

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ВОЛИНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ  
Кафедра соціальних комунікацій

На правах рукопису

**КОЛЯДА НІНА ІГОРІВНА**

**МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ЯК ІНФОРМАЦІЙНА КУЛЬТУРА СУСПІЛЬСТВА**

**Спеціальність 061 «Журналістика»**

**Освітньо-професійна програма «Журналістика і соціальні комунікації»**

**Робота на здобуття освітнього ступеня «Магістр»**

РЕКОМЕНДОВАНО ДО ЗАХИСТУ

протокол № \_\_\_\_  
засідання кафедри соціальних  
комунікацій від \_\_\_\_\_2025 року  
Завідувач кафедри  
\_\_\_\_\_ доц. О.Л. ТЕРЕБУС

Науковий керівник:  
РОЖИЛО МАРІЯ АНДРІЇВНА,  
кандидат наук із соціальних  
комунікацій, доцент кафедри  
соціальних комунікацій

Луцьк–2025

## АНОТАЦІЯ

У магістерській роботі досліджено медіаграмотність, як складову інформаційної культури суспільства. Актуальність теми зумовлена поширенням російської інформаційної війни та розвитком штучного інтелекту, які можуть бути загрозами для людей, у яких недостатньо розвинені навички медіаграмотності та критичного мислення.

Метою дослідження стало теоретичне обґрунтування популяризації медіаграмотності через заняття з аудиторією різного віку: школярами, студентами та людьми старшого віку. У роботі проаналізовано теоретичні засади медіаграмотності, розглянуто актуальність медіаграмотності для молоді та людей старшого віку. Також розглянуто загрози, пов'язані з використанням штучного інтелекту для поширення пропаганди та дезінформації.

У роботі здійснено аналіз проєктів, курсів та занять із медіаграмотності для школярів, студентів і людей старшого віку.

Окрему увагу приділено теоретичним аспектам популяризації занять із медіаграмотності.

Практичне значення отриманих результатів полягає в можливості використання теоретичних положень роботи у для підготовки занять із медіаграмотності для школярів, студентів, людей старшого віку.

**Ключові слова:** медіаграмотність, медіаосвіта, інформаційні технології, критичне мислення, дезінформація, пропаганда, штучний інтелект, аудиторія.

## ANNOTATION

### KOLIADA NINA. MEDIA LITERACY AS THE INFORMATION CULTURE OF SOCIETY

This master's thesis examines media literacy as a component of society's information culture. The relevance of the topic is due to the spread of Russian information warfare and the development of artificial intelligence, which can pose threats to people who lack media literacy and critical thinking skills.

The aim of the study was provided a theoretical justification for promoting media literacy through classes with audiences of different ages: schoolchildren, students, and older people. The thesis analyzes the theoretical foundations of media literacy and considers the relevance of media literacy for young people and older people. It also examines the threats associated with the use of artificial intelligence to spread propaganda and disinformation.

The work analyzes projects, courses, and classes on media literacy for schoolchildren, students, and older people.

Particular attention is paid to the theoretical aspects of promoting media literacy classes.

The practical significance of the results obtained lies in the possibility of using the theoretical provisions of the work to prepare media literacy classes for schoolchildren, students, and older people.

**Key words:** media literacy, media education, information technologies, critical thinking, disinformation, propaganda, artificial intelligence.



<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>43</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>50</b>

## **ВСТУП**

**Актуальність теми** полягає у тому, що зараз Росія проводить інформаційну війну, поширюючи фейки та дезінформацію. Росіяни поширюють свою пропаганду навіть в український медіа простір. Вони намагаються маніпулювати молоддю та людьми старшого віку, які не мають достатніх навичок медіаграмотності та критичного мислення.

Більшість часу молодь проводить у соцмережах. Там вони стикаються з величезною кількістю інформації, серед якої ховається дезінформація. Важливо навчити молодь не сприймати усе на віру.

Старшій аудиторії також необхідно навчитися критично сприймати інформацію. Адже багато шахрайських схем розраховано саме на людей старшого віку. Необхідно навчити їх критично сприймати інформацію, перевіряти її, аби вони не велися на шахрайські схеми, маніпуляції та російську пропаганду. Також старшу аудиторію необхідно навчити безпеки в соцмережах, навичок цифрової грамотності.

Технології стрімко розвиваються, з'являються все нові шахрайські схеми, способи поширення фейків. Зловмисники можуть застосовувати штучний інтелект, щоб генерувати зображення, відео, або навіть підробляти голоси рідних. Необхідно навчити нашу аудиторію перевіряти інформацію перш ніж реагувати на неї, а тим паче поширювати.

Медіаграмотні люди – більш захищені від небезпек, з якими можна стикнутися в інтернеті.

**Мета** роботи – популяризація медіаграмотності як інформаційної культури суспільства для аудиторії різного віку.

Завдяки головній меті визначається **коло завдань** для вивчення

1) з'ясувати методи підвищення рівня медіаграмотності молоді;

- 2) систематизувати методи підвищення рівня медіаграмотності людей старшого віку;
- 3) окреслити цільову аудиторію;
- 4) проаналізувати популяризацію занять із медіаграмотності;
- 5) визначити особливості занять для людей різного віку.

**Об'єктом дослідження** є медіаграмотність як інформаційна культура суспільства.

**Предметом дослідження** є форми та методи підвищення рівня медіаграмотності людей різного віку.

**Методологічною базою** дослідження стали праці відомих учених: «Критичне мислення як інструмент медіаграмотності з протидії фейкам і маніпуляціям» М. А. Рожило, А. В. Наход, А. С. Самчук [42], «Медіаманіпуляції в умовах російсько-української війни (на прикладі локальних ЗМІ)» Н. М. Шульська, Р. С. Зінчук [62], проєкт «НотаЄнота» А. О. Романюк [31].

**Новизна** роботи полягає у тому, щоб об'єднати найвразливіші вікові категорії: молодь та людей старшого віку і знайти спосіб популяризації медіаграмотності для цих вікових категорій.

**Практичне значення** роботи у тому, що окреслену концепцію можна використовувати під час занять зі школярами, студентами, людьми старшого віку. Увага акцентується на найнеобхідніших аспектах, які допоможуть стійко сприймати інформацію, критично її оцінювати, не вестися на маніпуляції, фейки та дезінформацію.

**Апробація** результатів дослідження результатів дослідження: окремі аспекти роботи викладено в публікації: Коляда Н. І. Гендерна рівність – нерівність у медіа: баланс – дисбаланс. *Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи*: матеріали X Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих науковців (19 травня 2023 р.) / упоряд.: М. Рожило, Н. Шульська. Луцьк: Волинський національний університет імені Лесі Українки, 2023. С. 115–118.

**Структура** кваліфікаційної роботи: робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури (72 позиції) та додатків.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МЕДІАГРАМОТНОСТІ

Медіаграмотність допомагає людям формувати навички інформаційної грамотності та критичного мислення. З навичками медіаграмотності ми оцінюємо та аналізуємо інформацію перш ніж повестися, повірити та поширити. Медіаграмотність особливо актуальна в часи війни, коли росіяни також ведуть війну в інформаційному просторі.

Медіаграмотність дозволяє розпізнавати фейки, маніпуляцію, дезінформацію, яких в умовах повномасштабної війни стає дедалі більше.

Медіаграмотність – найважливіший комплекс навичок і знань, необхідних людині в сучасному інформаційному суспільстві. Як знаходити потрібну інформацію і переконуватися в її вірогідності, як відокремлювати пропаганду від фактів і фільтрувати інформацію в ситуаціях конфлікту; що таке інформаційна безпека і чим вона відрізняється від цензури, як розпізнавати маніпуляцію – це лише неповний список викликів, що стоять перед людьми в різних країнах світу, незалежно від соціально-політичної системи, ладу, культури та рівня їхнього розвитку. На нашу думку, сьогодні медіаграмотність – життєво необхідна навичка в контексті російської інформаційної агресії. Інформаційно-пропагандистська війна Росії проти України вже внесла істотні зміни до мотивації та змісту медіа освіти, з фокусом на формуванні навичок критичного мислення та імунітету до маніпуляцій громадською свідомістю та пропаганди. Українське суспільство потребує ширшого вироблення навичок формування медійної та інформаційної грамотності в умовах пропагандистсько-психологічних війн [2].

Дослідниця Надія Саламін у своїй роботі проаналізувала медіаграмотність у умовах гібридної війни, від якої потерпає Україна. Вона вважає, що дезінформація – ключовий інструмент впливу на свідомість українців.

Вона наголошує, що саме дезінформацію застосовують для створення хаосу в інфопросторі, підриву довіри до влади та дестабілізації ситуації.

Дезінформацію та маніпуляції часто містить в собі саме російськомовний контент.

Надія Саламін також акцентує на фейкових новинах, які часто супроводжуються авторитетними джерелами та маніпулятивними зображеннями. Їх швидко ширять через соціальні мережі та мас-медіа. До інформаційних атак можуть входити різні види кібератак, злам інформаційних систем, модифікація веб ресурсів, блокування доступу до важливих даних.

Психологічна війна використовує інформаційні та психологічні методи для впливу на суспільну свідомість. Це може викликати почуття страху, недовіри або, навпаки, формувати хибні надії. Маніпулятивний вплив нерідко здійснюється через повідомлення, що надходять із нібито надійних джерел [46].

Суспільство у своєму шаленому ритмі не встигає фільтрувати отриману інформацію, губиться в кількості та різноманітності її джерел. Рятівним фільтром сучасних реалій є медіаграмотність, адже вона здатна врятувати споживачів медіаконтенту від самознищення через власну обмеженість і недалекоглядність [42].

Головне завдання медіаграмотності – навчити молодь грамотно читати медіатекст та критично мислити; привити естетичний смак; допомогти інтегрувати знання та вміння, здобуті на різних заняттях, при сприйнятті, аналізі інформації, у творчій діяльності; проявити і сформувати через медіадіяльність та медіаактивність особистості її соціальну та громадянську відповідальність [40].

Особливо затребуваними стають навички сучасної людини перевіряти інформацію на достовірність, приймати зважені рішення на основі отриманої інформації – вміння критично сприймати інформацію, а саме:

- оцінювати своєчасність інформації, її повноту, важливість;
- у аналізувати факти, які лежать в основі інформації; перевіряти логіку подання фактів;

- у перевіряти сумнівні відомості (адже фактичні помилки можуть виникнути, наприклад, в результаті неточного цитування або при перекладі з іншої мови);
- у звертати увагу на першоджерело, наявність посилання на нього [3].

Є багато причин, чому дезінформація поширюється так швидко – згідно з деякими дослідженнями, навіть швидше, ніж правдива інформація. Однією з причин є те, що люди з більшою ймовірністю поділяться твердженням, якщо воно підтверджує їхні попередні переконання – незалежно від його точності. Це когнітивне упередження може допомогти пояснити, чому, як виглядає, реальні люди поширюють навіть більше дезінформації, ніж боти. Одне дослідження, наприклад, показало, що лише 15% тих, хто ділиться новинами, поширюють до 40% фейкових новин [65].

Рівень медіаграмотності у суспільстві за останні роки змінився. Він позитивно зростає станом на 2022 рік (див. Додаток А).

Детектор медіа провели дослідження серед аудиторії на їхній рівень медіаграмотності. Найвищий у людей до 45 років. Найгірший показник у людей старшого віку. Також позитивну динаміку показують люди із вищою освітою (див. Додатки Б, В).

У травні 2025 року Детектор медіа оновили дослідження рівня медіаграмотності. Порівняно із 2022 роком, де рівень медіаграмотності позитивно зростає, у 2023 та 2024 роках частка високого рівня медіаграмотності зменшилась, проте зросла частка аудиторії з вищим за середній рівнем показника. Порівняно з 2022 роком, зріс також рівень нижче середнього. Зменшилась частка аудиторії із низьким рівнем (див. Додаток Г).

Отже, у 2024 році Згідно з отриманими результатами, медіаграмотність 2% українців є низькою, у 26% – нижча за середню, 65% має вищий за середній рівень медіаграмотності і 7% – високий (див. Додатки Д, Е, Є).

Із низьким та нижчим за середній рівнем медіаграмотності, 28%, більша частка сегменту – аудиторія віком 46+ років (див. Додаток Ж).

Критичне мислення – важлива складова медіаграмотності. Саме застосовуючи критичне мислення люди можуть сприймати інформацію, обдумувати її, а не одразу сприймати все за правду. А отже задумуються перш ніж поширити інформацію.

Критичне мислення можна визначити як окремий тип мислення, який характеризується активністю, цілеспрямованістю, самостійністю, дисциплінованістю та рефлексивністю та передбачає розвиток у процесі навчання здатності людини: визначати проблеми, аналізувати, синтезувати, оцінювати інформацію з будь-яких джерел, висувати альтернативи й оцінювати їх, обирати спосіб розв'язання проблеми чи власну позицію щодо неї й обґрунтовувати свої погляди, робити свідомий вибір і діяти [35].

