

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЮРІЯ ФЕДЬКОВИЧА

ФАКУЛЬТЕТ ІСТОРІЇ, ПОЛІТОЛОГІЇ
ТА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН

ФОРМУВАННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ ГРОМАДЯН В УМОВАХ
ВОЄННОГО СТАНУ : РОЛЬ МІСЦЕВИХ ОРГАНІВ ВЛАДИ.

Кваліфікаційна робота
Рівець вищої освіти – другий (магістерський)

Виконала:

студентка 6 курсу, 606 групи

Мотуз Софія Степанівна

Керівник: кандидат політичних наук
доцент **Гуйтор М. М.**

До захисту допущено
на засіданні кафедри
протокол №__ від _____

Зав. кафедрою _____ проф. Круглашов А. М.

Чернівці – 2025

Анотація

до кваліфікаційної роботи «Формування медіаграмотності громадян в умовах воєнного стану: роль місцевих органів влади»

У кваліфікаційній роботі досліджено процес формування медіаграмотності громадян України в умовах воєнного стану та визначено роль органів виконавчої влади й місцевого самоврядування у протидії дезінформації та забезпеченні інформаційної безпеки. Аналізуються теоретико-методологічні засади, європейський досвід (Польща, Румунія, Швеція), нормативно-правове забезпечення, зокрема в умовах воєнного стану. Значну увагу приділено комунікаційній діяльності Чернівецької обласної адміністрації та обласної ради. Обґрунтовано необхідність розвитку медіаосвіти як стратегічного ресурсу інформаційної стійкості держави.

Ключові слова: медіаграмотність, воєнний стан, дезінформація, місцева влада, комунікація, інформаційна безпека, медіаосвіта, Чернівецька область.

Annotation

for the qualification work

This thesis explores the development of media literacy among Ukrainian citizens under martial law and highlights the role of executive and local government authorities in countering disinformation and ensuring information security. The study analyzes theoretical and methodological foundations, European practices (Poland, Romania, Sweden), and legal regulation, especially during wartime. Special attention is given to the communication strategies of the Chernivtsi Regional State and Military Administrations. The work substantiates the strategic importance of media education in strengthening the country's information resilience.

Keywords: media literacy, martial law, disinformation, local authorities, communication, information security, media education, Chernivtsi region.

Кваліфікаційна робота є результатом власних досліджень. Використання ідей, результатів та текстів наукових праць інших авторів здійснено з обов'язковим посиланням на відповідні джерела.

_____ Мотуз С.С

ЗМІСТ

ВСТУП.....	
РОЗДІЛ 1 СТАН НАУКОВОЇ РОЗРОБОКИ ПРОБЛЕМИ ДОСЛІДЖЕННЯ «МЕДІАГРАМОТНІСТЬ».....	
1.1. Теоретико-методологічні проблеми дослідження вивчення управління медіаграмотністю.....	
1.2. Нормативно-правове регулювання діяльності ЗМІ в умовах воєнного стану в Україні.....	
1.3. Джерельна база дослідження.....	
РОЗДІЛ 2 ВПРОВАДЖЕННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ В ЄВРОПЕЙСЬКОМУ СОЮЗІ ТА В УКРАЇНІ	
2.1. Досвід впровадження медіаграмотності в Європейському Союзі (на прикладі Польщі, Румунії, Швеції).....	
2.2. Досвід впровадження медіаграмотності в Україні	
РОЗДІЛ 3 ФОРМУВАННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ НАСЕЛЕННЯ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	
3.1 Аналіз інформаційних загроз: пропаганда, дезінформація, фейкові новини.....	
3.2. Шляхи підвищення рівня медіаграмотності населення в умовах воєнного стану.....	
РОЗДІЛ 4 НАПРЯМКИ КОМУНІКАЦІЇ ЧЕРНІВЕЦЬКОЇ ОБЛАСНОЇ ДЕРЖАВНОЇ АДМІНІСТРАЦІЇ (ОБЛАСНОЇ ВІЙСЬКОВОЇ АДМІНІСТРАЦІЇ) ТА ЧЕРНІВЕЦЬКОЇ ОБЛАСНОЇ РАДИ З НАСЕЛЕННЯМ РЕГІОНУ ПІД ЧАС ДІЇ ВОЄННОГО СТАНУ.....	
4.1. Інформування населення області через офіційні вебсторінки Чернівецької обласної державної адміністрації (обласної військової адміністрації) та Чернівецької обласної ради.....	
4.2. Комунікація Чернівецької обласної державної адміністрації (обласної військової адміністрації) та Чернівецької обласної ради з населенням області через соціальні мережі.	
ВИСНОВКИ.....	
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	

ВСТУП

У сучасному світі інформація є одним з ключових стратегічних ресурсів, що впливає на політичні, економічні та соціальні процеси. В час цифрових технологій, коли кожен користувач стає не лише споживачем, а й потенційним творцем інформаційного контенту, питання формування медіаграмотності набуває значної актуальності. Вміння критично оцінювати інформацію, розпізнавати маніпуляції, фейки та пропаганду є невід'ємною складовою розвитку демократичного суспільства.

Медіаграмотність населення в умовах воєнного стану в Україні набуває особливого значення, адже стає визначальним фактором і ключовою передумовою для зміцнення національної безпеки, підвищення інформаційної стійкості та формування високого рівня громадянської свідомості. Інформаційний простір країни перетворюється на арену складних інформаційно-психологічних впливів, дезінформаційних кампаній і пропаганди, які підривають суспільну стабільність та національну єдність. У зв'язку з цим, підвищення рівня медіаграмотності населення має стратегічне значення, оскільки здатність людини критично осмислювати інформацію, перевіряти її достовірність і розпізнавати маніпулятивні впливи безпосередньо визначає рівень інформаційної стійкості держави.

Органи виконавчої влади та місцевого самоврядування відіграють важливу роль у процесі управління медіаграмотністю населення, оскільки вони забезпечують комунікацію між державою та громадянами, реалізують інформаційну політику, підтримують освітні ініціативи та співпрацюють із медіа, громадськими організаціями й освітніми установами. Завдяки їхній ефективній діяльності суспільство стає стійкішим до дезінформації, зростає довіра до офіційних джерел, а інформаційна безпека країни посилюється.

Актуальність дослідження визначається необхідністю формування ефективної системи управління розвитком медіаграмотності населення в умовах воєнного стану як складової інформаційної безпеки держави.

Російська збройна агресія проти України показала, що інформаційна війна є невід'ємним компонентом сучасних гібридних конфліктів. Тому питання формування критичного мислення та медіаосвіченості громадян стало частиною державної політики, спрямованої на зміцнення обороноздатності суспільства.

Теоретичні підходи до вивчення поняття медіаграмотності є предметом досліджень багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців. У працях фахівців з інформаційної безпеки, медіакомунікацій, психології та політології розглядаються різні аспекти медіаграмотності — від теоретичних засад і методик навчання до аналізу інформаційних загроз і стратегій протидії дезінформації. Питання сутності та змісту поняття «медіаграмотність», а також її значення у структурі національної інформаційної безпеки детально розглянуті в наукових працях українських дослідників — О. Волошенюк, Т. Іванової, В. Іванова, Л. Найдьонової, Г. Онкович, Л. Ляшенко та І. Череповської. У зарубіжній науці цю тематику активно розробляють Р. Поттер, Д. Бакінгем, С. Лівінгстоун, П. Гобс, Т. Келнер і Н. Гобан-Клас, які акцентують увагу на розвитку критичного мислення та відповідального споживання медіа. Питання протидії дезінформації та забезпечення інформаційної безпеки держави, особливо в умовах гібридних воєн, стали предметом дослідження В. Горбуліна, О. Довженка, В. Бебика та О. Соловйова. Окремі аспекти підвищення рівня медіаграмотності громадян в умовах воєнного стану відображені у дослідженнях Інституту масової інформації, Академії української преси, Центру демократії та верховенства права, а також у звітах міжнародних організацій UNESCO, UNICEF, European Media and Information Literacy Alliance (EMILA), які розробляють методичні рекомендації з розвитку медіаосвіти. Також залишаються актуальними питання досвіду впровадження медіаграмотності в Європейському Союзі (зокрема, Польщі та Швеції) та його адаптації до особливостей України.

Попри наявність значної кількості наукових праць, слід зазначити, що питання управління процесом формування медіаграмотності населення саме

в умовах воєнного стану — з урахуванням специфіки діяльності органів виконавчої влади та місцевого самоврядування — залишається недостатньо вивченим. Відсутня єдина концепція державного управління медіаосвітою в умовах воєнних викликів, не визначено оптимальні механізми взаємодії між центральними та місцевими органами влади, освітніми закладами й громадськими організаціями.

Метою магістерської роботи є дослідження управлінських механізмів розвитку медіаграмотності населення в умовах воєнного стану та визначення ролі органів виконавчої влади й місцевого самоврядування у забезпеченні ефективної інформаційної політики.

Для досягнення поставленої мети передбачено виконання таких завдань:

- розкрити теоретико-методологічні підходи до управління медіаграмотністю та проаналізувати нормативне регулювання діяльності ЗМІ в умовах воєнного стану;
- дослідити та систематизувати досвід впровадження медіаграмотності в країнах Європейського Союзу (Польща, Швеція, Румунія та ін.) та виявити особливості її впровадження в Україні;
- провести аналіз інформаційних загроз (пропаганда, дезінформація, фейкові новини), що виникають в умовах воєнного стану;
- визначити та обґрунтувати шляхи підвищення рівня медіаграмотності населення в умовах воєнного стану;
- проаналізувати практику комунікацій Чернівецької обласної державної адміністрації (обласної військової адміністрації) з населенням регіону, включаючи використання офіційних вебсайтів та сторінок в соціальних мережах.

Об'єктом дослідження є процес управління розвитком медіаграмотності населення.

Предметом дослідження — теоретико-методологічні підходи, нормативно-правове забезпечення, практичні механізми впровадження медіаграмотності, діяльність органів виконавчої влади та місцевого

самоврядування щодо формування медіаграмотності населення в умовах воєнного стану.

Для досягнення мети та реалізації завдань дослідження використано комплекс взаємопов'язаних загальнонаукових і спеціальних методів, що забезпечили всебічний аналіз проблеми управління медіаграмотністю населення в умовах воєнного стану, зокрема:

- системне узагальнення підходів до визначення поняття «медіаграмотність»;
- порівняльно-аналітичний метод використано для зіставлення українського та європейського досвіду (зокрема, Польщі та Швеції) у сфері розвитку медіаграмотності, визначення спільних тенденцій та відмінностей у підходах до державного регулювання;
- аналіз нормативно-правових актів, програм та стратегій, що регламентують діяльність у сфері медіаграмотності та інформаційної безпеки в умовах воєнного стану;
- моніторинг і аналіз інформаційних загроз, що проявляються у вигляді дезінформації, пропаганди і фейкових новин;
- контент-аналіз інформаційних кампаній та комунікаційних матеріалів органів виконавчої влади і місцевого самоврядування;
- синтезу та узагальнення для формування рекомендацій щодо вдосконалення управління медіаграмотністю.

Зазначені методи дозволять комплексно дослідити явище управління медіаграмотністю в умовах воєнного стану, визначити ключові виклики, оцінити роль органів виконавчої влади і місцевого самоврядування.

Структура дослідження зумовлена його метою та поставленими завданнями і включає вступ, чотири розділи, висновки та список використаних джерел. У першому розділі розкрито стан наукової розробки проблеми, теоретико-методологічні підходи до управління медіаграмотністю, нормативне регулювання діяльності ЗМІ в умовах воєнного стану та джерельну базу дослідження. Другий розділ присвячений аналізу досвіду

впровадження медіаграмотності в Європейському Союзі (на прикладі Польщі, Румунії, Швеції тощо) та особливостям її розвитку в Україні. В третьому розділі досліджено формування медіаграмотності населення України в умовах воєнного стану, здійснено аналіз основних інформаційних загроз (пропаганди, дезінформації, фейкових новин) та окреслено шляхи підвищення рівня медіакультури громадян. Четвертий розділ присвячений комунікаційним практикам Чернівецької обласної військової адміністрації та Чернівецької обласної ради з населенням регіону через офіційні інтернет-ресурси та сторін.

РОЗДІЛ 1

СТАН НАУКОВОЇ РОЗРОБКИ ПРОБЛЕМИ ДОСЛІДЖЕННЯ «МЕДІАГРАМОТНІСТЬ»

1.1 Теоретико-методологічні проблеми дослідження вивчення управління медіаграмотністю

У сучасному світі, де Інтернет посів провідне місце у сфері комунікацій, соціальні мережі набули значної популярності та стали ключовими каналами спілкування. Соціальні мережі формують не лише наші уявлення про світ, але й впливають на політичну, економічну й соціальну поведінку. Актуальності набуває питання критичного мислення, уміння комунікувати, бути активними громадянами сучасного світу. У зазначеному контексті саме питання медіаграмотності постає на порядок денний та виступає основним інструментом для того, щоб орієнтуватися в сучасному інформаційному просторі. Це не лише про захист від маніпуляцій, а й про можливість бути свідомим, активним і успішним у всіх сферах життя. У період воєнного стану медіаграмотність набуває критичного значення, адже інформаційний простір стає полем бою не менш важливим, ніж фронт.

У зазначеному контексті доцільним видається детальний розгляд таких понять, як «медіа», «медіаосвіта» та «медіаграмотність».

Медіаграмотність - це багатогранне поняття, яке вивчається з різних наукових перспектив, що зумовлює різноманіття підходів до його розуміння та дослідження. Існує кілька основних теоретичних підходів, які формують сучасне розуміння медіаграмотності:

1. Когнітивний підхід, який зосереджується на тому, як людина обробляє інформацію з медіа. Медіаграмотність розглядається як сукупність когнітивних умінь і навичок (про медіаіндустрію, контент, вплив медіа, реальний світ та власне «я»), які дозволяють свідомо фільтрувати, інтерпретувати та конструювати значення з медіаповідомлень.

2. Культурологічний підхід розглядає медіаграмотність як частину ширшої медіакультури. Він акцентує увагу на тому, як медіа конструюють

реальність та формують культурні цінності, і як споживачі медіа можуть розбирати ці смислові побудови та розуміти принципи їх створення. Тут медіаграмотність не обмежується лише навичками, а охоплює розуміння соціальної, політичної та економічної ролі медіа.

3. Критичний підхід розглядає медіаграмотність як інструмент розвитку критичного мислення та автономії щодо медіа. Вона спрямована на розвиток здатності аналізувати медіаповідомлення, виявляти приховані інтереси, маніпуляції, стереотипи та ідеології, що транслуються медіа. Цей підхід підкреслює роль медіа як «четвертої влади» та важливість громадянської відповідальності у взаємодії з інформацією.

4. Функціональний підхід визначає медіаграмотність через конкретні уміння та навички, необхідні для ефективної взаємодії з медіа. Зазвичай охоплює такі компоненти: доступ до медіа, аналіз (критичне осмислення), оцінка (достовірності, упередженості), створення (продукування власних медіатекстів) та комунікація за допомогою медіа. Деякі моделі додають також рефлексію та дію.

5. Інформаційна грамотність — підхід тісно пов'язаний з медіаграмотністю, зосереджується на пошуку, оцінці та використанні інформації з різних джерел. Методологія вивчення та формування медіаграмотності базується на вищезгаданих теоретичних засадах і включає різноманітні підходи:

- аналіз медіатекстів — основний метод, який передбачає деконструкцію медіаповідомлень для розуміння їхньої структури, мови, символіки, прихованих значень та впливу. Даний метод включає: текстуальний аналіз (докладне вивчення мови, образів, символіки у медіатекстах (фільмах, рекламі, новинах), контент-аналіз (систематичний аналіз змісту медіа для виявлення закономірностей, тем, ідеологій), дискурс-аналіз (дослідження того, як медіаконтент формує суспільний дискурс та впливає на розуміння соціальних і політичних питань), семіотичний аналіз (аналіз знаків і кодів у медіатекстах (кольори, ракурси, музичний супровід) для інтерпретації їх

значення), ідеологічна критика (виявлення домінуючих ідеологій та владних структур, що підсилюються медіатекстами).

- критичне мислення та проблемне навчання - методи, спрямовані на розвиток здатності самостійно аналізувати інформацію, розрізняти факти від думок, виявляти упередженість та маніпуляції. Передбачає дискусії, ситуаційний аналіз, мозковий штурм.

- практико-орієнтований підхід передбачає формування медіаграмотності через створення власних медіапродуктів (відео, подкастів, публікацій). Це допомагає не лише зрозуміти технічні аспекти медіавиробництва, а й усвідомити відповідальність за поширення інформації та вплив на аудиторію.

- дослідження медіапрактик - вивчення того, як різні соціальні групи взаємодіють з медіа, їхні потреби, вподобання та способи споживання інформації. Це дозволяє краще адаптувати освітні програми.

- формування «5 компетенцій»: цей підхід, часто асоційований з Рене Хоббс, виділяє ключові компетенції, які становлять медіаграмотність: Доступ (Access), Аналіз (Analyze), Оцінка (Evaluate), Створення (Create), Дія (Act).

Усі ці підходи взаємодоповнюють один одного, створюючи багатогранну картину медіаграмотності як важливої навички для життя в сучасному інформаційному суспільстві.

Термін «медіа» походить від латинського «medium» (посередник) на позначення засобів передавання, зберігання та відтворення інформації. Лише з середини XIX ст. «медіа» вживається в сучасному розумінні – поширення повідомлень за допомогою спеціальних технічних засобів зв'язку (пошта, телеграф). З розвитком радіо, кіно, телебачення на початку XX ст. виникає поняття «мас-медіа» як аналог поняття «засоби масової інформації». [71, с. 205].

Процес освіти й підготовки людей до безпечної, відповідальної та ефективної діяльності в інформаційному просторі за допомогою сучасних засобів масової інформації в науці називають медіаосвітою.

Історичний розвиток медіаосвіти у світі справді є динамічним, і хоча термін «медіаосвіта» не має конкретної дати виникнення, його витoki пов'язані з розвитком мас-медіа і розумінням їх впливу на суспільство. Одним із засновників світової медіаосвіти є канадський філософ М. Маклюен. Вважається, що його сакраментальна фраза «medium is the message» (медіа – це повідомлення) поклала початок розмірковуванням про те, що медіатексти можуть сприйматися по-різному та мати вплив на суспільство і, як наслідок, поклала початок медіаосвіті. Продовження ідеї медіаосвіти отримали в концепції М. Маклюена «глобального села» (в основі якої теза про діалог культур в інформаційному суспільстві), а також теорії «холодних» та «гарячих медіа» (згідно з якою різні види медіа вимагають різних мисленнєвих процесів сприйняття) [77, с. 146].

У сучасному науковому дискурсі термін «медіаосвіта» вживається відносно недавно. Прийнято вважати, що вперше його використали у процесі розробки програми масової медіаосвіти «General Curriculum Model for Mass Media Education» у 1973 р. на коопераційному засіданні інформаційного відділу ЮНЕСКО та Міжнародної ради із питань кіно- теле- та аудіовізуальної комунікації [59, с. 6].

В матеріалах конференції UNESCO «Educating for the Media and the Digital Age» (Відень, 1999) визначено, що медіаосвіта пов'язана з усіма видами медіа (друкованими та графічними, звуковими, екрановими) та різними технологіями; вона дає можливість людям зрозуміти, як масові комунікації використовуються і впливають на свідомість, навчити застосовувати медіа в комунікації; сформувати навички того, як аналізувати, критично осмислювати і створювати медіатексти; визначати джерела повідомлень, їхній політичний, соціальний, комерційний та/або культурний контекст; інтерпретувати поширювані медіатексти та цінності; обирати відповідні медіа для створення та розповсюдження власних повідомлень і працювати із зацікавленою в них аудиторією. Медіаосвіта – частина базових прав кожного громадянина будь-якої країни світу на свободу самовираження

та отримання інформації. Також вона є інструментом підтримки демократії. Її рекомендується впроваджувати в навчальні плани шкіл і вишів, у систему додаткової, неформальної освіти та навчання протягом усього життя людини [57, с. 25].

Значну увагу визначенню та проблемам медіаосвіти приділяли й українські вчені. А. Литвин вважає, що медіаосвіта – це навчання на матеріалі та за допомогою ЗМІ, кінцева мета якого – медіаграмотність, здатність до критичного сприйняття медіаповідомлень. При цьому він ґрунтується на думці С. У. Гончаренко: «Основним завданням медіаосвіти є підготовка нового покоління до життя в сучасних інформаційних умовах, до сприймання й розуміння різної інформації, усвідомлення наслідків її впливу на психіку тощо». Хоча і висловлює спірне судження стосовно того, що порівняно з традиційним навчанням, медіаосвіта більше спрямована не на логічну, а на чуттєву сторону пізнання. Наводиться також визначення з сучасної «Енциклопедії освіти», де медіаосвіта – це «технічні засоби створення, запису, копіювання, тиражування, зберігання, розповсюдження, сприйняття інформації та обміну її між суб'єктом (автором медіатексту) і об'єктом (масовою аудиторією), а саме: друк, фотографія, радіо, кінематограф, телебачення, відео, мультимедійні комп'ютерні системи, включаючи Інтернет». Таке формулювання є некоректним. Автори плутають медіаосвіту та власне мас-медіа. А. Литвин вважає, що на початку ХХІ ст. зміст і мета медіаосвіти дещо трансформувалися. Виникнення нових медіа призводить до того, що медіаосвіта сприяє переходу до елементів загальної теорії комунікацій: таке навчання дозволяє оволодівати цілісною картиною засобів створення, принципів роботи і впливу сучасних медіа на становлення особистості [61, с. 9-10].

Таким чином, можна зробити висновки, що медіаграмотність та медіаосвіта є фундаментальними компонентами сучасної освіти і суспільного життя. Вони сприяють формуванню свідомого, критично мислячого,

відповідального громадянина, який здатний ефективно взаємодіяти з інформаційним простором.

Медіаосвіта є основним інструментом формування медіаграмотності. Вона дозволяє:

- викладати основи критичного аналізу інформації на всіх рівнях освіти: у школах, університетах, неформальній освіті;
- формувати свідоме ставлення до медіакультури, починаючи з раннього віку;
- забезпечувати людей навичками, які допоможуть їм адаптуватися до швидких змін інформаційного простору.

