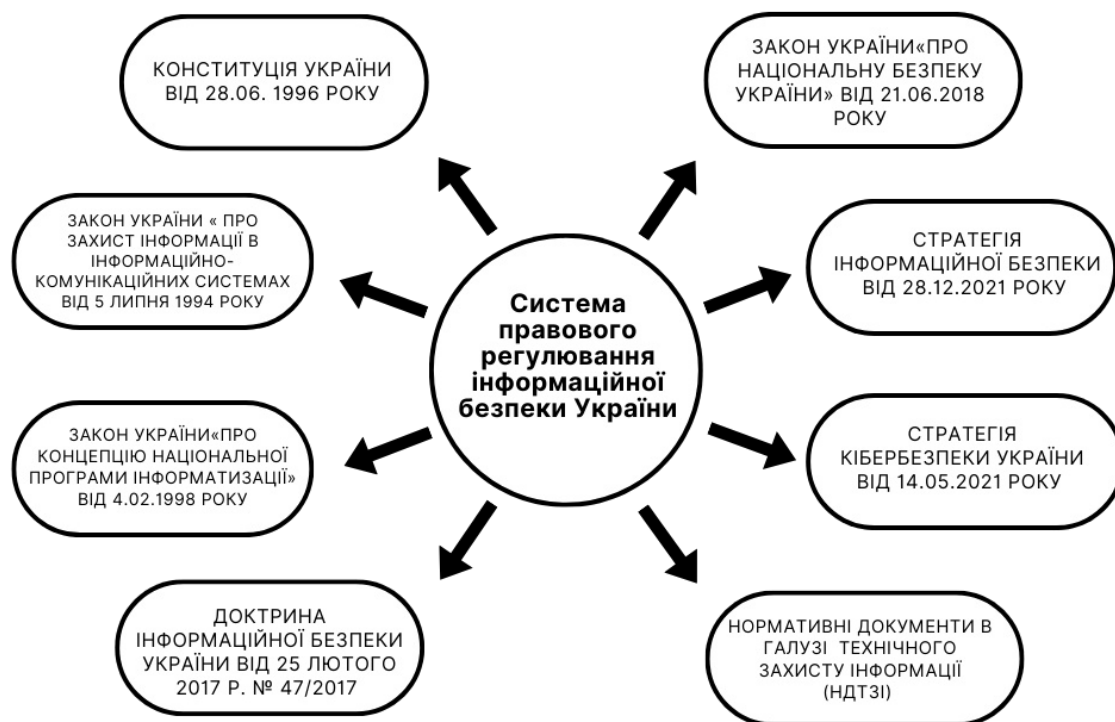


Рис.1.2. Система правового регулювання інформаційної безпеки України станом на 2023 рік

Для практичного виконання всіх поставлених цілей та завдань у боротьбі з дезінформацією та іншими існуючими інформаційними загрозами існує форма оперативного реагування, яка визначається як діяльність системи органів державної влади в сфері інформаційного захисту держави та суспільства [11, с. 73], як це показано на рис.1.3.



Рис.1.3. Система органів державної влади у забезпеченні інформаційної безпеки України

Державні заходи протидії прийнято поділяти на 3 основні групи: оперативні, організаційні та інформаційні.

Оперативні:

– заборона наповнення українського медіапростору російським контентом та обмеження доступу до російських державних ЗМІ. З метою протидії використанню російської мови у публічній сфері, 16 січня 2022 року, набув чинності закон, який зобов’язує всі національні друковані ЗМІ виходити українською – державною мовою країни [19]. Закон також передбачає, що 90% ефірного часу на національному телебаченні має бути україномовним, на місцевих телеканалах дозволено показувати не більше 20% неукраїномовного контенту;

– заборона діяльності в Україні проросійських партій. Відповідно до Закону № 2243-IX про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо заборони (розпуску, примусової ліквідації) політичних партій, який набув чинності 18 травня 2022 року [26]. Наразі заборонена діяльність 15 проросійських партій на території України: «Робітнича партія України», «Щаслива Україна», «Комуністична

партія України», «Прогресивна соціалістична партія України», «ОПЗЖ», «Союз лівих сил», «Партія Шарія», «Ліва опозиція», «Соціалістична партія України», «Наші», «Блок Володимира Сальдо», «Держава», «Соціалісти», «Справедливість і розвиток» та «Опозиційний блок».

– боротьба з колабораціонізмом як в мережі Інтернет так і поза його межами. Відповідно до Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів щодо встановлення кримінальної відповідальності за колабораційну діяльність», №2108-ІХ від 3 березня 2022 року [25]. У 2022 році правоохоронці України відкрили понад 2,6 тисяч кримінальних справ за фактом співпраці з російськими загарбниками; підозру отримали понад 300 осіб, більшість з яких втекли на Росію [8].

– контррозвідувальна, оперативно-розшукова та процесуальна робота спрямована на фіксацію та руйнування системи поширення різноманітних закликів (незаконне захоплення влади, дії, направлені на зміну територіальної цілісності, міжнаціональна ворожнеча тощо). В умовах загострення загроз особливо важлива роль тут належить РНБО, Прокуратурі, Службі безпеки України (СБУ), Міністерству внутрішніх справ (МВС), фіскальним органам з протидії ворожій системі пропаганди та ін.

Організаційні:

– створення центрів при міністерствах [30], діяльність яких полягає у виявленні та протидії російської дезінформації, запобіганню поширенню неправдивої та помилкової інформації з боку вітчизняних ЗМІ та кооперації з міжнародними центрами у боротьбі з інформаційними загрозами;

– створення та запуск органами влади, подекуди в кооперації з громадськими (волонтерськими) організаціями чат-ботів в соціальній мережі «Телеграм» для боротьби з дезінформацією. Серед таких «МРІЯ», який запустила Кіберполіція України спільно з волонтерами та небайдужими громадянами країни для опрацювання та блокування фейкових та проросійських ресурсів;

– забезпечення просування українського іміджу за кордоном насамперед завдяки діяльності Українського культурного фонду (державна установа, заснована в 2017 році);

– постійний моніторинг дій Росії та її агентів впливу на Заході, спрямованих на запламування історії і державності України та забезпечення ефективної діяльності влади та громадянського суспільства у формуванні, здійсненні, коригуванні державної політики в інформаційній сфері тощо.

Інформаційні:

– офіційні відповіді (заяви) Президента України на поширення «фейків», в тому числі «дипфейків» з його участю або щодо заяв російської влади з метою дестабілізації ситуації в Україні (ядерна зброя, мобілізації, захоплення територій тощо);

– основними формами поширення та донесення інформації до населення виступають брифінги, прес-конференції та інтерв'ю Президента, прем'єр-міністра, міністрів, керівного складу Офісу Президента, Міністерства оборони України (Міноборони), Головного управління розвідки МО України (ГУР МО), Генерального штабу Збройних Сил України (Генштабу ЗСУ) тощо;

– щоденна комунікація Міністерства закордонних справ (МЗС) із зарубіжною аудиторією, в тому числі медіа для пояснення перебігу подій в Україні, які насамперед стосуються збройної агресії Росії. В березня 2022 року, МЗС запустило інформаційну платформу для іноземної аудиторії про війну в Україні «War.Ukraine» [13, с.23–24], де публікуються офіційні дані, факти подій, що відбуваються під час російсько-української війни;

– активна робота українських дипломатичних місій в близькосхідних, африканських та латиноамериканських регіонах, які протягом багатьох років були та є об'єктом путінської пропаганди та інформаційно-психологічних операцій російських спецслужб та посилена кооперація з європейськими аналітичними центрами щодо протидії російській пропаганді в Україні тощо;

– збільшення кількості інформаційних матеріалів (друкованих, електронних), які розповідають про реальне життя в регіонах РФ, внутрішні загрози

для російського суспільства, антинародну діяльність керівництва та інші аспекти, щоб протидіяти ворожому впливу із залучення громадян на бік так званого «проросійського» вибору.

Отже, термін «дезінформація» має багато різних формулювань, які були запропоновані зарубіжними та українськими науковцями й аналітиками, зокрема в сфері політології, філософії, психології та ін., проте досі не вироблено єдиної сталої концепції у визначенні даного явища. Крім того, поява нових технологій, забезпечення безперервного доступу до інформації зробили дезінформацію більш поширеною та складною проблемою, яка потребує негайного вирішення. Існує потреба в міждисциплінарній співпраці для розвитку спільного розуміння дезінформації, наслідків її поширення та ефективних стратегій боротьби з нею.

Україна впродовж тривалого періоду є об'єктом дезінформаційної кампанії з боку РФ, яка характеризується комплексним і багатограним підходом із використанням різноманітних медіа-платформ, серед яких соціальні мережі, контрольовані державою ЗМІ та інші. Головна мета цієї кампанії незмінна роками – маніпулювати суспільною думкою в Україні та підірвати легітимність української влади. Проведений аналіз дій Кремля, в умовах повномасштабної війни, демонструє, що головні теми проросійських наративів постійно змінюються, залежно від змін на полі бою. Остання включає в себе ствердження про те, що дії, які насправді були здійснені нею, країною-агресоркою, насправді були вчинені Україною з метою приховати фактичне джерело відповідальності.

Досвід України в боротьбі з постійними російськими інформаційними атаками значно вплинув на її реакцію в поточних умовах. Держава відповіла на загрозу російської дезінформації, ґрунтуючись на досягнутому прогресі у зміцненні інформаційного та медіа-середовища з 2014 року, а також у створенні механізмів безпосереднього реагування на інформаційні загрози. Серед таких механізмів можна виділити зусилля з надання точної інформації, забезпечення функціонування медіа-організацій, а також політичні заходи у протидії інформаційним загрозам.

РОЗДІЛ 2

КОМПЛЕКСНИЙ АНАЛІЗ МЕДІАГРАМОТНОСТІ В УКРАЇНІ ЯК ОДНІЄЇ З ФОРМ ПРОТИДІЇ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ РФ В УМОВАХ ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ

2.1. Осмислення поняття медіаграмотності в науці (світовій та українській)

Україна протидіє дезінформаційним кампаніям Росії понад дев'ять років в умовах гібридної, а після 24 лютого 2022 року – повномасштабної війни. З урахуванням каналів, засобів та інструментів, що використовуються країною-агресоркою для поширення дезінформаційних нарративів та меседжам, відповідна увага приділяється розвитку медіаграмотності як однієї з основних форм протидії дезінформації РФ.

Міжнародні організації, зокрема ООН, Європейський Союз (ЄС) та Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури (ЮНЕСКО), акцентують на важливості поняття медіаграмотності у своїх нормативно-правових документах, зокрема в Грюнвальдській декларації з медіаосвіти 1982 року (початок розвитку галузі медіаосвіти, вплив медіа на навчання, освіту) [44], резолюції ЮНЕСКО щодо розвитку критичної медіаосвіти 1989 року [38], Тулузької конференції «Міжнародний колоквиум про майбутнє медіаосвіти в усьому світі» 1990 року (конкретизація поняття медіаграмотності та розвиток цієї галузі в освітній сфері США) [64], Віденській конференції «Освіта для медіа та цифрового століття» 1999 року (новий погляд на медіаосвіту в контексті цифрових досягнень і нової інформаційної ери) [40].

Початок ХХІ століття, в Європі, супроводжувався поєднанням медіаосвіти та медіаграмотності, що мало на меті розширити цифрову грамотність громадян країн ЄС, зокрема це було зазначено в наступних документах: Севільської конференції «Медіаосвіта молоді» 2002 року [56] (зростання ролі медіаосвіти в навчанні та дослідженнях), Комюніке Єврокомісії «Європейський підхід до медіаграмотності у цифровому світі» 2007 року (початок спеціального дослідження з метою вивчення критеріїв оцінки рівня медіаграмотності в країнах європейського регіону) [41], резолюції Європарламенту щодо медіаграмотності у цифровому світі 2008

року (вироблення європейського підходу до розвитку медіаграмотності, призначення Експертної групи з медіаграмотності в країнах ЄС) [52], Белградських рекомендаціях щодо глобальних стандартів медіа та інформаційної грамотності 2019 року (оновлення типової навчальної програми ЮНЕСКО з медіаграмотності для вчителів) [35], та інших.

У зазначених документах звертається увага на те, що медіаграмотність є важливою складовою сучасних політичних процесів, однією з необхідних умов, яка сприяє залученню громадян до участі у демократичному житті та сприяє налагодженню міжкультурного діалогу. Міжнародні організації підкреслюють, що медіаграмотність є важливою життєвою навичкою сьогодення, а державам відводиться ключова роль у підвищенні рівня медіаграмотності населення, де шкільна освіта виступає одним з головних інструментів досягнення цієї мети.