Критичне мислення означає не негативність суджень або критику, а зважений розгляд різноманітних підходів до проблеми, щоб приймати обґрунтовані судження та рішення щодо неї. Критично мисляча людина нічого не сприймає на віру. Отже, вона має здібність і устремління оцінювати різні твердження та робити об'єктивні судження на основі добре обґрунтованих доказів. Мета критичного мислення полягає у встановленні об'єктивної істини [52].

Критичне сприйняття новинних стрічок є ключовою складовою алгоритмічної та медіа-грамотності, оскільки сучасні користувачі взаємодіють із персоналізованим контентом, який формується алгоритмами соціальних мереж і новинних платформ. Ефективне навчання цьому процесу передбачає поєднання теоретичних знань та практичних вправ, що дозволяють користувачам усвідомлено аналізувати інформаційні потоки [61].

Медіаграмотність, як і критичне мислення, передбачає усвідомлення сприйняття інформації, натомість враховує знання про політичний, соціально-економічний, комерційний підконтекст медіаконтенту, розуміння того, як створюються новини, реклама, кіно, ролики в соцмережах та, власне, за яким

алгоритмом працюють популярні соціальні мережі. Отже, провідна мета медіаграмотності – вирізняти факти від суб’єктивних думок та маніпуляцій в Інтернеті, щоб запобігти пропаганді, навмисним нарративам й фейкам на тлі ментальної війни [5].

### **1.1. Актуальність медіаграмотності для молоді**

Росія почала вести інформаційну війну проти України ще задовго до початку повномасштабного вторгнення.

Новим способом ведення протистояння без зброї нині є інформаційна війна. Її головне завдання – знищення людей не як фізичної сили, а як соціуму [62].

Від інформаційних та міжособистісних маніпуляцій не застрахований ніхто, адже це обов’язкова складова існування людського соціуму. Відповідно, щоб наша медіаграмотність, критичність була на доволі високому рівні варто готуватися до навчання й удосконалення, що триватиме все життя [27].

Інформаційна війна – це не тільки фейки. Ба більше, фейки є найменшою одиницею такої війни. Інформаційний фронт у часи війни безпосередньо обслуговує бойові дії. Тобто різними інструментами країна інформаційно допомагає собі в бою.

У сучасних умовах ведення гібридної інформаційної війни у світовому масштабі особливе значення набуває маніпуляція свідомістю аудиторії, яку активно використовують медіа з метою підриву демократії у багатьох країнах. У цьому контексті маніпуляція розуміється як тотальний наступ на людину, її розум та поведінку, насильницьке вторгнення у свідомість, що є не лише аморальною, але й протизаконною дією, бо виробляється таємно, поза нашою згодою. Маніпуляція свідомістю є ефективною та перевіреною зброєю влади, коли використовуються технології впливу на свідомість (підсвідомість), які утримують суспільну думку в межах і напряду, що забезпечують владі безпеку існування [43].

Над фейками стоять меседжі – чіткі й зрозумілі повідомлення. Вони як ракети, їх випускають у конкретну ціль. Меседжі можуть бути правдивими, маніпулятивними чи зовсім неправдивими. У цьому їх небезпека, бо якщо з фейком усе доволі однозначно, то з меседжем – ні. Меседж складається з фейків, тобто Росія використовує фейки, напівправди та маніпуляції, щоби наповнити меседж, сформувавши його. Їх значно менше, ніж фейків, оскільки, щоби сформувавши та просунути меседж, потрібні ресурси [13].

Яскравим прикладом фейку є те, що ще до повномасштабного вторгнення росія активно поширювала фейки про «американські біологічні лабораторії» в Україні. А восени російський міністр оборони Сергій Шойгу заявив, що Україна нібито готує на своїй території провокації із застосуванням «брудної бомби» [49].

Приклади меседжів, які Росія поширює у інших державах: «Основні ідеї і меседжі у прокремлівських ЗМІ Чехії: «США – це ворог номер 1, Євросоюз – теж є ворогом, і він підпорядковується США. В Україні багато фашистів, неонацистських груп. Всі ці повідомлення дуже негативні, вони намагаються змалювати майбутнє як дуже негативне: сказати вам, що ви в небезпеці і що ви не можете довіряти політикам, ЗМІ, різним інституціям. Також, те що з'явилося, – це тема «мігрантів і загроза тероризму» [38].

Наратив — це ментальна структура, за допомогою якої можна зрозуміти, як саме протікає наше мислення, як воно структуроване. Наративи прийшли з літературознавства, де вони використовувалися для опису структури оповідання. Це мережа причинно-наслідкових зв'язків, що розкривають, що і з чого впливає.

Наративи задають причини військових дій, щоби виправдати їх в очах свого населення та всього світу. Росія поставила свої цілі у війні в Україні як «демлітаризація» та «денацифікація» [56].

Приклад наративу «УКРАЇНА Є НЕДОДЕРЖАВОЮ» Московія використовує свій пропагандистський наратив що Україна є недодержавою з кількох причин. По-перше, це дозволяє росії виправдати свої агресивні дії

відносно України. За такої логіки, росія стверджує, що Україна не здатна забезпечити свою власну безпеку та територіальну цілісність, тому вона повинна втручатися, щоб захистити російськомовне населення. По-друге, наратив про недодержавність України може використовуватися як засіб залучення на свій бік деяких українських громадян, які можуть відчувати невдоволення, з тих чи інших причин, діяльністю української влади. По-третє, цей наратив є засобом забезпечення внутрішньополітичної стабільності в росії [64].

ІПСО – інформаційно-психологічна операція. Це дещо видозмінений переклад поняття Psychological Operations, PSYOPS. Значення, якщо максимально спростити, полягає в тому, щоб спочатку вплинути на настрої груп у суспільстві. На наступному етапі поширення таких настроїв прямо позначиться на діях представників цього ж суспільства. ІПСО застосовують і в мирний, і у воєнний час. Під час нинішньої війни йдеться про те, щоб передусім забезпечити загарбнику оптимальні умови для взяття під контроль територій, тобто зробити все, щоб українці не чинили опір російським окупантам.

До елементів ІПСО відносяться дезінформація, пропаганда, перебільшення певної інформації або применшення іншої, диверсії в тилу, кібератаки [55].

Центр протидії дезінформації розвіяв фейк про «мітки на дорогах та будівлях», який активно ширився на початку повномасштабного вторгнення Росії в Україну. Цей фейк – яскравий прикладом. Тоді у месенджерах та соцмережах ширилася інформація про мітки. Людей просили їх зафарбовувати, аргументуючи, начебто ці мітки допомагають росіянам наводити ракети через супутники. Пізніше пояснили, що ці позначення використовують при геодезичній зйомці і жодного стосунку до військових дій вони не мають. Цей фейк можна віднести до ІПСО, адже його поширили, щоб занурити українців у дискомфортну психологічну ситуацію, посіяти паніку й страх серед населення [60].

Дезінформацію на користь Росії поширюють не лише росіяни. «Війна в Україні – це нескінченна війна. Україна ніколи не переможе росію – незалежно від того, скільки грошей чи зброї ми їй дамо... Цілі війни України включають захоплення таких регіонів, як Крим, де етнічні росіяни розмовляють російською мовою і хочуть бути частиною росії», – американський активіст Чарлі Кьорк написав у X (Twitter) [4].

Поняття пропаганди доволі складне. У своєму матеріалі його пояснила журналістка Тетяна Мележик. Вона наводить приклад, що «важко зрозуміти, коли починається пропаганда та чому вона має негативне значення, якщо, наприклад, ви переконуєте свого друга віддати свій голос за ту чи іншу політичну партію». Як вважають Вікторія О'Донел та Герта Джовета, переконання когось у чомусь та пропаганда – споріднені терміни, які базуються на комунікації. Проте, різниця є. Як пояснює американський політолог та теоретик комунікації Гарольд Лассвел, термін «пропаганда» означає «вираження думки або дії, свідомо спрямоване індивідом або групою з метою впливу на думку або дії іншого індивіда або групи з визначеною кінцевою метою за допомогою маніпуляцій» [53].

Яскравим прикладом Російської пропаганди є «Спеціальна воєнна операція». Її у своєму матеріалі дослідив Детектор медіа.

Росія не називає війну в Україні війною із початком агресії у лютому 2014 року. Під час гібридного її етапу (на сході України) росіяни вживали поняття «громадянська війна»: таким чином визнавали масштаб збройного конфлікту, проте відмовлялись визнавати себе його учасником.

Детектор медіа зауважує, коли 24 лютого 2024 російські війська вдалися до повномасштабного вторгнення, ховатися за «трактористами» та «ополченцями» стало вже неможливо. Тоді пропаганда почала використовувати термін «Спеціальна воєнна операція» («СВО»).

«Виходить, якщо війна – то не з Росією, якщо з Росією – то не війна. І байдуже, що в 2022-му географія та інтенсивність бойових дій безпрецедентно зросли», – пише Детектор медіа.

Акцентують, що сенс слова «операція» у применшуванні драматизму. Начебто операція – це швидко, локально, обмеженими силами і проти якогось конкретного зла, а не затяжна війна проти цілого народу. Росіяни мали повестися на пропаганду, нібито «СВО» це не агресія, і обійдеться для них малими втратами. Влада Росії недооцінювала Україну, адже переконала себе, що «повноцінна» війна з Україною не лише непотрібна, але й неможлива в принципі [14].

Медіаосвіта відкриває великі можливості для розвитку підлітків, зокрема, їх потенціалу та здібностей. Адже, з урахуванням можливостей медіаосвіти можна сприяти розвитку умінь орієнтуватися в сучасних інформаційних потоках та розвинути медіаграмотність школярів, покращити критичне мислення для сприйняття різних видів медіатекстів. Для школярів важливу роль відіграють соцмережі. Вони важливі у формуванні світогляду та медіаграмотності. Через соціальні мережі з'являється можливість вільного, дешевого, спрощеного та безпосереднього контакту із навчальною аудиторією. Вони також допомагають вступати в дискусії, досліджувати нові теми, набувати та закріплювати нові знання та навички, оцінювати свою роботу та роботу своїх колег, критично мислити. Раніше соціальні мережі використовували лише як розважальну платформу та спосіб спілкування або передачі короткої інформації, фото, малюнків. На сьогодні ситуація щодо використання соціальних мереж кардинально змінена [58].

Школярі зараз активні користувачі інтернету. Вони проводять досить багато часу у соцмережах. Зараз фейки та пропаганда просочуються не тільки в новинах, вони можуть бути замасковані навіть під розважальні відеоролики.

Китайська платформа для розміщення коротких відео TikTok виявилася дуже зручною для кремлівської пропаганди. У Росії та на окупованих територіях під патронатом урядових структур, таких як «Інститут розвитку інтернету», створюються TikTok-хауси. Їх резиденти знімають відео про «фантастичне відновлення Маріуполя», «чудове життя» в окупованих містах тощо[57].

Технології стрімко розвиваються. На жаль, розвиток технологій використовують і для створення фейків. Зараз легко можна створити зображення за допомогою штучного інтелекту, для цього навіть не потрібно вчитися працювати у фотошопі.

За допомогою штучного інтелекту були створені також світлини прильотів. Так, 21 березня поширили фото буцімто наслідків ракетного удару по Києву. На передньому плані тієї світлини – панельна багатоповерхівка з повністю однаковими вікнами та балконами, а позаду – грибоподібна хмара після вибуху [37].

Стрімко фейки ширяться телеграм-каналами. Там можна сумістити кілька видів фейків: фото, відео та текст. Якщо додати повідомленню вигляду терміновості, сенсації, то на таке повідомлення може легко повестися людина, у якої не розвинуте критичне мислення.

Школярів необхідно навчати безпеки в інтернеті та навичок критичного мислення, фактчекінгу.

Школа – місце, де діти проводять багато часу. Вони втомлюються від потоку інформації, лекцій, домашніх завдань. Щоб дітям справді було цікаво необхідно урізноманітнити навчальний процес. Так, щоб він був актуальний та цікавий для учнів.

Освітні заклади – це саме ті інституції, що мають усі можливості для того, щоб долучитися до формування медіаграмотного споживача. Як для вчителів, так і для учнів важливо стати інформаційно та медійно грамотним, набути певних навичок, пов'язаних з роботою в інформаційному та медіапросторі [2].

## **1.2. Важливість навичок критичного мислення для людей старшого віку**

Для людей старшого віку навички медіаграмотності є дуже важливими. Окрім російської пропаганди, є ще великий ризик потрапляння на гачок до

шахраїв. Старші люди також схильні вірити інформації, не перевіряючи її, а тим паче потім поширювати.

Старша вікова група становить трохи більше чверті населення України: станом на початок 2023 року Держкомстат зафіксував 10,68 млн пенсіонерів. Ця вікова група залишається найактивнішою, коли йдеться про голосування на виборах, і може значно впливати на суспільство та політику [69].

Незважаючи на те, що телебачення досі є основним джерелом інформації для старшої вікової категорії, майже половина людей похилого віку користуються смартфоном, який для більшості з них є єдиним пристроєм, виходу в Інтернет [26].

Дорослі, особливо ті, хто виріс в умовах радянських медійних наративів, мають навчитися розбирати та аналізувати потік інформації, виявляючи приховані змістові шари, мотиви та інтереси [51].