Вважається, що термін «медіаграмотність» походить від термінів «критичне бачення» та «візуальна грамотність». Також використовуються такі терміни, як «технологічна грамотність», «інформаційна грамотність», «комп'ютерна грамотність» тощо. Канадський науковець і консультант з питань медіаграмотності Кріс Ворсноп (Chris Worsnop) вважає, що медіаграмотність — це результат медіаосвіти, вивчення медіа. Що більше ви вивчаєте медіа (за допомогою медіа), то більше ви медіаграмотні, тобто медіаграмотність — це здатність експериментувати, інтерпретувати/аналізувати та створювати медіа тексти [59, с. 6].

Відповідно до автора американських підручників для студентів Джеймса Поттера (James Potter), медіаграмотність полягає в здатності особистості контролювати споживання медіа. Медіаграмотна людина легше орієнтується в медіасвіті, легше знаходить інформацію, яка їй потрібна, та запобігає повідомленням, що можуть їй зашкодити, подібно до забруднених і отруєних води чи їжі [59, с.6].

Ключову роль у становленні та розвитку медіаосвіти й медіаграмотності на глобальному рівні відіграла Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури (ЮНЕСКО). Організація активно сприяє впровадженню цих концепцій як важливих складових сучасного інформаційного суспільства. ЮНЕСКО вперше ввела терміни «медіаосвіта» і

«медіаграмотність» у міжнародний науково-освітній дискурс, розробивши їхні концептуальні основи. Організація трактує медіаосвіту як процес, що розвиває у людей критичне сприйняття медіа, а медіаграмотність як набір навичок, які дозволяють взаємодіяти з інформацією свідомо й безпечно.

ЮНЕСКО об'єднала медіаграмотність (Media Literacy) та інформаційну грамотність (Information Literacy) в єдину концепцію MIL — «Медіа- та інформаційна грамотність». MIL фокусується на поєднанні навичок критичного мислення, цифрової грамотності, безпечного поводження в інформаційному просторі та розуміння ролі медіа в суспільстві.

У результаті діяльності організації було розроблено п'ять принципів щодо медіа та інформаційної грамотності:

Принцип 1. Інформація, комунікація, бібліотеки, медіа, технології, Інтернет мають використовуватися суспільством критично. Вони рівні за статусом, і жодне з цих джерел не варто не слід вважати більш значущим.

Принцип 2. Кожен громадянин є творцем інформації/знань. Кожен має право на доступ до інформації/знань та право на самовираження. Медійна та інформаційна грамотність має бути для всіх — і для чоловіків, і для жінок, — і тісно пов'язана з правами людини.

Принцип 3. Інформація, знання та повідомлення не завжди є нейтральними, незалежними чи неупередженими. Будь-яка концептуалізація, використання та застосування MIL повинна зробити це твердження прозорим і зрозумілим для всіх громадян.

Принцип 4. Кожен громадянин хоче отримувати і розуміти нову інформацію, знання і повідомлення та мати можливість спілкуватися з іншими, навіть якщо він не висловлює це прагнення. Його права на це ніколи не мають порушуватися.

Принцип 5. Медійна та інформаційна грамотність не набувається одномоментно. Це постійний та динамічний досвід і процес. Його можна вважати завершеним, якщо він охоплює в себе знання, вміння та установки

щодо використання, створення та передачі інформації, щодо медіа та технологічного контенту [105].

Асоціація вчителів м. Онтаріо сформувала у 1987 році принципи медіаграмотності, які актуальні й сьогодні та є основоположними для навчальної системи медіаосвіти [70].

На думку Асоціації вчителів м. Онтаріо, ключовими принципами медіаграмотності є:

1. Одне повідомлення може розумітися по-різному, адже на сприйняття індивідуума впливають його особисті переконання, соціально-політична позиція тощо.

2. Людина інколи сприймає реальність не об'єктивно, адже формується на побаченому в медіа, а не на власному досвіді.

3. Не існує повідомлень у медіа, які б були незалежними, адже вони включають різні точки зору.

4. Медіамеседжі мають комерційний підтекст, тому можуть впливати на бізнесові інтереси.

5. Завжди існує сенс повідомлення, оскільки посилання створено штучно людиною з певною метою [70].

На кожному етапі розвитку існують компетенції медіаграмотності, якими варто володіти, щоб мати високий рівень освіти в медіа:

- мати базові навички розуміння роботи медіа пристроїв та девайсів;
- вміти знаходити, досліджувати та аналізувати інформацію, використовуючи критичне мислення;
- самостійно створювати креативні медіа та поширювати їх;
- розуміти, як медіа працюють, які бувають цілі та види меседжів;
- вести комунікацію через засоби масової інформації;
- володіти інструментами перевірки інформації;
- визначати джерела медіатекстів та правильно інтерпретувати зміст;
- вміти розрізняти дезінформацію, місінформацію та фейки;
- рефлексувати щодо власного використання медіа [16].

Причини актуальності медіаосвіти обґрунтував британський науковець Л. Мастерман [16]:

- 1) стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, поява новітніх технологій та інформаційна революція;
- 2) перенасичення інформацією та швидке медіаспоживання;
- 3) вплив інформації, що поширюється медіа на свідомість споживачів;
- 4) залучення медіа майже в усі сфери життєдіяльності та освітні процеси;
- 5) вплив медіа на демократичні процеси;
- 6) необхідність підготовки фахівців у сфері медіа;
- 7) міжнародні стандарти споживання медіа.

У сучасному інформаційному суспільстві медіаосвіта та медіаграмотність є критично важливими навичками. Швидкий розвиток цифрових технологій, зростання обсягу інформації та поширення дезінформації роблять медіаграмотність необхідною для кожної людини.

Про важливість та актуальність медіаграмотності як основного інструменту для навігації у сучасному світі свідчать результати дослідження, проведеного соціологічною групою «Рейтинг» у 2024 році, відповідно до якого найпоширенішим джерелом, до якого громадяни звертаються для отримання інформації про події в Україні, є канали в «Телеграмі», які використовують 47% респондентів. Також опитані звертаються до сюжетів у «Ютубі» — 26%, телемарафону — 21%, розповідей очевидців подій/знайомих — 19%, офіційних сторінок та соцмереж органів держаної влади — 19%. Через телеканали, що не входять до телемарафону, отримують інформацію 16% опитаних. З українських онлайн-медіа — 15%, із міжнародних — 14%. Новини та дописи у «Фейсбуці» є джерелом перевіреної інформації для 12%, у «Вайбері» та «ТікТоку» — для 10% та 7% відповідно. Про використання «Інстаграму» та радіо зазначили по 5%, газети та журнали читають 2%. Дослідження засвідчило, що молодь частіше звертається до телеграм-каналів, розповідей знайомих, офіційних ресурсів

державних органів влади та міжнародних онлайн-медіа. Натомість старші надають перевагу сюжетам у «Ютубі» і телебаченню [15].

Медіаграмотність — це кінцевий результат, якого прагнуть досягти, тоді як медіаосвіта — це процес, який забезпечує формування цієї грамотності. Іншими словами, медіаосвіта — це шлях, а медіаграмотність — це мета. Розуміння різниці між цими поняттями є важливим для розробки ефективних освітніх програм і державних стратегій.

Отже, медіаграмотність — це сукупність знань, навичок і вмінь, які дозволяють людині критично оцінювати, аналізувати, створювати, використовувати та поширювати інформацію в різних медійних форматах (традиційних та цифрових). Вона включає здатність розрізняти достовірну інформацію, розуміти механізми маніпуляції в медіа та протистояти дезінформації.

Медіаграмотність у період воєнного стану набуває особливо гострого значення, оскільки це:

- підтримка національної єдності: У період війни важливо об'єднати суспільство. Медіаграмотність допомагає протистояти дезінформації, яка спрямована на розкол суспільства.

- інформаційна війна: Воєнні дії ведуться не лише на полі бою, але й в інформаційному просторі. Пропаганда, дезінформація та маніпуляції використовуються як зброя для підриву морального духу, створення паніки та дестабілізації суспільства.

- збереження психічного здоров'я: Постійний потік негативної інформації може негативно впливати на психічне здоров'я. Медіаграмотність дозволяє фільтрувати інформацію та захищатися від інформаційного перевантаження.

- захист від маніпуляцій: Медіаграмотність дозволяє відрізнити факти від вигадок, розпізнавати маніпулятивні прийоми та критично оцінювати джерела інформації.

На нашу думку, медіаграмотність у воєнний час – це не просто навичка, а питання національної безпеки. Вона допомагає протистояти ворожим інформаційним атакам, зберігати спокій та сприяти перемозі в інформаційній війні.

1.2 Нормативне регулювання діяльності ЗМІ в умовах воєнного стану в Україні

В умовах воєнного стану, коли інформаційний простір стає одним із полів битви, особливого значення набуває питання регулювання діяльності засобів масової інформації. З одного боку, свобода слова є фундаментальним правом, гарантованим Конституцією України. З іншого боку, виникає необхідність захищати національну безпеку та запобігати поширенню дезінформації, яка може зашкодити обороноздатності країни.

Діяльність засобів масової інформації в Україні регулює низка нормативно-правових актів.

У Конституції України стаття 34 гарантує свободу слова, проте передбачає можливість обмеження цієї свободи в інтересах національної безпеки, територіальної цілісності та громадського порядку [51].

Закон України «Про інформацію» визначає права та обов'язки ЗМІ, а також категорії інформації, розповсюдження якої може бути обмежено (наприклад, державна таємниця, дані про військові операції тощо) [39].

Закон України «Про Національну раду України з питань телебачення і радіомовлення» регулює роботу Національної ради, яка здійснює контроль за дотриманням медійного законодавства, видає та скасовує ліцензії на мовлення, а також може накладати санкції на ЗМІ за порушення законодавства [41].

24 лютого 2022 року Верховна Рада України прийняла Закон «Про затвердження Указу Президента України «Про введення воєнного стану в Україні» [38]. Діяльність ЗМІ в Україні під час воєнного стану зазнала суттєвих змін через необхідність захисту національної безпеки та боротьби з інформаційною агресією.

Закон України «Про правовий режим воєнного стану» надає державі право на запровадження обмежень щодо діяльності ЗМІ, зокрема можливість заборони поширення певної інформації, що може зашкодити обороноздатності країни, та передбачає можливість контролю, що поширюється в умовах війни, та введення цензури [44].

Закон України «Про основи національного спротиву» визначає роль інформаційної безпеки у боротьбі з агресором та дозволяє державним органам здійснювати інформаційні заходи в інтересах національної оборони [43].

В умовах воєнного стану в Україні інформаційна політика регулюється низкою постанов Кабінету Міністрів України (КМУ) та рішень Ради національної безпеки і оборони України (РНБО), спрямованих на забезпечення національної безпеки та інформаційної стабільності.

Ключові нормативні акти:

- Рішення РНБО від 18 березня 2022 року «Щодо реалізації єдиної інформаційної політики в умовах воєнного стану», введене в дію Указом Президента України №152/2022 від 19 березня 2022 року та встановлює, що реалізація єдиної інформаційної політики є пріоритетним питанням національної безпеки. Це рішення передбачає об'єднання всіх загальнонаціональних телеканалів, програмне наповнення яких складається переважно з інформаційних та інформаційно-аналітичних передач, на єдиній інформаційній платформі стратегічної комунікації — цілодобовому інформаційному марафоні «Єдині новини #UАразом» [89].

- Постанова КМУ від 3 грудня 2024 року № 1367 «Про внесення до деяких актів Кабінету Міністрів України змін щодо діяльності Міністерства культури та стратегічних комунікацій», спрямована на вдосконалення управління у сфері інформаційної політики в умовах воєнного стану [75].

- Рішення РНБО від 14 травня 2021 року «Щодо окремих заходів із забезпечення інформаційної безпеки», введене в дію Указом Президента України №198/2021 від 18 травня 2021 року [89]. Рішення спрямоване на

запровадження дієвих механізмів виявлення, фіксації, обмеження доступу та/або видалення з українського сегмента мережі Інтернет інформації, що загрожує національній безпеці.

Нормативно-правові акти, прийняті під час дії воєнного стану в Україні, встановлюють певні обмеження та особливості діяльності ЗМІ під час воєнного стану, зокрема:

- впровадження військової цензури — уповноважені органи можуть контролювати публікації та матеріали, що стосуються військових операцій, переміщення військ, втрат серед військових тощо;

- блокування ворожих інформаційних ресурсів - РНБО, Національна рада з питань телебачення і радіомовлення та Служба безпеки України (СБУ) можуть ухвалювати рішення про обмеження роботи проросійських ЗМІ, соцмереж та сайтів;

- кримінальна та адміністративна відповідальність за поширення фейків та пропаганди - введено кримінальну відповідальність за поширення фейкової інформації про Збройні сили України (ст. 114-10 КК України), передбачено адміністративну відповідальність за інформаційне сприяння ворогу;

- державна координація інформаційної політики - офіційні комунікації з суспільством здійснюються через Офіс Президента, Генеральний штаб, Міністерство оборони та інші державні органи, ЗМІ зобов'язані керуватися офіційними повідомленнями та уникати розповсюдження неперевірених даних.

31 березня 2023 року набув чинності Закон України «Про медіа», який Верховна Рада ухвалила 13 грудня 2022 року [40]. Нормативний документ розширив повноваження Національної ради з питань телебачення та радіомовлення й запровадив нові правила на ринку. Після набуття чинності цього закону, перестали діяти шість законів: «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні»; «Про телебачення і радіомовлення»; «Про інформаційні агентства»; «Про Національну раду України з питань

телебачення і радіомовлення»; «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації»; «Про захист суспільної моралі». Повна імплементація закону триватиме десять років, однак частина ключових змін почала діяти торік [104].

Закон України «Про медіа» встановлює правові засади діяльності суб'єктів у сфері медіа в Україні. Він спрямований на забезпечення свободи вираження поглядів, права на отримання різнобічної, достовірної та оперативної інформації, а також на адаптацію українського законодавства до стандартів Європейського Союзу.

Можна виокремити ключові положення Закону та їхній вплив на діяльність ЗМІ наступним чином:

- розширення сфери регулювання — закон охоплює не лише традиційні засоби масової інформації, такі як телебачення та радіо, але й онлайн-медіа, платформи спільного доступу до відео та інші цифрові ресурси;

- реєстрація онлайн-медіа — отримали можливість добровільної реєстрації, що надає їм офіційний статус та відповідні права й обов'язки. Однак під час воєнного стану реєстрація є обов'язковою;

- прозорість власності - Закон встановлює вимоги щодо прозорості структури власності медіа, що сприяє запобіганню монополізації та забезпеченню плюралізму думок;

- співрегулювання та саморегулювання - передбачено механізми співпраці між державними органами та представниками медіаіндустрії для встановлення стандартів та правил діяльності, що сприяє підвищенню професійних стандартів та етики в медіа;

- Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення отримала розширені повноваження щодо регулювання та нагляду за діяльністю медіа, включно з онлайн-ресурсами.

Міжнародна федерація журналістів закликала українську владу переглянути закон «Про медіа». Відповідні заяви були опубліковані на сайті

організації 12 січня та 17 січня 2023 року. Федерація вважає, що нещодавно ухвалений документ ставить свободу та плюралізм українських медіа під загрозу. Генеральний секретар федерації Антоні Белланже висловив хвилювання з приводу «авторитарного дрейфу української влади» щодо медіа і журналістів. Також він нагадав, що нове медійне законодавство — це частина зобов'язань України в межах процесу євроінтеграції [64].

У матеріалі «Голосу Америки» від 11 січня 2023 року йдеться про те, що «європейська медіаспільнота бачить у Законі України «Про медіа» серйозні загрози для вільного поширення інформації в Україні» [2]. Зокрема, Європейська федерація журналістів критикує розширені повноваження Національної ради з питань телебачення та радіомовлення, яка отримала право скасовувати реєстрацію медіа чи тимчасово блокувати його без судового рішення. Директор федерації Рікардо Гутерріш зазначив, що структура, запропонована цим законом, не є повністю незалежною від політичного впливу, а також розширює спектр позасудових санкцій проти медіа. Крім того, Комітет захисту журналістів у Нью-Йорку висловив стурбованість, що цей закон посилює державний контроль над інформацією, що може обмежити свободу преси в країні.

Таким чином, можна зробити висновки, що в умовах війни нормативне регулювання діяльності ЗМІ набуває особливої ваги та складності. З одного боку, держава цілком обґрунтовано прагне захистити національну безпеку, запобігти поширенню дезінформації та паніки, які можуть бути використані ворогом. Введення певних обмежень на поширення чутливої інформації, такої як дані про військові операції, переміщення техніки, стратегічні об'єкти, є виправданим кроком для збереження обороноздатності країни. З іншого боку, надмірне або непрозоре регулювання може призвести до обмеження свободи слова, ускладнення роботи журналістів та приховування важливої суспільно значущої інформації. Важливо знайти баланс між необхідністю забезпечення інформаційної безпеки та правом суспільства на отримання достовірної інформації.

На нашу думку, ключовими аспектами нормативного регулювання діяльності ЗМІ в умовах воєнного стану в Україні є:

- чіткість та прозорість норм: Законодавство та підзаконні акти, що регулюють діяльність ЗМІ, повинні бути чіткими, однозначними та публічно доступними. Це дозволить журналістам розуміти межі дозволеного та уникати ненавмисних порушень.

- пропорційність обмежень: будь-які обмеження свободи слова та діяльності ЗМІ повинні бути пропорційними загрозі національній безпеці та мати чітко визначений термін дії;

- незалежний нагляд: важливо забезпечити незалежний нагляд за дотриманням норм регулювання, щоб уникнути зловживань з боку держави. У цьому можуть відігравати важливу роль журналістські організації та правозахисні інституції;

- захист журналістів: держава повинна гарантувати безпеку журналістів, які працюють в умовах воєнного стану, та забезпечити їм можливість виконувати свої професійні обов'язки без перешкод та залякувань;

- діалог з медіа-спільнотою: процес розробки та впровадження норм регулювання повинен відбуватися за активної участі представників медіа-організацій, журналістів та експертів у галузі медіа-права.

Отже, в умовах триваючої війни в Україні питання нормативного регулювання діяльності ЗМІ залишається надзвичайно актуальним та потребує постійного переосмислення з урахуванням та необхідності дотримання, як національних інтересів, так і міжнародних стандартів. Важливо не допустити перетворення тимчасових обмежень, викликаних воєнним станом, на постійний інструмент контролю над інформаційним простором.

1.3. Джерельна база дослідження

Дослідження проблематики медіаграмотності ґрунтується на широкому спектрі джерел, що охоплюють наукову, нормативно-правову, методичну та публіцистичну літературу. Джерельна база побудована з урахуванням

міждисциплінарного характеру теми та охоплює праці у галузях педагогіки, соціальних комунікацій, інформаційних технологій і правознавства. До теоретичних засад дослідження віднесено праці українських і зарубіжних дослідників медіаосвіти, зокрема: М. Маклюєна, Дж. Поттера, Кр. Ворснопрта, а також українських науковців В. Іванова, О. Волошенюк, А. Литвина, С. Троян, які глибоко розкривають зміст і цілі медіаосвіти, її етапи розвитку та вплив на формування критичного мислення. У структурі джерельної бази важливе місце посідають нормативно-правові документи, які визначають правові рамки функціонування медіа в Україні в умовах воєнного стану. Зокрема, було використано положення Конституції України, Закони України «Про інформацію», «Про медіа», «Про правовий режим воєнного стану», укази Президента України, рішення РНБО та інші підзаконні акти, що регламентують діяльність ЗМІ й інформаційну політику держави.

Особливу цінність становлять офіційні документи міжнародних організацій, насамперед ЮНЕСКО, зокрема концепція MIL (Media and Information Literacy), що інтегрує навички медійної, інформаційної та цифрової грамотності. У дослідженні також враховано п'ять принципів MIL, розроблених цією організацією як універсальні орієнтири для формування глобального підходу до медіаграмотності. У якості емпіричних джерел було проаналізовано актуальні соціологічні дослідження, зокрема результати опитування групи «Рейтинг» (2024), що дозволили виявити реальні практики споживання інформації громадянами України та визначити основні джерела медіаінформації в умовах гібридної війни. Методичну підтримку становлять сучасні підручники й навчально-методичні посібники, рекомендовані Міністерством освіти і науки України, а також аналітичні матеріали, опубліковані на платформі MediaSapies та інших авторитетних інформаційних ресурсах. Слід зазначити, що джерельна база дослідження є комплексною та репрезентативною, охоплюючи як фундаментальні наукові праці, так і прикладні документи, що забезпечують глибоке й обґрунтоване розкриття теми.

Окрему увагу в межах джерельної бази варто приділити публікаціям, присвяченим критичному аналізу сучасних викликів інформаційної безпеки в умовах війни. Дослідження експертів у галузі стратегічних комунікацій і гібридних загроз дозволили зрозуміти феномен дезінформації, психологічного впливу мас-медіа та необхідність розбудови національної інформаційної стійкості через медіаосвіту.

Варто зазначити, що джерела, використані в роботі, відображають динаміку розвитку досліджуваної проблеми – від концептуальних засад медіаграмотності до сучасних цифрових практик. Зокрема, це дає змогу простежити еволюцію уявлень про роль медіа у суспільстві: від традиційної масової комунікації до цифрового контенту, що створюється самими користувачами. Такий підхід є актуальним у контексті розгортання нових форм комунікації в соціальних мережах та меседжерах, які сьогодні активно використовуються як канали впливу та маніпуляції. До джерельної бази увійшли й документи аналітичного характеру, які формують нормативні засади впровадження медіаосвіти в Україні. Це, зокрема, Концепція впровадження медіаосвіти в Україні, затверджена Міністерством освіти і науки України (2010), а також настанови Ради Європи й рекомендації міжнародних експертів щодо інтеграції навичок медіаграмотності у загальноосвітній процес. Варто також відзначити публікації періодичних видань – таких як Media Sapiens, Детектор медіа, Освіта.ua, Освітній портал, які оперативно реагують на суспільні запити в галузі інформаційної безпеки, освітніх реформ і цифрової трансформації, що робить їх важливими джерелами для аналізу сучасного контексту теми.

Таким чином, під час створення наукової роботи було враховано найрізноманітніші джерела – від фундаментальних концептуальних засад до прикладних матеріалів, що дає змогу комплексно охопити тему дослідження, визначити ключові напрями розвитку медіаосвіти, а також обґрунтувати шляхи формування інформаційної компетентності в сучасному українському суспільстві, особливо в умовах воєнного стану.