Розглядаючи етимологію поняття, варто додати, що термін «медіаграмотність» складається з двох частин: «медіа» та «грамотність». В перекладі з англійської «media» – засоби комунікації, серед яких радіо і телебачення, газети, журнали та Інтернет, які широко охоплюють суспільства або впливають на них [49], «literacy» – здатність читати, писати, говорити та слухати з метою ефективного спілкування і розуміння світу [49]. Таким чином, медіаграмотність можна охарактеризувати як здатність або навичку критичного аналізу контенту різних медіа, включаючи радіо, телебачення, Інтернет, соціальні медіа, з метою оцінки його точності, достовірності та відсутності упередженості [68].

Звернемо увагу на деякі наукові підходи до визначення цього поняття. Зокрема, канадський науковець і консультант з питань медіаграмотності Кр. Ворноп у своїй науковій праці «Медіаграмотність крізь призму критичного мислення» (1989), визначає медіаграмотність як «здатність експериментувати, інтерпретувати аналізувати та створювати медіатексти» [69, с.21]. Американські дослідники С. Шейбе та Ф. Рогоу, в своїй роботі «Посібник для вчителя з медіаграмотності: критичне мислення в мультимедійному світі» (2012), надають визначення медіаграмотності як такої, що має «здатність оцінювати достовірність інформації з різних джерел [...], та розвивати навички критичного мислення для оцінки

медіаповідомлень» [60, с.21–22]. Ще один американський науковець Р. К'юбі, в праці «Медіаграмотність в інформаційну епоху» (1997), формулює визначення медіаграмотність як «набута навичка використовувати, аналізувати, оцінювати та передавати інформацію у різних формах» [47, с.7]. Англійські науковці, П. Ауфдерхайде та К. Фаєрстоун у звіті Національної лідерської конференції з медіаграмотності (1993) визначили медіаграмотність як «здатність отримувати доступ, аналізувати, оцінювати та створювати повідомлення в різних формах» [34, с.9–10].

Іспанські дослідники Х. Мануель та П. Торнеро, в своїй роботі «Медіаграмотність: нова концептуалізація, новий підхід» (2008), розглядають поняття медіаграмотності як результату процесу медіаосвіти. Вони вважають, що головною метою медіаграмотності є «підвищення рівня обізнаності населення щодо різноманітних форм медіаповідомлень, які щоденно зустрічаються в житті кожної людини» [50, с.104]. В результаті такого процесу людина здобуває навички критичного мислення та творчого вирішення проблем, що дозволяє їй стати вимогливим споживачем та виробником інформації. Натомість, британський вчений, Дж. Браун, в роботі «Медіаграмотність має потенціал для покращення здоров'я підлітків» (2006) розуміє під терміном медіаграмотності «здатність особи до точного аналізу та оцінки друкованих форм комунікації, кіно, радіо- та телепрограм, а також інтернет-ресурсів» [36, с. 459–460].

Серед представників вітчизняного наукового співтовариства, які займаються дослідженнями медіаграмотності, варто відзначити В. Іванова та О. Волошенюка. У своєму підручнику «Медіаосвіта та медіаграмотність» (2012), вони надали визначення медіаграмотності як «комплекс знань та навичок, які допомагають у відборі, використанні, критичному аналізі [...] медіатекстів у різних формах і жанрах, а також у аналізі складних процесів функціонування ЗМІ в суспільстві» [10, с. 6–10]. Інший дослідник О. Барішполець, в «Українському словнику медіакультури» (2014), запропонував визначати медіаграмотність як «сукупність умінь та навичок користування техніками ЗМІ та спілкування з їх допомогою» [3, с. 40–41].

Натомість, О. Бондаренко, в праці «Медіаграмотність як складова громадянської компетентності» (2019) формулює визначення медіаграмотність як «комплексна здатність особистості адаптуватися до різних форм медіа, розуміти їх призначення [...], а також критично мислити про медійні повідомлення, їх вплив на індивіда та суспільство [4, с. 41–42]. Л. Олексієнко, в роботі «Медіаграмотність як ключова компетенція учасника освітнього простору» (2019) розглядає медіаграмотність як «здатність людини до аналізу, інтерпретації та критичного сприйняття медійних повідомлень, а також до ефективного використання медіа для розвитку своєї особистості та діяльності» [21, с. 32].

Більшість науковців схиляються до того, що медіаграмотність це здатність людини критично мислити, набувати навичок та умінь аналізувати інформацію, а також захищатися від маніпуляцій, що можуть надходити з інформаційного (медійного) простору. В аспекті забезпечення інформаційної безпеки держави, що є не менш важливим фактором сьогодення, ми можемо сформулювати визначення медіаграмотності як інструменту захисту населення від постійно виникаючих інформаційних загроз, який допомагає уникати масової паніки й ухвалювати правильні рішення на основі перевіреної інформації.

Медіаграмотність як система складається з взаємопов'язаних елементів та компонентів, які представлені на рис.2.1. Кожен з представлених елементів характеризується певними особливостями, серед яких: середовище визначають як фізичний або інституційний простір, в якому актори взаємодіють для досягнення певної мети; суб'єкти – особи, групи, установи з певним статусом і певною роллю в даному значенні; компетенції визначені як набір умінь і навичок, що дозволяє суб'єктам виконувати певну функцію у системі медіаграмотності; умови та процеси полягають у використанні медіапростору, аналізі та обробці інформації, виробленні критичного мислення тощо. Основними сферами компетенції медіаграмотності виступають доступ до медіа, оцінка та аналіз інформації (критичне мислення) та комунікативна компетентність (вміння налагодження діалогу зі ЗМІ).

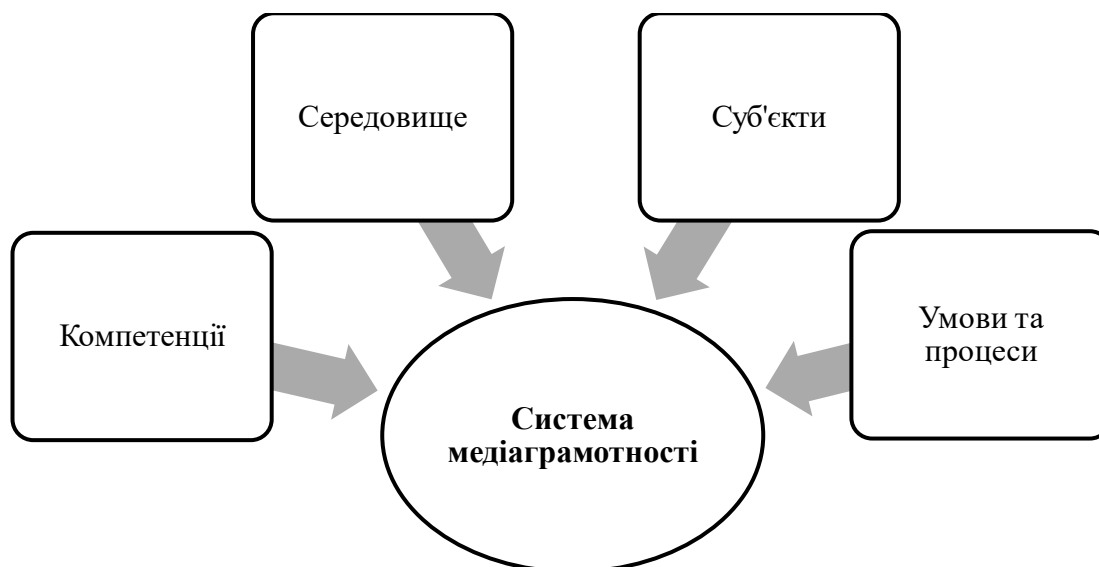


Рис.2.1. Система медіаграмотності

2.2. Медіаграмотність крізь призму російсько-української війни: виклики для України та стратегії подолання негативних тенденцій

Україна активно розвиває медіаграмотність серед населення. До повномасштабного російського вторгнення, основна увага держави була спрямована на просвітницьку та навчальну діяльність з медіаграмотності. В умовах нових геополітичних реалій, необхідною умовою постав захист громадян від інформаційних атак, пропаганди агресора, а тому медіаграмотність стала центральним елементом та формою захисту української нації.

Нині, медіаграмотність є пріоритетним напрямом діяльності української держави. Про це зазначено в Стратегії інформаційної безпеки України, прийнятої від 28.12.2021 року, де медіаграмотність визначена як одна з головних стратегічних цілей, досягнення якої є необхідним для ефективного протистояння державі-агресору в інформаційному середовищі та захисті суспільства від постійно виникаючих загроз [28].

З метою оцінки рівня медіаграмотності серед населення України та визначення її ролі в інформаційному захисті суспільства, було проведено SWOT-аналіз. Цей метод дозволяє визначити внутрішні сильні та слабкі сторони медіаграмотності в Україні, а також зовнішні можливості та загрози, з якими ця сфера може зіткнутись у

майбутньому. Даний метод дослідження є необхідним для розробки найбільш ефективної стратегії подолання критичного стану проблеми та визначення факторів, що сприятимуть розвитку медіаграмотності в Україні у майбутньому. Результати проведеного аналізу представлені в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

SWOT-аналіз медіаграмотності в Україні в умовах повномасштабної війни

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ol style="list-style-type: none"> 1. Забезпечення медіаграмотності в Україні сегментовано за цільовою аудиторією. 2. Запровадження заходів з медіаграмотності зусиллями держави, громадських організацій, медіа та, навіть, окремих осіб, які започаткували свої блоги в соціальних мережах. 3. Зростаюча свідомість населення щодо впливу медіа на суспільство та індивіда. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Низький рівень медіаграмотності серед населення, особливо вразливих груп (мешканці тимчасово окупованих територій, біженці тощо), який зменшує здатність розуміти та аналізувати інформацію, що надходить зі ЗМІ. 2. Недостатня увага до медіаграмотності в національній системі освіти. 3. Відсутність нормативно-правової бази з медіаграмотності, яка регулювала б роботу ЗМІ та їх вплив на суспільство.
Можливості	Загрози
<ol style="list-style-type: none"> 1. Запровадження медіаграмотності в системі освіти України. 2. Створення та просування онлайн-курсів для різних груп населення, розробка підручників з медіаграмотності. 3. Підвищення рівня медіаграмотності населення завдяки впровадженню інформаційних кампаній та втіленню соціальних проєктів. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Регулярне розповсюдження російської дезінформації та пропаганди. 2. Збільшення кількості національних інформаційних каналів, джерел може призвести до перенасичення інформацією та зниження якості поданих матеріалів. 3. Недостатній рівень фінансування медіаграмотності в умовах відсутності економічної стабільності України та країнах-донорах.

Підсумовуючи можна стверджувати, що медіаграмотність в Україні має значний потенціал для розвитку, однак наразі вона знаходиться в критичному стані, зумовленому наявними слабкостями та загрозами. З метою подолання цього стану, нами запропоновано розробити наступну SWOT-стратегію, яка буде враховувати внутрішні та зовнішні фактори, що впливають на розвиток медіаграмотності, а також її сильні та слабкі сторони. Це вимагає значних зусиль і концентрації уваги на розробці та впровадженні стратегії, яка дозволить підвищити рівень медіаграмотності серед населення та забезпечити стале її зростання в майбутньому.

1. Використання сильних сторін та можливостей для створення конкурентних переваг, зокрема:

- використовувати Інтернет та соціальні мережі для залучення більшої аудиторії та застосування цих каналів комунікації для підвищення медіаграмотності громадян;

- налагодити державну співпрацю з мас-медіа для створення якісних матеріалів та спільного впровадження ресурсів з медіаграмотності, що допоможуть громадянам перевіряти достовірність отриманої інформації;

- використовувати інформаційні технології та технології штучного інтелекту для розвитку медіаграмотності в Україні, розробляти, впроваджувати електронні підручники з медіаграмотності у навчальних закладах.

2. Для компенсації слабкостей застосовувати наступні підходи:

- підвищувати якість матеріалів з медіаграмотності та створити нормативно-правову базу, яка регулювала б процес впровадження таких матеріалів;

- розробити та впровадити освітні програми, навчальні плани з медіаграмотності в освітніх закладах різного рівня;

- проводити широкомасштабні заходи та вебінари з медіаграмотності за цільовим спрямуванням, залучаючи відомих експертів у цій галузі.