Український інститут медіа та комунікації провів дослідження медіаграмотності серед людей старшого віку (60+). У їхньому дослідженні більшість респондентів старшого віку впевнені у своїх навичках відбору та перевірки інформації. Зважають також на помітну гендерну та регіональну різницю в оцінці навичок. Чоловіки вище оцінюють свої навички, ніж жінки. Респонденти на Заході України більш впевнені у своїх навичках фактчекінгу, ніж на Півдні та Сході. Серед респондентів превалює скептичне ставлення до новин, порівняння медіаджерел між собою, споживання новин з різних каналів та джерел інформації, та лімітування джерел лише до офіційних каналів. Серед респондентів, які низько оцінюють свої навички відбору та фактчекінгу, поширена загальна недовіра до джерел інформації, вважають, начебто «правди все одно ніхто не скаже». Вважають, споживання новин має займати дуже багато часу. Респонденти назвали себе «простою людиною з обмеженими ресурсами, що не може отримати та правильно зрозуміти інформацію». Такі переконання поглиблюють відчуття їхньої безпорадності перед великим потоком інформації [54].

Засвоєння культурних норм у процесі медіасоціалізації супроводжується певною особливістю: у реальному житті цінності та норми передають люди старшого покоління молодшим, а у віртуальному – цінності надходять від ідеалів та віртуальних образів. Дослідник Коломієць вважає, що люди старшого покоління змушені самі адаптуватися до медіасередовища, в той час як молодь у ньому народилася і сприймає його як природне. Він вважає, що недостатній рівень медіаграмотності серед старшого покоління саме через брак досвіду ефективної взаємодії з медіа, який би могли передати молодому поколінню, оскільки вони самі мають брак знань і навичок і не завжди здатні протистояти негативному впливу медіа [24].

Результати опитування показують, що більшість респондентів старшого віку мають доступ до смартфона з підключенням до інтернету (60,6%). Значно менше число респондентів мають доступ до комп'ютера або планшета (39,2%). При цьому, бачимо значну різницю у віковому розрізі: якщо серед аудиторії 60-69 років 72,7% мають доступ до смартфона, те саме правильно лише для 47% аудиторії 70+. Також бачимо помітну регіональну різницю у доступі до смартфона: 50% на Заході, 64,8% у Центрі, 61,5% на Півдні та 67% на Сході. Найбільш поширеним електронним пристроєм лишається телевізор (66,7%). Доступ до смартфона є ключовим фактором у доступі до інтернету: 43,1% респондентів використовують смартфон для виходу в інтернет, і лише 17,8% використовують для цього комп'ютер. При цьому, бачимо помітну гендерну різницю у використанні електронних пристроїв для виходу в інтернет: якщо жінки частіше виходять в інтернет зі смартфона (47,1% жінок і 36,1% чоловіків), чоловіки частіше користуються комп'ютером або планшетом (12,5% жінок і 27,3% чоловіків). 34,4% чоловіків і 37,8% жінок не користуються інтернетом взагалі. Великий розрив бачимо між містом і селом у кількості людей, що не користуються інтернетом (29,6% у місті та 50,1% у селі). Також серед аудиторії 70+ не користується інтернетом половина (50,1%) опитаних [54] (див. Додаток 3, И).

Людмила Бондаревська, кандидатка психологічних наук, наголошує на вразливості людей старшого віку до інформаційних маніпуляцій. «Літні люди часто довіряють інформації, яку бачать в інтернеті, не перевіряючи її джерела. Це може призводити до поширення фейкових новин та паніки», – пояснює Людмила, – «Саме через інформаційний простір зараз відбувається потужний вплив на свідомість людини: це і провокативні чи фейкові новини, маніпуляція людськими цінностями та емоційними станами. Почасти це зумовлює посилення тривог та страхів окремої людини, провокує сумніви й підриває віру. І в найбільшій зоні ризику — діти та люди старшого віку. Це визначає актуальність посилення медіаграмотності для цих вікових категорій [22].

Шахраї можуть використати довірливість людей старшого віку. Щоразу вони видумують нові схеми обману.

Зокрема, один зі способів обману, який набув поширення, це надсилання у месенджерах фальшивих повісток із вимогою з'явитися на допит до «поліції» або «СБУ» у зв'язку з нібито наявним кримінальним провадженням. Важливо, що найбільш поширеною зачіпкою для аферистів є придбання літніми людьми ліків або біодобавок з нав'язливих рекламних оголошень.

У розмові з жертвою шахраї переконують її, що куплені препарати нібито «вироблені в рф» та «заборонені на території України», тому покупець таким чином співпрацює із ворогом. Після цього співрозмовники пропонують «допомогти» у вирішенні проблеми, а в обмін на це вимагають у пенсіонерів виконання певних дій, зокрема – переказу великої суми коштів на неідентифіковану банківську картку або передачі готівки «агенту» особисто в руки з обіцянкою повернути гроші після їх «задекларування» та «перевірки».

Згодом, коли жертва злочинної схеми усвідомлювала, що власноруч віддала незнайомцям свої збереження, зловмисники продовжували дедалі більше вводити потерпілих в оману та шантажувати їх. Використовуючи методи психологічного тиску та маніпуляцій, злочинці запевняли, що людина може повернути свої статки за умови вчинення різного роду диверсій на території нашої країни, незаконних стежень за іншими особами тощо [11].

Також поширені інші шахрайські схеми, як от телефонні шахрайства. Вони пов'язані з виманюванням реквізитів банківських карток або іншої конфіденційної інформації. Ніколи не повідомляйте особисту або банківську інформацію незнайомим людям по телефону чи в інтернеті. Якщо вам дзвонять і представляються банком або державною установою, завжди перевіряйте інформацію за офіційними номерами.

Цінний приз чи виграш. Будьте уважні до підозрілих повідомлень, що обіцяють швидкий заробіток чи виграш у лотерею. Не переходьте за сумнівними посиланнями та не відкривайте вкладення з незнайомих електронних листів. Пам'ятайте, що шахраї часто грають на емоціях, тож не поспішайте діяти під тиском страху або співчуття.

Родич у біді. Схема його проста. Шахраї дзвонять на мобільний, як правило, увечері або вночі, представляються працівниками поліції, і повідомляють, що родич жертви затриманий. Далі, вимогливо пропонує розв'язати питання про непритягнення до відповідальності за грошову винагороду. Інший варіант – родич потрапив у біду. Співрозмовник заявляє про необхідність грошей на операцію тощо. Якщо людина нервує та підтримує бесіду, зловмисник розуміє – жертва «на гачку». Аферисти – хороші психологи, вони не дають жертві вийти зі стресової ситуації, ведуть діалог так, що потерпілі погоджуються допомогти родичеві та слухняно виконують поради «доброго» посередника [33]. Описані приклади засвідчують важливість навичок медіаграмотності для людей старшого віку.

### **1.3. Штучний інтелект та дезінформація**

Із розвитком технологій штучний інтелект використовують дедалі більше користувачів. Інколи цим можуть скористатися шахраї. За допомогою штучного інтелекту можна згенерувати картинки, відео, або ж навіть підробити чийсь голос.

У соцмережах часто можна зустріти дописи з закликом когось привітати. Переважна більшість таких дописів – фейкові й для них використовують

фотографії реальних людей. Але після перевірки може виявитися, що ця людина давно померла, вона з іншої країни, або як в останній історії – російського військового, який залишився без ноги через своє вторгнення в Україну, представили українцем.

Нещодавно Sanya Malash звернула увагу на один з таких дописів у спільноті «Я з України». На фото зображені молодята, які просять, аби їх привітали з одруженням. Цей допис прокоментували понад 1300 раз і переважно – привітання, сердечкі та квіточки. Перепощували цей допис близько 980 разів.

Саня запідозрила, що на фото – не українські молодята, і Google швидко підтвердив її здогадки. На фото зображений герой «СВО» з «ДНР» Дмитро Матвієнко і жителька Нижнього Новгорода Олександра Макарова (Див. Додатки І, І'). Ногу він втратив внаслідок пулі снайпера (імовірно, українського), а ще має купу інших поранень [39].

На сторінці у фейсбуці із ніком Peace Love згенеровані зображення. Вони також використовують маніпуляцію в описі допису написавши: «Не гортай повз, прошу, дай 3 секунди... Його звати Роман. Йому 21 років. Захисник України, який вижив після жахливого вибуху...». У підписі до допису є граматичні помилки. Також на фото написано «99 людей пройдуть повз і лише 1 поділиться», що також є маніпуляцією. На зображенні начебто поранений захисник у лікарні. Якщо придивитись, зображення містить явні ознаки згенерованого штучним інтелектом, як от: надмірно заплакане обличчя, надпис не читається. Проте цей допис уже «полайкала» аудиторія (Див. Додаток Й').

На цій ж сторінці можна знайти дописи російською, проте на зображенні начебто українці (Див. Додаток К).

Серед дописів, які зібрали багато реакцій та коментарів, можна знайти зображення дівчини із протезами серед випічки. Пост супроводжується підписом «Я ветеран. Сьогодні в мене день народження, а мене ніхто не привітав». На зображенні є також явні ознаки використання штучного

інтелекту: надписи нечитабельні, лице дівчини не дуже чітке, люди навколо у верхньому одязі, а вона сидить у спідниці та кофтині (Див. Додаток Л).

Допис, який набрав уже понад дві тисячі лайків, містить такий підпис «Сьогодні мені виповнилося 17 років. Але ніхто мене не привітав, тому що я інвалід, і нікому не потрібна». На фото дівчина на кріслі колісному (Див. Додаток М). Це фото виглядає дуже реалістично, проте тут присутня маніпуляція, адже акцентується на інвалідності і на тому, що дівчина, начебто, нікому не потрібна. Це і спонукає аудиторію «лайкати», коментувати та поширювати. Водночас, якщо перейти на сторінку, звідки це «запустили», очевидно, що вона перенасичена саме таким контентом.

Ще один приклад зображення де мати із донькою (Див. Додаток Н). У цьому випадку явно проглядаються ознаки згенерованого штучним інтелектом зображення: заплакані обличчя, нечитабельний текст, присутня маніпуляція, що, начебто, дівчину ніхто не привітає, бо вона донька прибиральниці.

Іноді те ж саме зображення з ідентичним текстом публікують різні сторінки. До прикладу зображення із начебто захисником та підписом: «СЬОГОДНІ Я СВЯТКУЮ СВОЄ 35-РІЧЧЯ, НІХТО МЕНЕ НЕ ПРИВІТАВ. ПРИВІТАЙ МЕНЕ, ХТО Б ТИ НЕ БУВ, я буду захищати тебе своїм життям!». Тут очевидна маніпуляція, нібито чоловік захищатиме тільки тих, хто поставить лайк. На одній із сторінок пост зібрав 15 тисяч лайків, у іншій – 113 вподобань (Див. Додатки О, П).

Якщо подивитися уважніше на інформацію про сторінки, які поширюють цей контент, то вони, в основному, керуються як не з Індонезії, то з Вірменії, чи Італії, або навіть з Кот-д'Івуар.

А якщо прогорнути дописи, то можна побачити, як ці сторінки з плином часу змінюють свої назви. Очевидно, багато з них були придбані раніше вже з певною накрученою аудиторією і перейменовані. Ціна питання за сторінку з 50 тисячами підписників – 100-300 доларів [10].

Соцмережі працюють так, що дописи можна редагувати навіть через тривалий час після публікації. Це досліджував Владислав Бедринець у

публікації інформаційного агенства «Нова Доба». Редагуючи допис змінитися може лише фото і підпис, а активність, яку набрав допис, лишається. Він наводить приклад, що картинка про хороброго українського воїна, якого ніхто не привітав у його день народження, може перетворитися на грошовий збір на підтримку ворога того самого хлопця.

Такі дописи російська пропаганда використовує для своєї мети. Змінений допис може містити інформацію, яка потрібна ворогу, та працювати на нього. Виходить, що ти нібито хочеш підтримати п'яťох красивих україночок-близнючок, які на одному літаку захищають українське небо, а натомість допомагаєш ворогу вбити їх [23].

У інформаційній війні Росія дедалі більше використовує генеративний штучний інтелект (ШІ) у пропагандистських операціях. Вони використовують генеративні моделі – зокрема великі мовні моделі та системи для створення зображень і відео, які дозволяють їм не лише масштабувати обсяг контенту, а й підвищувати його правдоподібність. The Washington Post та Wired провели дослідження у 2025 році, в ході якого виявили, що у межах операції Operation Overload («Матрешка») проросійські актори створювали відео з AI-згенерованими «новинними ведучими», які поширювали неправдиві повідомлення. Серед цих повідомлень було повідомлення про нібито фінансування USAID зірок Голлівуду для підтримки президента України. Ці ролики ширилися у соцмережі X (Twitter), де зібрали мільйони переглядів, чим продемонстрували ефективність автоматизованих інструментів у формуванні наративів [18].