Слід підкрестити, що використані джерела не лише відображають сучасний стан наукової розробки проблеми, а й дозволяють обґрунтувати практичну значущість дослідження. Зокрема, праці з педагогіки та дидактики надали піґрунтя для розробки рекомендацій щодо впровадження медіаосвіти в навчальний процес, а матеріали з правознавства стали основою для аналізу нормативного регулювання медіапростору в умовах воєнного стану.

Особливо цінними виявилися дослідження, що висвітлюють досвід зарубіжних країн у сфері медіаосвіти – таких як Швеція, Польща, Канада, Фінляндія, Велика Британія, Румунія. Їхні моделі формування медіаграмотності на рівні шкільної, університетської та громадянської світи було проаналізовано з метою можливого адаптування до українського контексту.

Також важливо, що джерельна база постійно оновлювалася у процесі написання роботи відповідно до змін у нормативному полі, появи нових наукових публікацій і соціальних подій. Такий динамізм є необхідним, зважаючи на стрімку трансформацію інформаційного середоща в умовах цифровізації, глобалізації та війни. Загалом, сформована джерельна база забезпечує глибоку, багатосторонню і доказову основу для дослідження процесів формування, розвитку та впровадження медіаграмотності в Україні, дозволяючи не лише проаналізувати існуючий стан справ, а й сформулювати аргументовані висновки та рекомендації щодо подальших кроків у цій сфері.

На нашу думку, питання формування медіаграмотності сьогодні є не просто освітнім завданням, а стратегічною необхідністю для сталого розвитку держави, особливо в умовах воєнного стану та інформаційної агресії. Комплексний аналіз джерел дозволив переконатися, що медіаграмотність – це ключ до збереження критичного мислення, громадянської відповідальності та інформаційної безпеки. Саме тому, медіаосвіта має посісти гідне місце не лише в освітніх програмах, а й у загальнодержавній політиці як запорука демократичного поступу й суспільної стійкості.

РОЗДІЛ 2 ВПРОВАДЖЕННЯМ МЕДІАГРАМОТНОСТІ В ЄВРОПЕЙСЬКОМУ СОЮЗІ ТА В УКРАЇНІ

2.1. Досвід впровадження медіаграмотності в Європейському Союзі (на прикладі Польщі, Румунії, Швеції і т.д.)

Європейський Союз активно впроваджує медіаграмотність як ключовий елемент для забезпечення демократії, підвищення стійкості громадян до дезінформації та сприяння критичному мисленню в цифрову епоху. Досвід ЄС у цій сфері є багатограним і включає як політичні ініціативи, так і практичні заходи. В Європейському Союзі впровадження медіаграмотності має комплексний характер: законодавче закріплення, міждержавне співробітництво, підтримка інноваційних проєктів для різних аудиторій [6].

Законодавче закріплення розвитку медіаграмотності в Європейському Союзі відбувається через низку ключових документів і заходів, що спрямовані на захист свободи медіа, підтримку різноманіття інформації і забезпечення якісної освіти в цій сфері, зокрема:

- у 2008 році Європейський парламент ухвалив Резолюцію «Медіаграмотність у цифровому світі», в якій рекомендується включити медіаграмотність як обов'язковий компонент формальної освіти на всіх рівнях та зробити її базовою компетенцією для освіти протягом життя [60];

- сучасним ключовим законодавчим актом є Європейський акт про свободу медіа (European Media Freedom Act, EMFA), ухвалений у 2024 році і що почав повноцінно діяти з 8 травня 2025 року [72]. Даний документ не лише захищає плюралізм і незалежність ЗМІ, а й вводить організаційні механізми для контролю за дотриманням правил у цифровому медіасередовищі. EMFA покликаний протидіяти політичному втручанням, гарантує захист журналістів та їхніх джерел, сприяє прозорості медіавласності;

- у межах Євросоюзу також створено Європейську раду з медіапослуг, орган, що координує дії національних регуляторів і слідкує за дотриманням

медіаправил у цифровому просторі [87]. Вона сприяє розвитку стандартів медіаграмотності і захисту свободи медіа;

- важливою складовою законотворчості є й директива про аудіовізуальні медіапослуги (AVMSD), яка зобов'язує країни-члени впроваджувати медіаграмотність і регулярно звітувати про ці заходи [72];

- країни ЄС отримують практичні рекомендації для включення медіаграмотності у національні навчальні програми та освітні стратегії, що базуються на цих документах [60].

Таким чином, законодавче закріплення розвитку медіаграмотності в ЄС здійснюється через:

Ключові документи	Основний зміст
Резолюція Європейського парламенту 2008 року	Включення медіаграмотності в освіту, базова компетенція
Директива про аудіовізуальні медіапослуги (AVMSD)	Обов'язковість заходів з розвитку медіаграмотності
Європейський акт про свободу медіа (EMFA, 2024)	Захист незалежності ЗМІ, запобігання втручанню, координація регуляторів в цифровому просторі
Створення Європейської ради з медіапослуг	Регуляторний орган для нагляду і впровадження стандартів

Законодавчі ініціативи в ЄС гармонійно поєднуються з освітніми програмами, інформаційними кампаніями та технічними інструментами. Усе це спрямовано на підвищення рівня медіаграмотності громадян у всіх країнах-членах. Незважаючи на значні зусилля, існують відмінності у рівні впровадження медіаграмотності між країнами ЄС. Деякі мають чітку національну політику, тоді як інші покладаються на більш фрагментовані підходи.

Розглянемо розвиток медіаграмотності на прикладі Польщі, Румунії та Швеції.

Впровадження медіаграмотності в Польщі має багаторівневий характер і поєднує державну політику, освітні ініціативи та громадські проекти. Можна виокремити такі основні моменти впровадження:

- медіаграмотність в офіційній шкільній програмі Польщі введена з 1999 року, інтегрована у різні предмети, а також поширена у неформальній освіті та позашкільних програмах [107]. Це допомагає формувати у громадян навички критичного сприйняття медіаконтенту й творчості;

- ключову роль відіграють державні органи, зокрема Міністерство освіти Польщі і Національна рада з радіо і телебачення (KRRiT), які розробляють і координують медіаосвітні стратегії та інформаційні ресурси [89]. Поряд із цим значна робота ведеться неурядовими організаціями, що організовують тренінги, семінари та освітні кампанії для різних вікових груп;

- у Польщі активно застосовують цифрові технології та інтерактивні методи навчання — освітні платформи, відеоматеріали, ігрові формати, що сприяють закріпленню медіаграмотності у молоді і дорослих [107].

- водночас є виклики, пов'язані з тим, що медіаграмотність не є окремим обов'язковим предметом у всіх школах. Це призводить до нерівномірності впровадження, оскільки багато залежить від ініціативи вчителів і локальних освітніх структур [107];

- політичні зміни в Польщі впливають і на медійну сферу загалом. Наприклад, останні закони про медіа призвели до збільшення контролю держави над суспільно-правовими ЗМІ, що викликало критику міжнародних організацій через загрозу свободі слова [73]. Це створює контекст, у якому медіаграмотність є особливо важливою для формування критичного ставлення до інформації.

Законодавче врегулювання медіаграмотності в Польщі є комплексним, але водночас фрагментованим. Воно поєднує в собі державне регулювання, саморегуляцію галузевих організацій та різноманітні заходи з інформаційної освіти.

Основною державною інституцією, пов'язаною з регулюванням медіа, є Національна рада з радіо і телебачення (KRRiT), що відповідає за контроль за дотриманням законодавства у сфері телерадіомовлення, а також просвітницькі ініціативи з медіаграмотності. Втім KRRiT не має

повноважень накладати серйозні санкції — її діяльність більше сфокусована на моніторингу та рекомендаціях [62].

Польська Національна рада з телерадіомовлення діє згідно з Законом про радіо і телебачення. Її головні завдання — гарантувати свободу слова на радіо і телебаченні, забезпечувати незалежність мовників, захищати інтереси користувачів та сприяти створенню відкритого і плюралістичного медіапростору.

Польська система медіарегулювання поєднує державну владу з численними галузевими асоціаціями та організаціями саморегуляції, які опікуються підтримкою професійних стандартів та проведенням просвітницьких кампаній [62].

З 2016 року в Польщі набули чинності зміни до закону про радіомовлення і телебачення, які викликали критику через ймовірне посилення політичного впливу на суспільні ЗМІ [76]. Ці зміни частково ускладнюють незалежність медіа, водночас передбачають регулювання контенту, що прямо зачіпає медіаосвіту та медіаграмотність як інструмент протидії маніпуляціям.

У контексті боротьби з дезінформацією і підвищення медіаграмотності в Польщі також працюють законодавчі ініціативи щодо посилення кримінальної відповідальності за поширення неправдивої інформації, що зокрема відображено у змінах до Кримінального кодексу [76].

Значна увага приділяється кодексам мовлення та механізмам співрегулювання, які дозволяють медіа добровільно приймати внутрішні правила, що підвищують їхню відповідальність і водночас підтримують стандарти медіаграмотності.

Політичні зміни в Польщі впливають і на медійну сферу загалом. Наприклад, останні закони про медіа призвели до збільшення контролю держави над суспільно-правовими ЗМІ, що викликало критику міжнародних організацій через загрозу свободі слова [76]. Зокрема, 2016 рік приніс докорінні зміни в польське суспільне мовлення. На початку року влада

Польщі швидко змінила медійне законодавство та призначила нове керівництво суспільного мовлення, що викликало значне обурення серед частини населення та привернуло увагу європейських інституцій. Проте, ця криза не була раптовою, а стала наслідком давніх проблем. Існуюче законодавство не забезпечило польському суспільному мовленню повної політичної та фінансової незалежності. Через це, кожна зміна політичної більшості в країні традиційно супроводжується кадровими перестановками та невизначеністю в редакціях суспільного мовника. Зазначені чинники створюють контекст, у якому медіаграмотність є особливо важливою для формування критичного ставлення до інформації.

Попри це, конкретного, цілісного законодавчого акту, що б однозначно і комплексно врегульовував розвиток медіаграмотності як окрему сферу, у Польщі наразі немає. Медіаграмотність переважно впроваджується через освітні програми, державні ініціативи та діяльність громадських організацій відповідно до загальних законів про медіа і освіту.

Таким чином, законодавче регулювання медіаграмотності в Польщі має децентралізований і багатокомпонентний характер. Воно охоплює державний контроль, суспільні ініціативи та системи саморегуляції. Однак ця система стикається з проблемами, такими як політичний вплив та відсутність окремих, спеціалізованих законів у сфері медіаграмотності.

Розглянемо впровадження медіаграмотності в Румунії - країні, що порівняно нещодавно приєдналася до Європейського Союзу (у 2007 році), та є цікавим прикладом, що демонструє як можливості інтеграції до європейських стандартів, так і значні виклики.

В Румунії не має окремого спеціалізованого закону, який би комплексно регулював просування чи розвиток медіаграмотності. Розвиток цієї сфери здійснюється через загальні закони про медіа, освіту та інформаційну безпеку, а також діяльність регуляторних і освітніх органів. Різні аспекти (як-от цифрові навички, політика щодо штучного інтелекту)

можуть бути включені до різних правових рамок, що призводить до певної фрагментованості та відсутності скоординованої політики на високому рівні.

Медіаграмотність у Румунії активно розвивається через державні, громадські та міжнародні ініціативи, попри низькі позиції країни у європейських рейтингах з цього питання. Формалізація інтеграції відбувається здебільшого через проєкти неурядових організацій, інтерактивні курси та освітні ресурси, а не через єдину національну стратегію.

Ключові програми, проєкти та напрями впровадження медіаграмотності:

- фонд «Freedom House» і Центр незалежної журналістики (CIJ) активно впроваджують курси для вчителів («Діджитал-опір», «I Teach Media Literacy!», «Media Education and Culture Lab»), щоб розвивати навички критичного мислення у школярів та протидіяти фейкам [11];

- навчання педагогів: спеціальні курси для вчителів румунської мови, літератури, англійської та суміжних дисциплін, інтеграція елементів медіаграмотності у повсякденний навчальний процес. Наразі, за підтримки CIJ, навчилися майже 1 000 викладачів із понад 400 шкіл, що охопило близько 300 тисяч учнів (на 2025 рік) [6];

- включення в неформальну освіту: тренінги, воркшопи, медіаклуби та локальні конкурси для розвитку навичок розпізнавання фейків, аналізу джерел і розуміння алгоритмів роботи медіа [9];

- проєкти для молоді з вразливих груп: програми InMedia й NEDLib сфокусовані на розвитку медіаграмотності серед підлітків із соціально вразливого середовища, бібліотекарів і користувачів бібліотек [9];

- міжнародна підтримка: гранти від UNICEF, USAID, Active Citizens Fund, міжнародна співпраця з ЄС, Норвегією, Ісландією [26].

Ключові функції регулювання, контроль та просвітницькі ініціативи здійснює Національна аудіовізуальна рада Румунії (CNA) [85]. Цей орган відповідає за виконання закону про аудіовізуальні засоби, моніторинг

діяльності медіа та розробку рекомендацій щодо підвищення стандартів і захисту громадян від дезінформації.

В Румунії прийнятий Закон про аудіовізуальні медіапослуги (Legea audiovizualului nr. 504/2002) є основним актом, що регулює діяльність радіо і телебачення в Румунії. Він встановлює правила для мовників, включаючи вимоги щодо об'єктивного інформування громадськості. Хоча він не містить прямого визначення чи детальних положень про «медіаграмотність», він є основою для роботи Національної аудіовізуальної ради (Consiliul Național al Audiovizualului - CNA), яка відповідає за регулювання медіа-контенту. Після приєднання до Європейського Союзу, Румунія адаптувала цей закон відповідно до Директиви ЄС про аудіовізуальні медіа-послуги (AVMSD), яка вимагає від держав-членів вживати заходів для розвитку медіаграмотності [1]. У січні 2025 року в Румунії були внесені зміни до Закону про аудіовізуальні медіапослуги, які мають переважно технічний характер і не призводять до суттєвих змін політики регулювання медіа [78].

У Румунії в Кримінальному кодексі (Noul Cod Penal actualizat – Legea 286/2009) існують положення, які криміналізують поширення завідомо неправдивої інформації, особливо якщо це загрожує національній безпеці або громадському порядку [53]. Ці норми відповідають загальній тенденції посилення боротьби з дезінформацією та фейковими новинами в країні.

Крім того, у 2018 році Румунія ухвалила Закон про маніпулювання інформацією, який розширює відповідальність за поширення фейків та надає механізми швидкого реагування, зокрема для блокування неправдивих публікацій через суд у стислий термін (48 годин) [106].

У 2024 році Румунія посилила співпрацю з Україною та Молдовою у боротьбі з дезінформацією, підписавши відповідний меморандум, що акцентує увагу на протидії російській пропаганді та інформаційному втручанню [90].

Таким чином, у Румунії відсутня окрема правова база, спеціально присвячена просуванню медіаграмотності. Регулювання здійснюється через

загальні законодавчі акти про медіа та освіту, а практичне просування знань у цій сфері переважно покладається на ініціативи громадських організацій і підтримку міжнародних партнерів. Прийнятий закон про аудіовізуальні медіапослуги в Румунії є частиною євроінтеграційного процесу, метою якого є удосконалення медіарегулювання відповідно до стандартів ЄС, підвищення прозорості і захист прав споживачів медіаконтенту, а також розвиток медіаграмотності через регуляторні та освітні заходи. З 2018 року Румунія посилила законодавчі і організаційні механізми боротьби з дезінформацією, зокрема через імплементацію європейських стандартів, швидкий судовий контроль, міжнародну співпрацю і регуляторні заходи, що забезпечують комплексний підхід до протидії фейкам в інтернеті.

Країною, що може показати одні з найкращих показників рівня медіаграмотності є Швеція. У 2023 році країна піднялася на одну позицію вгору та зайняла п'яте місце серед найбільш медіаграмотних держав Європи. Протягом багатьох років вона стабільно залишається в числі лідерів, адже критичному мисленню тут навчають із раннього шкільного віку вже понад півстоліття. Для шведського суспільства медіаграмотність — це не просто освітній компонент, а важливий інструмент зміцнення демократії та гарантія національної безпеки.

У 1766 році Швеція прийняла Закон про свободу преси (Tryckfrihetsförordningen) [27]. Цей акт визнаний у світі як перший у світі закон, що гарантує свободу преси та свободу інформації. Сьогодні цей закон є частиною Конституції України.

У 2015 році Уряд звернувся до Шведського національного агентства з освіти для розробки стратегії, яка повинна охоплювати два основних напрямки розвитку медіаосвіти: для дошкільної обов'язкової освіти та для старшої середньої освіти [8].

Пізніше у 2017 році Уряд Швеції на законодавчому рівні прийняв рішення про те, що програма медіаграмотності та онлайн-безпеки має бути посилена у навчальній системі[19].

З 2018 року Шведська рада з медіа (Swedish Media Council) отримала державний мандат на зміцнення політики підвищення медіаграмотності, розробку матеріалів для формальної й неформальної освіти, координацію національної мережі стейкхолдерів та звітування перед Європейською комісією. Нині національна структура складається з 25 організацій, що об'єднують різні сектори суспільства для спільної роботи в мережі MIP Sweden [10].

Уряд Швеції з 2018 року інтегрував медіаграмотність в освітні стандарти, починаючи з початкової школи. Навчальні плани тепер включають теми з критичного ставлення до інформації, аналізу джерел, основ програмування, роботи з цифровими текстами та інструментами, а також соціальних аспектів цифровізації [7].

Наразі у Швеції існує національний проєкт з медіаосвіти під назвою «Mediekompass» [17]. Він був створений у 2011 році, але до цього проєкт називався «Tidningen i Skolan», що перекладається як «Газета у школі». Основне завдання проєкту — це співпраця зі школами для поглибленого викладання медіа та інформаційної грамотності учням. Важливою перевагою проєкту — є те, що фахівці досліджують актуальні проблеми різних вікових категорій молоді, з якими вони стикаються в буденному житті: як в школі, так і вдома. Викладачі, вчителі та бібліотекарі можуть користуватися усіма необхідними матеріалами, які дослідили та розробили фахівці проєкту «Медіакомпас», та застосовувати їх у викладанні. Наприклад, основна діяльність проєкту зосереджена на аналізуванні та висвітлюванні новин, подачі інформації у цікавій формі для учнів. Адже, традиційні ЗМІ та газети є важливим доповненням навчального процесу.

Офіційна стратегія цифровізації шведської освіти (2018–2022, нова — до 2027 року) передбачає:

- формування цифрових компетентностей у всіх школярів,
- обов'язковість роботи з цифровими платформами,
- навчання вчителів сучасних підходів до медіаосвіти [23].

Медіаграмотність у Швеції не є окремим предметом, а глибоко інтегрована в різні дисципліни, зокрема мистецтво, музику, шведську мову, суспільствознавство. Це гарантує, що учні розвивають ці навички в різних контекстах. Шведські навчальні програми чітко формулюють очікування щодо розвитку учнями таких навичок, як доступ до медіатекстів, їх розуміння, аналіз, оцінка та креативне створення власного медіаконтенту. Діти з ранніх років навчаються розрізняти фейки, співпрацювати онлайн, вирішувати завдання за допомогою технологій, аналізувати вплив медіа на суспільство.

Не менш важливою аудиторією для медіаосвіти є старші люди. Напередодні виборів Швеції у 2018 році був опублікований посібник у якому були практичні поради щодо перевірки інформації на правдивість. Також комунікаційна кампанія Telenor розробила настільну гру, яка розвиває вміння критичного мислення. Додатково в рамках кампанії було розроблено буклет-інструкцію, що робити: «Якщо настане криза або війна» [20] для всього населення Швеції, в якому є важливий розділ з покроковими діями як протидіяти дезінформації та шукати вірогідну інформацію. Варто зазначити, що окрему брошуру було розроблено для урядових комунікаційників, які координують населення.

Шведський уряд координує діяльність медіаграмотності й онлайнбезпеки за допомогою формальної та неформальної освіти. Наприклад, з 2015 року по 2016 рік шведська рада з питань ЗМІ сприяла безпечному використанню інтернету серед дітей і молоді. А Центр безпечного інтернету запроваджував концепцію медійно-інформаційної медіаграмотності беручи за основу рекомендації ЮНЕСКО. Результатом став навчальний онлайн сайт з інформаційними матеріалами для дітей і молоді [24].

Для навчання шведська медіарада розробляє посібники та педагогічні матеріали для батьків, вихователів, вчителів, викладачів та інших груп, які співпрацюють з дітьми та молоддю у своїй професії. Рада також створює

навчальні модулі та відео. Усі ці матеріали можна завантажити на сайті від медіаради «Банк знань» [18].

У 2015 році була запущена національна інформаційна кампанія «Рух проти мови ненависті» [23]. Основними платформами для розповсюдження були соціальні мережі, адже в основному тут діють жорстокі екстремісти проти демократичних принципів. А рада з питань ЗМІ розробила шкільну методичку для учнів «Пропаганда і сила образів» [21] для навчання дітей й молоді протистояти антидемократичним меседжам. Методичка охоплює різні інформаційні аспекти, спрямована на різні вікові й расові групи та пояснює важливу інформацію просто.

Ключова особливість — міжвідомча та міжсекторальна співпраця: у розробці та втіленні медіаосвітніх ініціатив беруть участь школи, органи місцевого самоврядування, приватний сектор, неурядові та наукові організації [10].

Швеція формує врегулювання медіаграмотності через інтегровану державну політику, що охоплює освіту, захист інформаційного простору і безпеку демократії. Медіаграмотність розглядається як ключова компетенція для стійкості суспільства та його здатності протистояти дезінформації й пропаганді [3].

Можна виокремити такі законодавчі акти, які регулюють медіаграмотність у Швеції:

1. Конституційні основи та ключові закони
 - Акт про свободу друку (Tryckfrihetsförordningen) - один з основних законів Швеції, що є частиною Конституції, Гарантує свободу друку, право на доступ до офіційних документів, захист джерел — це базові принципи відкритого суспільства та медіаосвіти [27];
 - Акт про свободу висловлення поглядів (Yttrandefrihetsgrundlagen) - є частиною основного закону, визначає ширші права і рамки для ЗМІ різних типів, зокрема електронних [25].