3. Для нейтралізації загроз, пов'язаних безпосередньо з поширенням ворожої дезінформації та пропаганди, запровадити наступні заходи:

- збільшити кількість матеріалів з медіаграмотності, проводити щоденні заходи, що спрямовані на протидію поширенню дезінформації;

- встановити правила роботи для ЗМІ та запровадити стандарти медіаграмотності, що регулюватимуть ринок вітчизняних медіа і зменшать масовий вплив недостовірної інформації на різні цільові групи населення України;
- залучати додаткові фінансові ресурси для розвитку медіаграмотності від донорських міжнародних організацій, держав, бізнесу та інших суб'єктів, а також створити систему об'єднаного фінансування з прозорими умовами для забезпечення незалежності проєктів з медіаграмотності.

Отже, з метою подолання критичного стану медіаграмотності в Україні, ми пропонуємо використовувати SWOT-стратегію, що передбачає ефективне використання сильних сторін та можливостей з метою створення конкурентних переваг, компенсації слабких сторін та нейтралізації виникаючих загроз.

2.3. Поточні зусилля України у підвищенні рівня медіаграмотності населення

Забезпечення медіаграмотності в Україні відбувається завдяки синергії зусиль держави, громадських організацій та медіа. Серед яких ми виділяємо:

- урядові структури, де питаннями медіаграмотності займаються три основні міністерства в Україні: Міністерство культури та інформаційної політики, Міністерство цифрової трансформації та Міністерство освіти та науки [53, с.6], які постійно впроваджують нові ініціативи та проєкти, здійснюють комунікацію з населенням та працюють над спростуванням дезінформації та фейків;
- міжнародні та донорські організації, такі як USAID, Посольство США, Посольство Сполученого Королівства, Єврокомісія, Чорноморський фонд, Інтерньюз-Нетворк, IREX, ОБСЄ та ЮНІСЕФ [53, с. 7]. Основна їх діяльність полягає в протидії дезінформації, проведенні тренінгів, онлайн-навчанні та створенні контенту;
- недержавні організації, яких в Україні існує велика кількість в сфері медіаграмотності різних рівнів. Серед таких Українська академія журналістики (займається створенням та наповненням навчальних програм),

Український кризовий медіа-центр (аналізує інформаційні загрози і дезінформацію), «Детектор медіа», Інститут масової інформації (створюють український контент, здійснюють медіамоніторинг та аналіз аудиторій);

– освітні інституції, серед яких заклади освіти, що впроваджують медіаосвіту та медіаграмотність в навчальний процес: загальноосвітні школи, інститути післядипломної освіти для вчителів, педагогічні університети та факультети журналістики в деяких університетах;

– недержавні медіа, основна діяльність яких полягає у фактчекінгу, випуску роз'яснювальних матеріалів про дезінформацію та фейки, аналізі подій, інших медіа тощо. Серед таких: СтопФейк, «Громадське радіо», «Тексти», «По той бік новин» та «Вокс Україна» тощо;

– недержавні низові ініціативи, де головними суб'єктами таких ініціатив виступають як відомі блогери, так і звичайні люди. До прикладу, Оксана Мороз, спеціалістка з комунікацій, випустила власний проект з інформаційної гігієни «Як не стати овочем» та публікує матеріали, книги на цю тематику [53, с. 8].

Враховуючи, що медіаграмотність виступає формою протидії поширенню російської дезінформації, весь контент та заходи медіаграмотності в Україні розподілено відповідно до потоків інформаційного впливу ворога, які спрямовані на цільові групи населення України, представлені на рис.2.2.

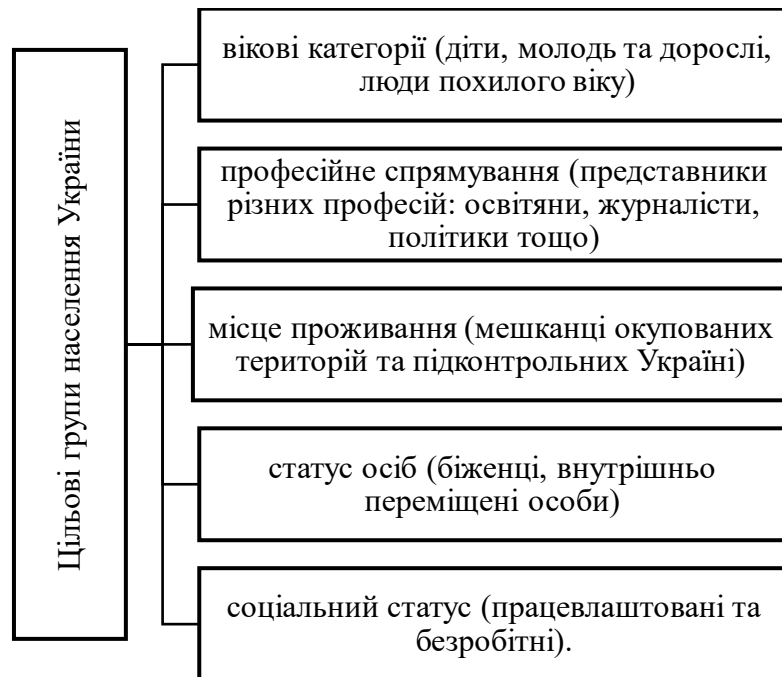


Рис.2.2. Забезпечення медіаграмотності в Україні за цільовим фактором

Усі зусилля України у сфері медіаграмотності ми розподіляємо за наступними рівнями [12, с. 30–33]:

На рівні держави:

- з метою забезпечення ефективної взаємодії з громадськістю, Президент України, В. Зеленський, проводить безпрецедентний щоденний діалог з суспільством. З березня 2022 року інформаційні сторінки органів влади всіх рівнів з’явилися у різних соціальних мережах: вайбер, фейсбук, твітер, телеграм, частково – на різних мовах. Незважаючи на те, що використання соціальних мереж не є чимось новим для владних структур, актуальність викликів, пов’язаних із агресією РФ, підкреслює важливість таких платформ для збору та поширення інформації. До прикладу, Міністерство цифрової трансформації України запустило чат-бот у телеграмі, який дозволяє громадянам надсилати відео про місцезнаходження російських військ [62]. Отримана інформація може бути використана українською армією як доповнення до інших джерел розвідки;

- проведено удосконалення законодавчої бази з питань інформаційної безпеки, що безпосередньо стосуються медіаграмотності. Одним із головних є відповідне рішення Глави держави «Щодо реалізації єдиної інформаційної політики

в умовах воєнного стану» [29]. 18 березня 2022 року, В. Зеленський підписав указ, згідно з яким усі національні телеканали зобов'язались здійснювати мовлення через єдину інформаційну платформу – цілодобовий телевізійний марафон «Єдині новини». Тематикою сюжетів телемарафону стали «війна, оборона, безпека» (90%), «економіка, с/г сектор, ринок праці» (42%), «політика та міжнародні відносини» (21%) та інші теми (21%) [17]. Необхідно зазначити, що в липні 2022 року найбільший медіахолдинг в Україні «Медіа Група України», що належить українському олігарху Рінату Ахметову, припинив участь у телевізійному марафоні через значні фінансові збитки, спричинені війною в Україні [1];

– підтримано зусилля ЗМІ щодо розширення доступу до якісних новин, зокрема надано фінансову допомогу від Уряду для реалізації цієї ініціативи. До ініціативи долучилися деякі регіональні провайдери, які скасували плату за доступ до новин. Проблеми з доступом до телебачення та друкованих ЗМІ призвели до розробки цифрової програми «Радіо України», яка надає безкоштовний доступ до інформації від «Єдині Новини» на українській та іноземних мовах. Дану програму можна отримати також через мобільний додаток надання електронних послуг ДІЯ [39]. Відміна фінансових бар'єрів для отримання інформації має велике значення, щоб забезпечити громадянам доступ до новин в надзвичайно складних умовах;

– для активізації та цільового спрямування діяльності у сфері медіаграмотності, створено відповідні координаційні органи, такі як Центр із протидії дезінформації (при РНБО) та Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки (при МКІП) [30; 9, с.16]. На них покладено функції моніторингу російської пропаганди, визначення дезінформації, ведення роз'яснювальної роботи на випередження, пояснюючи механізми впливу пропаганди на свідомість та зміну поведінки;

– впровадження комплексної медіакомпанії не лише на території України, а й за кордоном, з метою розповсюдження проукраїнських наративів в першу чергу в Європі та забезпечення достовірного висвітлення подій війни в Україні [27]. Серед таких UATV English (українські державні ЗМІ англійською мовою), які транслюються на 6 супутниках та на кабельному мовленні в понад 60 країнах Європі та Америки.

На рівні суспільства:

- започатковано проєкт з медіаграмотності Міністерства культури та інформаційної політики України, спільно з програмою USAID «Мріємо та діємо» та проєктом «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», які виконуються IREX [9, с.17]. 27 жовтня 2022 року, в рамках Глобального тижня медіаграмотності, було проведено перший загальнонаціональний тест з медіаграмотності з метою підвищення обізнаності населення України про методи дезінформації в умовах війни та вироблення стійкості громадян до інформаційних атак ворога. Покращити свої навички з медіаграмотності наважилось понад 30 тисяч українців, переважно молодь (15–18 років), які продемонстрували середній рівень знань в цій сфері [20];
- надання державної підтримки громадським ініціативам у впровадженні та забезпеченні діяльності факчекінгових проєктів, журналістських аналітичних центрів, інтернет-видань, зокрема СтопФейк, «По той бік новин», «Без брехні», «Детектор медіа», «Тексти», «МРІЯ» тощо [45].

На рівні особи:

- невпинне формування свідомості та здатності кожного пересічного громадянина незалежно від віку, статі, політичних уподобань, фахової приналежності тощо до критичної оцінки та використання (поширення) медіа контенту, обмеження своїх інформаційних запитів тими джерелами, які визначено державними органами, утримання як себе так й інших від поширення відомостей, що можуть бути в інтересах російського ворога. З цією метою полегшено пересічним користувачам встановлювати на свої мобільні телефони вищевказані платформи, які 24/7 інформують споживачів інформації з усіх питань, насамперед інформаційної безпеки;
- за допомогою інших спеціальних платформ кожен українець має змогу вчасно бути повідомленим не тільки про повітряну тривогу, а й інші види загроз (хімічна, радіаційна) тощо, що дає можливість вчасно реагувати та рятувати своє життя.

Показником успішності вищевказаних заходів є результати соціологічних досліджень, проведених наприкінці 2022 року. Зазначені дослідження підтверджують, що більшість населення України (понад 70%) готові застосувати

зброю для відсічі російському ворогу, а 86% – категорично відкидають будь-які сепаратистські угоди з окупантами [17].

Отже, медіаграмотність є важливим поняттям у сфері науки як у світі, так і в Україні. Концепція медіаграмотності охоплює різні визначення та широкий спектр навичок, знань і ставлень, необхідних для доступу, аналізу, оцінки, створення медіаконтенту, протидії дезінформаційним впливам тощо. Однак, незважаючи на важливість медіаграмотності, існує кілька проблем у її реалізації, таких як відсутність належної підготовки вчителів, учнів, недостатня наповненість ресурсами та швидкий розвиток медіатехнологій.

Медіаграмотність в Україні потребує значних зусиль для подолання своїх слабкостей та загроз, які формують критичний стан досліджуваного об'єкта, серед таких збільшення кількості матеріалів з медіаграмотності, щоденне проведення заходів з протидії поширення ворожої дезінформації та пропаганди; залучення додаткових фінансових ресурсів для розвитку медіаграмотності; розробка навчальних програм та планів з медіаграмотності в шкільних та вищих навчальних закладах тощо.

Слід зазначити, Україна активно розвиває медіаграмотність серед населення в умовах воєнного стану. На початку війни, влада відчула значну потребу у підвищенні рівня медіаграмотності, і вжила низки заходів для підтримки цієї мети, започаткувавши кампанії з медіаграмотності, забезпечивши матеріалами та ресурсами різні цільові групи населення в Україні, налагодивши співпрацю з організаціями громадянського суспільства та інші. Ми можемо впевнено стверджувати, що медіаграмотність і надалі залишатиметься в центрі уваги української громадськості, адже вона може відіграти значну роль і у післявоєнній відбудові України.

РОЗДІЛ 3

ПРАКТИЧНА МЕДІАГРАМОТНІСТЬ: СТВОРЕННЯ МЕДІАОСВІТНЬОГО КОНТЕНТУ ПІД ЧАС ВІЙНИ

3.1. Розробка та впровадження проєкту з медіаграмотності: стратегія та план дій

В умовах повномасштабної російсько-української війни, коли ворог регулярно поширює дезінформацію, пропаганду у величезних обсягах, надзвичайно важливо вміти аналізувати почуту і побачену інформацію, розпізнавати фейки та маніпуляції щоб відрізнити правду від брехні. На жаль, українське населення має дефіцит необхідних знань, щоб протистояти цим негативним факторам впливу на свідомість. Дезінформація, маніпуляції, фейки під виглядом новин становлять серйозну загрозу національній інформаційній безпеці України, вводять в оману частину суспільства, здатні впливати на громадську думку, сіяти панічні настрої та порушувати стабільність в державі.