**Висновки до розділу 1.** Медіаграмотність важливо розвивати людям усіх вікових категорій. Завдяки ній можна навчитися критично сприймати інформацію, що дозволить не вестися на пропаганду, маніпуляції. Також медіаграмотність дозволяє реагувати на повідомлення не так емоційно, завдяки чому можна уникнути шахраїв. Також із розвитком технологій в інтернеті можна дедалі частіше зустріти контент згенерований штучним інтелектом. Щоб

зрозуміти, які загрози несе контент, зроблений штучним інтелектом, та як від цього вберегтись, нам потрібно навчати найвразливішу аудиторію: дітей та людей старшого віку навичкам медіаграмотності.

## **РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТИ З МЕДІАГРАМОТНОСТІ ДЛЯ РІЗНОВІКОВОЇ АУДИТОРІЇ**

Розвивати навички медіаграмотності потрібно поступово та систематично. Зважати також і на те, що технології постійно розвиваються та в інтернеті з'являються нові загрози. Тому можемо сказати, що медіаграмотності постійно потрібно навчатись.

Медіаосвіта – це частина освітнього процесу, яка перед бачає підготувати особистість до безпечного та ефективного споживання продукту, що виробляє велика система сучасного масмедіа, а також пояснити як ця система працює. Бути медіаграмотним корисно не лише журналістам, а й тим, хто активно живе в соціальному просторі.

У світі постправди та жорстких реалій українського інформаційного простору медіаграмотність є необхідним інструментом для кожного, починаючи з пелюшок і аж до старості. Критичне ставлення до інформації вимагає, проте, зусиль і постійної роботи над собою [21].

56 % ініціатив у сфері медіаграмотності були орієнтовані на доволі вузьке охоплення — менш ніж 10 тисяч осіб. Тоді як лише 18% продуктів подолали межу у 500 тисяч охоплення. Більшість експертів констатували, що потрібно виходити за межі «бульбашки медіаграмотності», охоплювати нові аудиторії та канали.

У період з 2020 по 2024 роки в Україні у сфері медіаграмотності домінували чимало типів продуктів. Наприклад, кампанії з популяризації медіаграмотності — разові або комплексні дії, які пояснюють важливість медіаграмотності загалом чи/та окремих її елементів. Реалізуються в різноманітних форматах: від точкових блогів до всеукраїнських промокампаній.

Також дослідники виділили такі продукти як: офлайн-тренінги, лекції, семінари; онлайн-курси у відкритому доступі – зокрема, на освітніх платформах (наприклад, на Prometheus); ресурси з фактчекінгу, які збирають, аналізують і пояснюють приклади фейків і маніпуляцій (такі як StopFake); блоги, подкасти й інтерв'ю – як-от серія «Медіуми» від «Детектора медіа»; ігрові продукти – зокрема, гра «НотаЄнота», що навчає критичного мислення; онлайн-тести – зокрема національний тест із медіаграмотності, який допомагає виявити прогалини у знаннях; журналістські розслідування – викриття псевдоекспертів, інфошахраїв і маніпуляторів (наприклад, дослідження видання «Свідомі» щодо Спартака Субботи); книги з акцентом на медіаграмотність і критичне мислення українців; інтеграція медіаграмотності в освітні та культурні продукти, а також бази, в яких концентруються хороші чи погані ресурси (наприклад, Білий список якісних медіа від ІМІ або база псевдосоціологів від «Текстів») [48].

### **2.1. Ігрові проєкти з медіаграмотності для школярів**

Медіа активно займаються спростуванням дезінформації.

До ЗМІ, що забезпечують перевірку фактів, відносимо такі ресурси, як «StopFake», «Брехунець», «НотаЄнота», «Детектор медіа» та «Інститут масової інформації» – усі вони спеціалізуються на фактчекінгу новинної інформації, яка потрапляє в український медіапростір через російські канали комунікації або ж створюється і шириться вітчизняними журналістами в Україні [63].

Журналісти розробляють різні проєкти із медіаграмотності, аби зацікавити дітей стати більш медіаграмотними.

«НотаЄнота.Games» – це авторський проєкт Альони Романюк, фактчекерки, засновниці та головної редакторки проєктів «НотаЄнота», «По той бік путінської брехні», «По той бік пандемії», «Інфовкиди російсько-української війни», викладачки Інституту журналістики КНУ ім.Т.Шевченка [31].

Є спеціальний сайт, на якому розміщені понад 1250 завдань, які можна використати під час гри.

Завдання розробляли фактчекерка, головна редакторка проєктів «НотаЄнота» та «По той бік путінської брехні», викладачка Інституту журналістики КНУ ім. Т. Шевченка Альона Романюк, вчителька Луцького ліцею №27 Тетяна Мигас та журналістка, головна редакторка «Кавун.City» Євгенія Вірлич.

Ідея створити веб-сайт із завданнями для гри, який буде доступний для широкої аудиторії, виникла в рамках акселератора «Mediengeist» від КУНШТ та Goethe-Institut Ukraine. До ініціативи у ролі авторів питать приєдналися відомі науковці, популяризатори науки, журналісти, редактори, учителі та руйнівники міфів [25].

«Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність». Ціль проєкту – допомогти українським школярам набути навичок критичного сприйняття інформації й усвідомити цінність високоякісної інформації в контексті шкільної освіти. Проєкт розвиває сталу модель інтеграції навичок критичного сприйняття інформації в навчальний процес загальної середньої освіти, працюючи не лише зі школами, а й із закладами вищої освіти – педагогічними факультетами ЗВО та ІППО. Автори зазначають, що протягом 2018- 2021 років до проєкту долучилося 3295 вчителів із 1293 шкіл, що знаходяться у 24 областях України та Києві. У компоненті вищої освіти беруть участь 24 ІППО та 21 ЗВО.

Команда проєкту розробила матеріали для школярів, які розвивають навички критичного сприйняття інформації, для таких предметів: українська

мова (8-9 класи), українська література (8-9 клас), історія України (8-10 клас), всесвітня історія (8-10 клас) та мистецтво (9 клас).

Учасників проєкту опитали у травні 2021 року. В опитуванні 97% вчителів зазначили, що матеріали зробили уроки цікавішими для учнів, 91% вчителів вважають, що матеріали допомогли їм краще розкрити теми уроків, а 81% за допомогою матеріалів підвищили активність учнів на уроках [8].

Медіа-освітній проєкт – «Media Sapiens» [70]. На головній сторінці проєкту можна знайти теги: Медіаграмотність, міфологія, тактики пропаганди, попкульт, медіа колаборанти, кремлеграм, агітпроп у світі, MediaSapiens пояснює, досьє моніторинг. Теги дозволяють швидше знайти розділ, який цікавить. Також одразу з головної сторінки можна перейти на онлайн-курс «Новинна грамотність».

Онлайн посібник для підлітків «Медіадрайвер». Він містить не лише текстову інформацію про різні типи медіа, але й чимало інфографіки, відео та навіть мультики. Також присутній ігровий елемент у вигляді тестів, проходження яких дозволяє отримати «Посвідчення медіадрайвера» – водія, який добре орієнтується у складних лабіринтах світу медіа [28].

«Медіазнайко» – це перша навчальна гра з медіаосвіти в Україні, її мета – допомогти якомога більше дізнатися про інформаційне/медійне поле. Гра – частина курсу з медіаграмотності, розробленого спеціально для загальноосвітніх шкіл. Суть гри полягає у тому, що потрібно пройти 9 рівнів/етапів, надати відповідь на запитання, стати журналістом, створити телепрограму, сайт і газету, дізнаючись при цьому як працюють медіа і як вони впливають на тебе – споживача інформації [1].

Медіаосвітня гра для підлітків – «Пригоди Літератуса». У цій грі підлітки оцінюють достовірність і правдивість інформації, яка їм трапляється, перевіряють її та знаходять правду [30].

Важливо навчити учнівство не тільки ефективно використовувати технології для навчання, спілкування та співпраці, а й сформувані в них розуміння про потенційні ризики та виклики цифрового світу. Освіта в цьому

контексті є необхідною платформою для набуття навичок цифрового громадянства [36].

Медіаграмотність для дітей є важливою, адже ті, хто не володіють медіаграмотністю є більш вразливими до місінформації (ненавмисне поширення неправдивої інформації, без наміру ввести в оману) та дезінформації (свідоме поширення інформації, яка є завідомо неправдивою). За даними досліджень існує взаємозв'язок між медіаграмотністю та більш високим рівнем задоволеності демократією. Ті, хто володіє медіаграмотністю, краще помічають міс- та дезінформацію щодо демократії та ліберальних цінностей. Таким чином підвищення медіаграмотності може допомогти зупинити потік неправдивої інформації, а також збільшити підтримку демократії та ліберальних цінностей [67].

Рівень медіаграмотності серед учнів не високий. Саме для його підвищення розробляють методики навчання, в більшості у формі гри, щоб діти могли цікаво та доступно отримати інформацію. Такий підхід досить дієвий, адже учні погано сприймають просто суху теорію.

## **2.2. Ресурси і платформи для набуття медіакомпетентностей студентами**

Онлайн-курс «Новинна грамотність» від Детектор Медіа – це просвітницький проєкт, який спрямований на поширення медіаграмотності серед населення в умовах воєнного конфлікту. Він розрахований на широке коло користувачів: від студентів і викладачів профільних факультетів та всіх, кому цікава тема медіа. Цей курс складається із десяти модулів. В ході модулів експерти говорять про те, як створюються новини, які існують професійні стандарти, етичні дилеми, у який спосіб медіа можуть маніпулювати суспільною думкою через новини. Розповідають також, хто є основними медіавласниками в Україні, та як соцмережі міняють сприйняття новин [21].

Курс «Медіаграмотність: практичні навички» допоможе вам опанувати інструменти для розпізнавання фейків і критичного сприйняття інформації в

сучасному світі. Цей курс – авторська розробка відомого політолога, викладача, автора досліджень гібридної війни Євгена Магди. Курс присвячений медіаграмотності та головним викликам сучасного світу – дезінформації та фейкам. Підходить для студентів, які цікавляться темою медіаграмотності та бажають здобути практичні навички для роботи з інформаційними потоками [71].

В Україні існує велика кількість онлайн-платформ та інструментів для розвитку медіаграмотності, кожен з яких має свої особливості, структуру та методологію. Наприклад, «Цифрова безпека та комунікація в онлайні» – онлайн-курс, спрямований на навчання основ безпечного спілкування в соціальних мережах. Media IQ – інформаційно-освітній онлайн-проект, що охоплює різні аспекти медіаграмотності, з основною метою інформувати, навчати та поширювати методологію серед його користувачів. «Стопфейк» (StopFake) – інтернет-проект, створений у березні 2014 року для спростування неправдивої інформації про Україну та інші країни. Онлайн-платформи «EdEra» та «Prometheus» пропонують широкий спектр курсів із медіаграмотності, які допомагають як викладачам, так і здобувачам освіти розвивати важливі навички критичного мислення, інформаційної грамотності та медіакомпетентності. Завдяки цим курсам користувачі навчаються аналізувати інформацію, відрізнити факти від фейків, а також набувають загальних і фахових компетентностей, необхідних для успішної роботи в сучасному світі. Портал «Media Sapiens» активно використовується для того, щоб допомогти розпізнати якісну та достовірну інформацію. На сайті можна знайти добірки книг із медіаосвіти та медіаграмотності, цікаві медіадослідження, а також анонси медіаподій та інші корисні матеріали. Це єдиний в Україні онлайн-ресурс, який фокусується на медіаграмотності, навчаючи критично оцінювати інформацію в засобах масової інформації, розпізнавати якісну та правдиву інформацію, виявляти маніпуляції та не піддаватися їм. Ще одним корисним інструментом є освітні серіали, що розміщені на порталі «Дія». Так, наприклад, онлайн-серіал «Very Verified»

на платформі «Дія» є чудовим інструментом для розвитку медіаграмотності. Курс допомагає зрозуміти, як медіа впливають на людей, як розпізнавати фейки та маніпуляції, а також як критично оцінювати інформацію в Інтернеті. Залучення популярних блогерів робить навчання ще цікавішим та ефективнішим [41].

В Інтернеті представлено широкий вибір безкоштовних онлайн курсів із медіаграмотності. Дослідники Руденко Ю., Дегтярьова Н., Петренко С., Горохова В. вважають, що у підготовці викладачів позитивно зарекомендували себе онлайн курси: Платформа Educational Era. Студія онлайн-освіти, Безкоштовні курси «Онлайн курс з медіаграмотності», «Фактчек: довіряй-перевіряй». Інтерактивний курс «Онлайн курс з медіаграмотності» містить теоретичні блоки за темами «Медіапростір», «Традиційні медіа», «Соціальні медіа», «Дезінформація та маніпуляції». Зручно, що кожен блок містить тестування та підсумки, так можна перевірити свої знання. Наприкінці проходження курсу передбачили фінальне тестування та отримання сертифікату з медіаграмотності. Платформа ВУМ online Курс «Верифікація в Інтернет» проводять досвідчені журналісти, які на прикладах і тестових завданнях пропонують методи виявлення дезінформації. Приділили увагу психологічній складовій інформаційних провокацій та способам їх розпізнавання. Також дослідники згадують медіапроект Фільтр, який презентує свою місію як «Медіаграмотність – твій фільтр споживання інформації». У проєкті ставлять за мету об'єднувати та координувати зусилля держави та партнерів для формування медіаграмотності українців, підвищувати рівень обізнаності про проблеми дезінформації та навчити вмінням виявляти маніпуляції [44].