2. Освітнє законодавство

- Державний навчальний стандарт (Education Act та освітні програми) - Зобов'язує школи інтегрувати розвиток критичного мислення, аналізу джерел інформації й цифрової грамотності у всі рівні освіти. Особлива увага приділяється медіаграмотності з молодшої школи, згідно з державними програмами, оновленими у 2017–2018 рр. [17].

3. Інституційне регулювання і політики:

- Mediemyndigheten (Шведське агентство медіа) - з 2024 року це єдиний центральний державний орган, створений шляхом злиття Шведської медіаради та Управління преси і радіомовлення, який координує впровадження національних програм медіаграмотності, освітніх ініціатив і моніторить технологічні виклики у сфері ЗМІ [83];

- Агентство психологічної оборони - це державна установа при Міністерстві оборони, створена у січні 2022 року. Основна місія агентства — протидіяти дезінформації, інформаційно-психологічним кампаніям та загрозам, які можуть вплинути на сталість суспільства, національну безпеку або демократичний устрій країни [29].

4. Саморегулювання та етичні стандарти:

- Рада преси Швеції (Pressens Opinionsnämnd, PON) — незалежний орган саморегулювання, що діє у сфері друкованих та онлайн-медіа. Створена у 1916 році, Рада працює у тісній співпраці з пресомбудсменом — спеціальним уповноваженим, який захищає права громадян у відносинах із медіа та забезпечує дотримання стандартів професії [103]. Фінансується галузевими професійними організаціями, не підпорядковується державній владі. Основні завдання: розгляд скарг громадян на публікації, які стосуються особистих прав, честі та репутації, надання консультацій редакціям, публічне осудження порушень етики через офіційні заяви;

- Етичний кодекс журналіста Швеції існує з 1923 року. На сьогодні це 17 статей, які окреслюють базові стандарти професійної поведінки журналістів і редакцій [103]. Основними принципами якого є: точність, об'єктивність і чесність подачі інформації, захист приватності й недопущення дискримінації,

обов'язковість перевірки джерел, у разі помилок — обов'язкове оперативне і відкрите спростування, повага до співрозмовника, а також до обмежень щодо розголошення особистої інформації, неможливість навмисного заподіяння шкоди чи поширення маніпуляцій.

5. Європейський контекст

- Директива ЄС про аудіовізуальні медіапослуги - Швеція імплементує вимоги Євросоюзу щодо захисту дітей, прозорості редакційної політики й підвищення рівня медіаграмотності, а також протидії дезінформації [103].

Швеція демонструє сталий ріст рівня медіаграмотності у різних вікових групах і підтверджує ефективність системного підходу у міжнародних рейтингах. За даними Digital Decade Report (2023), 67% шведів мають принаймні базові цифрові навички (вище за середній показник у ЄС — 54%), а 36% мають навички вище базового рівня [22].

Отже, на наш погляд, шведський підхід до медіаграмотності — це приклад того, як продумана державна політика може поєднуватися з освітою, громадськими ініціативами та підтримкою на всіх рівнях. Це не просто навчання цифровим навичкам — це цілісна система, яка охоплює різні покоління та соціальні групи. Вона спрямована не лише на критичне мислення, а й на формування стійкості суспільства до інформаційного тиску, збереження демократичних цінностей і безпеки країни загалом.

Проаналізувавши досвід Польщі, Румунії та Швеції, можна зробити висновок, що впровадження медіаграмотності в Європейському Союзі має різну динаміку, але спільну стратегічну мету — зміцнення критичного мислення та стійкості суспільства до дезінформації. Країни демонструють, що успіх розвитку медіаграмотності залежить від політичної волі, державно-громадської співпраці, інвестицій у навчання педагогів і гнучкості у впровадженні сучасних інструментів. Чим вище рівень координації між державою й освітніми органами, тим більш комплексною й ефективною стає система підтримки медіаграмотності. Польща, Румунія та Швеція роблять

акцент на профілактиці, освіті та підтримці критичного мислення з раннього віку, формують більш стійке, захищене від дезінформації суспільство.

Вважаємо, що успішність впровадження медіаграмотності залежить не лише від ресурсів, а від системності, політичної волі та міжсекторальної взаємодії. А медіаграмотність у Європейському Союзі — це вже не лише освітня ініціатива, а стратегічна складова державної політики й інформаційної безпеки. Польща, Румунія та особливо Швеція наочно доводять важливість багаторівневої співпраці, сучасних стандартів та адекватної реакції на ризики цифрової епохи. Їхній досвід наочно доводить, що навіть країни з різним рівнем підготовки можуть досягати поступу, якщо розуміють, що медіаграмотність — це не додаткова навичка, а основа сучасного демократичного мислення.

2.2. Особливості впровадження медіаграмотності в Україні

Розвиток медіаграмотності в Україні має свою специфічну історію, яка значно відрізняється від досвіду західних країн. Вона не починалася одразу з проголошення незалежності у 1991 році, а її необхідність стала гостро відчутною набагато пізніше. Протягом перших двох десятиліть після здобуття незалежності, приблизно до початку 2010-х років, питання медіаграмотності практично не стояло на політичному порядку денному в Україні [36, с. 15]. Фокус був на становленні державності, економічних реформах та розвитку власного медіапростору, хоча й він формувався в умовах значного впливу.

У період 1991–2010 років українське населення перебувало під сильним впливом російських медіа, які мали широку доступність і домінували в інформаційному просторі України [82]. Російські телеканали, газети та пізніше онлайн-ресурси були широко доступними та часто домінували в інформаційному просторі. Проросійські політичні сили і пов'язані з ними медіа, зокрема телеканали під керівництвом Віктора Медведчука (112 Україна, NewsOne, ZIK) та інших, діяли активно у медіапросторі України, поширюючи проросійські наративи і конкуруючи з українськими

інформаційними джерелами [110]. Це зумовило низьку стійкість до дезінформації серед значної частини населення. Без належної медіаосвіти та критичного мислення, українці були більш вразливими до маніпулятивних наративів, які активно поширювалися з РФ, закладаючи підґрунтя для подальших інформаційних агресій.

Особливо у 2010–2014 роках, під час президентства Віктора Януковича, державний контроль над медіа посилювався, повернулася цензура і самоцензура, що додатково ускладнювало розвиток свободи слова і впливало на медіаграмотність населення [112]. В.Янукович, отримавши широкі президентські повноваження після змін до Конституції 2010 року, використовував свій вплив, аби контролювати ЗМІ через зв'язки з олігархами, зокрема через медіа-холдинг УМХ, наближений до його сім'ї та соратників, зокрема Сергія Курченка [50]. За режиму Януковича встановилася фактично напівтоталітарна система контролю над медіа, де держава управляла контентом, маніпулюючи новинами на користь влади, а опозицію маргіналізували або ігнорували. Під тиском самоцензури ЗМІ стали менш незалежними, а інформаційний простір значною мірою «закрився» для критичних тем [112].

Ці процеси додатково ускладнювали розвиток свободи слова і, як наслідок, негативно впливали на медіаграмотність населення. В умовах обмеженого доступу до різноманітної, об'єктивної інформації та посилення пропаганди, у громадян було менше можливостей розвивати критичне мислення та навички аналізу медіаконтенту. Це створило ще більш сприятливе підґрунтя для подальшого поширення дезінформації.

Лише після Революції Гідності та початку російської агресії у 2014 році проблема дезінформації та необхідність розвитку медіаграмотності вийшли на перший план як питання національної безпеки. 2014 став роком революційних змін у медіапросторі України, коли розвал тотально контролюваного режимом Януковича інформаційного апарату відкрив можливості для формування більш незалежних і прозорих медіа [53].

Активність громадянського суспільства, журналістських рухів («Стоп цензурі!», «Чесно») у 2014 році змінила ставлення і роль медіа, що стало важливим фактором у формуванні свідомої позиції українців у протистоянні інформаційним агресіям [53]. Вони сприяли підвищенню громадського контролю над ЗМІ, боротьбі з цензурою та політичним тиском, що значно змінило сприйняття інформації населенням і посилило вимоги до прозорості та відповідальності медіа. Можна виокремити такі важливі законодавчі ініціативи, зокрема:

- ухвалення законів щодо доступу до публічної інформації (наприклад, Закон України «Про доступ до публічної інформації»), які сприяли відкритості діяльності влади і розширенню можливостей громадян отримувати об'єктивну інформацію;

- початок реформ суспільного мовлення, зокрема створенням Національної суспільної телерадіокомпанії України (НСТУ), що має забезпечувати незалежність і неупередженість ЗМІ;

- активізація розвитку системи медіаграмотності, яка стала важливим інструментом національної безпеки — протидії дезінформації, формування критичного мислення і громадянської свідомості.

На нашу думку, переломним моментом для України стали події Революції Гідності та початок російської агресії у 2014 році. Країна тоді зіткнулася з безпрецедентною інформаційною війною, що змусило терміново усвідомити: медіаграмотність – це життєва необхідність, потужний інструмент опору та захисту національної ідентичності. В результаті багато ініціатив з медіаграмотності почали розвиватися буквально «з нуля», в екстрених умовах, методом швидкої адаптації та пошуку ефективних рішень.

Законодавчі та державні ініціативи впровадження медіаграмотності в Україні базуються на кількох ключових документах та програмах, особливо після 2014 року, коли проблема дезінформації стала питанням національної безпеки. Можна виділити наступні законодавчі та державні ініціативи:

1. Закон України «Про медіа», який набув чинності 31 березня 2023 року (№ 2849-IX), є першим комплексним нормативним актом, що регулює діяльність у сфері медіа в Україні з урахуванням сучасних викликів і євроінтеграційних стандартів [40]. Він імплементує Директиву ЄС 2010/13/ЄС про аудіовізуальні медіа послуги і встановлює правові та організаційні засади розвитку медіа, забезпечуючи:

- захист права на свободу вираження поглядів і доступ до різнобічної, достовірної і оперативної інформації;
- плюралізм думок, вільне поширення інформації, прозорість та неупередженість медіа;
- регулювання діяльності медіа з урахуванням принципів справедливості, рівноправності та незалежності;
- визначення правового статусу і повноважень Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення (Нацрада), яка отримала розширені повноваження, зокрема для контролю за дотриманням вимог закону, ліцензування, реєстрації онлайн-видань і друкованих ЗМІ;
- обов'язки держави і медіа-індустрії щодо сприяння поширенню медіаграмотності та протидії дезінформації;
- поступову імплементацію норм закону у кілька етапів до 2031 року;
- значне підвищення квоти української мови в ефірі: мінімальна частка передач українською мовою збільшується з 75% до 90% у визначені часові проміжки;
- можливість обмеження доступу до медіа й сервісів, пов'язаних з російськими пропагандистськими каналами, у контексті інформаційної безпеки та воєнного стану.

Закон також скасовує низку попередніх профільних актів, зокрема закони про друковані ЗМІ, телебачення і радіомовлення, інформаційні агентства, Нацраду та інші, консолідуючи регуляторні норми в одному документі [65].

Таким чином, Закон України «Про медіа» має вирішальне значення для розвитку прозорого, відповідального та національно орієнтованого

інформаційного простору в Україні, є базою для державної політики у сфері медіаграмотності і протидії дезінформації.

2. Стратегія розвитку медіаграмотності України до 2026 року, затверджена Міністерством культури та інформаційної політики у 2024 році, є ключовим документом, що окреслює комплексний державний підхід до підвищення стійкості суспільства до дезінформації та зміцнення відповідального медіаспоживання [84]. Головною метою Стратегії є розвиток медіаграмотності всіх верств населення України, щоб громадяни могли критично оцінювати інформацію, ефективно протистояти дезінформації та свідомо брати участь у формуванні інформаційного простору. Це розглядається як невід'ємна складова національної безпеки, демократії та євроінтеграційного курсу.

Ключові принципи Стратегії:

- системність та комплексність: медіаграмотність розглядається не як окрема дисципліна, а як наскрізна компетентність, що має інтегруватися в різні сфери життя;
- безперервність навчання: навчання медіаграмотності має тривати протягом усього життя, охоплюючи різні вікові та соціальні групи;
- партнерство: Стратегія наголошує на важливості співпраці між державними органами, закладами освіти, громадськими організаціями, медіа та міжнародними партнерами;
- практична спрямованість: фокус на розвитку практичних навичок критичного аналізу інформації, фактчекінгу та безпечної поведінки в цифровому середовищі;
- національна безпека: розвиток медіаграмотності як інструменту протидії інформаційним загрозам та зміцнення стійкості суспільства до дезінформації та пропаганди.

В рамках Стратегії розвитку медіаграмотності України до 2026 року вже реалізуються або плануються такі ключові ініціативи:

- Національний проєкт «Фільтр» - це головна платформа, створена Міністерством культури та інформаційної політики України (МКІП), яка об'єднує зусилля держави, громадських організацій, міжнародних партнерів і медіа для розвитку медіаграмотності [67]. Проєкт проводить широкі просвітницькі кампанії, організовує національні тести з медіаграмотності (вже втретє у 2024 році, з понад 76 тисячами учасників) і готує аналітичні звіти про тренди і виклики в медіасфері. Особлива увага приділяється інклюзивності: залученню вразливих груп (внутрішньо переміщені особи, люди з інвалідністю, ветерани, мешканці сільських громад). Використовуються інноваційні підходи, зокрема й інструменти штучного інтелекту для фактчекінгу та адаптації навчальних матеріалів. «Фільтр» активно координує зусилля зі своїми партнерами: ПРООН, IREX, Zinc Network та іншими.

- Освітні модулі на платформі «Дія.Освіта» - безкоштовні курси, що охоплюють теми кібергігієни, фактчекінгу та розпізнавання фейкової інформації, доступні широкій аудиторії. Ці модулі допомагають формувати базові медіа та цифрові навички в різних групах населення.

- Проєкти громадських організацій - такі організації, як «Детектор медіа», «Академія української преси», «Інтерньюз-Україна», активно розробляють та впроваджують освітні програми, посібники, тренінги для школярів, студентів, педагогів та широкої громадськості. Ці ініціативи часто підтримуються міжнародними донорами, такими як USAID, ЄС, і розширюють охоплення заходів з медіаосвіти, сприяючи підвищенню медіаграмотності на регіональному рівні [4].

Попри амбітність цілей, задекларованих у Стратегії розвитку медіаграмотності України до 2026 року, її втілення супроводжується низкою викликів — серед них нестача стабільного фінансування, потреба в злагодженій міжвідомчій взаємодії та необхідність постійно реагувати на динамічні зміни в інформаційному середовищі. Водночас сама наявність цієї

стратегії є важливим і своєчасним кроком на шляху до формування свідомого, стійкого та медіаграмотного суспільства в Україні.

3. Інші закони України та нормативно-правові акти, які регулюють питання медіаграмотності або пов'язаних сфер:

- Закон України «Про освіту» - визнає медіаграмотність однією з ключових компетентностей у системі освіти, інтегрує її у навчальні стандарти, програми базової, середньої та вищої освіти, а також передбачає формування критичного мислення, цифрових та медіа навичок у школярів і студентів;

- Закон України «Про інформаційну безпеку» - закріплює правові засади захисту інформаційного простору держави, протидії дезінформації, пропаганді та кіберзагрозам, створює нормативну базу для розвитку медіаграмотності як запобіжного механізму інформаційної безпеки;

- Закон України «Про доступ до публічної інформації» - забезпечує громадянам право отримувати достовірну інформацію від органів влади, що є фундаментом для розвитку навичок критичного оцінювання джерел;

- Закон України «Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах» - визначає стандарти безпеки інформації, що пов'язано з безпечним і відповідальним використанням цифрових медіа;

- Закон України «Про кібербезпеку» (2024 року) - регулює механізми захисту інформаційних ресурсів і протидії кіберзагрозам, забезпечуючи безпеку інформаційного середовища для розвитку медіаграмотності.

Таким чином, комплексне нормативно-правове регулювання медіаграмотності в Україні сьогодні формується не лише Законом «Про медіа», а й рядом суміжних законів, які разом створюють правову базу для системного розвитку медіаграмотності як життєво важливої компетентності громадян.

4. У 2025 році в Україні були ухвалені значні законодавчі зміни у медіасфері, спрямовані на модернізацію, європеїзацію і посилення інформаційної безпеки, що включає посилення контролю за медіа, захист прав громадян і боротьбу з дезінформацією.

Основні ключові зміни та ініціативи 2025 року:

- розширено повноваження Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення (Нацрада). Тепер вона має право видавати приписи про порушення закону, а у разі систематичного ігнорування – накладати штрафи або скасовувати реєстрацію медіа. Також Нацрада контролює прозорість структури власності медіа, може скасовувати реєстрацію або звертатися до суду щодо анулювання ліцензій через порушення прозорості [69];

- удосконалено механізми регулювання медіа у напрямку наближення до європейських стандартів, зокрема Європейського акту про свободу медіа. Це включає підвищення гарантій незалежності Нацради, спрощення процедур її формування та посилення регуляторних функцій [46];

- прийнято закон щодо захисту медіа-сервісів, які надаються з умовним доступом, що посилює боротьбу з піратством і нелегальним розповсюдженням контенту. Закон встановлює відповідальність за незаконне використання пристроїв і програм, що обходять систему доступу, підтримуючи розвиток легального медіаринку [30];

- прийнято низку рішень Нацрадою щодо блокування медіасервісів держави-агресора, а також накладено найбільші штрафи за порушення законодавства, пов'язані з трансляцією російських каналів в Україні;

- посилено захист інформаційного простору під час воєнного стану, надано регулятору можливість оцінювати контент онлайн-медіа, що реєструються, а також вдосконалено механізми блокування і контролю за проросійським контентом [46];

- збільшено паритет у складі наглядових рад регіональних медіа на користь громадських організацій і творчих спілок журналістів, що посилює прозорість і громадський контроль над місцевими ЗМІ [28].

Отже, законодавчі зміни 2025 року спрямовані на підвищення прозорості, незалежності та відповідальності медіа в Україні, посилення державного і

громадського контролю, протидію інформаційній агресії та підтримку європейських стандартів свободи слова і регулювання.

Інтеграція медіаграмотності в освіту в Україні протягом останнього десятиліття здійснюється на всіх рівнях — від дошкільної до вищої школи, а також через неформальні та позашкільні освітні ініціативи. Це є системною відповіддю на сучасні інформаційні виклики, війни й пропаганду, а також однією з пріоритетних задач державної політики.

Згідно із Законом України «Про освіту» медіаграмотність визначена як одна з ключових компетентностей, що включена у державні стандарти для всіх ланок освіти [42].

Інтеграція медіаграмотності в освітній процес України здійснюється на всіх рівнях — від дошкільної до вищої освіти, а також через неформальні освітні заходи. На рівні дошкільної освіти медіаграмотність подається через інтерактивні заняття, ігрові форми, роботу з наочними матеріалами, а також навчання батьків та вихователів щодо розвитку початкових навичок дозованого і безпечного контакту дітей з медіа. В освітньому процесі використовуються технології проблемного навчання, проєктної діяльності, аналізу медіатекстів, фактчекінгу та навчання розпізнаванню маніпуляцій [67]. Це сприяє формуванню в учнів та студентів умінь критично оцінювати інформацію, розпізнавати дезінформацію та безпечно користуватися цифровими медіа.

В університетах медіаграмотність інтегрується у профільні дисципліни на факультетах журналістики, педагогіки, філології тощо. Особливо наголошується на розвитку здатності аналізувати цифрові джерела, протидіяти інформаційним загрозам та підтримувати академічну доброчесність [67].

Таким чином, інтеграція медіаграмотності відіграє важливу роль у зміцненні інформаційної стійкості суспільства, що набуває особливого значення в умовах сучасної інформаційної агресії. Освіта сприяє вихованню

свідомих і критично мислячих громадян, здатних розпізнавати маніпуляції та аналізувати інформаційні потоки.

Громадські організації відіграють надзвичайно важливу роль у впровадженні медіаграмотності в Україні, будучи ключовими партнерами держави та міжнародних структур у просвітницькій, освітній та дослідницькій діяльності. Їхній внесок багатогранний і включає організацію кампій, розробку навчальних програм, проведення тренінгів, моніторинг медіапростору та підтримку критичного мислення в суспільстві.

Головні напрямки діяльності та впливу громадських організацій у сфері медіаграмотності в Україні охоплюють такі ключові аспекти:

1. Просвітницька діяльність і підвищення медіаобізнаності: організовують освітні кампанії та інформаційні заходи, які спрямовані на підвищення обізнаності населення про дезінформацію, маніпуляції, фейки та медіаграмотність загалом. Прикладом є кампанія «Медіаграмотність — це свобода» від ГО «Детектор медіа» у співпраці з ЮНЕСКО [65]. Вони сприяють популяризації медіаграмотності як важливої складової інформаційної безпеки та громадянської компетентності.

2. Розробка та впровадження освітніх програм і тренінгів: створення навчальних курсів, методичних матеріалів, посібників з медіаграмотності для школярів, студентів, педагогів, журналістів та ширшої громадськості, проведення тренінгів, воркшопів, семінарів з критичного мислення, фактчекінгу, цифрової безпеки та відповідального користування медіа. Приклад — школа відповідального блогерства «ШВАБРА» для молоді, організована ГО UMIND та «Детектор медіа» [65].

3. Фактчекінг та протидія дезінформації: українські громадські організації були одними з перших, хто розгорнув масштабну діяльність з фактчекінгу та викриття фейків і пропаганди, особливо після 2014 року. Такі організації як «Детектор медіа», «Академія української преси», «Інтерньюз-Україна», «Україна-2050» активно проводять фактчекінгові проєкти, тренінги для журналістів і громадськості, а також розробляють освітні матеріали.

Наприклад, ГО «Україна-2050» організовувала онлайн-тренінги для фактчекерів, залучаючи експертів з StopFake і VoxCheck. Такі тренінги підвищують професійний рівень викриття дезінформації в Україні та за її межами [79]. ГО також працюють над просвітницькими кампаніями для широкої аудиторії, сприяючи підвищенню критичного мислення і медіаграмотності населення [102].

4. Саморегуляція медіа та розвиток стандартів: створено у 2016 році п'ятьма провідними громадськими організаціями: Центром демократії та верховенства права (раніше Інститут медіа права), Інститутом масової інформації, Інтерньюз-Україна, ГО «Телекритика» та Фондацією «Суспільність» - Незалежну медійну раду (ІМС), як громадський консультативний та експертний орган, який покликаний просувати високі професійні стандарти журналістики та саморегулювання в українському медіа секторі шляхом надання фахових висновків, коментарів та рекомендацій, що базуються на міжнародних стандартах, національному законодавстві та етичних стандартах професійної журналістики [82].