Безумовно, ця проблема існує не лише на національному, але й глобальному рівнях. З моменту зародження мережі Інтернет і соціальних мереж, відкрився новий простір для поширення інформації, який може бути використаний з будь-якою метою [69, с.55]. Тому, вміння розпізнавати фейки та маніпуляції є необхідним не лише в умовах війни, але й у повсякденному житті. Навички критичного мислення, аналізу та перевірки джерел інформації, які допоможуть відрізнити правду від брехні, є основою для збереження національної та світової інформаційної безпеки.

Розуміючи складність цієї проблеми, ми розробили онлайн проєкт (мінікурс) з метою надання українцям теоретичних знань з медіаграмотності, оволодіння навичками практичного використання інструментів розпізнавання дезінформації, фейків, маніпуляцій, пропаганди, тощо.

Очікувані результати представленого проєкту полягають в тому, що учасники по закінченні мінікурсу матимуть сформовані специфічні навички медіаграмотності, до складу яких входить уміння:

- систематизувати інформацію, висувати гіпотези й оцінювати альтернативи;
- розрізняти фейки та інші інструменти маніпуляцій;
- оцінювати й інтерпретувати події;
- ідентифікувати і протидіяти стереотипам, дискримінації;
- працювати з першоджерелами;
- відрізняти факти від думок та суджень.

Для досягнення поставленої мети, було організовано п'ятиденний онлайн мінікурс «Зупини фейк». В основу курсу було покладено програму проведення щоденних тренінгових занять з медіаграмотності. Тренінги є одними з найефективніших методів навчання, адже учасники мають змогу виконувати низку завдань, аналізувати ситуації, здобувати нові знання й миттєво застосовувати їх на практиці, розвивати свої творчі, лідерські здібності та якості, вміння працювати в команді [53, с.9].

Тренерами (ведучими) тренінгів було розкрито широкий спектр питань, пов'язаних з тематикою медіаграмотності. Зокрема, учасники були ознайомлені з поняттям фактчекінгу та інструментами розпізнання фейків, що визначається як процес перевірки достовірності фактів, які з'являються в інформаційному матеріалі. Було розглянуто поняття дезінформації та алгоритмів виявлення її в соціальних мережах. Крім того, було представлено політику та досвід ЄС у сфері подолання інформаційних пасток. Тренінги також охоплювали поняття медіаграмотності, розвитку критичного мислення, аналізу інформації, формування навичок оцінки та інтерпретації медійної інформації.

Практична цінність даного проєкту полягає в тому, що наприкінці навчання слухачам була надана можливість продемонструвати власні дослідження щодо виявлення та розвінчування фейків, дезінформації, знайдених у різних джерелах інформації, серед яких журналістські видання, телеграм-канали та інші соціальні мережі. Це дозволило виявити практичні знання та навички, які вони здобули в процесі навчання. Дана ініціатива позитивно вплинула на розвиток медіаграмотності та підвищення рівня критичного мислення серед учасників мінікурсу.

З метою оцінки ефективності проведених занять та якості засвоєного матеріалу, нами був використаний метод анкетування, у вигляді форм зворотного зв'язку для висловлення вражень і побажань учасників, а також тестові завдання, де кожен міг не лише закріпити здобуті навички з медіаграмотності, а й отримати цінний приз за свою наполегливість та старанність.

3.2. Оцінка ефективності впливу проєктної програми на медіаповедінку учасників

Мінікурс «Зупини фейк» було проведено на навчальній платформі «Зум» в період з 07 по 11 листопада 2022 року. Загальна кількість учасників склала 180 осіб, з яких 75,6% – студенти, 16,1% – учні, 1,1% – викладачі та інші представники професійних груп, серед яких підприємці, журналісти, вчителі (див. Додаток А). З урахуванням географічного фактору, найбільша кількість слухачів була представлена з Кривого Рогу – 25,14%, Львову – 12,85%, Києва – 12,3% та з-за кордону – 6,15% (див. Додаток А).

Результати, отримані шляхом щоденного опитування респондентів (учасників), полягають в наступному:

– Після проведеного тренінгу на тему «Виявлення дезінформації та алгоритм боротьби з нею», понад 81,1% опитуваних оцінили тренінг в максимальні 5 балів, 17,6% – в 4 бали. 79,9% учасників оцінили рівень практичності отриманої інформації на тренінгу в 5 балів, 16,2% – в 4. 97,3% респондентів запевнили, що інформація, подана тренером, була чіткою та зрозумілою, з них 75,5% – зазначили, що зможуть використовувати запропонований алгоритм розвінчування дезінформації самостійно в майбутньому (див. Додаток Б). Отримані дані свідчать про те, що тренінг виявився досить успішним та корисним для учасників. Більшість опитуваних високо оцінили практичність отриманої інформації та якість її подання тренером. Майже всі респонденти вважають, що запропонований на тренінгу алгоритм боротьби з дезінформацією буде корисним для них в майбутньому. Ці результати підкреслюють

ефективність даного тренінгу та його значимість для розвитку навичок медіаграмотності.

– Результати тестування за темою тренінгу «Факчекінг: як ефективно вести боротьбу на інформаційному фронті», проведеного кореспонденткою Телевізійної служби новин (ТСН) загальноукраїнського телеканалу «1+1», Інною Лебедею, демонструють наступне: загальна кількість респондентів склала 82 особи, середній бал тестування – 5,77 з 10, медіана – 6 з 10 (див. Додаток В). З урахуванням цих показників, можна зробити висновок про середній рівень знань учасників мінікурсу з тематики факчекінгу. Існує необхідність у покращенні тренінгового заняття з даної теми, зокрема при розгляді практичних аспектів протидії дезінформації та пропаганді, використовуючи доступні медіа інструменти та технології.

– Результатами тестування за тематикою тренінгу «Політика ЄС у сфері подолання дезінформації та пропаганди. Інструменти та методи протидії», проведеного фахівчицею з медіаграмотності, заступницею головного редактора інтернет-проєкту «СтопФейк», Вікторією Романюк, є наступні: загальна кількість учасників склала 78 особи, середній бал тестування – 6,1 з 10, медіана – 6 з 10 (див. Додаток Г). Отримані дані, свідчать про те, що більшість слухачів виявила глибоке розуміння теми та методів боротьби з дезінформацією в контексті політики ЄС. Отже, тренінг можна вважати успішним, оскільки учасники здобули необхідні знання та інструменти для боротьби з дезінформацією.

– За результатами тестування тренінгу на тему «Поняття медіаграмотності, розвиток критичного мислення та аналізу інформації іноземних медійних джерел», проведеного журналістом-міжнародником, керівником подкастного відділу у аналітичному центрі «ADASTRA», Данилом Карпою, ми формуємо наступну вибірку: загальна кількість учасників склала 71 особу, середній бал тестування 3,94 з 9, медіана – 4 з 9 (див. Додаток Д). Слід зазначити, що найбільше труднощів виникло у респондентів при відповіді на запитання щодо виявлення дезінформації в іноземних таблоїдах та ЗМІ, що мають сумнівну репутацію, зокрема через брак знань іноземної мови. Існує потреба у підвищенні медіаграмотності та розвитку критичного мислення

серед обраної цільової аудиторії, зокрема шляхом проведення англомовних тренінгів в цій царині.

– Результати фінального опитування респондентів, проведеного по завершенню навчання, демонструють наступне: понад 70,1% опитуваних оцінили рівень набуття нових знань та навичок з медіаграмотності після проходження мінікурсу в максимальних 5 балів, 24,7% – в 4 бали; загальний рівень викладання матеріалів та інформації тренерами був оцінений 81,7% респондентами в 5 балів, 13,4% – в 4; серед проведених тренінгів відзначено, що найбільший інтерес учасників викликали тренінги з фактчекінгу (73,2%) та з розвитку критичного мислення і аналізу інформації з іноземних медійних джерел (69,5%); загальний рівень задоволеністю курсом був оцінений 85,4% респондентами в 5 балів, 11 % – в 4 бали (див. Додаток Е).

Враховуючи вищезазначені показники, ми можемо зробити висновок, що мета проекту досягнута. Отримані результати опитування свідчать про успішність та ефективність проведеного мінікурсу з медіаграмотності. Більшість учасників оцінили рівень набуття нових знань та навичок на високому рівні. Слід зазначити, що існує необхідність у вдосконаленні тренінгової програми мінікурсу, зокрема в контексті перевірки фактів та розвитку критичного мислення, оскільки деякі учасники не проявили достатній рівень знань у цій області. Вивчення іноземної мови також може бути корисним, оскільки виявлення дезінформації в закордонних ЗМІ є складним завданням для українського суспільства.

По закінченню навчання учасники здобули практичні навички з медіаграмотності, зокрема вміння самостійно виявляти дезінформацію та підозрілі факти в новинних стрічках соціальних мереж, пошукових системах тощо; правила ефективної боротьби на інформаційному фронті; навички критичного мислення та детального аналізу інформації; методи ідентифікації і протидії стереотипам, дискримінації; навички soft-skills та вміння презентації власних досліджень тощо.

3.3. Практичні рекомендації щодо вдосконалення медіаграмотності в Україні в умовах воєнного стану

За період 2022 – початку 2023 рр., влада зробила значний крок у підвищенні рівня медіаграмотності серед українського населення, започаткувавши освітні кампанії з медіаграмотності, забезпечивши матеріалами та ресурсами цільові аудиторії, налагодивши співпрацю з організаціями громадянського суспільства та інші [9, с.18–20]. Незважаючи на вжиті заходи в цій сфері, існує велика кількість загроз, які створюють перешкоди розвитку медіаграмотності в Україні, серед таких: недостатня скоординованість дій ключових акторів в умовах повномасштабної війни, неможливість повноцінного охоплення цільових аудиторій, зокрема вразливих груп населення, та нестача фахівців, які займаються питаннями медіаграмотності, про, що зазначено у Стратегії інформаційної безпеки України [28].

З урахуванням поточних викликів та загроз, пов'язаних із дезінформаційною кампанією РФ, розроблено ключові рекомендації щодо підвищення рівня медіаграмотності українського населення в умовах воєнного стану. Зокрема, рекомендовано вживати наступні заходи:

- розробити та запровадити національну програму підвищення медіаграмотності серед населення. Програма повинна включати навчання основам медіаграмотності, розуміння інформаційної агресії, розвитку критичного мислення та аналізу інформації, використанню соціальних мереж та інтернет-ресурсів;
- детально вивчити цільові аудиторії в Україні, включаючи психоаналітичні дослідження, зокрема вразливих груп населення, та розробити проєкти з медіаграмотності з врахуванням цих особливостей;
- впровадити медіаграмотність в освітній процес. Медіаграмотність є важливою складовою освіти в умовах війни. На сьогодні, вона не є обов'язковим компонентом базових освітніх програм в Україні, що ускладнює оволодіння необхідними навичками у навчальних закладах. Системне введення медіаграмотності в освітній процес вимагає міждисциплінарного підходу та розробки відповідної методології на державному рівні [63, с. 7–8];

– розширити ринок якісних ЗМІ в Україні, що сприятиме підвищенню рівня доступності об'єктивної, надійної інформації для населення, а також підвищенню рівня професійної етики та якості журналістської роботи, та встановити механізми контролю якості інформації, що публікується в ЗМІ та в Інтернеті. Йдеться не лише про комерційні медіагрупи, що належать відомим впливовим особам (зокрема, «1+1 медіа», Starlight Media, «Інтер Медіа Груп» та інші), але й про суспільні мовники («UA:Перший», «Суспільне новини», «Суспільна Культура», регіональні філії тощо) та незалежні ЗМІ («Українська правда», «Громадське радіо», «The Kyiv Independent», «Ukrainian» та інші), які на сьогодні забезпечують широкий доступ до різноманітних офіційних джерел інформації, включаючи альтернативні погляди та думки, що дозволяє громадянам формувати свідоме ставлення до поточних подій в країні;

– сприяти розвитку медіаграмотності серед військовослужбовців та авіаційного персоналу, зокрема через проведення систематичних тренінгів та семінарів з медіаграмотності на різних етапах військової та авіаційної підготовки, забезпечення доступу до спеціалізованої літератури та відео-матеріалів, які висвітлюють важливі питання з медіаграмотності, інформаційної безпеки тощо;

– створити центри з медіаграмотності в різних регіонах країни, які надаватимуть населенню можливість отримувати консультації з медіаграмотності, зокрема у виявленні та протидії дезінформації;

– проводити щотижневу просвітницьку роботу серед населення, зокрема на місцевих рівнях, з залученням експертів та фахівців в галузі медіаграмотності, інформаційної безпеки тощо. Забезпечувати доступ мешканцям до медіа-ресурсів, які сприяють розвитку медіаграмотності: друковані та онлайн-посібники, лекції, презентації, інтерактивні курси та інші;

– забезпечити фінансову підтримку проектам з медіаграмотності. Фінансування таких проектів має здійснюватися з державного бюджету, шляхом отримання грантів, використання краудфандингу, а також корпоративного фінансування [63, с. 15–16]. В умовах війни й нестійкої економічної ситуації, держава має створити стимули та умови для залучення бізнесу до цього процесу. Окрім того,

необхідно забезпечити ефективне розподілення фінансових ресурсів між різними проектами з урахуванням їх цільових аудиторій, та здійснювати систематичний моніторинг і контроль за використанням виділених коштів з метою отримання максимальної ефективності та результативності проведених заходів.