### **2.3. Заняття з медіаграмотності для людей старшого віку**

Усіх, кому виповнилось 60 років, зараховують до однієї вікової категорії – люди старшого віку. Таких людей сприймають, як менш обізнаних, менш

здібних та таких, які потребують додаткової допомоги в освоєнні цифрових медіа. Це стереотип.

Ця вікова група не є однорідною. Люди старшого віку мають різний рівень навичок, досвіду використання цифрових технологій.

Результати досліджень стверджують, що національна політика, соціокультурний контекст, рівень фізичного та психічного здоров'я, а також стать та освіта мають домінуюче значення у якості користування цифровими технологіями [68].

На сайті Дія.Освіта є розділ для людей елегантного віку [15]. Там можна знайти відео про захист пристроїв та інформації в інтернеті, захист даних та автентифікація [17]. Також можна знайти освітній серіал про Базові знання з кібергігієни. Освітній серіал містить важливі аспекти з кібербезпеки, які допоможуть захистити особисті дані й уникнути кіберзагроз. Кожна серія надає практичні поради, які допоможуть убезпечити себе в цифровому світі. А також навчає безпечно користуватись електронною поштою, управляти акаунтами й уникати небезпечних сайтів, що допоможе упевнено орієнтуватися в цифровому середовищі [16].

«Very Verified 2.0: онлайн-курс із медіаграмотності» створений міжнародною організацією IREX спільно зі студією онлайн-освіти EdEra в 2024 році. «Very Verified 2.0: онлайн-курс із медіаграмотності» пояснює, як орієнтуватися в інформації довкола, розпізнавати маніпуляції, мову ворожнечі, дезінформацію, пропаганду та бути стійкими до них [66].

Школа медіаграмотності – це міні курс, після якого ви більше ніколи не станете жертвою фейків та інформаційних маніпуляцій. 7 навчальних відео розвінчують найлютіші фейки: про милозвучність української мови, безпеки від вакцинації та історичні фейки нашого ворога [32].

Для старшої аудиторії також можна проводити гру «Нота Єнота».

Так, у рамках міської цільової програми «Старше покоління запоріжців» відбулася презентація проекту з медіаграмотності для людей поважного віку.

До участі в інтерактивній антифейковій грі «Нота енота» запросили близько 60 літніх людей з різних районів Запоріжжя. Для поважних учасників було організовано трансфер автобусами до приміщення укриття гімназії №94, де і відбувся тренінг з медіаграмотності [20].

**Висновки до розділу 2.** Важливо займатися підвищенням медіаграмотності молоді та людей старшого віку. Ці вікові категорії є кардинально різними, адже молодь користується смартфонами з інтернетом з дитинства, а для людей старшого віку це може бути новинкою. Проте, що молодь, що людей старшого віку необхідно навчати кібербезпеці, розвивати критичне мислення, щоб уміти краще відфільтровувати інформацію. Деякі підходи або теми занять можуть збігатися. Проте, все ж, важливо враховувати всі особливості тих чи інших вікових категорій.

### **РОЗДІЛ 3. ФОРМИ ТА МЕТОДИ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ МЕДІАГРАМОТНОСТІ ЯК ОСНОВИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ СУСПІЛЬСТВА**

Медіаграмотність можливо і потрібно популяризувати, адже саме так можна залучити якомога більше людей та збільшити рівень медіаграмотності серед населення.

У часи війни в Україні, дуже важливо захищати національний інформаційний простір. Він потребує не лише інформаційної та кібернетичної безпеки, але й вимагає підвищення рівня медіаграмотності. Медіаграмотність допомагає населенню протистояти дезінформації. Також саме медіаграмотність допомагає розвивати навички критичного мислення, які, своєю чергою, дають змогу аналізувати та оцінювати отриману інформацію. Зауважують, що в умовах російсько-української війни держава не може контролювати всі джерела та канали інформації, доступні звичайним громадянам, оскільки росіяни

постійно змінюють свою тактику в інформаційній війні. Отже, доходять висновку, що медіаграмотність потребує використання нових методів для її популяризації [12].

Пандемія COVID-19 та війна Росії проти України підкреслили важливість медіаграмотності для національної безпеки. Розвиток генеративного штучного інтелекту також збільшує потребу в медіаграмотності через можливі дезінформаційні загрози.

Для ефективного протистояння дезінформації робота з медіаграмотністю має бути міжсекторальною та потребує координації зусиль держави, громадського сектору, міжнародних організацій та медіаспільноти [29].

На думку керівника напрямку медіаекспертизи Фондації Суспільність Дмитра Тузова, стійкість українців до дезінформації та маніпуляцій є визначальною для захисту держави. За його словами, нині важливо вдумливо і уважно впроваджувати ініціативи боротьби з фейками, творчо застосовувати новітні технології розвитку медіаграмотності, особливо в молодіжному середовищі [59].

На думку експертів, нині ринок переповнений ресурсами з фактчекінгу. Хоча робота основних ініціатив дуже важлива, натомість вони припускають, що було би краще шукати нові напрями їхнього розвитку, а не створювати нові проекти. Також у людей фіксують емоційну втому від надлишку подій після насиченого періоду кінця 2024-го [47].

У Аналітичній записці, яку розробили в межах проекту RES-POL (Rapid Expert Support for Culture and Media Policies in Ukraine), експерти пропонували такі шляхи покращення рівня медіаграмотності:

- Вони запропонували включення медіаграмотності до навчальних програм як окремого предмета та її більш ґрунтовну інтеграцію в такі наявні дисципліни, як українська мова, історія, суспільствознавство та інформатика.

- Пропонують розширити доступ до медіаграмотності, інтегрувавши її в усі рівні освіти, починаючи з дитячого садка й закінчуючи університетами. Для цього пропонують запровадити єдиний державний стандарт медіаосвіти, який чітко визначав би вимоги до навчального процесу, методології та результатів.
- Експерти пропонують впровадити інноваційні підходи в освіті такі як: використання гейміфікації, віртуальної та доповненої реальності, щоб покращити навчання медіаграмотності [72].

Для підвищення рівня та подальшого розвитку медіаграмотності в державі можна впровадити такі стратегії:

1. Освітні програми. Розробка та імплементація обов'язкових освітніх програм із медіаграмотності в школах та закладах вищої освіти. Наприклад, включення занять з критичного мислення та медіаграмотності до навчальних планів та освітніх програм
2. Інформаційні кампанії. Такі як проведення інформаційних заходів щодо розпізнавання фейків і маніпуляцій у медіа. Наводять приклад створення соціальних медіакампаній з короткими відеороликами та інфографікою, які допомагатимуть людям розпізнавати фейки. До прикладу, пропонують запуснути хештеги на X (Twitter) або Instagram, які підкреслюватимуть важливість перевірки інформації перед поширенням.
3. Тренінги та семінари. Пропонують організувати тренінги та семінари із питань критичного мислення. До прикладу, це може бути організація безкоштовних вебінарів для громадян з питань аналізу інформації. У таких заходах можуть брати участь експерти з медіаграмотності, які надаватимуть учасникам практичні поради та інструменти для впорядкування інформації, яка надходить до них через медіа.
4. Підтримка фактчекінгу. Серед вирішення цього питання поширення та підтримка ініціатив фактчекінгу для перевірки достовірності

інформації. Наприклад, пропонують створення онлайн-платформ, які будуть надавати можливість контролювати інформацію через перевірку реальних, офіційно підтверджених фактів і подій. Також пропонують сприяти співпраці з незалежними фактчекерськими організаціями для проведення кампаній з питань щодо важливості перевірки інформації.

5. Партнерства з медіа. Пропонують співпрацювати з медіаорганізаціями для підтримки об'єктивного та правдивого медійного висвітлення. Укладення угод з популярними соціальними медіаплатформами допоможуть впровадженню технологій розпізнавання фейків та позначення спростувань сумнівних матеріалів. Ці заходи сприятимуть розвитку медіаграмотності серед населення України та допоможуть створити обізнане та свідоме суспільство [12].

### **3.1. Способи поширення медіаосвітніх знань серед молоді**

Популяризувати медіаграмотність для молоді потрібно через середовище, де вони проводять найбільше часу. Це може бути, як освітній простір, так і через медіаконтент, який вони споживають.

З листопада 2022 в Сумському НАУ розпочав роботу міжнародний проект «Екстраполяція стратегій ЄС для розвитку медіаграмотності студентів у вищій освіті України» за підтримки фонду Жан Моне в межах Програми ЄС Еразмус+. Проект спрямований на популяризацію основних напрямів політики ЄС у сфері медіаосвіти та залучення закладів вищої України до європейського дискурсу з медіаграмотності в умовах неспровокованого військового вторгнення росії в Україну.

Наш проект базується на досвіді Європейського Союзу, адже європейські країни протягом ХХ сторіччя (у т.ч. – в умовах холодної війни та значної інформаційної активності СРСР) набули всебічного досвіду масштабного впровадження медіаграмотності на всіх рівнях. У даному дискурсі медіаграмотність включає всі технічні, когнітивні, соціальні, громадянські, етичні та творчі здібності, які дозволяють громадянину отримувати доступ до

інформації через медіа; ефективно використовувати, безпечно і відповідально створювати та ділитися медіаконтентом через різні медіа платформи [6].

Участь студентів у серії тренінгів та вивчення курсу стали основою для наукового дослідження, проведеного з метою вивчення рівня сформованості навичок медіаграмотності студентів та їхнього ставлення до вивчення політики і досвіду ЄС в галузі медіаосвіти.

Під час дослідження було виявлено, що значна кількість учасників вважали, що оволоділи навичками медіаграмотності, але усвідомлювали необхідність підвищення та вдосконалення своїх здібностей у цій сфері. Це можна пояснити складністю медіаграмотності як багатогранної концепції, що стимулює учасників до пошуку різних думок і точок зору. Результати дослідження показали, що молоді люди дедалі більше усвідомлюють можливість дезінформації, пропаганди, і мови ненависті під час різноманітних соціальних заворушень. Ці результати також свідчать про проактивний підхід деяких учасників до боротьби з оманливим або спотвореним змістом медіаповідомлень [7].

Однією з її ключових особливостей освіти Німеччини є інституційно-орієнтована модель, за якої медіаграмотність активно просувається через державні програми, проекти та ініціативи. Організація «Добровільне саморегулювання постачальників мультимедійних послуг» (Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter) бере участь у численних заходах, експертних комітетах, круглих столах, панельних дискусіях, а також у програмах підвищення кваліфікації та підтримує батьків, вчителів та підлітків за допомогою різноманітних пропозицій з медіаосвіти, щоб вони могли безпечно та впевнено користуватися цифровими медіа. До цього варто додати ще державну програму в Берліні Jugendnetz Berlin з просування медіаграмотності серед дітей, молоді, батьків та професіоналів та Медіаакадемію GIZ, яка висвітлює проблеми дезінформації та гендерно зумовленого насильства в Інтернеті [45].

### **3.2. Популяризація медіаграмотності для людей старшого віку**

Популяризувати медіаграмотність для людей старшого віку потрібно через середовище, у якому вони знаходяться. Також ця вікова категорія не завжди користується смартфонами із інтернетом про що вже згадували вище, тому потрібно зосереджуватись саме на локальних офлайн заняттях.

Також можна просувати медіаграмотність через авторитетних людей, яким довіряє ця вікова категорія.

У багатьох німецьких землях проводяться дні або тижні дій для просування

медіаграмотності. У ці дні громадяни можуть дізнатися більше про те, як поводитися з медіа та отримати корисну інформацію. У цьому контексті доречно згадати щорічний «Тиждень медіаграмотності» за ініціативи Міністерства освіти землі РейнландПфальц, Педагогічного земельного інституту та Медіаінституту Рейнланд-Пфальц, орієнтований на громадян різного віку, "День медіаграмотності" в Нижній Саксонії, який пропонує форум для безперервної освіти, отримання нових імпульсів та передачі власного досвіду, а також для налагодження зв'язків з експертами Німеччини, «Штутгартські дні медіаосвіти», мета яких продемонструвати освітній потенціал цифрових ігор на основі наукових досліджень і практичних проєктів [45].

Нещодавно редакції ЗМІ почали включатися активніше в просвіту аудиторії з питань медіаграмотності. Раніше цим займалися переважно громадські організації. Вже після 24 лютого 2022 року такий контент з'явився в ефірі єдиного новинного марафону «Єдині новини» та у багатьох медіа.

Попри велику кількість проєктів із медіаграмотності, які останніми роками реалізують в Україні, рівень медіаграмотності населення залишається недостатнім. Про це свідчить ставлення населення до російських наративів. За результатами дослідження, яке провела компанія Info Sapiens, незадовго до російського повномасштабного вторгнення. У грудні 2021 року на замовлення ГО «Детектор медіа», 28% опитаних українців вважали протести на Майдані

2013-2014 років незаконним державним переворотом, а 42% погодилися із російським наративом про те, що ЄС та США прагнуть здійснювати зовнішнє управління Україною у своїх інтересах [19].