5. Інформаційні центри та координація у сфері медіаграмотності та протидії дезінформації в Україні реалізуються насамперед через кілька ключових державних структур, які взаємодіють між собою та з громадськими організаціями. До таких центрів можна віднести:

- Український медіа-центр - мережева громадянська ініціатива, що поєднала журналістів, державу і бізнес з 2022 року [11]. Надає підтримку медіа, організовує інформаційні заходи, які водночас містять елементи медіаосвіти та формування навичок грамотного споживання інформації;

- Український кризовий медіа-центр - громадська організація, створена в березні 2014 року експертами в галузі міжнародних відносин, комунікацій та зв'язків із громадськістю. Його основна мета — надавати достовірну інформацію про події в Україні, виклики та загрози національній безпеці, як у військовій, політичній, економічній, так і соціальній сферах. УКМЦ є майданчиком для виступів експертів, представників влади, міжнародних

організацій і дипломатичного корпусу, а також підтримує журналістів, які висвітлюють події в Україні [111].

6. Співпраця з державними органами та міжнародними партнерами: громадські організації тісно співпрацюють з Міністерством культури та стратегічних комунікацій, Міністерством освіти, Національним проєктом «Фільтр» і міжнародними організаціями (USAID, ЄС, ПРООН, IREX), що дозволяє масштабувати ініціативи і підтримувати їхню сталість.

Таким чином, громадські організації є ключовими агентами змін у медіаграмотності, забезпечуючи зв'язок між державними ініціативами, освітньою системою і суспільством.

Дослідження «Індекс медіаграмотності українців 2020-2024» показує, що близько 76% населення України мають медіаграмотність вищу за середній рівень, однак виклики сучасного інформаційного середовища, зокрема збільшення джерел інформації, появи нових цифрових технологій та постійна інформаційна агресія, вимагають подальшого вдосконалення цієї компетентності [71].

Отже, можна зробити висновок, що впровадження медіаграмотності в Україні – це не просто освітній проєкт, а життєво важливий процес формування інформаційної стійкості суспільства. Він має свою унікальну історію, зумовлену агресією Росії та необхідністю протистояти дезінформації.

До 2014 року це питання було практично поза увагою, що залишило українців вразливими до впливу російських медіа та пропаганди. Однак, Революція Гідності та початок війни стали каталізатором для усвідомлення критичної необхідності медіаграмотності як інструменту національної безпеки та захисту демократії.

Сьогодні Україна активно працює над інтеграцією медіаграмотності на всіх рівнях.

На нашу думку, впровадження медіаграмотності в Україні є не просто освітньою задачею, а ключовим фактором інформаційної безпеки, який

формує стійке, критично мисляче суспільство, здатне протистояти маніпуляціям і забезпечувати демократичний розвиток країни. Медіаграмотність — це не разова ініціатива, а постійний процес формування зрілого, відповідального й інформаційно стійкого громадянина.

РОЗДІЛ 3 ФОРМУВАННЯ МЕДІАГРАМОТНІСТІЮ НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

3.1. Аналіз інформаційних загроз: пропаганда, дезінформація, фейкові новини.

Україна перебуває в стані повномасштабної війни з Російською Федерацією, що значно загострило проблему інформаційних загроз. Пропаганда, дезінформація та фейкові новини стали невід'ємною частиною гібридної війни, спрямованої на дестабілізацію українського суспільства, підрив довіри до влади, поширення паніки та деморалізацію населення. Аналіз цих загроз є критично важливим для розуміння їхньої природи та розробки ефективних стратегій протидії.

Розглянемо детальніше зазначені інформаційні загрози.

Поняття «пропаганда» в науковій літературі розглядається і пояснюється як процес поширення і навіювання поглядів, ідей, думок з метою позитивного або негативного впливу на меншини, маси, або навіть суспільство в цілому, та стимулювання їх реакції у бажаному напрямі [86]; ідеологічний вплив на маси або певні групи, спрямований на зміну світогляду реципієнтів та надання їм власної версії розуміння подій і фактів [102]. Політична пропаганда розглядається як систематичний вплив на думки та погляди людей, спільнот і всього суспільства, який здійснюється для того, щоб досягти конкретної, заздалегідь визначеної мети в політичній сфері [31]. Всі визначення об'єднують такі основні аспекти пропаганди як: психологічний вплив (конструктивний та деструктивний); публічна комунікація; інформаційне просування ідей, поглядів, переконань, їх інтерпретація та оцінка; формування громадської думки з найважливіших політичних питань.

Пропаганда в основному здійснюється за допомогою засобів масової комунікації, у формі яких вона має вигляд спонукального впливу, але насправді переважно актуалізується за допомогою методу психологічного навіювання, що зводиться до безпосереднього введення певної розумової

інформації. Сказане від однієї людини до іншої людини, що відбувається без участі волі сприймаючої особи, а часто навіть без ясної свідомості [32].

Структура пропагандистського процесу містить такі елементи: суб'єкт (групи, що представляють інтереси), зміст, форма, методи та засоби поширення (ЗМІ, лекції), а також об'єкт – цільова аудиторія. Для розуміння процесу пропаганди вирішальне значення мають соціальні інтереси її суб'єкта, їх співвідношення з інтересами суспільства в цілому та окремих груп, на які він спрямований. Це визначає її зміст і впливає на вибір форм, методів і засобів пропаганди.

Психологічна мета пропаганди полягає в тому, щоб впливати на систему поглядів і соціальних відносин людей. Цей вплив може бути досягнутий двома шляхами:

- формування нових відносин: створення нових переконань або цінностей, яких раніше не було;
- модифікація існуючих відносин: посилення чи послаблення вже наявних ідей.

Таким чином, пропаганда прагне змінити поведінку та мислення людей, впливаючи на їхні політичні, ідеологічні та соціальні установки.

У сучасних умовах дезінформація та фейкові новини є основними інструментами пропаганди. Вони дозволяють створити вигідну замовнику картину світу, підтримувати потрібні міфи та маніпулювати довірою до установ, політиків чи навіть цілих націй.

Дезінформація – неправдива або оманлива інформація, яка поширюється цілеспрямовано та з метою ввести в оману [5].

Європейська Комісія визначає дезінформацію як «хибну, неточну чи оманливу інформацію, яку створюють, презентують і поширюють з умисною метою публічної шкоди чи заради прибутку» [35].

Відповідно до методології Інституту масової інформації, дезінформація – це «цілеспрямоване розповсюдження неправдивої інформації, використання маніпуляцій з метою обману, заплутування, втрати довіри до

будь-якого джерела інформації тощо» [48]. Так, дослідники виділяють наступні характеристики явища: умисне поширення напівправдивої чи неправдивої інформації і телеологічність дезінформації.

Дезінформація — це навмисне поширення неправдивої, оманливої інформації з метою обману або маніпуляції. Ключовий елемент — намір ввести в оману. Дезінформація може бути частиною ширшої пропагандистської кампанії.

Поняття «фейкових новин» можна трактувати по-різному, але найбільш чітке визначення міститься в Кембриджському словнику: «це неправдиві історії, які під виглядом новинних повідомлень поширюються в Інтернеті або використовуються в 10 інших ЗМІ, зазвичай створені для впливу на політичні погляди або як жарт».

Фейкові новини — один із видів дезінформації, що маскується під стандартний формат новин (стаття, відео чи репортаж). Вони створені з метою вірусного поширення та часто використовують сенсаційні заголовки, щоб привернути увагу.

Сьогодні пропаганда в Україні виступає як потужна інформаційна зброя, що використовується для підриву внутрішньої стабільності та безпеки країни. В контексті російсько-української війни, російська пропаганда є основою гібридної агресії. Її вплив значно посилюється завдяки активному використанню дезінформації та фейкових новин.

Можна виокремити основні цілі російської пропаганди, зокрема:

- послаблення довіри до українських державних інститутів;
- розкол суспільства за мовними, культурними, релігійними або регіональними ознаками;
- дискредитація західних союзників України;
- нав'язування наративу «єдиного народу» та виправдання агресії РФ.

Методи та інструменти російської пропаганди в Україні включають комплекс цілеспрямованих заходів і технологій, покликаних маніпулювати

суспільною свідомістю, деморалізувати людей та підірвати довіру громадян до української влади.

Можна виокремити наступні методи російської пропаганди в Україні.

1. Маніпуляція історією та подіями сьогодення - російська пропаганда регулярно спотворює як історичні факти, так і події сучасності, щоб сформувати хибне уявлення про Україну. Росія систематично переписує історію, підкреслюючи «спільне історичне походження» України та Росії для виправдання своєї агресії. Зокрема, часто перекинується роль Української повстанської армії (УПА), яка в російських наративах подається як «нацистська» організація, що є приводом для пропаганди ідеї денацифікації України. Це має на меті деморалізувати українців і дискредитувати державу на міжнародному рівні. Також російська пропаганда маніпулює актуальними подіями, особливо підкреслюючи історії про внутрішній конфлікт, суспільну нестабільність, нібито переслідування певних груп в Україні, що створює образ держави, яка перебуває у хаосі та кризі. Війна в Україні часто подається в перекинутому вигляді, де Росія виправдовує свої вторгнення як «захист від загрози» або «визволення». На окупованих територіях Росія через пропаганду нав'язує свою версію історії, де вона постає «визволителем», а Україна – агресором, використовуючи культурні заходи, символічні акти, щоб легітимізувати окупацію і змінити самосвідомість місцевого населення [109].

Таким чином, маніпуляція історією та сучасними подіями у російській пропаганді — це багаторівневий процес, який використовує викривлення фактів, створення міфів, легітимізацію агресії та дискредитацію України, що підриває довіру до України як на внутрішньому, так і на міжнародному рівні.

2. Тавтологічна риторика і стилістичні прийоми - це один із яскравих методів російської пропаганди, що використовуються для посилення маніпулятивного впливу на свідомість аудиторії. Можна визначити основні особливості і застосування цього методу, зокрема:

- використання надмірної повторюваності слів, фраз або тверджень для створення враження правдивості і беззаперечності. Наприклад, постійне нагадування про «київську хунту», «нацистів» або «ДНР» як «справу народну», що підсилює негативний образ України або окремих її районів. Ця техніка допомагає закарбуватися у свідомості слухача певним нав'язаним стереотипам [63];

- стилістичні трюки, зокрема синеходка - заміна цілого (Росії) її частиною (особою Путіна) — використовуються для спрощення інформації та її емоційного забарвлення. Це дає змогу пропаганді зосередитись на "ворогах" без необхідності пояснювати складні політичні чи соціальні контексти. Зазначений метод дозволяє зосередитись на конкретних об'єктах й уявних ворогах без складних контекстів [63];

- постійне вживання просторічних або принизливих виразів, кліше та інсинуацій, що зосереджуються на негативних аспектах, сприяє зростанню відчуття ворожості та негативних емоцій щодо української влади і суспільства;

- тавтологія також використовується для підсилення маніпулятивного меседжу через повторення емоційних закликів, наприклад, «Україна — це русофобський режим», або «Українці — нацисти», що допомагає конструювати ідеологічну ворожнечу та виправдовувати агресивні дії Росії [63].

Таким чином, застосування методу тавтологічної риторики у поєднанні зі стилістичними засобами передбачає систематичне використання нав'язливих повторів, емоційно забарвленої лексики та інших мовних прийомів, що сприяють закріпленню у свідомості цільової аудиторії негативних стереотипів і упереджених установок. Ці механізми цілеспрямовано використовуються для формування дискредитаційного образу України та її уряду, з метою підриву довіри до державних інституцій, делегітимації влади та маніпулятивного впливу як на внутрішню, так і на зовнішню аудиторію.

3. Пряма фальсифікація фактів - це один із центральних методів російської пропаганди, що полягає у створенні або поширенні свідомо неправдивої інформації з метою маніпуляції свідомістю аудиторії. Пряма фальсифікація фактів полягає в навмисному виготовленні, викривленні або підмінні даних і подій з метою сформувати у публіки певне сприйняття реальності. Використовуючись як інструмент гібридної війни, ця тактика має кілька характерних рис: ретельне комбінування частково правдивих і повністю фальшивих свідчень; маніпулятивне використання «експертних» джерел і псевдодоказів; масове поширення через контрольовані медіа та мережі ботів; швидке повторне тиражування в соціальних мережах для створення ілюзії консенсусу. Основними цілями прямої фальсифікації є: підриг довіри до державних інституцій і незалежних ЗМІ, делегітимацію міжнародної допомоги або санкцій, виправдання агресивних дій і радикалізації частини суспільства. Наслідками таких кампаній можуть бути дезорієнтація громадян, ослаблення соціальної згуртованості, помилкові політичні рішення та міжнародна ізоляція жертв дезінформації.

Можна навести приклади прямих фальсифікацій, зокрема: вигадана історія про «розп'ятого хлопчика» у Слов'янську, де пропаганда стверджувала, що він загинув від дій українських військових. Цей міф використовували для формування іміджу «нацистської України», хоча він не підтверджувався фактами і був спростований місцевими жителями [63]. Поширення фейків про жорстоке поводження українських військових із цивільним населенням та підроблені відео інсценізацій, де українські військові нібито підкладають тіла або інсценують «різанину» – це поширена практика для підірвання довіри до української армії [63]. Одним з таких прикладів є звинувачення України в обстрілах житлових районів із застосуванням агітаційних снарядів зі стилізованим солдатом Вермахту — мета такого фейку була викликати ненависть до ЗСУ серед мешканців окупованих територій. Варто згадати про пропаганду щодо гуманітарної допомоги, яка нібито розкрадається або продається на чорному ринку, що є

абсолютно безпідставними звинуваченнями для дискредитації України, а також звинувачення України та її партнерів у створенні ядерної загрози та агітація ідей про «ядерний шантаж» з боку України, що не має доказів і використовується як частина інформаційної війни [38].

Проаналізовані приклади прямих фальсифікацій свідчать про їх системне застосування у межах російської інформаційної кампанії, спрямованої проти України. Цей метод виступає важливою складовою дезінформаційної стратегії, головною метою якої є створення викривленої картини реальності, маніпулювання суспільною думкою та формування хибних уявлень щодо причин, перебігу й наслідків збройної агресії Російської Федерації.

Фальсифікації фактів використовуються не лише для внутрішнього інформаційного споживання, а й для впливу на міжнародну аудиторію, зокрема з метою делегітимації української влади, виправдання військових злочинів та підризу підтримки України з боку західних держав. Така цілеспрямована підміна реальності через контрольовані медіа, бот-мережі та псевдоекспертів створює інформаційне середовище, в якому істина поступається місцем політичній доцільності.

Таким чином, пряма фальсифікація фактів є не просто інструментом пропаганди, а елементом гібридної війни, що потребує системної протидії на рівні державної політики, міжнародного співробітництва та суспільної медіаграмотності.

4. Фальшування картини світу – цілеспрямоване спотворення реальності, спрямоване на формування негативного ставлення до України, нав'язуючи поділ на «своїх» і «ворогів», змінюючи геополітичну інформаційну карту. Зазначений метод спрямований на введення в інформаційний простір паралельної реальності, де події трактуються з точки зору вигідної Росії інтерпретації, а альтернативні факти навмисно ігноруються або очорнюються, що створює у цільовій аудиторії відчуття. Пропаганда постійно зміщує акценти і викривляє важливі факти, щоб посіяти

сумнів у реальності та об'єктивності того, що відбувається. Наприклад, події в Україні подаються як хаос та анархія, тоді як Росія зображується як сила, що несе стабільність. Активно використовується цинічна брехня та протиріччя у повідомленнях, що розраховане на те, що через інформаційний шум люди втратять пам'ять про попередні заяви і перестануть розбиратися в реальності. Викривлення реальної картини передбачає відмову від класичного завдання пропаганди — переконувати, натомість робиться акцент на «забрудненні» інформаційного поля, викликанні страху, паніки та апатії. Також відбувається широке застосування цензури для відсікання альтернативної думки, що дозволяє пропаганді домінувати у медійному просторі та формувати спотворену версію подій. В інформаційних кампаніях активно використовуються фальсифіковані документи, постановочні сюжети, підроблені свідчення, маніпуляції з образами та символами для створення міфологізованої або негативно викривленої картини світу.

Можна навести такі приклади фальсифікацій у медіа за 2014–2024 роки:

- поширення фейків з відредагованими скриншотами, які неправдиво звинувачують українських військових у вигаданих злочинах. Російська пропаганда додає до реальних матеріалів додатковий текст для дискредитації [39];

- створення та поширення відредагованих некрологів із фейковими іменами та фотографіями, наприклад, вигадали ім'я 18-річного військового Микити Бондара, використавши фото призера олімпіад з інформатики, щоб створити хибний образ загиблого військового, що насправді не служив у армії [39];

- поширення фейкових акаунтів, маніпулятивних дописів та відео у соцмережах і месенджерах, що стимулюють дезінформаційні мережі, послаблюючи довіру до офіційних джерел інформації [27];

- приклади маніпулятивних відеосюжетів із монтажем, наприклад, ролик, який нібито показує плювок у дитячий візок під час протестів у

США, який насправді є монтажем із кадрів каналів Al Jazeera та CNN і був спростований фактчекерами [106];

- масштабні інформаційні кампанії, де фейкові новини застосовувалися для підриву довіри до влади в різних країнах, у тому числі із РФ походять атаки на європейські вибори через маніпуляції у соцмережах і месенджерах [27];

- війна в Україні спричинила хвилю абсурдних і безпідставних фейкових новин, які охоплюють як неправдиве висвітлення боїв, так і вигадані злочини ЗСУ. Російські ЗМІ активно використовують підроблені матеріали (скріншоти, цитати, відео), аби приписати українським та західним діячам заяви, що служать інтересам Кремля. Зокрема, було спростовано фейк про те, що Валерій Залужний нібито «визнав» роль Великої Британії у плануванні військових операцій проти РФ [40].

Отже, фальшування картини світу як метод російської пропаганди є комплексною стратегією, що поєднує в собі — «велику брехню» (використання абсурдних, але наполегливо повторюваних наративів, як-от «денацифікація України», що з часом починають сприйматися як істина), підміну понять (надання нових, негативних значень звичним термінам (наприклад, «фашизм», «нацизм»), що дозволяє виправдати агресивні дії), фальсифікацію історії (переписування минулого для створення ілюзії історичної правоти та вищості Росії), створення «інформаційного шуму» (поширення такого обсягу різноманітної та суперечливої інформації, що аудиторія втрачає здатність розрізняти правду від брехні, і в результаті схиляється до найпростішого пояснення, запропонованого пропагандою). Ефективна протидія цьому методу вимагає не лише спростування окремих фейків, а й систематичної роботи з підвищення медіаграмотності суспільства, розвитку критичного мислення та підтримки незалежних ЗМІ.

5. Конспірологічні теорії - потужний інструмент впливу, оскільки вони дозволяють пояснювати складні події простими, але неправдивими «змовами». Даний метод дозволяє Кремлю відвернути увагу від власних

злочинів, перекласти відповідальність на інших і створити образ «зовнішнього ворога».

Російська пропаганда використовує конспірологію як інструмент для виконання кількох функцій: дискредитацію опонентів (представляючи їх частиною глобальної змови); виправдання власних агресивних дій (наприклад, війна подається як боротьба з міфічними «біолабораторіями»); руйнування довіри до демократії (шляхом заяв про контроль урядів «глобалістами»); а також для створення інформаційного шуму, який заважає людям знайти правду та породжує тотальну зневіру в інформації.