В умовах повномасштабної війни, особливо гостро постає питання у забезпеченні медіаграмотності на тимчасово окупованих територіях України (ТОТ). Захоплюючи українські міста та селища, окупанти створюють інформаційну блокаду, що поглиблює фізичну неволю місцевих жителів (нині це населені пункти Донецької, Луганської, частково Херсонської та Запорізької областей, територія Кримського півострову). Наслідком цього є зусилля російської влади загнати мешканців цих територій у так званій «інформаційний вакуум», зокрема через поширення друкованих видань і брошур, зовнішньої реклами, блокування українського та під'єднання російського телебачення, відключення українського мобільного зв'язку та роздачу російських сім-карт, підключенні до російського інтернету та блокуванні українського, ведення мережі телеграм-каналів і спільнот у російській соціальній мережі «Вконтакті» та інші [9, с. 14].

Розуміючи складність цієї проблеми, ми пропонуємо застосувати комплексний підхід у просуванні медіаграмотності на тимчасово окупованих територіях, зокрема через проведення заходів, що здатні долати ворожу інформаційну блокаду. Серед таких ми виділяємо наступні:

- забезпечити доступ до надійних джерел інформації, надавши доступ мешканцям ТОТ до українських офіційних ЗМІ через захищені канали, які важко зламати. Серед таких є VPN-сервіси, які захищають інтернет-з'єднання користувача та зберігають його конфіденційність; TOR-браузери (замінники «Гугл», «Опера», «Сафарі» та ін.), які приховують геолокацію користувача, забезпечуючи повну конфіденційність у мережі;

- розширити покриття українського радіосигналу шляхом будівництва нових телевеж. Зокрема, українське радіо було єдиним джерелом об'єктивної інформації в окупованому Ізюмі, де росіяни намагалися влаштувати повну інформаційну блокаду. На жаль, за рік повномасштабної війни окупанти знищили або

захопили понад 10 радіотелевізійних об'єктів по всій території України, що ускладнює подальшу їх реконструкцію та відбудову нових [32]. Вирішення цієї проблеми вимагає складної інженерної роботи та фінансової підтримки з боку країн-партнерів України;

- виробляти медіаконтент для різних вікових груп населення ТОТ: зокрема, контенту про спростування міфів та недостовірної інформації для того, щоб підняти рівень критичного мислення цільових аудиторій;

- розробити спеціалізовані онлайн-курси з медіаграмотності для жителів прифронтових та окупованих територій, зокрема через закриті інформаційні канали у віртуальних приватних мережах, за тематикою інформаційної безпеки особистості в умовах окупації та вироблення психологічної стійкості в умовах агресивного інформаційного середовища;

- втілити програму підтримки місцевих медіа (мовників) в прифронтових містах, враховуючи те, що в деяких населених пунктах Харківської, Чернігівської та Сумської областей відсутнє покриття цифровим мовленням, і громадяни позбавлені можливості дивитися програми українських телевізійних каналів.

Ретельне вивчення та застосування рекомендацій, які були наведені вище, є важливою передумовою для підвищення рівня медіаграмотності в Україні, зокрема на тимчасово окупованих територіях. Зауважимо, що медіаграмотність є важливою складовою національної інформаційної безпеки, оскільки забезпечує можливість розуміти та аналізувати інформацію, що надходить з різних джерел, у тому числі тих, що містять пропаганду або дезінформацію. Вдосконалення медіаграмотності є постійним процесом, який вимагає адаптації до нових технологій та суспільних умов.

Отже, створення медіаосвітнього контенту в умовах війни є важливим практичним підходом для забезпечення медіаграмотності в Україні. Розробка такого контенту сприяє просуванню медіаграмотності серед населення, забезпеченню відповідального споживання медіа, виробленню критичного аналізу до отриманої інформації тощо.

Розробка та реалізація проєкту з медіаграмотності «Зупини фейк» продемонструвала ефективність онлайн-курсів як методу навчання та здобуття

навичок медіаграмотності. Програма щоденних тренінгів з медіаграмотності надала слухачам мінікурсу необхідні інструменти та знання для виявлення, розвінчування фейків і дезінформації. На завершальному етапі навчання, учасники мали можливість продемонструвати свої дослідження у виявленні дезінформації, що стало практичною цінністю даного проєкту. Позитивний вплив ініціативи на розвиток медіаграмотності та підвищення рівня критичного мислення цільової аудиторії підтверджує важливість реалізації подібних проєктів у сучасному медіаландшафті.

Медіаграмотність є важливою навичкою, яка дозволяє людям критично аналізувати інформацію, виявляти пропаганду, дезінформацію та приймати обґрунтовані рішення. В умовах воєнного стану в Україні та особливо на окупованих територіях потреба в навчанні медіаграмотності стає ще більш критичною. Практичні рекомендації щодо підвищення медіаграмотності в таких умовах включають розробку національної та регіональних програм з медіаграмотності, запровадження навчання медіаграмотності в навчальних закладах, сприяння розвитку медіаграмотності серед військовослужбовців та інші. Впровадження в дію цих рекомендацій має бути пріоритетом для влади, медіаорганізацій, навчальних закладів та організацій громадянського суспільства. Працюючи разом, вони можуть сприяти створенню більш стійкого до ЗМІ суспільства, здатного приймати обґрунтовані рішення та протистояти ворожій дезінформації, пропаганді та маніпуляціям.

ВИСНОВКИ

Головною метою кваліфікаційної роботи було дослідження медіаграмотності як форми протидії дезінформації РФ в умовах російсько-української війни. Проведене дослідження дозволило вирішити актуальну наукову проблему щодо формування і вдосконалення державних механізмів у розвитку та забезпеченні медіаграмотності в Україні на сьогоднішній день.

Отриманий результат розкривається в наступних висновках і положеннях:

1. Термін «дезінформація» є складним, характеризується різними аспектами тлумачення, які залежать від культурно-історичних, політичних, економічних та соціальних контекстів. Зарубіжні та українські науковці використовують різні підходи до концептуалізації цього поняття. Незважаючи на те, що проблема дезінформації вивчається у різних наукових сферах, на даний момент не існує єдиного наукового підходу до її визначення. Базуючись на теоретичному підґрунті, ми виділяємо важливі елементи екосистеми дезінформації, складної системи акторів і відносин, які взаємодіють між собою, щоб уможливити чи перешкодити впливу дезінформації на окремих осіб, суспільства або держави, серед яких: механізми та процеси, за допомогою яких суспільство споживає дезінформацію (засіб, що дозволяє нам створювати контрзаходи протидії), а також процеси, за допомогою яких держави приймають рішення в контексті загрози поширення дезінформації.

2. Існує низка методів і стратегій для ведення інформаційних операцій та поширення дезінформаційних наративів. Ця тактика використовується з метою підвищення довіри до повідомлень суб'єктів дезінформаційної кампанії або для маніпулювання аудиторією у досягненні певної мети. Такі кампанії мають на меті створити розбіжності всередині цільової аудиторії за політичними чи соціальними ознаками, що робить аудиторію більш сприйнятливою до дезінформації.

3. Росія проводить агресивну дезінформаційну кампанію по відношенню до України, використовуючи різні засоби та методи, серед яких: контроль над російськими ЗМІ, створення псевдоінформаційних агентств, вірусні медіа-кампанії, соціальні мережі та інші інтернет-ресурси. РФ формує канали інформаційно-

пропагандистської роботи за наступними цільовими групами населення: громадяни Росії та громадяни України на тимчасово окупованих територіях; громадяни України; країни Заходу, партнери України з протидії агресії; суспільства країн, що перебувають в орбіті впливу Росії (Азія, Африка, Далекий Схід).

4. У боротьбі з дезінформацією Україна досягає значних успіхів, незважаючи на те, що в умовах повномасштабної війни ворог активно проводить свою агресивну інформаційну кампанію, і постійно адаптує нові інструменти та технології підривної діяльності. Органи державної влади запроваджують відповідні заходи протидії, які ми поділяємо на оперативні, інформаційні та організаційні. Втім на цьому варто не зупинятись, адже досягнуті позитивні трансформації не можуть гарантувати надійну захищеність національних інтересів України від майбутніх проявів російської інформаційної агресії.

5. Медіаграмотність є відносно новим поняттям, яке стало активно обговорюватись на початку ХХ століття. Відсутність чіткого визначення терміну не дозволяє зробити точний опис його сутності, але більшість науковців схиляються до думки, що медіаграмотність охоплює здатність людини критично мислити, набувати навичок та вміння аналізувати інформацію, а також захищатися від маніпуляцій, що можуть надходити з інформаційного простору. Слід зазначити, що в наукових дискусіях продовжується обговорення про те, яка є роль медіаграмотності у сучасному суспільстві. Деякі дослідники стверджують, що медіаграмотність є результатом медіаосвіти, тоді як інші вважають її невід'ємною складовою глобального медіапростору.

6. В Україні про медіаграмотність заговорили зовсім нещодавно, а тому досі українськими дослідниками та науковцями не вироблено єдиного понятійно-категоріального апарату цієї сфери знань, хоча певні теоретичні напрацювання в галузі медіаграмотності ми маємо.

7. Розглядаючи медіаграмотність як форму протидії дезінформації РФ в умовах війни, слід зазначити, що вона відіграє надважливу роль в інформаційному захисті держави. В результаті проведеного SWOT-аналізу, ми виділили сильні сторони медіаграмотності в Україні, серед яких: наявність розвинутої

медіаінфраструктури, наявність якісних медійних продуктів та висока активність населення в соціальних мережах. Однак, слабкі сторони теж присутні, які виражені через відсутність ефективних механізмів фільтрації отриманої інформації, низькому рівні медіаграмотності громадян, особливо вразливих груп населення (внутрішньо-переміщені особи, біженці, мешканці тимчасово-окупованих територій) та недостатньому фінансуванні медійної сфери в Україні, що безпосередньо пов'язано з економічною нестабільністю в державі, спричиненої умовами війни.

8. Медіаграмотність в Україні забезпечується сегментовано за цільовою аудиторією, у такий спосіб, щоб перекривати ворогу канали поширення його пропаганди шляхом невинного насичення їх українським контентом. Зусилля з удосконалення медіаграмотності можуть бути згруповані за такими рівнями як державний, суспільний та особистий, що складають цілісну систему. Це забезпечило належний рівень медіаграмотності, нівелювання дезінформації та пропаганди ворога, єдність суспільства та влади у протидії російському агресорові.

9. Російсько-українська війна характеризується широкомасштабними інформаційними маніпуляціями з боку кремля, які мають на меті впливати на свідомість громадян України. У цих умовах розробка проєктів з медіаграмотності, спрямованих на різні цільові аудиторії, є надзвичайно необхідною, оскільки вони зосереджені на підвищенні рівня медіаграмотності населення, забезпеченні здатності кожного критично мислити та аналізувати інформацію.

10. Реалізація проєкту з медіаграмотності «Зупини Фейк» стала значним кроком у боротьбі з ворожою дезінформацією та пропагандою в умовах повномасштабної війни. Командою було забезпечено практичний підхід до навчання, що дозволило слухачам мінікурсу аналізувати різну інформацію, здобувати нові знання та миттєво застосовувати їх на практиці. Загалом, проєкт охопив 180 учасників, різних цільових груп населення країни, та зумів привернути увагу широкої аудиторії за кордоном, здійснивши позитивний вплив. По закінченню курсу, слухачі здобули практичні навички медіаграмотності, зокрема у виявленні дезінформації, аналізі інформації, розвитку критичного мислення та інші. Даний проєкт є чудовим

прикладом ефективності навчання медіаграмотності в умовах війни і має слугувати моделлю для майбутніх ініціатив у медіаосвіті та боротьбі з дезінформацією.