Медіаграмотність і мовна культура тісно пов'язані: рівень володіння мовою безпосередньо впливає на те, як людина інтерпретує та оцінює інформацію, а здатність до критичного аналізу допомагає помічати перекручення та знецінення мовних норм. Саме тому створення умов для популяризації української мови та розвитку медіаграмотності водночас стає запорукою успішного формування усвідомлених аудиторій [9].

Підвищення медіаграмотності нерозривно пов'язане з європейською інтеграцією України, адже розвиток медіаграмотності відкриває нові можливості для участі в житті суспільства та розвитку демократії. Крім того, креативність підходів та стрімкий розвиток ініціатив з медіаграмотності, що пов'язані з нагальністю наявних потреб, у перспективі може вивести Україну в лідери з просування медіаграмотності в Європі.

До того ж, медіаграмотність є компетентністю, що допомагає зміцнювати ідентичність шляхом участі в розвінчуванні історичних міфів, популяризації власної культури та самобутності. Зважаючи на те, що російська загроза є довготривалою в широкій історичній перспективі, навчання медіаграмотності має бути однією з засад державної політики, важливість якої усвідомлює все суспільство [50].

Медіаграмотність – це компетентність, яку потрібно розвивати протягом усього життя. Стратегія пропонує такі ключові компетентності для медіаграмотної людини:

Інформаційна та медіаграмотність:

- Розпізнавання різних типів контенту та підбір джерел інформації.
- Розуміння ролі медіа у суспільстві та знання про створення контенту.
- Аналіз мотивації автора контенту та контексту.

- Оцінка достовірності та неупередженості контенту.

Стійкість до інформаційних впливів, фактчекінг, критичне мислення:

- Розуміння способів маніпулювання емоціями та протидія їм.
- Ідентифікація дезінформації та маніпулятивного контенту.
- Питання, паралелі, аналіз передумов та причинно-наслідкових зв'язків.
- Розуміння загроз месенджерів та вміння ними користуватися.

Цифрова грамотність:

- Захист персональних даних і приватності.
- Розуміння впливу алгоритмів соцмереж і налаштувань браузерів.
- Розрізнення безпечних медіасервісів.
- Захист від шахрайств в Інтернеті.
- Розуміння роботи штучного інтелекту та його загроз.
- Застосування цифрових технологій для участі в житті суспільства.
- Дотримання цифрового етикету.

Відповідальне створення та поширення контенту:

- Повага до авторських прав.
- Протидія мові ворожнечі та соціальним стереотипам.
- Створення якісного контенту за допомогою цифрових технологій.
- Висловлення особистої думки в соцмережах.

Розвиток медіаграмотності в Україні неможливий без синергії та координації зусиль. Динамічність середовища, у якому ми живемо, вимагає постійного адаптування політики відповідно до вимог часу та технологічного розвитку [29].

**Висновки до розділу 3.** Популяризацією медіаграмотності потрібно займатися через різні канали комунікації, адже саме так у населення з'явиться розуміння, що медіаграмотність необхідна навичка у їхньому житті. Саме через заняття з аудиторією можна налагодити контакт та зосередитись на вивченні медіаграмотності, проте популяризація медіаграмотності на усіх рівнях

допоможе нормалізувати поняття медіаграмотності та популяризувати його серед усіх вікових категорій.

## ВИСНОВКИ

В ході роботи ми окреслили поняття медіаграмотності. Вчені трактують цей термін по-різному. Проте, науковці сходяться на тому, що медіаграмотність – це набуті під час навчання навички аналізувати та оцінювати медіа.

Медіаграмотність важлива у повсякденному житті, адже саме вона допомагає розвивати критичне мислення та краще аналізувати інформацію, не сприймаючи усе на віру. Іноді навіть авторитетні медіа можуть помилятися, саме тому завжди потрібно критично сприймати усю інформацію. Зосередились, зокрема, і на старшій віковій категорії, адже саме вони звикли сприймати на віру інформацію з телевізора.

Зосередились на понятті інформаційної війни, відзначивши його актуальність. Саме зараз Росія веде війну в інформаційному просторі, намагаючись впливати на вразливі категорії, такі як: діти та люди старшого віку.

У ході роботи ми проаналізували різні види інформаційної війни, адже розуміючи, які методи використовує ворог, легше йому протидіяти. Це дуже актуально зараз, адже росіяни намагаються пробитися у наш інформаційний простір зі своєю дезінформацією та маніпуляціями.

Ми проаналізували вже існуючі проєкти з медіаграмотності для молоді та людей старшого віку: НотаСнота, Вивчай та розрзняй: інфо-медійна грамотність, Медіа-освітній проєкт – «Media Sapiens», Онлайн посібник для підлітків «Медіадрайвер», «Медіазнайко», Медіаосвітня гра для підлітків – «Пригоди Літератуса», портал «Дія.Освіта», «Very Verified 2.0: онлайн-курс із медіаграмотності», «Школа Медіаграмотності».

Ми дійшли висновку, що медіаграмотність у сучасному світі дуже актуальна, необхідна навичка. Наша реальність перенасичена фейками, маніпуляцією, дезінформацією. Також довірливістю людей можуть скористатися шахраї. Тому важливо розвивати навички критичного мислення.

Із розвитком технологій поширюється використання штучного інтелекту. Ми проаналізували загрози, які він за собою несе. В руках зловмисників

штучний інтелект може бути використаний, як інструмент пропаганди, або для шахрайства.

Основний висновок полягає в тому, що медіаграмотність у сучасній реальності дуже цінна навичка. Зараз на кожному кроці в інтернеті можна наткнутися на дезінформацію, ПСО, або ж зображення згенеровані штучним інтелектом, які здавалось би, не несуть сильної шкоди. Проте, ширячи такий контент, можна грати на руку ворога. Замість згенерованої картинки із написом «Сьогодні мій день народження, але мене ніхто не привітав», яку полайкали та поширили тисячі людей, може з'явитися ворожа пропаганда, яка виправдовує вторгнення Росії в Україну.

Якщо дитина з юності вчитиметься медіаграмотності, вона буде стійкішою до можливих загроз російської пропаганди. Проте, не пізно навчатися медіаграмотності у старшому віці, адже старші люди беруть участь у виборах і своїм вибором впливають на майбутнє України. Важливо навчити їх не вірити у передвиборчі агітації, а критично сприймати та оцінювати кандидатів.

Росія прагне розсварити українців, поширюючи повідомлення від начебто українців. Іноді вони роблять помилки у перекладі, як от, коли написали про «пекельні борошна». Проте, інколи, повідомлення видаються занадто реалістичними. Вони можуть писати про приниження російськомовних, у що можуть повірити, як і діти, так і люди старшого віку. А згодом Росія використає захист російськомовних, як аргумент для продовження війни в Україні.

Важливо навчити молодь та людей старшого віку не вірити цьому, ретельно підбирати джерела інформації. Але обов'язково перевіряти інформацію, навіть, якщо її опублікувало надійне джерело із білого списку медіа. Іноді навіть ЗМІ з хорошою репутацією можуть опублікувати неправдиву інформацію. Проте, якщо медіа дорожить своєю репутацією, обов'язково опублікує спростування.

Ми також навчилися визначати, аналізувати свою цільову аудиторію. У нас дуже різноманітна цільова аудиторія, адже це учні, студенти, їхні батьки,

бабусі, дідусі, вчителі та журналісти, які також цікавляться темою медіаграмотності загалом та заняттями із дітьми або людьми старшого віку.

Дізналися про способи популяризації занять з медіаграмотністю. Проаналізували та підібрали варіанти, які підходять для нашої цільової аудиторії. Адже без популяризації медіаграмотності, зменшується шанс, що хтось зацікавиться та почне прокачувати свою медіаграмотність.

Промоція дуже важливий етап. Проте, не менш важливо зібрати аудиторію, розповідати про медіаграмотність, популяризувати її та поширювати для усіх вікових категорій.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Академія української преси URL: <https://medialiteracy.org.ua/onlajn-gra-mediaznajko/>
2. Академія української преси. Медіаграмотність на уроках суспільних дисциплін. Посібник для вчителя. 2016. URL: <https://www.aup.com.ua/upd/mo.pdf>
3. Андрієвська В. М., Шинкарьова Д. А. Цифрова та медіаграмотність. 2022. URL: <https://dspace.hnpu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/1a9efa5f-536a-4ff7-9f9b-2d735a8862e4/content>
4. Армія інформ. URL: <https://armyinform.com.ua/2023/10/12/czentr-protydiyi-dezinformacziyi-oprylyudnyv-novi-fejky-rospropagandy/>
5. Бадер С. Медіаграмотність та критичне мислення особистості: компаративний аналіз. 2025. URL: [https://www.aphn-journal.in.ua/archive/85\\_2025/part\\_1/85-1\\_2025.pdf#page=235](https://www.aphn-journal.in.ua/archive/85_2025/part_1/85-1_2025.pdf#page=235)
6. Білоцерковець М. Екстраполяція стратегій ЄС для розвитку медіаграмотності студентів у вищій освіті України. URL: [https://eprints.zu.edu.ua/36541/1/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA\\_%D0%B2%D0%B5%D0%B1%D1%96%D0%BD%D0%B0%D1%80\\_2023.pdf#page=16](https://eprints.zu.edu.ua/36541/1/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA_%D0%B2%D0%B5%D0%B1%D1%96%D0%BD%D0%B0%D1%80_2023.pdf#page=16)
7. Білоцерковець М. Формування медіаграмотності українських студентів у межах проекту еразмус+ Жан Моне. URL: <https://yearlybook-aprei.com.ua/wp-content/uploads/2025/04/Ukrayinskyj-SHHorichnyk-z-YEvropejskyh-Integracijnyh-Studij-Vypusk-X-2025-pik.pdf#page=23>
8. Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність. URL: <https://lms.e-school.net.ua/irex>
9. Вишневська Г. Медіаграмотність та мовна культура: формування усвідомлених аудиторій. URL: <https://tractatus.sumdu.edu.ua/index.php/journal/article/view/1279/1069>
10. Гард.Сіті. URL: <https://thegard.city/articles/410242/chomu-publikacii-v-socmerezah-scho-viklikayut-spivchuttya-slid-ignoruvati>

11. Головне управління Національної поліції у місті Київ. URL: [https://kyiv.npu.gov.ua/news/politsiia-kyieva-zasterihaie-spetssluzhby-vorohavykorystovuiut-novu-skhemu-zhertvamy-iakoi-staiut-litni-liudy?fbclid=IwY2xjawOiiABleHRuA2FlbQIxMABicmlkETFiTmh4VjhsaGhENnI4NDRhc3J0YwZhcHBfaWQQMjIyMDM5MTc4ODIwMDg5MgABHshQOtuD9unOHZu3STfuFpoF7nQ7K7-1QRVFHSImveqM4Pu5GtbKqEoqgYdT\\_aem\\_5rp96zXH3YvKxA4G53-sFw](https://kyiv.npu.gov.ua/news/politsiia-kyieva-zasterihaie-spetssluzhby-vorohavykorystovuiut-novu-skhemu-zhertvamy-iakoi-staiut-litni-liudy?fbclid=IwY2xjawOiiABleHRuA2FlbQIxMABicmlkETFiTmh4VjhsaGhENnI4NDRhc3J0YwZhcHBfaWQQMjIyMDM5MTc4ODIwMDg5MgABHshQOtuD9unOHZu3STfuFpoF7nQ7K7-1QRVFHSImveqM4Pu5GtbKqEoqgYdT_aem_5rp96zXH3YvKxA4G53-sFw)
12. Горбань Ю., Олійник О. Медіаграмотність як чинник захисту інформаційного простору від ворожої дезінформації в час війни. 2024. URL: <http://ukrinfospace.knukim.edu.ua/article/view/300896/293051>
13. Детектор медіа. URL: <https://ms.detector.media/propaganda-ta-vplivi/post/29264/2022-03-31-informatsiyna-viyna-tse-ne-tilky-feyky/>
14. Детектор медіа. URL: <https://detector.media/infospace/article/206582/2022-12-31-10-fiasko-rosiyskoi-propagandy-u-2022-rotsi/>
15. Дія. Освіта. URL: <https://osvita.diiia.gov.ua/catalog/appointment/for-people-of-elegant-age>
16. Дія. Освіта. Базові знання з кібергігієни. URL: <https://osvita.diiia.gov.ua/courses/basic-knowledge-of-cyber-hygiene>
17. Дія. Освіта. Захист пристроїв та інформації в інтернеті, захист даних та автентифікація. URL: <https://osvita.diiia.gov.ua/bytes/device-and-data-protection-authentication?entrypoint=appointment&value=32>
18. Драбюк С.С. Штучний інтелект і пропаганда та дезінформація: основні виклики. 2025. URL: <http://visnyk-pravo.uzhnu.edu.ua/article/view/341116/329128>
19. Дуцик Д. Формування соціальної стійкості та критичної медіаграмотності – до та під час війни. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/2cda0e98-be4c-4ade-919d-47199965485c/content>
20. Запорізька міська рада. URL: <https://zp.gov.ua/news/228213-mediagramotnist-dlia-litnix-liudei>