Основні конспірологічні теорії російської пропаганди, спрямовані проти України, включають:

- «зовнішнє управління» та «маріонетковий режим»: твердження, що Україна не є суверенною державою, а її влада повністю контролюється Заходом (США, НАТО, «колективний Захід», «світовий уряд» тощо), які використовують Україну як «анти-Росію» або «інструмент» для ослаблення РФ. Російська пропаганда утверджує ідею, що влада в Україні нібито нелегітимна, контролюється зовнішніми силами, а Україна є «маріонеткою» Заходу у геополітичній грі проти РФ. Такий наратив з'являється з 2014 року (з моменту Майдану і початку війни), а після посилення військової підтримки України Заходом інтенсивність цих меседжів лише зростає. Активно заявляється, що Захід використовує Україну виключно для підризу російської державності, а сам український суверенітет і воля мало враховуються. Також розповсюджується міф про те, що ніби Україна втратила свою незалежність після наближення до ЄС і НАТО, а співпраця з ними є нібито «втручанням» або «колоніальним управлінням» [82];

- твердження, що український уряд і значна частина населення є «нацистами», «неонацистами» чи «бандерівцями», які нібито чинять «геноцид» «утиски» російськомовного населення, є штучним пропагандистським наративом, що використовується Росією для виправдання власної агресії під приводом «денацифікації». Російська

пропаганда системно називає українців «бандерівцями», «фашистами» та «нацистами» вже понад 20 років, використовуючи ці терміни як страшилки і маркери «ворога». Цей штамп міцно пов'язаний із радянським історичним культосвітленням перемоги у Другій світовій війні та використовується для дегуманізації українського народу [114]. Прокремлівські наративи про «нацистів при владі» в Україні є дезінформаційними й спрямовані на дегуманізацію українців та виправдання військової агресії під виглядом «денацифікації». Вони ґрунтуються на маніпуляціях, історичних міфах і окремих винятках, які неправдиво узагальнюються для всієї України чи її влади [33]. Ці твердження не відповідають реальності і є частиною більшої інформаційної війни проти України;

- твердження про «біологічні лабораторії» в Україні та використання «бойових комарів» або інших біологічних і хімічних загроз — це сталий прокремлівський пропагандистський міф, який використовується для легітимізації агресії Росії і дискредитації України. Російська пропаганда поширює фейки про нібито існування в Україні американських чи західних військових біолабораторій, які нібито займаються створенням біологічної зброї або проведенням небезпечних медичних експериментів, включно з насильницькими діями над дітьми. У ЗМІ РФ ці фейки часто супроводжуються звинуваченнями, що такі лабораторії спричинили спалахи інфекцій, зокрема коронавірусу COVID-19, або є джерелом біологічної загрози проти Росії [47]. Теорія про «бойових комарів» та інші біологічні загрози також використовується для насадження страху і дезінформації, але жодних підтверджених доказів їх існування немає;

- Україна є «штучною державою» або що українська нація не існує, є класичними прокремлівськими наративами, спрямованими на заперечення легітимності української державності та виправдання агресії Росії. Президент Росії Володимир Путін, зокрема публічно (на клубі «Валдай» 2022 року і пізніше), неодноразово стверджував, що Україна нібито «штучно створена» більшовиками, зокрема через радянські територіальні наділи, і не

має історичного права на самостійність. Ця теза ґрунтується на маніпуляціях з історією та ігноруванні багатовікової української державності, культури та національної ідентичності. [94];

- наратив про «захист російськомовних» або «захист співвітчизників» є конспірологічною теорією, яка широко використовується російською пропагандою для виправдання агресії проти України. Росія стверджує, що вона має «моральний обов'язок» захищати російськомовних громадян у сусідніх країнах, зокрема в Україні, де нібито відбуваються утиски і дискримінація російської мови та культури. Цей наратив активно просувався ще з 2014 року, під час анексії Криму і початку війни на Донбасі та супроводжується заявами про «геноцид», «мовне гноблення» та «порушення прав» російськомовних у різних регіонах України. Російська пропаганда агресивно звинувачує українську владу у «мовному фашизмі», політиці русофобії і насильстві проти «братнього народу» [35];

- «Україна провокує війну», а «Росія прагне миру», є ключовим пропагандистським наративом у російській інформаційній війні, що суттєво спотворює реальність та виправдовує агресію Росії. Росія позиціонує себе як «миротворця», стверджуючи, що Україна нібито провокує конфлікт, відмовляється від переговорів і є причиною ескалації. Російські офіційні особи та ЗМІ висувують обвинувачення на адресу України щодо нібито підготовки військових провокацій, але вони не мають під собою підтверджень [35];

- «корупція» та «держава, що не відбулася» - представлення України як країни з тотальною корумпованістю, де державні інститути є слабкими, неефективними або повністю контрольованими корупційними елітами, і де немає реальної здатності держави керувати та забезпечувати базові функції. Цей наратив дискредитує українську владу й державу загалом, поширюючи ідею про безнадійність реформ і відсутність перспектив приєднання України до ЄС і НАТО [37];

6. Інформаційно-психологічні операції (ІПсО) - це окремий тип операцій, що використовує психологічні методи: наприклад, штучне створення паніки, повідомлення про «мітки» на будинках, попередження про обстріли у конкретні дні, та символізм у датах. ІПсО також включають кібератаки, хакерські акції, використання ботів та дідфейків, які шкодять іміджу України і створюють внутрішню дезорієнтацію [49]. Особливостями ІПсО у контексті російсько-української війни 2022–2025 є:

- Росія активно застосовує ІПсО для деморалізації українського війська, поширення паніки в тилу, посилення внутрішніх протиріч та недовіри до командування;

- серед головних тактик: поширення дезінформації, створення фейкових новин, ескалаційна риторика і залякування, у тому числі погрозами застосування ядерної зброї;

- інформаційні кампанії спрямовані також на західні аудиторії з метою ослаблення політичної і військової підтримки України;

- ІПсО це складова кібероперацій, маніпуляцій у соцмережах і контрольовані медіаресурси, що поширюють пропаганду та впливають на суспільну свідомість.

Таким чином, російські інформаційно-психологічні операції проти України – це комплексна війна, яка являє собою велику, багатосторонню стратегію Кремля, спрямовану на послаблення України як держави (через деморалізацію населення, підлив довіри до влади та розкол суспільства), так і на міжнародній арені (через дискредитацію та зменшення західної підтримки); для цього ворог використовує всі доступні канали та технології – від класичної брехливої пропаганди до складних маніпулятивних психологічних технік.

7. Координація дезінформаційних кампаній є ключовим методом російської пропаганди, спрямованим на системну організацію поширення неправдивої чи маніпулятивної інформації з метою дестабілізації суспільства, підливу довіри до влади та деморалізації населення. Росія

застосовує комплексний і уніфікований підхід, який об'єднує цифрові технології, соцмережі, традиційні ЗМІ та психологічний вплив для досягнення стратегічних інформаційних цілей. Російські дезінформаційні кампанії синхронізовані на рівні державних та недержавних суб'єктів, охоплюють широке коло агентів впливу, включають фінансування проросійських медіа і блогерів, і поширюються глобально, зокрема у Європі та США [90]. Координація гарантує одночасне впровадження схожих наративів через різні канали, що посилює масштаб і ефективність інформаційної атаки.

8. Росія застосовує тактику залучення «псевдоекспертів» — осіб, які позиціонують себе фахівцями, але не мають необхідної кваліфікації або є підконтрольними пропагандистським структурами. Ці «експерти» з'являються у теле- й радіоефірах, на онлайн-платформах, у соціальних мережах, і створюють видимість різнобічної, критичної дискусії. Водночас їхні заяви підтримують прокремлівські наративи, що не підтверджені фактами, але мають емоційне забарвлення, спрямоване на дискредитацію України та її союзників. Приклади — твердження про «приреченість України», заперечення Голодомору, звинувачення України у «нацизмі» без доказів [56]. Підконтрольні канали працюють як платформи для просування таких «експертних» заяв, а також для організації координації розповсюдження маніпулятивного контенту. Вони взаємодіють з ботами, троями та організованими мережами, що підсилюють охоплення дезінформації.

9. Формування негативної ідентичності України у світі - є стратегічним методом російської пропаганди, спрямованим на дискредитацію української державності, народу та їхніх міжнародних партнерів. Цей наратив побудований на створенні образу України як «ненадійної», «радикальної», «нацистської» або «неспроможної» держави, що нібито загрожує безпеці регіону і інтересам Росії [90]. Російська пропаганда використовує міфи про спільність росіян і українців, що ставить під сумнів легітимність української

нації та її держави. Вона активізує антиукраїнські наративи у міжнародних медіа, соціальних мережах і політиці, поширюючи:

- обвинувачення України у військових злочинах та радикалізмі;
- негативні стереотипи про українців як «націоналістів» чи «екстремістів»;
- викривлення фактів про війну та гуманітарну ситуацію;
- демонізацію українських біженців та внутрішньо переміщених осіб.

Отже, формування стійкої негативної ідентичності України у міжнародному інформаційному полі є ключовим інструментом російської пропаганди. Ця комплексна стратегія спрямована на досягнення трьох взаємопов'язаних цілей: делегітимізація української державності, раціоналізація (виправдання) збройної агресії та відвернення уваги від воєнних злочинів РФ, що, у сукупності, має призвести до політичного, соціального та культурного ослаблення України.

Аналізуючи поняття «пропаганда», «дезінформація» та «фейкові новини» можна зробити висновок, що це не окремі явища, а складові єдиної, чітко вибудованої системи російської інформаційної війни проти України. Кожен елемент виконує свою роль та діє за принципом «ланцюгової реакції»: пропаганда слугує стратегічною ідеологічною рамкою, створюючи довготривалі наративи (наприклад, «Україна — держава-нацист»), які виправдовують війну; дезінформація є тактичним інструментом для цілеспрямованого поширення хибних чи маніпулятивних даних (наприклад, перекручування статистики втрат чи подій), що має на меті послабити довіру та змінити поведінку; а фейкові новини виступають у ролі маскування дезінформації, подаючись у вигляді правдоподібних повідомлень (наприклад, чутки про «втечу влади»), що мають викликати емоційну реакцію й послабити критичне мислення споживачів інформації. Комплексність цієї системи у російській інформаційній війні проявляється у взаємодоповненні та посиленні ефективності кожного елемента. Пропаганда задає загальний напрям і форму, дезінформація наповнює змістом і конкретними фейками, а

фейкові новини роблять інформацію переконливою. Цей інтегрований підхід дозволяє Росії ефективно впливати як на населення України (спричиняючи паніку та розкол), так і на міжнародну громадськість (послаблюючи підтримку), тим самим підриваючи позиції держави на всіх рівнях: військовому, політичному, соціальному та економічному.

3.2. Шляхи підвищення рівня медіаграмотності населення в умовах воєнного стану.

В умовах повномасштабної війни, яку розв'язала Росія, інформаційна безпека перетворилася на основу стійкості всієї нашої держави. Російська агресія включає не лише зброю, але й системну інформаційну війну, в якій ворог одночасно використовує пропаганду (для створення ідеологічної бази), дезінформацію та фейкові новини (для оперативного впливу), має на меті ментальну деморалізацію українців, руйнування суспільної єдності та послаблення авторитету України на міжнародній арені. Тому сьогодні підвищення рівня медіаграмотності — це вже не просто корисна навичка чи освітній курс. Це критично важливий елемент національної оборони, без якого неможлива перемога.

Згідно з дослідженнями Міністерства культури та інформаційної політики України (2023), понад 60% громадян зіштовхуються з неправдивими або маніпулятивними матеріалами в медіа принаймні раз на тиждень, що свідчить про необхідність системних дій, спрямованих на формування навичок критичного мислення, верифікації джерел та усвідомленого споживання інформації [55].

Головне значення медіаграмотності під час війни полягає у перетворенні громадян на активних захисників держави в інформаційному просторі. Вона створює свідоме суспільство, яке здатне критично мислити і миттєво розпізнавати ворожі інформаційні загрози. Медіаграмотна особа не лише вміє відрізнити достовірну інформацію від маніпулятивної, а й усвідомлює власну відповідальність за поширення контенту, що особливо важливо в умовах інформаційних атак і психологічного тиску з боку ворога.

Медіаграмотність є інструментом колективної безпеки, адже забезпечує стійкість держави перед зовнішньою дезінформацією, сприяє збереженню довіри до офіційних джерел і підтримує єдність українського суспільства. У воєнний час вона набувала стратегічного виміру, оскільки здатність громадян мислити критично та перевіряти інформацію є не менш важливою, ніж володіння зброєю в умовах фізичного протистояння.

Росія використовує інформаційні технології та медіа як потужний інструмент гібридної війни, спрямованої на розкол українського суспільства, дискредитацію державних інституцій, поширення паніки та зниження морального духу громадян. Зокрема, Кремль витратив понад 1,9 млрд доларів у 2023 році на пропаганду та дезінформаційні кампанії, спрямовані на втручання у суспільно-політичний процес України [48, с. 38]. Відповідно, підвищення медіаграмотності стає критичною умовою протидії цим загрозам.

Таким чином, здатність населення розпізнавати ворожу інформацію під час війни є головною запорукою національної безпеки та основною умовою суспільної стійкості.

Шляхи підвищення медіаграмотності населення в умовах війни повинні охоплювати комплекс взаємопов'язаних напрямів, що поєднують освітні, інформаційно-комунікаційні та практичні заходи, спрямовані на формування критичного мислення, розвиток навичок безпечного користування інформаційним простором і підвищення здатності громадян протидіяти дезінформації.

Варто виокремити такі шляхи підвищення медіаграмотності населення під час воєнного стану.

1. Освітні та навчальні ініціативи (знання та навички) – це ключовий аспект підвищення медіаграмотності населення, особливо в умовах воєнного стану, коли інформаційний простір насичений маніпуляціями та дезінформацією. Виокремимо основні напрямки розвитку навичок і знань у цій сфері:

- включення медіаграмотності у шкільні та університетські навчальні програми є важливим кроком, який передбачає не лише теоретичне ознайомлення з поняттями журналістики, інформаційної безпеки та критичного мислення, а й практичні навички аналізу інформації, розпізнавання фейків, маніпуляцій і пропаганди. В Україні успішно впроваджуються програми на кшталт «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», що адаптують матеріали під сучасні виклики [45]. Дана програма - це масштабний проєкт, який виконується міжнародною неприбутковою організацією IREX (Рада міжнародних наукових досліджень та обмінів) за підтримки посольств США та Великої Британії, у партнерстві з Міністерством освіти і науки України та Академією української преси. «Вивчай та розрізняй» є одним із найбільш масштабних та системних проєктів з медіаграмотності в українській освіті, що робить акцент на набутті практичних навичок критичного сприйняття інформації;

- проведення тренінгів і семінарів для різних аудиторій для широкого кола населення, особливо для вчителів, студентів, журналістів та активістів [45]. Ці заходи мають на меті не лише поширити методики фактчекінгу та медіаграмотного аналізу, але й навчити відповідально створювати контент і підвищувати емоційну стійкість до ворожого інформаційного тиску;

- використання інтерактивних методів навчання, зокрема проведення практичних завдань з аналізу реальних інформаційних кейсів, створення власних медіапроєктів, рольові ігри та дискусії сприяють глибшому засвоєнню матеріалу [49]. Зазначені підходи розвивають критичне мислення, навички перевірки джерел і дозволяють застосовувати теоретичні знання на практиці;

- онлайн-курси та цифрові платформи - завдяки розвитку технологій великої популярності набули дистанційні освітні формати, що дозволяють охопити широку аудиторію. Онлайн-платформи пропонують структуровані курси, інтерактивні модулі, відеолекції та матеріали для самостійного

опрацювання, які зручно використовувати як у професійній діяльності, так і у повсякденному житті;

- підвищення обізнаності через кампанії та інформування населення - додатково до формальної освіти, інформаційні кампанії сприяють формуванню культури медіаграмотності у суспільстві, привертаючи увагу до важливості усвідомленого споживання інформації і розвитку навичок її критичного осмислення.

2. Системна інформаційна робота та комунікації передбачають підвищення обізнаності громадян щодо інформаційних загроз і засад критичного мислення шляхом організації системних загальнонаціональних кампаній. Для протидії дезінформації слід оперативно створювати медіа-хаби та платформи для спростування фейків і надання достовірних новин про воєнний стан. Ключовим моментом є залучення провідних медіа та лідерів громадської думки для професійного поширення важливих повідомлень. Медіа, які систематично демонструють приклади фактчекінгу, відіграють вирішальну роль у формуванні культури відповідального ставлення до інформації.

В Україні реалізуються відповідні стратегії інформаційної безпеки, які передбачають міжвідомчу взаємодію, прогнози дезінформаційних впливів, швидке їх виявлення і спростування, а також активне залучення громадськості. Зокрема, Національний проєкт «Фільтр» та інформаційно-просвітницькі кампанії сприяють формуванню соціальної відповідальності медіа та сталій інформаційній стійкості суспільства [65].

3. Розвиток критичного мислення та емоційної стійкості, що сприятиме протидії дезінформації та маніпуляціям, які активно використовуються у гібридній війні. Підвищення цих ключових навичок досягається через системну інтеграцію медіаграмотності в освітні програми, проведення просвітницьких кампаній та практичне навчання фактчекінгу й критичної оцінки даних. Не менш важливим є розвиток емоційної компетентності, що зміцнює психологічну стійкість. В Україні ці напрями

активно висвітлюються в посібниках, онлайн-курсах і публічних дискусіях. Фактично, критичне мислення та емоційна стійкість становлять основу інформаційного опору та є ключовими інструментами протидії агресивним інформаційним загрозам.

4. Використання цифрових платформ, онлайн-курсів, мобільних застосунків і соціальних мереж, що дозволяє ефективно поширювати освітній контент із критичного аналізу інформації, фактчекінгу та протидії дезінформації. Також сучасні технології відкривають широкі можливості для розвитку медіаграмотності, зокрема: додатки для перевірки фактів (наприклад, InVid, NewsGuard), які допомагають користувачам виявляти маніпуляції; освітні онлайн-ігри типу «Go Viral!» чи «Bad News», які у формі симуляцій показують, як створюється і поширюється дезінформація; штучний інтелект (ШІ) можна застосовувати для персоналізації навчання, автоматичного виявлення фейків і маніпулятивного контенту.

5. Співпраця держави з медіа та громадським сектором, адже ефективність підвищення медіаграмотності значною мірою залежить від активної участі медіаспільноти та недержавних організацій. Заохочення національних медіа до регулярного випуску спеціальних програм, рубрик та соціальних кампаній, присвячених викриттю фейків, поясненню маніпулятивних стратегій та навчанню медіагігієні. Фінансова та інституційна підтримка незалежних фактчекінгових ініціатив, які оперативно спростовують дезінформацію, особливо ту, що стосується військових дій та національної безпеки.

6. Міжнародна співпраця та інтеграція найкращих практик, що включає інтеграцію досвіду та законодавчих норм міжнародних партнерів, спільну організацію форумів та освітніх і просвітницьких програм. Підтримка у підвищенні медіаграмотності надходить від таких ключових партнерів, як UNDP та уряд Японії. Для України можна адаптувати низку міжнародних програм з медіаграмотності, які довели свою ефективність у різних країнах і передбачають комплексний підхід до розвитку медіаосвіти,

зокрема: програма IREX «Learn to Discern», яка інтегрує критичне споживання інформації у шкільні курси та довів свою ефективність у 25 країнах, включно з Україною; модель ЄС із цифрової та медіаграмотності, що формує критичне мислення й інформаційну безпеку; тренінгові програми ОБСЄ, які інтегрують медіаграмотність в університетські курси; а також ініціативи ЮНЕСКО й ЮНІСЕФ із методичним забезпеченням для різних вікових груп.

На нашу думку, для успішного подальшого розвитку підвищення рівня медіаграмотності населення в умовах воєнного стану необхідна комплексна державна політика в інформаційній безпеці, що передбачає розроблення національної стратегії з медіаосвіти як складової системи національної безпеки. Важливим напрямком є створення єдиної онлайн-платформи, яка об'єднає освітні ресурси, матеріали з фактчекінгу, інтерактивні курси з критичного мислення та інструменти перевірки інформації. Необхідно підтримувати молодіжні проекти та ініціативи, які поширюють медіаграмотність через популярні соціальні мережі (TikTok, YouTube, Instagram, Telegram), використовуючи сучасні формати контенту, зрозумілі та привабливі для молоді.

Вважаємо, що підвищення медіаграмотності в умовах воєнного стану є безумовною необхідністю та критично важливою умовою для зміцнення інформаційної стійкості нашої держави. З метою ефективної реалізації цього завдання видається необхідним поєднання державної політики, освіти, громадських ініціатив і технологічних інновацій. Формування суспільства, здатного до критичного мислення та аналізу інформації, є стратегічною інвестицією, оскільки це не просто захист під час воєнних дій, але й фундаментальна передумова для успішного відновлення країни після війни та запорука її демократичного розвитку.

РОЗДІЛ 4 НАПРЯМКИ КОМУНІКАЦІЇ ЧЕРНІВЕЦЬКОЇ ОБЛАСНОЇ ДЕРЖАВНОЇ АДМІНІСТРАЦІЇ (ОБЛАСНОЇ ВІЙСЬКОВОЇ АДМІНІСТРАЦІЇ) ТА ЧЕРНІВЕЦЬКОЇ ОБЛАСНОЇ РАДИ З НАСЕЛЕННЯМ РЕГІОНУ ПІД ЧАС ДІЇ ВОЄННОГО СТАНУ

4.1 Інформування населення області через офіційні вебсторінки Чернівецької обласної державної адміністрації (обласної військової адміністрації) та Чернівецької обласної ради

Система публічного управління в Україні функціонує в умовах масштабних трансформацій, зумовлених воєнним станом, активною цифровізацією державних послуг та зростанням ролі інформаційного середовища у формуванні суспільних процесів. У таких умовах ефективна комунікація між органами влади та громадянами стає визначальним чинником державної стійкості й одним із ключових компонентів національної безпеки. У період воєнного стану офіційні інформаційно-комунікаційні ресурси органів державної влади та місцевого самоврядування набувають стратегічного значення, виступаючи головними каналами поширення перевіреної, достовірної та своєчасної інформації.

Для прикордонної Чернівецької області ефективна комунікація органів влади з населенням є пріоритетним завданням, оскільки вона забезпечує інформаційну безпеку та сприяє стабільності в регіоні. Одним із ключових каналів комунікації між органами влади Чернівецької області та населенням є офіційні вебсторінки Чернівецької обласної державної адміністрації (обласної військової адміністрації) та Чернівецької обласної ради. В умовах сучасного інформаційного суспільства зазначені платформи набувають ролі основних джерел оперативної, достовірної та цілеспрямованої інформації для мешканців регіону.

Чернівецька обласна державна адміністрація (обласна військова адміністрація) здійснює інформування населення області через офіційний вебсайт <https://bukoda.gov.ua>, який є основним цифровим інструментом публічної комунікації між органом виконавчої влади та громадськістю. За

допомогою цього офіційного вебсайту здійснюється оприлюднення розпорядчих документів керівництва, актуальних новин регіону, а також повідомлень про безпекову ситуацію, гуманітарні програми та заходи соціальної підтримки населення.

Після 24 лютого 2022 року, у зв'язку з переформатуванням Чернівецької обласної державної адміністрації в обласну військову адміністрацію (ОВА), відбулися суттєві зміни у пріоритетах та змісті її комунікаційної діяльності: від традиційного інформування про соціально-економічний розвиток регіону — до забезпечення оперативного поширення офіційної, безпекової та гуманітарної інформації.

Структура офіційного вебсайту Чернівецької обласної державної адміністрації (обласної військової адміністрації) включає такі ключові розділи:

- «Новини» — оперативні повідомлення про події в області, діяльність керівництва, безпекові попередження;
- «Громадянам» — матеріали про соціальний захист, цивільну оборону, гуманітарну допомогу, бар'єрність тощо;
- «Документи» — публікації нормативно-правових актів, розпоряджень і рішень;
- «Оголошення» — публічні консультації, запрошення до участі у заходах, кадрові оголошення.

Сайт містить електронні сервіси, серед яких – можливість подати звернення або повідомити про корупцію, що підвищує рівень взаємодії влади з громадянами. На вебресурсі представлено окремі розділи, присвячені соціальним проєктам, підтримці ветеранів і молоді, питанням охорони здоров'я та безпеки, що свідчить про багатогранність напрямів роботи обласної державної адміністрації (обласної військової адміністрації). Подача контактної інформації, у тому числі гарячих ліній, забезпечує оперативний зворотний зв'язок.

Основний акцент інформування населення Чернівецької області через вебсторінку Чернівецької обласної державної адміністрації (обласної військової адміністрації) зроблено для безпеки громадян. Зокрема, опублікована інтерактивна карта укриттів, яка містить адресу, фото, місткість та стан захисних споруд у регіоні, що дозволяє мешканцям оперативно орієнтуватися у випадку тривоги чи надзвичайної ситуації. Окрім того, населення регулярно інформують про сигнали тривоги та правила поведінки у небезпечних ситуаціях, надаючи практичні рекомендації щодо дій під час повітряної тривоги чи інших загроз. Така системна комунікація сприяє підвищенню рівня обізнаності населення, формуванню культури безпеки та швидкому реагуванню громадян на критичні події.