11. В умовах воєнного стану, особлива увага держави має бути зосередженою на підвищенні рівня медіаосвіти та медіаграмотності серед різних цільових груп населення, особливо молоді – студентів, які вже зараз працюють над проєктами з відбудови України. Уряд має запровадити національну програму підвищення медіаграмотності серед населення. Програма повинна включати навчання основам медіаграмотності, розуміння інформаційної агресії, розвитку критичного мислення та аналізу інформації, використанню соціальних мереж та інтернет-ресурсів. До того ж держава має працювати над забезпеченням медіаграмотності на тимчасово окупованих територіях, зокрема через проведення заходів, що здатні долати ворожу інформаційну блокаду, серед яких розбудова телевеж, забезпечення доступу мешканців ТОТ до українських офіційних ЗМІ через захищені канали, втілення програм підтримки місцевих медіа (мовників) в прифронтових містах та інші.

Отже, успішна боротьба з інформаційними загрозами, пов'язаними з поширенням дезінформації в умовах повномасштабної війни, є надзвичайно важливою для забезпечення інформаційної безпеки України. Для досягнення цієї мети необхідно використовувати комплексний підхід у впровадженні медіаграмотності в Україні, який включає розробку стратегій боротьби з пропагандою та дезінформацією, моніторинг та аналіз медіапростору, забезпечення доступності та різноманітності джерел інформації, належного рівня кіберзахисту країни, підвищення медіаграмотності серед населення та співпрацю між урядом, громадськими організаціями, ЗМІ та академічною спільнотою.

Україна має потенціал стати лідером з розвитку медіаграмотності в регіоні, і зробити внесок у розвиток більш поінформованого, активного та демократичного суспільства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ахметов виходить із медіабізнесу і передає усі ліцензії державі: головне // «Детектор медіа» . URL: <https://detector.media/infospace/article/200931/2022-07-19-akhmetov-vykhodyt-iz-mediabiznesu-i-peredaie-usi-litsenzii-derzhavi-golovne/>. (дата звернення: 20.03.2023).
2. База російських пропагандистів (станом на 2022 рік) // YouControl. URL: <https://youcontrol.com.ua/articles/baza-propahandystiv/>. (дата звернення: 15.01.2023).
3. Баришполець О.Т. Український словник медіакультури: словник медіатермінології. Київ: Міленіум, 2014. С. 40–41. URL: <https://ispp.org.ua/wp-content/uploads/2020/05/BarishpSlovMaket2014.pdf>. (дата звернення: 05.03.2023).
4. Бондаренко О. О. Медіаграмотність як складова громадянської компетентності // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Політичні науки. Чернігів, 2019. Вип.1. №157. С. 39–44.
5. Гібридні загрози Україні і Суспільна безпека. Досвід ЄС і Східного партнерства // Центр глобалістики «Стратегія XXI». Київ, 2018. 106 с. URL: https://www.civic-synergy.org.ua/wp-content/uploads/2018/04/blok_XXI_end_0202.pdf. (дата звернення: 15.02.2023).
6. Дезінформація // Вільний тлумачний словник: новітній онлайнний словник української мови (2013–2018). 2015. URL: <http://sum.in.ua/f/dezinformaciya>. (дата звернення: 05.12.2022)
7. Дезінформація, пропаганда і все, що між ними: як розпізнати і захиститися // «Детектор медіа». Київ, 2022. URL: <https://detector.media/withoutsection/article/201754/2022-08-10-dezinformatsiya-propaganda-i-vse-shcho-mizh-nymy-yak-rozpiznaty-i-zakhystytysya/>. (дата звернення: 29.12.2022).
8. До суду передано вже понад 300 справ проти колаборантів – голова СБУ // УНІАН. URL: <https://www.unian.ua/society/kolaboranti-v-ukrajini-sbu-peredala-do-sudu-vzhe-ponad-300-sprav-proti-kolaborantiv-12167586.html>. (дата звернення: 29.04.2023).

9. Дуцик Д., Орлова Д., Будівська Г. Трансформація сфери медіаграмотності в умовах повномасштабного вторгнення в Україні: аналітичний звіт. Київ, 2022. 23 с. URL: <https://www.jta.com.ua/wp-content/uploads/2022/07/Transformation-medialiteracy-UA-1.pdf>. (дата звернення: 03.03.2023).
10. Іванов В. Ф., Волошенюк О. В. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник. Київ: Центр вільної преси, 2012. С. 6–24. URL: <https://www.aup.com.ua/uploads/momg.pdf>. (дата звернення: 05.03.2023).
11. Кузьменко В.В. Державні форми протидії поширенню російської дезінформації та пропаганди: як Україна перемагає на інформаційному фронті // Матеріали круглого столу з нагоди Дня спротиву окупації Автономної Республіки Крим та міста Севастополя: Тези доповідей. Київ: НАУ, 2023. С. 72–74. URL: <http://fmv.nau.edu.ua/science/kruhlyi-stil-z-nahody-dnia-sprotyvu-okupatsii-ar-krym/>. (дата звернення: 23.02.2023).
12. Кузьменко В. В. Медіаграмотність в умовах широкомасштабної війни РФ проти України: здобутки та перспективи // Матеріали круглого столу «Європейські стандарти освітніх програм: молодь і наука»: Тези доповідей. Київ: НАУ, 2022. С. 30–33. URL: <http://surl.li/foxnj>. (дата звернення: 08.03.2023).
13. Кузьменко В.В. Українська дипломатія в протидії російській дезінформації та пропаганді в умовах повномасштабної війни // Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю «Дипломатія в міжнародних відносинах: ретроспекція і сучасність». Київ: НАУ, 2023. С. 23–26. URL: <http://surl.li/gvdnz>. (дата звернення: 03.03.2023).
14. «Кремлівська гідра»: 300 телеграм-каналів, які отруюють український інфопростір // Детектор медіа. URL: <https://detector.media/monitorynh-internetu/article/205954/2022-12-14-kremlivska-gidra-300-telegram-kanaliv-yaki-otruuyut-ukrainskuu-infoprostir/>. (дата звернення: 20.02.2023).
15. Лише 63 церкви перейшли до ПЦУ від початку 2023 року // Оpendатабот. URL: <https://opendatabot.ua/analytics/russian-church-april-23>. (дата звернення: 11.01.2023).

16. Магда Є. Гібридна війна: сутність та структура феномену. Міжнародні відносини. Політичні науки. 2014. №4. URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/view/2489. (дата звернення: 13.04.2023).
17. Марафон «Єдині новини» – 29 жовтня 2022 року // ТСН. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=EBUo2b6op1M>. (дата звернення: 29.11.2022).
18. Методологія моніторингу фейків та російської дезінформації в українських онлайн-медіа // Інститут масової інформації. Київ, 2019. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/metodolohiia-monitorynhu-feykiv-ta-rosiys-koi-dezinformatsii-v-ukrains-kykh-onlayn-media-i28321>. (дата звернення: 29.12.2023).
19. Мовний закон України і друковані ЗМІ: нові норми від 16 січня // Радіо Вільна Європа/Радіо Свобода. URL: <https://www.rferl.org/a/ukraine-language-law-russian/31656441.html>. (дата звернення: 19.03.2023).
20. Найбільше «початківців» і «майже Гуру»: як українці впоралися з національним тестом на медіаграмотність // Суспільне медіа. URL: <https://suspilne.media/311480-najbilse-pocatktivciv-i-majze-guru-ak-ukrainci-vporalisa-z-nacionalnim-testom-na-mediagramotnist/>. (дата звернення: 22.03.2023).
21. Олексієнко Л. О. Медіаграмотність як ключова компетенція учасника освітнього простору // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Психологічні науки. Острог, 2019. №7. С. 29–36.
22. Поліщук І. О. Політичні медіатехнології // Вісник Національної юридичної академії України імені Ярослава Мудрого. Політологія. Харків, 2014. № 2. С. 125–134. URL: https://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/8354/1/Polishchuk_125.pdf. (дата звернення: 21.12.2022).
23. Почепцов Г. Г. (Дез)інформація. Київ: Палівода А. В., 2019. С. 198–220. URL: https://go.detector.media/wpcontent/uploads/2019/10/Disinformation_Pochepcov_book_WEB.pdf. (дата звернення: 25.12.2022).
24. Проект Закону про заборону Московського патріархату на території України від 22.03.2022 року №2557–XI. // База даних «Законодавство України» / ВР

України. URL: <https://itd.rada.gov.ua/billInfo/Bills/Card/39276>. (дата звернення: 18.02.2023).

25. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо встановлення кримінальної відповідальності за колабораційну діяльність: Закон України від 03.03.2022 р. №2108–XI. // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2108-20#Text>. (дата звернення: 26.01.2023).

26. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо заборони політичних партій: Закон України від 03.05.2022 р. №2243–IX. // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2243-20#Text>. (дата звернення 25.01.2023).

27. Про внесення змін до Закону України «Про систему іномовлення України» щодо програмної політики та території розповсюдження: Закон України від 19.05.2020. №612–IX. // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/612-20#Text>. (дата звернення: 27.02.2023).

28. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 15 жовтня 2021 року «Про Стратегію інформаційної безпеки»: Указ Президента України від 28.12.2021 р. №685/2021. // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/685/2021#Text>. (дата звернення: 02.02.2023).

29. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 18 березня 2022 року «Щодо реалізації єдиної інформаційної політики в умовах воєнного стану»: Указ Президента України від 19.03. 2022р. № 152/2022. // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/152/2022#Text>. (дата звернення: 23.03.2023).

30. Про створення Центру протидії дезінформації: Рішення Ради Національної Безпеки і Оборони України від 11.03.2021 року. № 0015525–21. // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/n0015525-21>. (дата звернення: 05.02.2023).

31. Ткач В. Ф. Спецпропаганда як інформаційний складник гібридної війни Росії проти України// Стратегічні пріоритети. Політика. Київ, 2016. Вип. 38. № 1. С.

99–109. URL: <https://niss-priority.com/index.php/journal/article/download/203/195/> .(дата звернення: 19.03.2023).

32. Чотири місяці війни: статистика кібератак // Державна служба спеціального зв'язку та захисту інформації України. URL: <https://cip.gov.ua/ua/news/chotiri-misyaci-viini-statistika-kiberatak>. (дата звернення: 18.12.2022).

33. Andriichuk Y., Kuzmenko V. Fake as a virtual weapon of hybrid warfare // XXII International conference POLIT. International relations. Kyiv, 2022. P. 7–9. URL: http://fmv.nau.edu.ua/wp-content/uploads/2023/03/Polit_2022_FMV.pdf. (дата звернення: 28.03.2023).

34. Aufderheide, P., Firestone, C. M. Media literacy: A report of the National Leadership Conference on Media Literacy. Cambridge, UK: Polity Press, 1993. P. 9–10. URL: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED365294.pdf>. (дата звернення: 15.04.2023).

35. Azoulay A. Belgrade Recommendations on Draft Global Standards for Media and Information Literacy Curricula Guidelines // International Consultative Meeting on Media and Information Literacy Curricula, Belgrade, Serbia, 2019. 31 p. URL: https://en.unesco.org/sites/default/files/belgrade_recommendations_on_draft_global_standards_for_mil_curricula_guidelines_12_november.pdf. (дата звернення: 05.03.2023).

36. Brown J., D. Media literacy has potential to improve adolescents' health // Journal of adolescents' health. University of California, San Francisco, 2006. Vol. 39, No. 4. P. 459–460. URL: [https://www.jahonline.org/article/S1054-139X\(06\)00277-1/fulltext](https://www.jahonline.org/article/S1054-139X(06)00277-1/fulltext). (дата звернення: 12.03.2023).

37. Cadier A. Russia-Ukraine Disinformation Tracking Center 2022 // News Guard. URL: <https://www.newsguardtech.com/special-reports/russian-disinformation-tracking-center/>. (дата звернення: 04.04. 2023).

38. Convention concerning the protection of the world cultural and natural heritage // UN. World Heritage Committee. Paris, France, 1989. 15 p. URL: <https://whc.unesco.org/archive/1989/sc-89-conf004-12e.pdf>.(дата звернення: 01.03.2023).