- 21.Золотухін Д. 15 кращих українських проєктів з медіаграмотності. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2455061-15-krasih-ukrainskih-proektiv-z-mediagramotnosti.html>
- 22.Інформаційне агентство «Нова Доба». URL: <https://novadoba.com.ua/430400-mediagramotnist-dlya-lyudej-starshogo-viku-yak-pokrashhyty.html>
- 23.Інформаційне агентство «Нова Доба». URL: <https://novadoba.com.ua/445424-niht-ne-pryvitaye-tsogo-stvorenogo-shtuchnym-intelektom-zahysnyka-ne-robit-tsogo-i-vy.html>
- 24.Коломієць О.Г. Медіасоціалізація молоді в сучасному медіапросторі. URL: <https://2/www.ite.kspu.edu/index.php/ite/article/view/14/15>
- 25.Коридор. Як робити промоцію книжок і що для цього треба? URL: <https://korydor.in.ua/ua/opinions/jak-robyty-promociju-knyzhkam.html>
- 26.Курило В. С., Караман О. Л., Степаненко В. І. Технологічні засади розвитку критичного мислення громадян старшого віку в умовах інформаційної агресії. Інноваційна педагогіка. 2025. Вип. 82. Т. 1. С. 164–168. URL: <https://doi.org/10.32782/2663-6085/2025/82.1.30>
- 27.Литовченко В.П Тримати медіаграмотність у тонусі. 2023. URL: [https://nadc.org.ua/docs/Conferencia/2023/Conferencia\\_mat\\_20042023.pdf#page=48](https://nadc.org.ua/docs/Conferencia/2023/Conferencia_mat_20042023.pdf#page=48)
- 28.Медіадрайвер URL: <http://mediadriver.online/>
- 29.Міністерство культури України. URL: <https://mcsc.gov.ua/news/strategiya-ministerstva-kultury-ta-informacijnoyi-polityky-ukrayiny-z-rozvytku-mediagramotnosti-na-period-do-2026-roku/>
- 30.Нова Українська школа URL: <https://nus.org.ua/news/dobirka-onlajn-resursiv-pro-mediagramotnist-vid-osvitnogo-ombudsmena/>
- 31.НотаЄнота. URL: <https://notaenota.com/>
- 32.О.університет. URL: <https://osvitoria.university/courses/mediagramotnist/>
- 33.Пісочинська селищна рада. URL: <http://pisochinska-gromada.gov.ua/news/1727166629/>

- 34.Піх В. Споживаймо інформацію вдумливо: добірка цікавих проєктів з медіаграмотності. URL: <http://mediakrytyka.lnu.edu.ua/ohlyady-analityka/spozhyvaymo-informatsiyu-vdumlyvo-dobirka-tsikavykh-proektiv-z-mediagramotnosti.html>
- 35.Пометун О. І. Критичне мислення як педагогічний феномен. 2018. URL: <https://uej.undip.org.ua/index.php/journal/article/view/493/423>
- 36.Посібник із медіаграмотності для підлітків. URL: <https://services.google.com/fh/files/misc/media-literacy-curriculum-for-teenagers-google-2023.pdf>
- 37.По той бік новин URL: <https://behindthenews.ua/feiki/inshe/foto-manipulyatsiyi-shi-ta-stvorenniya-ilyuziyi-patriotizmu-u-sotsmerezjah-778/>
- 38.Радіо свобода. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/28339105.html>
- 39.РБК-Україна. URL: <https://www.rbc.ua/rus/styler/os-chomu-var-to-pereviriyati-foto-sotsmerezah-1698248440.html>
- 40.Рекун О. О. Медіаграмотність у системі вищої освіти. 2020. URL: <http://erpub.chnpu.edu.ua:8080/jspui/bitstream/123456789/7150/1/%d0%9c%d0%b5%d0%b4%d1%96%d0%b0%d0%b3%d1%80%d0%b0%d0%bc%d0%be%d1%82%d0%bd%d1%96%d1%81%d1%82%d1%8c%20%d1%83%20%d1%81%d0%b8%d1%81%d1%82%d0%b5%d0%bc%d1%96%20%d0%b2%d0%b8%d1%89%d0%be%d1%97%20%d0%be%d1%81%d0%b2%d1%96%d1%82%d0%b8.pdf>
- 41.Родінова Н. Л. Використання цифрових платформ для формування медіаграмотності у здобувачів вищої освіти. URL: <http://pedagogical-academy.com/index.php/journal/article/view/454/334>
42. Рожило М. А. Значення медіаграмотності в журналістиці майбутнього. 2022. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/46716/1/Zbirnyk-tez-mizhnarodnoi-konferentsii-u-ramkakh-DESTIN-2022.pdf#page=71>
- 43.Рожило М. А., Наход А. В., Самчук А. С. Критичне мислення як інструмент медіаграмотності з протидії фейкам і маніпуляціям. 2022. URL: [https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/20023/1/kryt\\_mysl.pdf](https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/20023/1/kryt_mysl.pdf)

- 44.Руденко Ю., Дегтярьова Н., Петренко С., Горохова В. Розвиток медіаграмотності молодого покоління: практичний аспект проблеми. URL: <https://fmo-journal.org/index.php/fmo/article/view/204/137>
- 45.Рябчун Г. Ю. Історія розвитку медіаграмотності за кордоном: досвід Німеччини. URL: <https://researcheurope.org/wp-content/uploads/2025/07/re-15.07.2025.pdf#page=30>
- 46.Саламін Н. А. Медіаграмотність як інструмент протидії дезінформації у контексті гібридної війни в Україні. 2025. URL: <https://sci.ldubgd.edu.ua/jspui/handle/123456789/15969>
- 47.Свистуха Д. Як влаштований український ринок медіаграмотності: дослідження «Інституту свідомого громадянства» (оновлено). URL: <https://mediamaker.me/treningiv-bagato-efektu-malo-yak-vlashtovanyj-ukrayinskyj-rynok-mediagramotnosti-j-chomu-vin-buksuye-doslidzhennya-institutu-svidomogo-gromadyanstva-16950/>
- 48.Семенюта І. Для галочки, для донорів чи для стійкості? Як працює галузь медіаграмотності та яких потребує змін URL: <https://ms.detector.media/mediadoslidzhennya/post/37796/2025-04-15-dlya-galochky-dlya-donoriv-chy-dlya-stiykosti-yak-pratsyuie-galuz-mediagramotnosti-ta-yakyyh-potrebuie-zmin/>
- 49.Слово і діло. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2023/05/12/infografika/bezpeka/top-absurdnyx-rosijskyx-fejkiv-pro-ukrayinu-chas-povnomasshtabnoyi-vijny>
- 50.Стратегія міністерства культури та інформаційної політики України з розвитку медіаграмотності на період до 2026 року. URL: <https://mcsc.gov.ua/wp-content/uploads/2024/06/example1622.pdf>
- 51.Терепищій С. О. Філософські принципи медіаграмотності в епоху інформаційних війн. 2023. URL: [http://apfs.nuoua.od.ua/archive/43\\_2023/20.pdf](http://apfs.nuoua.od.ua/archive/43_2023/20.pdf)

52. Терно С. О. Критичне мислення – сучасний вимір суспільствознавчої освіти. 2009. URL: [https://sites.znu.edu.ua/interactiv.edu.lab/Posibnyky/Terno\\_monograph.pdf](https://sites.znu.edu.ua/interactiv.edu.lab/Posibnyky/Terno_monograph.pdf)
53. ТСН. URL: <https://tsn.ua/ato/scho-take-propaganda-yiyi-vpliv-na-lyudey-ta-yak-vona-pracyuye-v-umovah-viyni-2068972.html>
54. Український інститут медіа та комунікації. Медіаграмотність Для людей старшого віку (60+). 2023. URL: [https://www.jta.com.ua/wp-content/uploads/2023/11/UMCI\\_MediaLiteracy\\_60\\_UA.pdf](https://www.jta.com.ua/wp-content/uploads/2023/11/UMCI_MediaLiteracy_60_UA.pdf)
55. Український тиждень. URL: <https://tyzhden.ua/shcho-take-ipso-chomu-vazhlyvo-tse-znaty-i-iaki-operatsii-zaraz-provodyt-rosiia-proty-ukrainy/>
56. Укрінформ. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3596443-ne-citajte-cuzih-narativiv.html>
57. Укрінформ URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-factcheck/3816655-spam-reklama-fejki-ak-rosijska-propaganda-atakue-ukrainciv-u-socmerezah.html>
58. Федоренко О. Г., Кайдан Є. В. Формування медіаграмотності підлітків. 2021. URL: <https://ddpu.edu.ua/texel/index.php/TeXEL/article/view/47/43>
59. Фондація Суспільність. Медіаграмотність під час війни: важливість співпраці та новітніх технологій. URL: <https://souspilnist.org/blog/news/mediagramotnist-pid-chas-viini-vazhli/>
60. Центр протидії дезінформації. URL: <https://cpd.gov.ua/main/yaka-meta-golovnyh-kremlivskyh-ipso-u-vijni-proty-ukrayiny/>
61. Цехмейструк Р. Медіаграмотність у добу алгоритмічних рекомендацій: виклики для журналістики та освіти. 2025. URL: <https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/6501>
62. Шульська Н. М., Зінчук Р. С. Медіаманіпуляції в умовах російсько-української війни (на прикладі локальних ЗМІ.) URL: <https://pa.journal.kspu.edu/index.php/pa/article/view/819/812>
63. Шульська Н. М., Зінчук Р. С., Навальна М. І. Антифейкові ресурси сучасного медіапростору України в умовах інформаційної війни. 2022.

URL:

[https://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2022/4\\_2022/part\\_2/44.pdf](https://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2022/4_2022/part_2/44.pdf)

- 64.100 брехливих російських нарративів про російськоукраїнську війну. Збірник інформаційно-аналітичних матеріалів. А. М. Романишин, С. В. Черевичний, О. П. Остапчук та ін. 2023. С. 9 URL: <https://sprotyvg7.com.ua/wp-content/uploads/2023/06/100-%D1%80%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B9%D1%81%D1%8C%D0%B%D0%BD%D0%B0%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D1%96%D0%B2-%D0%BF%D1%80%D0%BE-%D0%B2%D1%96%D0%B9%D0%BD%D1%83.pdf>
- 65.BBC News Україна URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/articles/cd13wjzq00wo>
- 66.EdEra <https://study.ed-era.com/uk/courses/course/6177>
- 67.HARMONY SQUARE. URL: [https://filter.mkip.gov.ua/wp-content/uploads/2022/10/final\\_toolkit-teacher-ukrainian.-pdf.pdf](https://filter.mkip.gov.ua/wp-content/uploads/2022/10/final_toolkit-teacher-ukrainian.-pdf.pdf)
- 68.Journalism teachers' academy. URL: <https://www.jta.com.ua/trends/yak-efektyvno-vzaiemodiiaty-z-liudmy-starshoho-viku-v-proiektakh-z-mediahramotnosti-rekomendatsii-na-osnovi-doslidzhen/>
- 69.Journalism teachers' academy «Медіаграмотність для людей старшого віку (60+)» – дослідження Українського інституту медіа та комунікації. URL: <https://www.jta.com.ua/news-and-reports/mediahramotnist-dlia-liudey-starshoho-viku-60-doslidzhennia-ukrainskoho-instytutu-media-ta-komunikatsii/>
70. Media Sapiens URL: <https://ms.detector.media/>
- 71.Prometheus <https://prometheus.org.ua/prometheus-free/mediagramotnist-praktichni-navichki/>
- 72.RES-POL. Медіаграмотність та інформаційна стійкість: істотні питання політики. URL: [https://ppv.net.ua/uploads/work\\_attachments/RES-POL\\_Media\\_Literacy\\_and\\_Information\\_Resilience\\_2025.pdf](https://ppv.net.ua/uploads/work_attachments/RES-POL_Media_Literacy_and_Information_Resilience_2025.pdf)

## ДОДАТКИ

### ДОДАТОК А

#### СУБІНДЕКСИ МЕДІАГРАМОТНОСТІ

детектор медіа



↑↓ - Статистично значуща різниця

- Рівень загального індексу медіаграмотності значущо змінився за два роки: з 2020 по 2022 рік. Частка аудиторії з вищим за середній рівнем показника зросла з **55%** до **81%**.
- Частка аудиторії з високим рівнем компетентності зросла вдвічі в трьох субіндексах загального рівня медіаграмотності українців: **розуміння ролі ЗМІ у суспільстві, цифрової компетентності та чутливості до спотвореного контенту**. Виключення складає лише субіндекс використання медіа, який значущо не змінився.
- Найбільша частка аудиторії з низьким рівнем компетентності спостерігається за субіндексом **цифрової грамотності (15%)**. Але ця частка суттєво зменшилась за 2 роки (на **7%**).

База: всі опитані, N= 2000 (2020 р.), N= 2000 (2021 р.) та N= 1200 (2022 р.).