Таким чином, вебсторінка обласної державної адміністрації (обласної військової адміністрації) є основним каналом інформування населення про виконавчу владу та безпекову ситуацію в регіоні.

Інформаційна діяльність Чернівецької обласної ради здійснюється через офіційний вебсайт <https://bukrada.gov.ua/>, який виступає головним каналом комунікації з громадськістю та забезпечує мешканців області актуальною інформацією про діяльність представницького органу влади. На головній сторінці сайту регулярно оновлюються новини, повідомлення про сесійні засідання, рішення постійних комісій, а також публікуються матеріали щодо міжрегіональної співпраці, підтримки військових та гуманітарних ініціатив. Це забезпечує прозорість діяльності депутатського корпусу та доступ громадськості до інформації про ухвалені рішення.

Вебсторінка має зручну структуру, передбачені окремі розділи, зокрема:

- «Обласна рада»,
- «Діяльність ради»,
- «Публічна інформація»,
- «Пресі»,

- «Медіатека»,
- «Контакти».

У розділі «Діяльність ради» регулярно розміщуються рішення, протоколи, робочі плани, а також відомості про діяльність депутатських фракцій і комісій. Підрозділ «Рішення та проєкти» слугує своєрідною базою нормативних документів. Тут відвідувачі можуть ознайомитися з проєктами рішень, відстежити процес їх обговорення та переглянути результати голосувань, що забезпечує відкритість і прозорість прийняття управлінських рішень. Сайт сприяє реалізації принципів відкритості та підзвітності влади. Громадяни мають змогу подати електронний інформаційний запит, що забезпечує реалізацію конституційного права громадян на участь у місцевому самоврядуванні та підвищує рівень відкритості органу влади.

Крім того, офіційний вебресурс інтегрований із соціальними мережами, що розширює канали комунікації та дозволяє охопити ширшу аудиторію, зокрема молодь.

В умовах воєнного стану інформаційна функція вебсайту слугує перевіреним джерелом офіційної інформації, допомагаючи запобігати поширенню фейків і паніки. Особлива увага приділяється повідомленням щодо рішень, які стосуються обороноздатності регіону, допомоги внутрішньо переміщеним особам, координації гуманітарних штабів та волонтерських ініціатив.

Чернівецька обласна рада активно використовує власний офіційний вебсайт як платформу для роз'яснення державної політики, повідомлення про зміни в законодавстві та висвітлення реалізації спільних із міжнародними партнерами проєктів, зокрема програм підтримки громад у межах ініціатив Європейського Союзу.

Отже, офіційний сайт Чернівецької обласної ради реалізує функції публічного інформування, звітування перед громадою та сприяння участі населення у місцевому самоврядуванні. У період дії воєнного стану він виконує додаткову роль — слугує перевіреним каналом поширення

офіційних повідомлень і сприяє підвищенню рівня інформаційної безпеки громадян.

Можна зробити порівняльний аналіз офіційних вебсторінок Чернівецької обласної державної адміністрації (обласної військової адміністрації) та Чернівецької обласної ради, використовуючи критерії інформативності, оперативності оновлення, зручності навігації, інтерактивності, прозорості, мультимедійності, адаптивності та зв'язку із соціальними мережами.

Порівняльна характеристика офіційних вебсторінок Чернівецької обласної державної адміністрації (обласної військової адміністрації) та Чернівецької обласної ради:

Критерій оцінювання	Чернівецька обласна державна адміністрація (обласна військова адміністрація) (oda.cv.gov.ua)	Чернівецька обласна рада (bukrada.cv.ua)
Інформативність	Містить оперативну інформацію про діяльність адміністрації, безпеку, мобілізацію, гуманітарну допомогу.	Висвітлює діяльність депутатського корпусу, рішення сесій, комісій, бюджет, звернення громадян.
Оновлення контенту	Щоденне оновлення, оперативні повідомлення, накази, розпорядження, звернення керівництва	Новини з'являються кілька разів на тиждень, переважно про рішення ради та засідання.
Зручність навігації	Багаторівнева структура, багато розділів і підменю, що ускладнює пошук інформації.	Має логічну структуру: діяльність, депутати, рішення, звернення, документи.
Інтерактивність	Є електронна приймальня,	Передбачено подання

	форми запитів, інтеграція з соціальними мережами.	електронних звернень, є контакти депутатів, інтеграція з соціальними мережами.
Прозорість діяльності	Доступ до нормативних актів, звітів, розпоряджень голови ОДА (начальника ОВА).	Опубліковано рішення, проекти, протоколи, результати голосувань.
Мультимедійність	Використовуються фото, інфографіка, відеозвернення, інтерактивні банери.	Переважно текстовий контент, обмежена кількість фото та відео.
Адаптивність до мобільних пристроїв	Повна мобільна адаптація, зручне відображення з телефона.	Частково адаптований, іноді порушується форматування.
Зв'язок із соціальними мережами	Інтеграція з Telegram, Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, WhatsApp, оперативні відеозвернення.	Активна сторінка у Facebook, оновлення публікуються регулярно.

Таким чином, можна зробити висновок, що вебсайт Чернівецької обласної державної адміністрації (обласної військової адміністрації) є актуальнішим, тоді як сайт обласної ради — зосереджений на прозорості рішень, звітності та залученні громадян до участі у місцевому самоврядуванні. Вебсайт обласної ради вирізняється зручністю у користуванні, однак містить менше оперативних матеріалів, тоді як сторінка Чернівецької обласної державної адміністрації (обласної військової адміністрації) більш динамічна, відповідає вимогам воєнного часу та має розвинену систему онлайн-взаємодії з громадянами. Проте обидва ресурси сприяють відкритості влади, але з різним фокусом — представницьким і виконавчим. Сайт Чернівецької обласної державної адміністрації (обласної військової адміністрації) виграє за

сучасністю подачі інформації, а багатоканальна комунікація органу виконавчої влади підвищує ефективність інформування.

Отже, поєднання інформаційної діяльності Чернівецької обласної державної адміністрації (обласної військової адміністрації) та Чернівецької обласної ради забезпечує ефективну, прозору й оперативну систему комунікації влади з населенням області.

4.2 Комунікація Чернівецької обласної державної адміністрації (обласної військової адміністрації) та Чернівецької обласної ради з населенням області через соціальні мережі.

У сучасних умовах воєнного стану, стрімкого розвитку цифрових технологій та зростання ролі інформаційного простору соціальні мережі стають одним із ключових інструментів взаємодії органів влади з громадськістю. Вони забезпечують не лише швидке поширення офіційної інформації, а й сприяють формуванню відкритого діалогу між владою та громадянами. Чернівецька обласна державна адміністрація (обласна військова адміністрація) та Чернівецька обласна рада активно застосовують платформи соціальних мереж для оперативного інформування мешканців області про важливі події, заходи безпеки, соціальні ініціативи та адміністративні рішення.

Для регіональних органів влади — таких як Чернівецька обласна державна адміністрація (обласна військова адміністрація) та Чернівецька обласна рада — комунікація через соціальні мережі виконує низку важливих функцій:

- оперативне інформування населення про безпекову, гуманітарну та соціально-економічну ситуацію в області;
- протидія дезінформації та поширенню фейків;
- підтримка морально-психологічної стійкості громадян;
- підвищення рівня довіри до органів влади;
- залучення громадськості до процесів обговорення, консультацій і прийняття рішень.

На офіційному сайті bukoda.gov.ua представлено активні посилання на сторінки ОВА у Facebook (67 тис читачів), Instagram (3173 читача) та Telegram (1866 читачів). Використання кількох платформ дозволяє адаптувати повідомлення під різні цільові аудиторії:

Facebook — орієнтований на широку аудиторію та містить офіційні повідомлення, аналітичні матеріали, оголошення та звернення;

Instagram — використовується для візуального контенту, фотозвітів, історій про діяльність адміністрації та волонтерських ініціатив;

Telegram — функціонує як оперативний канал інформування про безпекові ситуації, сигнали повітряної тривоги, роз'яснення рішень центральної влади;

через YouTube-канал поширюються відеозвернення, брифінги та роз'яснення щодо актуальних рішень і подій в області.

Крім того, голова Чернівецької обласної державної адміністрації (начальник обласної військової адміністрації) Руслан Запаранюк має офіційні сторінки в соціальних мережах, зокрема в Facebook (29149 читачів), Instagram (4822 читача) та Telegram (27212 читачів).

Через ці платформи він безпосередньо звертається до жителів області, інформує про актуальні події, прийняті рішення, гуманітарні ініціативи, а також висвітлює робочі зустрічі та соціальні проєкти. Така форма взаємодії підсилює довіру до регіональної влади, сприяє відкритості управлінських процесів і створює ефект особистої присутності керівника у публічному просторі.

Також Чернівецька обласна державна адміністрація (обласна військова адміністрація) та її керівник мають офіційні канали у WhatsApp, які використовуються для інформування населення про важливі новини та події в регіоні. Офіційний канал Чернівецької обласної державної адміністрації (обласної військової адміністрації) у WhatsApp функціонує як засіб оперативного донесення до громадян важливої інформації про події, рішення, новини та заходи, що стосуються області. За його допомогою адміністрація

публікує актуальні повідомлення, офіційні оголошення й надає контакти для звернень. Канал інтегрований із іншими популярними майданчиками — Telegram і Facebook — завдяки чому жителі Чернівецької області можуть обирати найзручніший формат отримання новин. WhatsApp-канал Руслана Запарнюка не є особистим акаунтом, а виступає робочим профілем Чернівецької обласної державної адміністрації. Призначення цього каналу — оперативне інформування населення та забезпечення зворотного зв'язку з жителями області. Тому зміст каналу зосереджений на офіційних новинах, анонсах подій, повідомленнях про важливі рішення та іншій актуальній для громади інформації.

Активність керівника виконавчої влади в області у соціальних мережах є прикладом ефективної персоніфікованої комунікації, що поєднує офіційність державного управління з доступністю і людяністю цифрової взаємодії.

Контент Чернівецької обласної державної адміністрації (обласної військової адміністрації) переважно має інформаційно-публіцистичний та роз'яснювальний характер, з акцентом на достовірність і швидкість подачі. Під час війни сторінки адміністрації виконують роль не лише офіційного джерела, а й механізму протидії паніці та фейкам, поширюючи спростування неправдивої інформації.

Чернівецька обласна рада також активно використовує сторінки соціальних мережах, зокрема у Facebook (20 тис читачів), Telegram (2149 читачів), YouTube (73 підписники). Контент офіційних сторінок охоплює інформацію про рішення сесій, роботу постійних комісій, ініціативи депутатів, міжнародну співпрацю, культурні та соціальні події регіону. У публікаціях поєднується офіційно-інституційний стиль із елементами візуальної комунікації, що сприяє кращому сприйняттю для різних вікових та соціальних груп.

Наявність офіційного Telegram-каналу дозволяє забезпечити швидке поширення інформаційних повідомлень, тоді як платформа YouTube слугує

майданчиком для трансляцій засідань сесій, інтерв'ю та відеозвітів, що підсилює відкритість і прозорість діяльності ради. У такий спосіб формується комплексна система публічної комунікації, де сторінки в соціальних мережах виконують не лише інформаційну функцію, а є ефективним інструментом зворотного зв'язку та зміцнення довіри громадськості до органів місцевого самоврядування.

Виконувач обов'язків голови Чернівецької обласної ради Микола Гуйтор веде сторінки в соціальних мережах, таких як Facebook (4,8 тис. читачів) та Instagram (251 читачів), однак вони не зазначені як офіційні джерела комунікації обласної ради та є більш персоналізованими.

Таким чином, соціальні мережі є стратегічно важливою платформою комунікації Чернівецької обласної державної адміністрації (обласної військової адміністрації) та обласної ради з громадою, що відповідає сучасним тенденціям інформаційного обміну та сприяє зміцненню зв'язку влади з громадянами регіону. Приклад такої комунікації показує, що соціальні мережі стають своєрідним «цифровим містком» між владою та громадянами, де інформаційна прозорість поєднується з інтерактивністю та швидкістю комунікації.

Під час дії воєнного стану ефективна комунікація між органами влади та населенням регіону стає критично важливою. Чернівецька обласна державна адміністрація (обласна військова адміністрація) та Чернівецька обласна рада зосереджують свої зусилля на забезпеченні оперативного, достовірного та всебічного інформування громадян про ситуацію в області, адміністративні рішення, військові події, гуманітарну допомогу, евакуаційні заходи та заходи безпеки. Для досягнення цієї мети органи влади використовують інтегрований підхід до комунікацій, поєднуючи традиційні ресурси — офіційні вебсайти — із сучасними цифровими платформами, такими як Telegram, WhatsApp, Facebook, а також місцевими медіа. Такий підхід забезпечує не лише поширення актуальної інформації, а й налагодження

двостороннього зв'язку з громадянами, отримання зворотного зв'язку та оперативне реагування на потреби населення.

Такий різнобічний підхід дозволяє Чернівецькій обласній державній адміністрації (обласній військовій адміністрації) та обласній раді ефективно інформувати населення області, враховуючи різні інформаційні потреби та вподобання громадян. А комунікаційна робота обласної влади Чернівецької області в умовах воєнного стану демонструє активний перехід до гібридної цифрової моделі, де ключовими чинниками ефективності управління регіоном стають оперативність, надійність інформації та можливість отримувати зворотний зв'язок. Саме ці складові визначають рівень довіри громадян та їхню психологічну стійкість у кризових умовах.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження засвідчило, що формування медіаграмотності серед населення України, особливо в умовах воєнного стану, є багатовимірною проблемою, яка вимагає узгоджених дій держави, освітніх інституцій, медіасередовища та громадських організацій. Медіаграмотність виступає не лише як індивідуальна здатність убезпечити себе від маніпуляцій та інформаційних загроз, а і як важливий суспільний ресурс, що формує колективний імунітет до фейків, пропаганди та інших інструментів гібридної війни, спрямованих на дестабілізацію держави та громадської думки.

Аналіз опрацьованих наукових джерел показав, що формування медіаграмотності є процесом, який базується на міжгалузевих підходах, що об'єднує напрацювання педагогіки, соціології, комунікаційних наук, психології та інформаційних технологій. Теоретико-методологічні засади дослідження підкреслюють необхідність поєднання освітніх практик, правових механізмів і стратегічних комунікацій органів влади. Отже, розвиток медіаграмотності слід розглядати як керований процес організації інформаційних потоків, у якому важлива роль належить не лише медіа, а й освітнім, державним та громадським інституціям.

Вивчення чинних нормативно-правових документів України, що регламентують роботу засобів масової інформації в умовах воєнного стану, засвідчив, що держава приділяє значну увагу підтриманню стабільності інформаційного середовища та протидії шкідливим інформаційним впливам. Водночас наявне чинне законодавство потребує подальшої модернізації, зокрема у сфері регулювання функціонування цифрових медіа, соціальних мереж та блогерських ресурсів, які сьогодні істотно впливають на формування громадської думки.

Досвід держав Європейського Союзу, зокрема Швеції, Польщі та Румунії, демонструє наявність усталених та результативних підходів до впровадження медіаграмотності в освітній та суспільно-комунікаційний простір. У країнах ЄС розвиток медіаграмотності ґрунтується на широкій

міжінституційній взаємодії: державні органи, заклади освіти, громадські ініціативи та медіа працюють у єдиному координаційному полі. Такий підхід забезпечує системність: формування державних стратегій, цілеспрямоване фінансування, підготовку педагогічних кадрів, професійну перепідготовку журналістів і включення медіаосвітніх компонентів до формальної й неформальної освіти.

Україна, інтегруючи цей європейський досвід, поступово формує власну модель розвитку медіаграмотності. Проте ефективність цих процесів безпосередньо залежить від послідовної урядової політики, належної координації суб'єктів реалізації та регулярного оцінювання результативності впроваджених програм. Всеукраїнські програми, зокрема проєкт «Фільтр», відіграють ключову роль у підвищенні медіаобізнаності як серед цивільних громадян, так і в секторі безпеки та оборони, що сприяє зміцненню загальної інформаційної стійкості держави.

Нормативно-правове забезпечення діяльності засобів масової інформації в умовах воєнного стану має постійно вдосконалюватися, оскільки характер інформаційних загроз швидко змінюється й потребує гнучких регуляторних механізмів. Важливо, щоб органи державної влади системно здійснювали прозору, змістовну та безперервну комунікацію з населенням через офіційні онлайн-платформи та соціальні мережі. Такий підхід не лише підтримує інформованість громадян, а й зміцнює суспільну довіру та ефективно протидіє інформаційній дезорієнтації й хаосу.

У третьому розділі магістерського дослідження здійснено огляд основних інформаційних загроз, з якими зіткнулося українське суспільство в умовах воєнного стану. Встановлено, що найбільш суттєву небезпеку становлять пропагандистські наративи, фейкові повідомлення, маніпулятивні інформаційні практики, а також цілеспрямоване використання соціальних платформ як каналу поширення дезінформаційного контенту. Сукупний вплив цих чинників призводить до деформації суспільної свідомості, зниження рівня довіри до органів державної влади та формування підґрунтя

для поширення панічних настроїв. Протидія зазначеним явищам можлива лише за умов системного підвищення рівня медіаграмотності громадян.

До ефективних підходів зміцнення медіаграмотності можна віднести системне інтегрування медіаосвітніх компонентів у програми всіх рівнів формальної освіти, реалізацію масштабних інформаційно-просвітницьких ініціатив, цілеспрямоване формування критичного мислення як ключової компетентності громадянина цифрового суспільства, розроблення спеціалізованих онлайн-інструментів для оперативної верифікації інформації, а також запровадження практик відповідального й усвідомленого споживання медіаконтенту. Важливою складовою цих процесів є діяльність органів місцевого самоврядування, які мають необхідні повноваження й ресурси для реалізації регіональних програм, спрямованих на підвищення інформаційної культури населення, що стає критично актуальним у період дії воєнного стану.

Крім того, потрібно врахувати психоемоційний стан населення, а також адаптувати програми медіаграмотності відповідно до поточних викликів війни, що є невід'ємною умовою їхньої ефективності. Для цього важливо систематично проводити дослідження рівня медіаграмотності і впроваджувати методики, що формують навички критичного споживання інформації як у медіа, так і в онлайн-середовищі.

У межах дослідження особливий акцент зроблено на аналізі того, як Чернівецька обласна державна адміністрація (обласна військова адміністрація) та Чернівецька обласна рада вибудовують комунікацію з жителями регіону, використовуючи офіційні вебсайти та соціальні мережі як ключові канали оперативного інформування. Ці платформи дозволяють органам влади забезпечувати безперервне поширення важливої та перевіреної інформації, підтримувати стабільний зв'язок із громадянами й оперативно реагувати на суспільні запити. Сторінки в соціальних мережах дозволяють органам влади забезпечувати безперервне поширення важливої

та перевіреної інформації, підтримувати стабільний зв'язок із громадянами й оперативно реагувати на суспільні запити.

Дослідження показало, що змістові повідомлення мають переважно інформативний та роз'яснювальний характер, спрямований на формування безпечної інформаційної моделі поведінки населення, підвищення обізнаності щодо рішень влади та актуальних загроз. Значну увагу приділено спростуванню фейків, роз'ясненню правил безпеки, координації гуманітарної допомоги, а також висвітленню діяльності місцевих органів влади в умовах воєнного стану.

Використання соціальних мереж сприяє розширенню охоплення аудиторії, підвищенню інтерактивності та залученості громадян, що є критично важливим у ситуації підвищеної інформаційної напруги. Водночас офіційні вебсайти залишаються базовим інструментом для розміщення структурованої, нормативно-правової та стратегічно важливої інформації.

Комунікаційна діяльність Чернівецької обласної державної адміністрації (обласної військової адміністрації) та Чернівецької обласної ради в онлайн-середовищі є сучасною, комплексною, системною та адаптованою до умов воєнного часу. Вона виконує не лише інформаційну, а й стабілізаційну функцію, сприяючи зміцненню довіри до влади, підтриманню соціальної єдності та забезпеченню інформаційної безпеки населення області.

Підсумовуючи результати проведеного дослідження, можна впевнено стверджувати, що в умовах воєнного стану медіаграмотність перестає бути лише корисною навичкою окремої людини. Вона поступово трансформується у стратегічний інструмент, який визначає рівень інформаційної стійкості українського суспільства та його здатність протистояти гібридним атакам, маніпуляціям і масштабним кампаніям дезінформації. Найбільш ефективною сьогодні є модель, що поєднує адаптовані до українських реалій європейські підходи, належне законодавче регулювання, а також структуровану й

багаторівневу систему комунікації між державними органами, медіа, системою освіти та громадянами.

Підвищення рівня медіаграмотності значною мірою залежить від активної участі громадянського суспільства. Громадські організації, волонтерські ініціативи, професійні асоціації та експертні платформи створюють додаткові інструменти для проведення освітніх кампаній, розвитку навичок критичного аналізу інформації та залучення громадян до питань інформаційної безпеки. Така взаємодія посилює державні та освітні зусилля, збільшуючи загальний потенціал суспільства у протидії маніпуляціям і дезінформації.