39. Dyczok, M. Ukraine's Information Warriors // Journal of Democracy. URL: <https://www.journalofdemocracy.org/ukraines-information-warriors/>. (дата звернення: 22.03.2023).
40. Educating for the media and the digital age. Vienna Conference, Austria, 1999. URL: <https://aeema.net/2011/08/educating-for-the-media-and-the-digital-age-vienna-conference-1999/>. (дата звернення: 01.03.2023).
41. European approach to media literacy in the digital environment // Commission of the European Communities. Brussels, Belgium, 2007. 9 p. URL: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM%3A2007%3A0833%3AFIN%3AEN%3APDF>. (дата звернення: 05.03.2023).
42. Fallis, D. A conceptual analysis of disinformation // Journal of the American Society for Information Science and Technology. Tucson, 2009. No. 59. P. 1–7. URL: https://www.researchgate.net/publication/42101173_A_Conceptual_Analysis_of_Disinformation. (дата звернення: 21.12.2022).
43. Fetzer, J. H. Disinformation: The use of false information // Minds and Machines. University of Minnesota, Duluth, USA, 2004. Vol. 14, No.2. P. 231–240. URL: https://www.academia.edu/1354500/Disinformation_The_use_of_false_information. (дата звернення: 13.12.2022).
44. Grunwald Declaration on Media Education // UNESCO. International Symposium on Media Education. Grunwald, Federal Republic of Germany, 1982. URL: <https://milobs.pt/wp-content/uploads/2018/06/The-Gr%C3%BCnwald-Declaration-on-Media-Education.pdf>. (дата звернення: 01.03.2023).
45. How Russian propaganda works in the media, 2022 // Ukraïner. URL: <https://ukraïner.net/russian-propaganda-media/>. (дата звернення: 21.02.2023).
46. Khan I. Disinformation and freedom of opinion and expression during armed conflicts – Report of the Special Rapporteur on the promotion and protection of the right to freedom of opinion and expression. Geneva, 12 August 2022. P. 5–6. URL: <https://documentsddsny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N22/459/30/PDF/N2245930.pdf?OpenElement>. (дата звернення: 05.12.2022).

47. Kubey R. Media Literacy in the Information Age // Social Sciences. New York, USA: Routledge, 1997. P. 1–15. URL: <https://www.taylorfrancis.com/books/edit/10.4324/9781351292924/media-literacy-around-world-robert-kubey>. (дата звернення: 15.03.2023).
48. Kuzmenko V. V. Information warfare a new face of warfare in IR // XXI International conference POLIT. International relations. Kyiv, 2021. P. 53–54. URL: <http://fmv.nau.edu.ua/%d0%bf%d0%be%d0%bb%d1%96%d1%82-2021/>. (дата звернення: 27.02.2023).
49. Oxford Languages: Dictionary Publisher. URL: <https://languages.oup.com/google-dictionary-en/>. (дата звернення: 08.03.2023).
50. Manuel J., Tornero P. Media Literacy: New Conceptualisation, New Approach. P. 103–116. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/288483471.pdf>. (дата звернення: 18.03.2023).
51. Martin L. J. Disinformation: An instrumentality in the propaganda arsenal // Political Communication. 1982. № 2/1. P. 47–64.
52. Media literacy in a digital world: European Parliament resolution of 16 December 2008 on media literacy in a digital world (2008/2129(INI)) // Official Journal of the European Union. 2010. Vol. 9. №45. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52008IP0598>. (дата звернення: 01.03.2023).
53. Media literacy sector mapping in Georgia, Latvia, Moldova and Ukraine: Ukraine country report // Baltic Centre for Media Excellence. 2021. 28 с. URL: https://www.jta.com.ua/wpcontent/uploads/2022/08/ML_Ukraine_Country_Report_2021.pdf. (дата звернення: 05.03.2023).
54. Paul C., Matthews M. The Russian «Firehose of Falsehood» Propaganda Model: Why It Might Work and Options to Counter It // RAND. Santa Monica, California, USA, 2016. 16 p. URL: <https://www.rand.org/pubs/perspectives/PE198.html>. (дата звернення: 05.01.2023).
55. Pillars of Russia's Disinformation and Propaganda Ecosystem: GEC Special Report // U.S. Department of State. Washington, D.C., USA, 2020. URL:

- https://www.state.gov/wp-content/uploads/2020/08/Pillars-of-Russia%E2%80%99s-Disinformation-and-Propaganda-Ecosystem_08-04-20.pdf. (дата звернення: 05.01.2023).
56. Recommendations Internationales, Les Archives De L'aеema // Youth Media Education. Seville Conference, 2002. URL: <https://aeema.net/2011/01/youth-media-education-seville-conference-15-16-february-2002/>. (дата звернення: 01.03.2023).
57. Resilience to disinformation // Lublin Triangle Perspective. Brussels, Belgium, 2022. 55 p. URL: <https://mfa.gov.ua/storage/app/sites/1/Docs/the-lublin-triangle-joint-report-on-countering-disinformation.pdf>. (дата звернення: 30.12.2022).
58. Rodari R. Russia's (un)Controlled Disinformation. 2021. URL: <http://surl.li/docyf>. (дата звернення: 20.02.2023).
59. Russian analytical digest // Center for Security Studies (CSS). Zürich, 2022. No. 282. 23 p. URL: <https://css.ethz.ch/content/dam/ethz/special-interest/gess/cis/center-for-securities-studies/pdfs/RAD282.pdf>. (дата звернення: 18.02.2023).
60. Scheibe C., Rogow F. The Teacher's Guide to Media Literacy: Critical Thinking in a Multimedia World // Social Studies. USA: Corwin Press, 2012. 264 p. URL: https://www.projectlooksharp.org/Books_TGML/6_KeyConcepts.pdf. (дата звернення: 15.03.2023).
61. Tactics of disinformation // The Cybersecurity and Infrastructure Security Agency (CISA). URL: https://www.cisa.gov/sites/default/files/publications/tactics-of-disinformation_508.pdf. (дата звернення: 28.04.2023).
62. The invasion of Ukraine is not the first social media war, but it is the most viral // The Economist. URL: <https://www.economist.com/international/the-invasion-of-ukraine-is-not-the-first-social-media-war-but-it-is-the-most-viral/21808456>. (дата звернення: 02.03.2023).
63. Tudjman M., Mikelic N. Information Science: Science about Information, Misinformation and Disinformation. University of Zagreb, Croatia, 2003. P. 1513–1527. URL: <https://proceedings.informingscience.org/IS2003Proceedings/docs/204Tudjm.pdf>. (дата звернення: 15.12.2022).

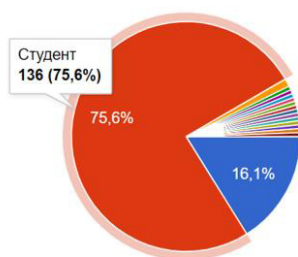
64. UNESCO Convenes International Media Literacy Conference in Toulouse 1990 // Center for media literacy. URL: <https://www.medialit.org/reading-room/unesco-convenes-international-media-literacy-conference-toulouse>. (дата звернення: 21.04.2023).
65. Wahlstrom A. The IO Offensive: Information Operations Surrounding the Russian Invasion of Ukraine // Mandiant. URL: <https://www.mandiant.com/resources/information-operations-surrounding-ukraine>. (дата звернення: 02.04.2023).
66. Wardle C. Fake news: It's complicated // First Draft. 2017. URL: <https://firstdraftnews.org/articles/fake-news-complicated/>. (дата звернення: 30.12.2022).
67. Wardle C. «Information Disorder: The Essential Glossary» // Harvard Kennedy School Shorenstein Center on Media, Politics and Public Policy, 2018. p. 73. URL: https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2018/07/infoDisorder_glossary.pdf .(дата звернення: 03.03.2023).
68. What is Media Literacy? // English dictionary URL: <https://www.dictionary.com/browse/media-literacy>. (дата звернення: 08.03.2023).
69. Worsnop C., M. Media Literacy Through Critical Thinking // NW Center for Excellence in Media Literacy. College of Education, Washington, USA, 1989. 63 p. URL: https://depts.washington.edu/nwmedia/sections/nw_center/curriculum_docs/teach_combine.pdf. (дата звернення: 10.03.2023).
70. 5 Lessons for Reporting in an Age of Disinformation. 2018. URL: <https://medium.com/1st-draft/5-lessons-for-reporting-in-an-age-of-disinformation-9d98f0441722>. (дата звернення: 29.12.2022).

ДОДАТКИ

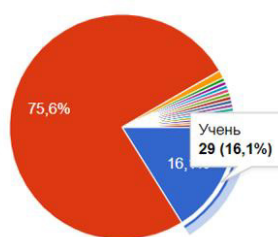
Додаток А

Результати анкетування респондентів щодо участі у мінікурсі «Зупини фейк»

Ви є учнем чи студентом?
180 відповідей



Ви є учнем чи студентом?
180 відповідей



Ви є учнем чи студентом?
180 відповідей

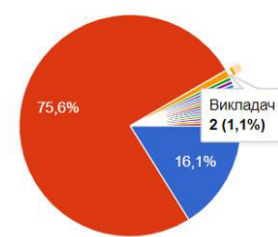


Рис. А.1.1. Відсоткова частка зареєстрованих на мінікурс

Населений пункт	К-сть учасників	% від загальної кількості зареєстрованих
Кривий Ріг	45	25,14
Львів	23	12,85
Київ	22	12,03
За кордоном	11	6,15
Запоріжжя	7	3,09

Рис. А.1.2. Статистика географічної присутності учасників

Додаток Б

Зворотній зв'язок учасників тренінгу «Виявлення дезінформації та алгоритм боротьби з нею»

Оцініть в загальному тренінг від 0 до 5. Де 5 - найбільш позитивна оцінка, а 0 - найменша.

[Копіювати](#)

74 відповіді

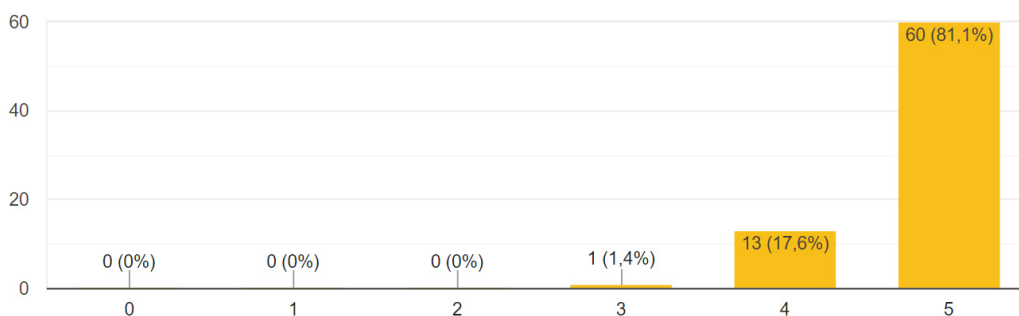


Рис.Б.1.1. Результати оцінювань проведеного тренінгу учасниками

Оцініть від 0 до 5 рівень практичності інформації, отриманої на тренінгу

[Копіювати](#)

74 відповіді

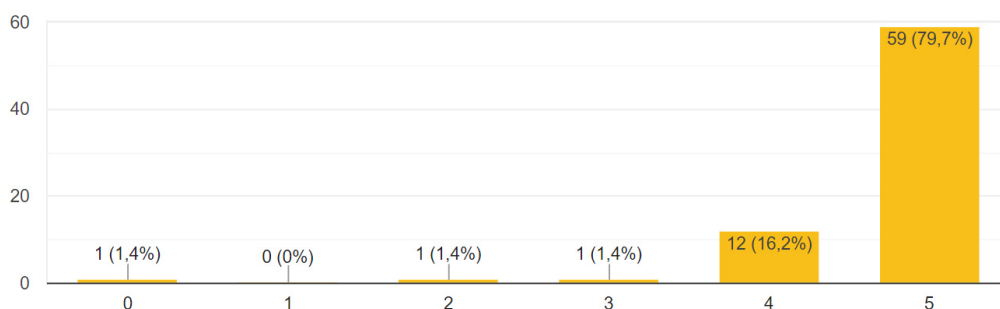


Рис.Б.1.2. Оцінка рівня практичності інформації, отриманої на тренінгу

Наскільки для вас був зрозумілим алгоритм дій при роботі із сумнівною інформацією?