Таким чином, медіаграмотність стає не просто індивідуальною компетентністю, а структурним компонентом державної політики, освітньої системи та суспільно-політичних процесів. Такий підхід підвищує рівень інформаційної безпеки країни та забезпечує фундамент для ефективної протидії як поточним, так і майбутнім загрозам дезінформаційного характеру.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. [RO] Modification of the audiovisual and cinematography legislation [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://merlin.obs.coe.int/article/9378>
2. «В Європі був би сильний супротив». Міжнародні організації пояснили головну небезпеку закону про медіа [Електронний ресурс] / Главком. – Режим доступу: <https://glavcom.ua/world/observe/zmi-jakbi-ukrajinskij-zakon-pro-media-prijniali-portuhaliya-chi-ispaniya-tse-sprichinilo-b-shaleni-protesti-jevroinstitutsij-901581.html>
3. «Нордичний шлях»: як у скандинавських країнах розвивають медіаграмотність [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://internews.ua/opportunity/Media_Literacy_in_Scandinavian_Countries
4. «Фільтр» представив основні тренди медіаграмотності 2024 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ms.detector.media/internet/post/36013/2024-08-29-filtr-predstavyyv-osnovni-trendy-mediagramotnosti-2024-roku/>
5. Bennet L., Livingston S. The disinformation age. Cambridge University Press, 2020. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <https://www.cambridge.org/core/services/aopcambridgecore/content/view/1F4751119C7C4693E514C249E0F0F997/9781108843058AR.pdf>
6. Critical thinking becomes a priority in Romanian schools, 50,000 students learned about media literacy [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <https://www.bursa.ro/critical-thinking-becomes-a-priority-in-romanian-schools-50-000-students-learned-about-media-literacy-68031653>
7. Educating for democracy? The role of media and information literacy education for pupils in Swedish compulsory school [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://portal.research.lu.se/en/publications/educating-for-democracy-the-role-of-media-and-information-literac>
8. Förslag på en nationell digitaliseringsstrategi för skolväsendet 2023–2027 [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<https://www.skolverket.se/publikationsserier/regeringsuppdrag/2022/forslag-pa-ennationell-digitaliseringsstrategi-for-skolasend-2023-2027>

9. Inclusive Media Literacy Curricula For Youth [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://medialiteracy.ro/>

10. Mapping measures to promote media and information literacy in Sweden [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://media-and-learning.eu/type/featured-articles/mapping-measures-to-promote-media-and-information-literacy-in-sweden/>

11. Media Center Ukraine [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://en.wikipedia.org/wiki/Media_Center_Ukraine?utm_source=chatgpt.com

12. Media Education and Culture Lab (Buzau, Romania) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ec.europa.eu/futurium/en/european-media-literacy-events/media-education-and-culture-lab-buzau-romania.html>

13. Media literacy and disinformation response readiness in Romania: Needs assessment and state-of-play analysis [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.themayor.eu/web/files/richeditor/read-twice/read-twice-media-literacy-needs-assessment-romania-v1.pdf>

14. Media literacy: Fostering a key civic skill in a digital information environment [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/EPRS_BRI\(2025\)772886](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/EPRS_BRI(2025)772886)

15. Media Sapiens. 47% громадян отримують інформацію про події в Україні з телеграм-каналів, — опитування групи «Рейтинг» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/36565/2024-10-28-47-gromadyan-otrymuyut-informatsiyu-pro-podii-v-ukraini-z-telegram-kanaliv-opytuvannya-grupy-reytyng/>

16. Media Sapiens. Бути медіаграмотним: десять необхідних компетентностей [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/18961/2017-05-24-butymediagramotnym-desyat-neobkhidnykh-kompetentnostey/>

17. Mediekompass [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.mediekompass.se/>
18. MIK Sveriges kunskapsbank [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.statensmedierad.se/mik-sveriges-kunskapsbank>
19. Nationell digitaliseringsstrategi för skolväsendet [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу: <https://www.regeringen.se/contentassets/72ff9b9845854d6c8689017999228e53/nationell-digitaliseringsstrategi-for-skolvasendet.pdf>
20. Om krisen eller kriget kommer [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://rib.msb.se/filer/pdf/28494.pdf>
21. Propaganda och bilders makt [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.statensmedierad.se/pedagogiska-verktyg/tips-tillpedagoger/propaganda-och-bilders-makt>
22. Sweden - National Digital Decade strategic roadmap [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://digital-skills-jobs.europa.eu/en/actions/national-initiatives/national-strategies/sweden-national-digital-decade-strategic-roadmap>
23. Sweden – National Digitalisation Strategy for the School System 2023–2027 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://digital-skills-jobs.europa.eu/en/actions/national-initiatives/national-strategies/sweden-national-digitalisation-strategy-school-0>
24. Sweden: Media literacy and safe use of new media [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://nationalpolicies.eacea.ec.europa.eu/youthwiki/chapters/sweden/68-media-literacy-and-safe-use-of-new-media>
25. Telegram-дилема в ЄС: зростання неконтрольованого впливу [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://cedem.org.ua/analytics/telegram-dylema-eu/>
26. The media literacy on the public agenda. The first edition of the Media Literacy Conference of the Center for Independent Journalism [Електронний

ресурс]. – Режим доступу: <https://www.unicef.org/romania/press-releases/media-literacy-public-agenda>

27. Акт про свободу друку (Швеція) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Акт_про_свободу_друку_\(Швеція\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Акт_про_свободу_друку_(Швеція))

28. Біла книга реформ 2025. Розділ 15. Реформи у сферах культури та медіа [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://voxukraine.org/bila-knyga-reform-2025-rozdil-15-reformy-u-sferah-kultury-ta-media>

29. Блокувати не можна навчити: шведський підхід до протидії дезінформації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.oporaua.org/polit_ad/blokuvati-ne-mozhna-navchiti-shvedskiy-pidhid-do-protidiyi-dezinformaciyi-24913

30. Верховна Рада України прийняла Закон про захист медіа-сервісів, які надаються із застосуванням умовного доступу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.rada.gov.ua/news/razom/261007.html>

31. Вітюк Н. Особливості дискурсу політичної пропаганди в умовах інформаційно-психологічної війни. Збірник наукових праць: психологія, 2019, Вип. 24, С. 29–38.

32. Гапій В. Е. Пропаганда як інструмент впливу на підсвідомість людини в сучасній Україні // Молодий вчений. – 2018. – №1 (2). – С. 638.

33. Гібридний націоналізм: історія явища та виклики сучасної української політики Режим доступу: <https://ussd.org.ua/2021/06/01/gibrydnyj-natsionalizm-istoriya-yavyshha-ta-vyklyky-suchasnoyi-ukrayinskoyi-polityky>

34. Дайджест: ТОП абсурдних фейків 2024 року [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://gwaramedia.com/dajdzhest-top-absurdnih-fejkiv-2024-roku/>

35. Довженко О. Саурон і Саруман проросійської пропаганди. Підсумки моніторингу дезінформаційних наративів під час місцевих виборів 2020 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://detector.media/propahanda_vplyvy/article/182872/2020-11-27-sauron-i-

[saruman-prorosiyskoi-propagandy-pidsumky-monitoryngudezinformatsiynykh-naratyviv-pid-chas-mistsevykh-vyboriv-2020/](https://www.ukma.edu.ua/saruman-prorosiyskoi-propagandy-pidsumky-monitoryngudezinformatsiynykh-naratyviv-pid-chas-mistsevykh-vyboriv-2020/)

36. Дуцик Д. Р. Формування соціальної стійкості та критичної медіаграмотності — до та під час війни [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/2cda0e98-be4c-4ade-919d-47199965485c/content>

37. За допомогою яких тактик російська пропаганда змальовує Україну «колискою корупції» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ms.detector.media/propaganda-ta-vplyvi/post/31223/2023-02-19-za-dopomogoyu-yakymy-taktyk-rosiyska-propaganda-zmalovuie-ukrainu-kolyskoyu-koruptsii>

38. Закон України «Про затвердження Указу Президента України “Про введення воєнного стану в Україні”» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2102-20#Text>

39. Закон України «Про інформацію» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>

40. Закон України «Про медіа» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text>

41. Закон України «Про Національну раду України з питань телебачення і радіомовлення» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/538/97-вр>

42. Закон України «Про освіту» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text>

43. Закон України «Про основи національного спротиву» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1702-20#Text>

44. Закон України «Про правовий режим воєнного стану» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/389-19#Text>

45. Зміни до Закону про медіа пройшли перше читання [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://biz.ligazakon.net/news/232449_zmni-do-zakonu-pro-meda-proyshli-pershe-chitannya

46. Зміни до медійного законодавства: законопроект №12111 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://imi.org.ua/monitorings/zminy-do-medijnogo-zakonodavstva-zakonoprojekt-12111>

47. Іноземні біолабораторії в Україні: чергові витки розпропаганди [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://cpd.gov.ua/main/inozemni-biolaboratoriyi-v-ukrayiniche>

48. Інфографіка до Звіту Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення за 2021 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.nrada.gov.ua/analytic-reports/infografiky-zvitu-natsionalnoyirady-ukrayiny-z-pytan-telebachennya-radiomovlennya-za-2021-rik>

49. ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ОПЕРАЦІЇ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ ГЕОПОЛІТИКИ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://goal-int.org/informacijno-psixologichni-operacii-yak-suchasnij-instrument-geopolitiki>

50. Історія. Media Ownership Monitor [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ukraine.mom-rsf.org/ua/kontekst/istorija/>

51. Конституція України : прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996 року. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр#Text>

52. Кримінальний кодекс Румунії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Кримінальний_кодекс_Румунії

53. Медіа-2014: що попереду в тих, чії мрії збуваються? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ms.detector.media/mediaanalitika/post/12215/2014-12-26-media-2014-shcho-poperedu-v-tykh-chyi-mrii-zbuvayutsya/>

54. Медіаграмотність — це свобода: в Україні запустили комунікаційну кампанію з протидії дезінформації [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.prostir.ua/?news=mediahramotnist-tse-svoboda-v-ukrajini-zapustily-komunikatsijnu-kampaniyu-z-protydiji-dezinformatsiji>

55. Медіаграмотність — це свобода: в Україні запустили комунікаційну кампанію з протидії дезінформації [Електронний ресурс] – Режим доступу:

<https://www.prostir.ua/?news=mediahramotnist-tse-svoboda-v-ukrajini-zapustily-komunikatsijnu-kampaniyu-z-protydiji-dezinformatsiji>

56. Медіаграмотність в Україні: розмиті вектори руху [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/16343/2016-03-30-mediagramotnist-v-ukraini-rozmyti-vektory-rukhu/>

57. Медіаграмотність в Україні: розмиті вектори руху [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/16343/2016-03-30-mediagramotnist-v-ukraini-rozmyti-vektory-rukhu/>

58. Медіаграмотність на уроках суспільних дисциплін : посібник для вчителя [Електронний ресурс]: плани-конспекти уроків / МОН України; ред. В. Іванова, О. Волошенюк, О. Мокрогуз; авт. колектив: Т. В. Бакка та ін. — Київ : ЦВП, АУП, 2015.

59. Медіаграмотність як основа інформаційної стійкості. Чи стали українці більш обізнаними за роки великої війни [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://detector.media/infospace/article/240702/2025-05-08-mediagramotnist-yak-osnova-informatsiynoi-stiykosti-chy-staly-ukraintsi-bilsh-obiznanymy-za-roky-velykoi-viyny/>

60. Медіаграмотність як основа інформаційної стійкості. Чи стали українці більш обізнаними за роки великої війни [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://detector.media/infospace/article/240702/2025-05-08-mediagramotnist-yak-osnova-informatsiynoi-stiykosti-chy-staly-ukraintsi-bilsh-obiznanymy-za-roky-velykoi-viyny/>

61. Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник / ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк ; за наук. ред. В. В. Різуна. — Київ : Центр вільної преси, 2012. — 6 с.

62. Медіаосвіта як чинник підвищення якості освіти та засіб протистояння гуманітарної агресії : аналітична записка [Електронний

ресурс]. – Режим доступу: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/gumanitarniy-rozvitok/mediaosvita-yak-chinnik-pidvischennya-yakosti-osviti-ta-zasib>

63. Медіаосвіта. Основи медіаграмотності : навч.-метод. посіб. / укл. С. О. Троян, А. В. Ткачук. – Умань: ПП Жовтий О. О., 2014. – С. 9–10.

64. Медіарегулювання в Польщі: далеко до ідеалу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://detector.media/infospace/article/125499/2017-04-27-mediaregulyuvannya-v-polshchi-daleko-do-ideal/>

65. Методи російської інформаційної пропаганди та їх вплив на імідж України у світі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://app-journal.in.ua/wp-content/uploads/2023/11/34.pdf>

66. Міжнародна федерація журналістів розкритикувала закон про медіа. Реакція українських медійників [Електронний ресурс] / Детектор медіа. – Режим доступу: <https://detector.media/infospace/article/207432/2023-01-27-mizhnarodna-federatsiya-zhurnalistiv-rozkrytykuvala-zakon-pro-media-reaktsiya-ukrainskykh-mediynykiv/>

67. МКІП: Сьогодні набирає чинності Закон України «Про медіа» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/news/mkip-sohodni-nabyraie-chynnosti-zakon-ukrainy-pro-media>

68. Незалежна медійна рада [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://mediarada.org.ua/about-us/>

69. Огляд українських ініціатив з медіаграмотності за 2024 рік. Аналітичний звіт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://filter.mkip.gov.ua/oglyad-ukrayinskyh-inicziatyv-z-mediagramotnosti-za-2024-rik-analitychnyj-zvit/>

70. ОНЛАЙН-ТРЕНІНГ ФАКТЧЕКЕРІВ FACEBOOK В УКРАЇНІ ПРО СПОСОБИ БОРОТЬБИ З ДЕЗІНФОРМАЦІЄЮ [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://ukraine-2050.org/%D0%B2%D0%B5%D0%B1%D1%96%D0%BD%D0%B0%D1%80-%2F-webinar>

71. Оновлення медіа-реальності: законодавчі зміни 2025 року у сфері свободи вираження поглядів, медіа, приватності та цифрового регулювання [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://slovo.social/onovlennya-media-realnosti-zakonodavchi-zminy-2025-roku-u-sferi-svobody-vyrazhennya-poglyadiv-media-pryvatnosti-ta-tsyfroвого-regulyuvannya/>

72. П'ять ключових принципів медіаграмотності // Media Sapiens. – Режим доступу: <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/17075/2016-07-25-pyat-klyuchovykh-pryntsypiv-mediagramotnosti-vizualizatsiya/>

73. Падалко Я., Слаба О. Значення медіаосвіти та медіаграмотності у сучасному суспільстві // Актуальні питання гуманітарних наук. – 2023. – № 61(2). – С. 205–209. – Режим доступу: https://www.aphn-journal.in.ua/archive/61_2023/part_2/49.pdf

74. План дій щодо імплементації Європейського акта про свободу медіа в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dslua.org/publications/plan-diy-shchodo-implementatsii-yevropeyskoho-akta-pro-svobodu-media-v-ukraini/>

75. Польська криза в суспільному мовленні: як сусіди реформують медіа [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://stv.detector.media/suspilni-movnyky-svitu/read/2099/2016-02-23-polska-kryza-v-suspilnomu-movlenni-yak-susidy-reformuyut-media/>

76. Польська криза в суспільному мовленні: як сусіди реформують медіа [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://stv.detector.media/suspilni-movnyky-svitu/read/2099/2016-02-23-polska-kryza-v-suspilnomu-movlenni-yak-susidy-reformuyut-media/>

77. Постанова Кабінету Міністрів України від 3 грудня 2024 р. № 1367 «Про внесення до деяких актів Кабінету Міністрів України змін щодо діяльності Міністерства культури та стратегічних комунікацій» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1367-2024-п#Text>

78. Правові та інституційні механізми протидії дезінформації у розвинутих країнах світу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pravoisuspilstvo.org.ua/archive/2024/4_2024/30.pdf

79. Приходькіна Н. О. Основні положення концепції Герберта Маршалла Маклюена в контексті виникнення феномена медіаосвіти // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Серія: Педагогічні науки. – 2017. – Вип. 142. – С. 146. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VchdpuP_2017_142_34

80. Проєкт Ради Європи «Захист свободи слова та свободи медіа в Україні» (SFEM-UA) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://rm.coe.int/lex-01-ukraine-legalopinion-medialaw-amendments-to-certain-laws-on-med/1680b481c6>

81. Рішення Ради національної безпеки і оборони України від 14 травня 2021 року «Щодо окремих заходів із забезпечення інформаційної безпеки» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/n0033525-21#Text>

82. Розвідка фіксує, що Росія активно просуває пропаганду іноземних проксі-ЗМІ Режим доступу: <https://imi.org.ua/news/ukrayinska-rozvidka-fiksuye-aktyvne-zaluchennya-rosiyeyu-inozemnyh-proksi-zmi>

83. Роль громадянського суспільства у боротьбі з дезінформацією [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://rpr.org.ua/news/rol-hromadianskoho-suspilstva-u-borotbi-z-dezinformatsiiei/>

84. Соломін Є. Радянсько-російська пропаганда як засіб просування наративів та способів втручання в інформаційний простір: регіональний аспект [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/viewFile/12152/12509>

85. Спецпроєкт «Фільтра» про ТОП-10 найбільш медіаграмотних країн Європи: Швеція [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://filter.mkip.gov.ua/shvecziya/>

86. Стратегія Міністерства культури та інформаційної політики України з розвитку медіаграмотності на період до 2026 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mcsc.gov.ua/news/strategiya-ministerstva-kultury-ta-informacijnoyi-polityky-ukrayiny-z-rozvytku-mediagramotnosti-na-period-do-2026-roku/>

87. Судові позови, недофінансування та політична реклама. Які проблеми мають румунські медіа напередодні виборів — звіт MFRR [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mediamaker.me/sudovi-pozovy-nedofinasuvannya-ta-politychna-reklama-yaki-problemy-mayut-rumunski-media-naperedodni-vyboriv-zvit-mfrr-8846/>

88. Требін М. П. Феномен інформаційної війни у світі, що глобалізується // Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія. – Харків: Право, 2013. – Вип. 2 (16). – С. 188–198.

89. У ЄС набули чинності правила для захисту медіа в цифровому середовищі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://imi.org.ua/news/v-yes-nabuly-chynnosti-pravyla-dlya-zahystu-media-u-tsyfrovomu-seredovyshhi-i68121>

90. У Польщі набув чинності суперечливий закон про громадські ЗМІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/a/27480394.html>

91. Указ Президента України №152/2022 «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 18 березня 2022 року “Щодо реалізації єдиної інформаційної політики в умовах воєнного стану”» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.president.gov.ua/documents/1522022-41761>

92. Україна, Молдова та Румунія співпрацюватимуть проти дезінформації РФ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://suspilne.media/784345-ukraina-moldova-ta-rumunia-spivpracuvatimut-proti-dezinformacii-rf/>

93. Фейк Брехня, що проукраїнський активіст плюнув у візок доньки Джей Ді Венса [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://disinfo.detector.media/theme/fake>

94. Фейк: Україна – це «історично штучна держава» Режим доступу: <https://www.stopfake.org/uk/fejk-ukrayina-tse-istorichno-shtuchna-derzhava>

95. ХТО МИ: Український кризовий медіа-центр [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://uacrisis.org/uk/pro-nas>

96. ХТО МИ: Український кризовий медіа-центр [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://uacrisis.org/uk/pro-nas>

97. Чернівецька обласна державна адміністрація. Офіційна сторінка в Instagram [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.instagram.com/oda.cv/> (дата звернення: 03.11.2025).

98. Чернівецька обласна державна адміністрація. Офіційна сторінка у Facebook [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.facebook.com/CVoda> (дата звернення: 03.11.2025).

99. Чернівецька обласна державна адміністрація. Офіційний Telegram-канал [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://t.me/chernivtsyoda> (дата звернення: 03.11.2025).

100. Чернівецька обласна державна адміністрація. Офіційний WhatsApp-канал [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://whatsapp.com/channel/0029Va5zvI1t5rytNl1D42k> (дата звернення: 03.11.2025).

101. Чернівецька обласна державна адміністрація. Офіційний вебсайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.oda.cv.ua/> (дата звернення: 03.11.2025).

102. Чернівецька обласна рада. Офіційна сторінка у Facebook [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.facebook.com/oblrada.cv.ua> (дата звернення: 03.11.2025).

103. Чернівецька обласна рада. Офіційний Telegram-канал [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://t.me/oblrada_cv (дата звернення: 03.11.2025).

104. Чернівецька обласна рада. Офіційний вебсайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.bukoda.gov.ua/> (дата звернення: 03.11.2025).

105. Шаварова Г. Навчити протистояти ворожій пропаганді в інфопросторі – важливий аспект виховної роботи під час війни. Волинський національний університет імені Лесі Українки, 2022.

106. Шведський досвід саморегулювання: Рада преси і пресомбудсмен [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://detector.media/infospace/article/172724/2019-11-26-shvedskyy-dosvid-samoregulyuvannya-rada-presy-i-presombudsmen/>

107. Що нового передбачає закон «Про медіа» на цей рік та якими є підсумки за минулий [Електронний ресурс] / Детектор медіа. – Режим доступу: <https://detector.media/infospace/article/224576/2024-03-25-shcho-novogo-peredbachaie-zakon-pro-media-na-tsey-rik-ta-yakymy-ie-pidsumky-zamynulyy/>

108. ЮНЕСКО опублікувала п'ять принципів медійної та інформаційної грамотності // Media Sapiens [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/18453/2017-02-24-yuneskoopublikovala-pyat-pryntsypiv-mediynoi-ta-informatsiynoi-gramotnosti/>

109. Як влаштована протидія дезінформації на заході та півночі Європи, а також на Британських островах [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ms.detector.media/propaganda-ta-vplivi/post/36288/2024-09-28-yak-vlashtovana-protydiya-dezinformatsii-na-zakhodi-ta-pivnochi-ievropy-a-takozh-na-brytanskykh-ostrovakh>

110. Як підвищити медіаграмотність: і теорія, і практика [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://d-grand.com/inforaciiny-portal/iak-pidvishchiti-mediagramotnist-i-teoriia-i-praktika>

111. Як російська пропаганда впливає на українське суспільство через наративи Режим доступу: <https://e-courses.jta.com.ua/e-manuals/mudrist-proty-manipulyatsiy/yak-rosiyska-propahanda-vplyvaie-na-ukrainske-suspilstvo-cherez-naratyvy>

112. Як Росія маніпулює історичним минулим України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://internews.ua/opportunity/How-Russia-manipulates-Ukraine-historical-past>

113. Як Росія паразитувала на українському телебаченні під прикриттям Медведчука [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://argumentua.com/stati/yak-rosiya-parazituvala-na-ukrainskomu-telebachenni-pid-prikrittyam-medvedchuka>

114. Як українці стали нацистами у російській пропаганді, або Чи націоналізм = нацизм? Режим доступу: <https://ms.detector.media/propaganda-ta-vplivi/post/33399/2023-11-06-yak-ukraintsi-staly-natsystamy-u-rosiyskiy-propagandi-abo-chy-natsionalizm-natsyzm>

115. Як Янукович узурпував владу за допомогою медіа: думка дослідників [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://hromadske.radio/podcasts/hromadska-hvylya/yak-yanukovych-uzurpuvav-vladu-za-dopomogoyu-media-dumka-doslidnykiv>