[Копіювати](#)

74 відповіді

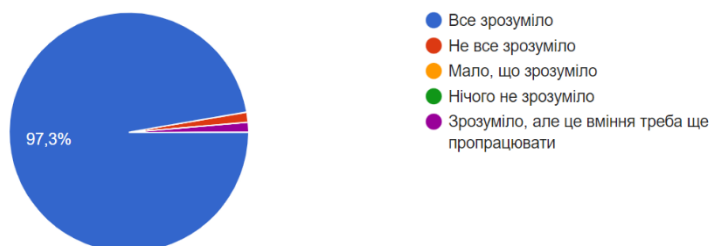


Рис.Б.1.3. Оцінка ефективності поданої інформації на тренінгу

Чи ви зможете використовувати цей алгоритм в майбутньому?

 Копіювати

74 відповіді

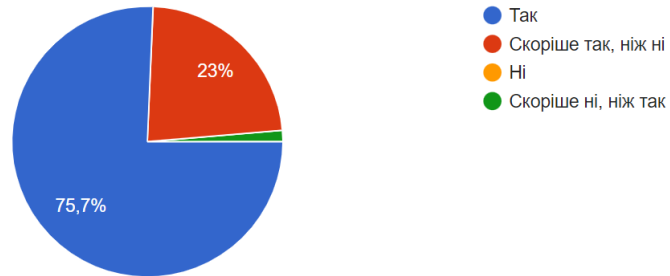


Рис.Б.1.4. Оцінка ефективності отриманої інформації на тренінгу

Додаток В

Результати тестування учасників за темою тренінгу: «Факчекінг: як ефективно вести боротьбу на інформаційному фронті»

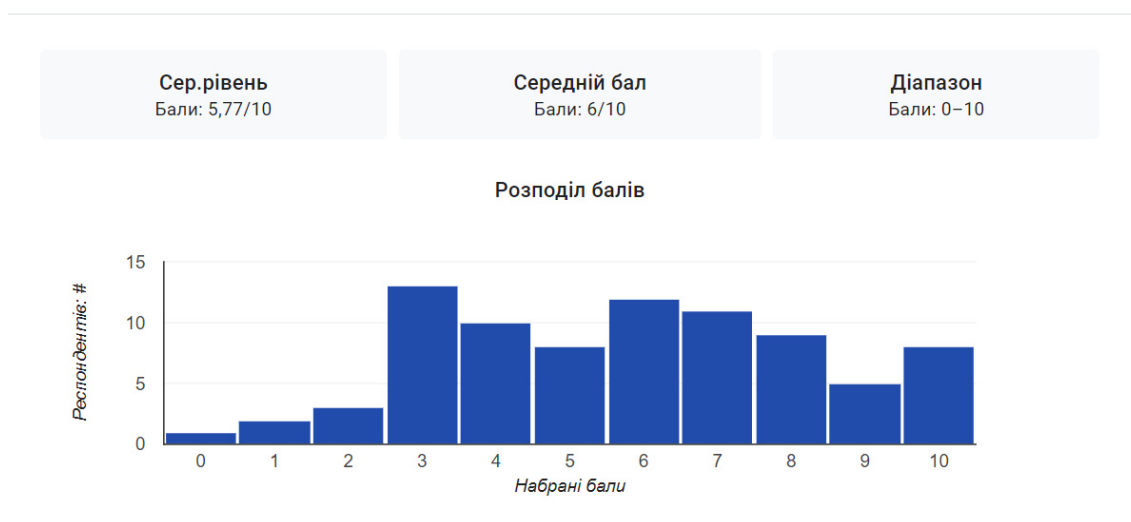


Рис. В.1.1. Статистика отриманих результатів тестування за програмою тренінгу

❗ Запитання, на які часто відповідають неправильно ?

Запитання	Правильні відповіді
До якого виду російських фейків можна віднести цей фейк? «Мешканці сходу (півдня) України самі винні, що рашисти на них напали, бо говорили російською мовою і взагалі були проросійськи налаштовані»	40/82
Яка мета російських дезінформаційних вкидів в Україні?	29/82
Які ви знаєте правила ефективної боротьби на інформаційному фронті?	29/82

Рис.В.1.2. Відсоткова частка наданих неправильних відповідей у тестуванні

Додаток Г

Результати тестування учасників за темою тренінгу: «Політика ЄС у сфері подолання дезінформації та пропаганди. Інструменти та методи протидії»

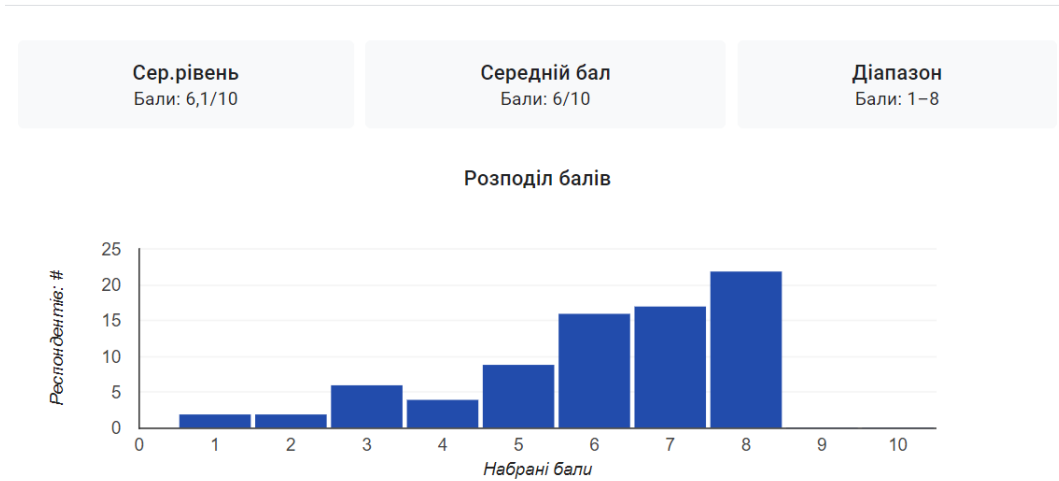


Рис.Г.1.1. Статистика отриманих результатів тестування за програмою тренінгу

Додаток Д

Результати тестування учасників за темою тренінгу: «Поняття медіаграмотності, розвиток критичного мислення та аналізу інформації іноземних медійних джерел»

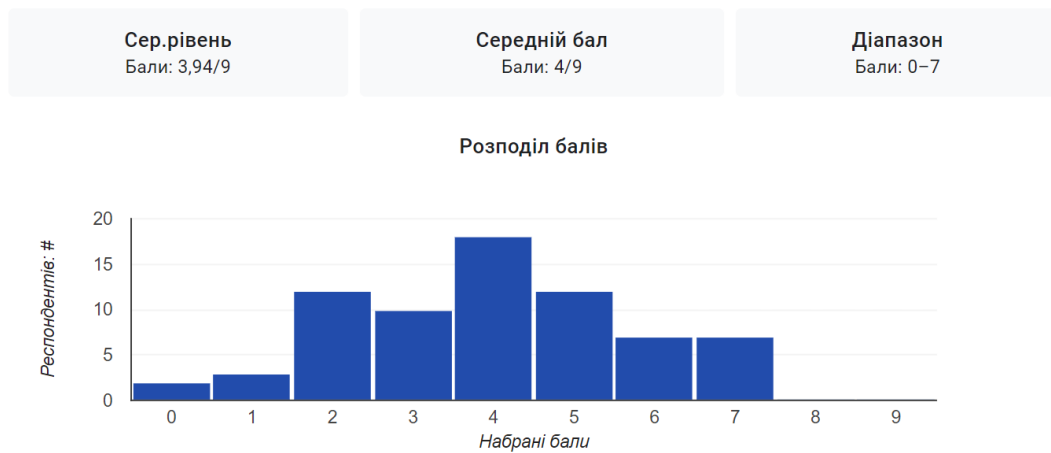


Рис.Д.1.1. Статистика отриманих результатів тестування
за програмою тренінгу

! Запитання, на які часто відповідають неправильно ?

Запитання	Правильні відповіді
Чому українці не вміють читати медіа?	23/71
Оберіть таблоїди із сумнівною репутацією	7/71

Рис.Д.1.2. Відсоткова частка наданих неправильних
відповідей в тестуванні

Додаток Е

Результати анкетування респондентів щодо організації мінікурсу «Зупини фейк»

Оцініть будь ласка від 1 до 5 загальний рівень Вашого набуття нових знань щодо медіаграмотності після проходження мінікурсу. [Копіювати](#)

Де 5 - значно покращився, а 1 - не змінився

82 відповіді

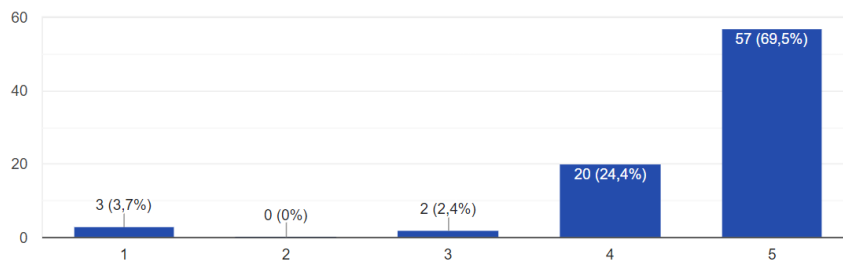


Рис.Е.1.1. Оцінка рівня набуття учасниками нових знань по завершенню мінікурсу

Оцініть будь ласка від 1 до 5 загальний рівень викладання матеріалів спікерами. [Копіювати](#)

Де 5 - дуже цікаві теми і спікери, а 1 - розчарувався

82 відповіді

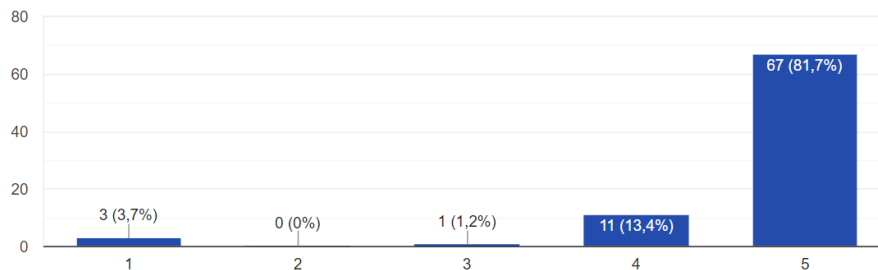


Рис.Е.1.2. Оцінка рівня викладання матеріалів та поданої інформації тренерами

Які дні мінікурсу Вам найбільше сподобались і запам'ятались? (оберіть 3 варіанти) [Копіювати](#)

82 відповіді

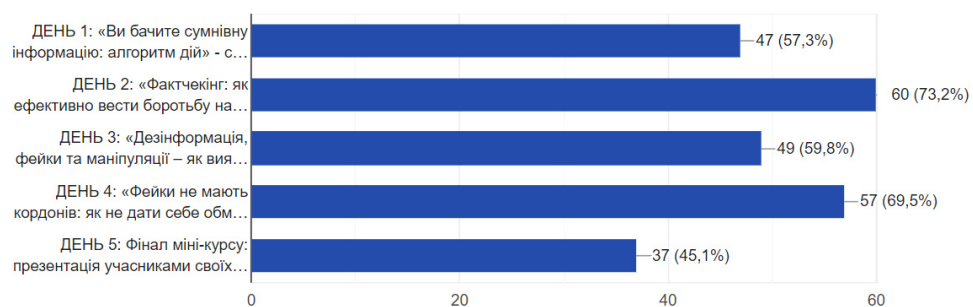


Рис.Е.1.3. Оцінка проведених тренінгів та загальних вражень від них

Оцініть будь ласка від 1 до 5 загальний рівень Вашої задоволеністю від участі в мінікурсі.

 Копіювати

Де 5 - дуже задоволений, а 1 - розчарувався

82 відповіді

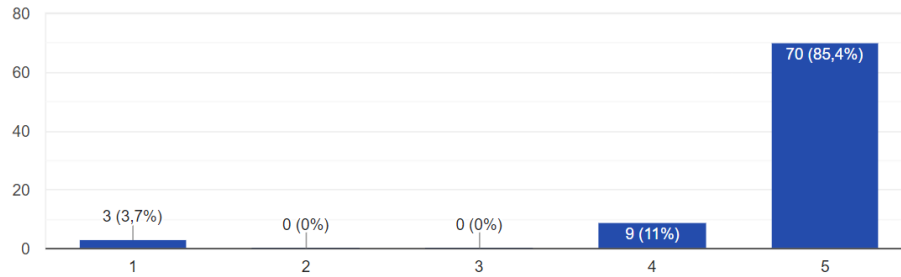


Рис.Е.1.4. Оцінка рівня задоволеністю учасниками в проходженні мінікурсу