9

Діаграма. Детектор медіа. Джерело:  
<https://ms.detector.media/trendi/post/31701/2023-04-18-ukrainsi-suttievo-pokrashchyly-svoi-navychky-z-mediagramotnosti-doslidzhennya-detektora-media/>

## ПРОФІЛЬ СЕГМЕНТІВ АУДИТОРІЇ детектор медіа ЗА РІВНЕМ МЕДІАГРАМОТНОСТІ -2022

6%

НИЗЬКИЙ

- Серед аудиторії з низьким рівнем медіаграмотності переважають **старші вікові групи** — **42%** складають особи у віці 56-65 років.
- Низький освітній статус: **37%** — загальна середня освіта; **51%** — середня спеціальна.
- **33%** складають мешканці сіл.
- Найнижчий рівень добробуту — **35%** вистачає лише на їжу.
- **46%** вважають, що медіа ніяк на них не впливають.
- Використовують лише **одне джерело новин** про суспільно-політичне життя (**81%**) — **телебачення**.
- **66%** взагалі не користуються **інтернетом**.
- **35%** не розуміють важливості створення суспільних ЗМІ, а **23%** не мають думки з цього приводу.
- Для кожного другого представника сегменту (**53%**) проблема дезінформації в ЗМІ не є актуальною (**27%** ніколи про неї не чули); **42%** ніколи не чули про маніпуляцію в медіа.
- **83%** ніколи не перевіряють інформацію **на достовірність**.

13%

НИЖЧІЙ ЗА  
СЕРЕДНІЙ

- Більша частка сегменту - аудиторія у віці 46+ років (**58%**).
- Кожен другий має середню спеціальну освіту (**49%**), а **27%** - загальну середню.
- Дві третини (**66%**) мають нижчий за середній рівень добробуту.
- **29%** вважають, що медіа ніяк на них не впливають.
- Дві третини (**67%**) використовують одне джерело для знайомства з новинами; **21%** — два джерела.
- **63%** користуються інтернетом щодня або майже щодня.
- **41%** користуються **соціальними мережами** для отримання суспільно-політичних новин, **11%** — інформаційними інтернет-ресурсами; **22%** — месенджерами і лише **46%** - телебачення.
- **27%** не користуються інтернетом взагалі; **63%** користуються щодня або майже щодня.
- **63%** вважають, що редакційно незалежні суспільні ЗМІ є важливими елементом медійного простору.
- Для кожного другого представника сегменту (**47%**) проблема дезінформації в ЗМІ не є актуальною (**18%** ніколи про неї не чули); **33%** ніколи не чули про маніпуляцію в медіа.
- **70%** ніколи не перевіряють інформацію з медіа на достовірність.

База: всі опитані, N= 1200.

11

Інфографіка. Детектор медіа. Джерело:  
<https://ms.detector.media/trendi/post/31701/2023-04-18-ukrainsi-suttievo-pokrashchyly-svoi-navychky-z-mediagramotnosti-doslidzhennya-detektora-media/>

## ПРОФІЛЬ СЕГМЕНТІВ АУДИТОРІЇ **детектор** медіа ЗА РІВНЕМ МЕДІАГРАМОТНОСТІ- 2022

50% **ВИЩІЙ  
ЗА СЕРЕДНІЙ**

- Переважають **споживачі молодшого та середнього віку** — більше половини (**11%**) особи від 18 до 45 років.
- Освітній статус вищий, ніж у аудиторії з низьким і нижче середнього рівнями медіаграмотності: **39%** мають вищу освіту.
- Середній рівень добробуту.
- Кожен третій вважає, що медіа формують порядок денний, привертаючи увагу до подій, які вони будуть обговорювати на протязі дня (**32%**), а майже чверть (**23%**) вважають, що контент ЗМІ впливає на їхні інтереси та цінності.
- Кожен четвертий (**24%**) використовує **більше трьох джерел інформації**; **32%** орієнтовані на два джерела новин.
- **96%** користуються інтернетом майже щодня.
- **60%** користуються **соціальними мережами** для отримання суспільно-політичних новин, **24%** — інформаційними інтернет-ресурсами; **44%** — месенджерами.
- **77%** вважають, що редакційно незалежні суспільні ЗМІ є важливими елементом медійного простору.
- **45%** перевіряє інформацію на достовірність.

31% **ВИСОКИЙ**

- Серед аудиторії з високим рівнем медіаграмотності **переважають споживачі** віком до 45 років (**69%**). Молодь (18-24 роки) складає **18%**.
- **Найбільш освічена аудиторія: 60%** мають вищу або незакінчену вищу освіту
- Переважають мешканці обласних центрів (**87%**);
- Частіше мешкають в центральних та північних областях (відповідно **29%** та **22%**).
- Найвищий рівень добробуту в порівнянні з іншими сегментами: **36%** — вистачає на все, але не роблять заощадження; **14%** живуть у повному достатку.
- Розуміють **вплив медіа** на свідомість аудиторії. **30%** вважають, що медіа впливають на їхні цінності і життєві інтереси; формують порядок денний (**47%**)
- Найбільш диверсифіковане споживання медіа серед усіх сегментів. **42%** отримують інформацію про суспільно-політичне життя із трьох та більше джерел. **100%** користуються інтернетом щодня.
- **74%** користуються **соціальними мережами** для отримання суспільно-політичних новин, **37%** — інформаційними інтернет-ресурсами; **63%** — месенджерами.
- Важливість **суспільного мовлення** підкреслюють **93%** сегменту; 73% знають, що в Україні існує суспільний мовник.
- Двоє з трьох (**67%**) перевіряють інформацію на достовірність

База: всі опитані, N= 1200.

12

Інфографіка. Детектор медіа. Джерело:  
<https://ms.detector.media/trendi/post/31701/2023-04-18-ukrainsi-suttievo-pokrashchyly-svoi-navycky-z-mediagramotnosti-doslidzhennya-detektora-media/>

ДИНАМІКА ІНДЕКСУ МЕДІАГРАМОТНОСТІ  
2020—2024

детектор медіа



База: всі опитані, N = 2000 (2020 р.), N = 2000 (2021 р.), N = 1200 (2022 р.), N = 1200 (2023 р.) та N = 1200 (2024 р.).

11

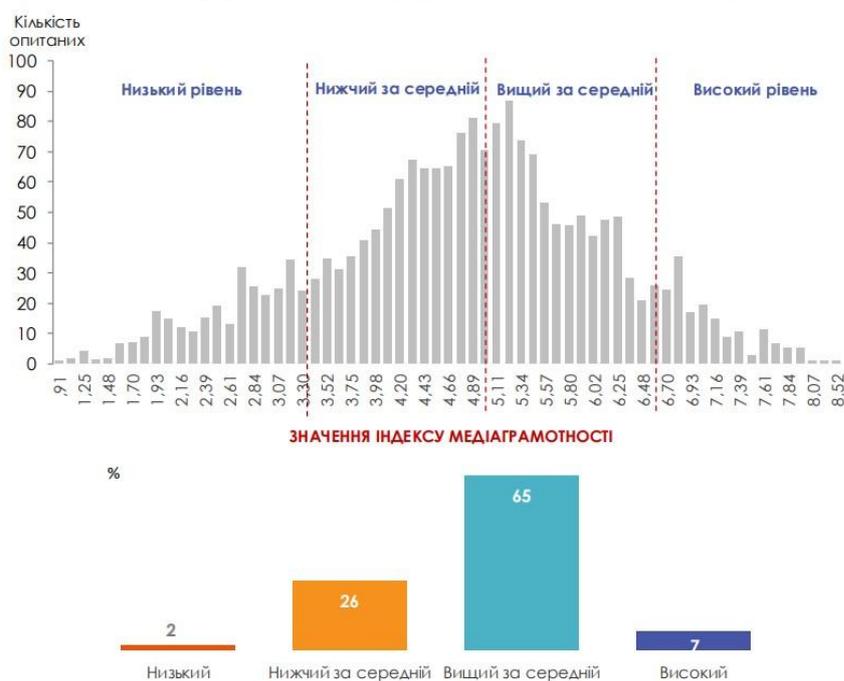
- Рівень загального індексу медіаграмотності значущо змінився з початком великої війни. З 2021 по 2022 рік частка аудиторії з вищим за середній рівнем показника зросла на **26%** (з **55%** до **81%**). Відповідно знизилася кількість українців з низьким і нижчим за середній рівнем медіакомпетентності (з **45%** до **29%**).
- Протягом усіх трьох років війни показник індексу залишається **високим і не падає до рівня довоєнного часу**. Зниження частки аудиторії з високим рівнем медіаграмотності у 2024 році у порівнянні з 2022 (з **31%** до **7%**) пов'язане здебільшого з коригування методології обчислення показника (про це йдеться у звіті нижче), а також з певною адаптацією до поточного медіаландшафту, напрацьованим досвідом перевірки контенту на достовірність, певною емоційною втомою від важкої інформації, пов'язаною з військовими діями та перспективами розвитку подій на фронті. Так, результати 5-ї хвили дослідження свідчать про зниження в середньому кількості джерел, з якими знайомляться українці для отримання суспільно-політичних новин, визначеності щодо медіа та експертів, яким довіряють, і зменшення кількості тих, хто перевіряє достовірність контенту тощо.

Інфографіка. Детектор медіа. Джерело:

<https://detector.media/infospace/article/240621/2025-05-06-indeks-mediagramotnosti-ukrainsiv-za-2024-rik/>

## ІНДЕКС МЕДІАГРАМОТНОСТІ — 2024

детектор медіа



База: всі опитані, N = 1200.

■ Стандартизований **індекс медіаграмотності** має діапазон значень від 0 до 10 балів, де 0 — вкрай низький рівень медіаграмотності, а 10 — максимально високий.

■ Для зручності інтерпретації індекс було перекодовано в 4-бальну шкалу.

■ Згідно з отриманими результатами, медіаграмотність **2%** українців є низькою, у **26%** — нижча за середню, **65%** має вищий за середній рівень медіаграмотності і **7%** — високий.

10

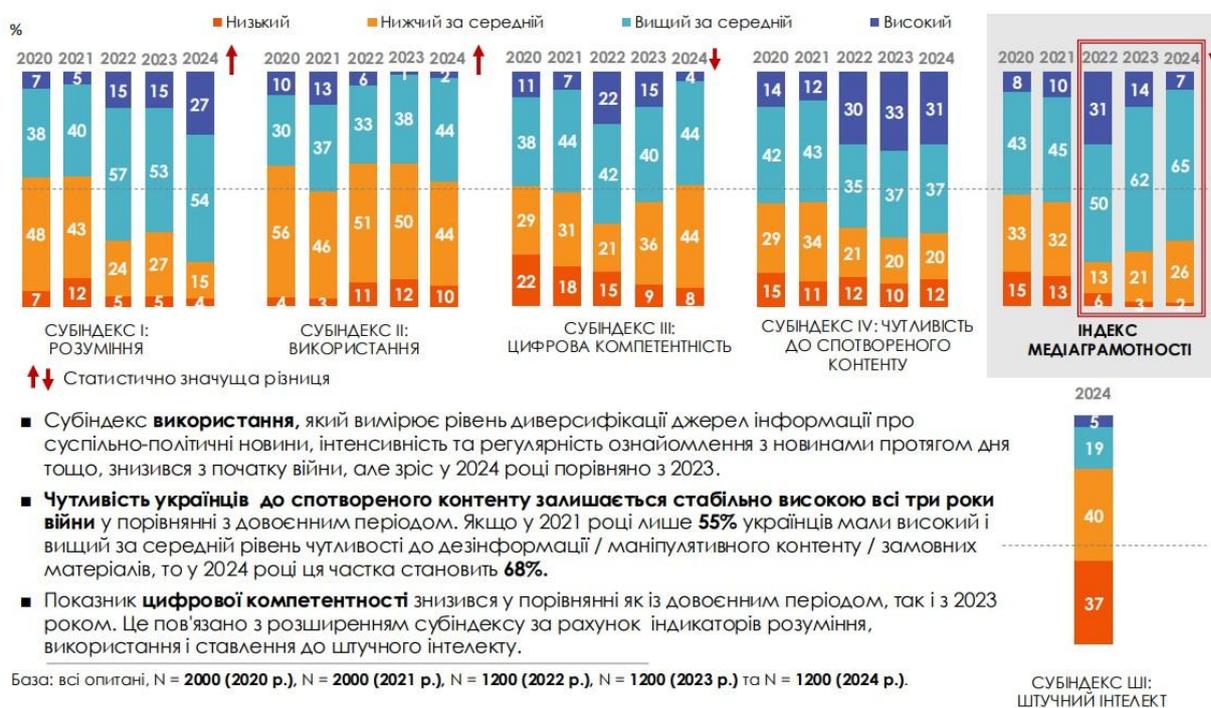
Інфографіка. Детектор медіа. Джерело:

<https://detector.media/infospace/article/240621/2025-05-06-indeks-mediagramotnosti-ukraintsiv-za-2024-rik/>

СУБІНДЕКСИ МЕДІАГРАМОТНОСТІ (1/2) **детектор медіа**

Інфографіка. Детектор медіа. Джерело:

<https://detector.media/infospace/article/240621/2025-05-06-indeks-mediagramotnosti-ukraintsv-za-2024-rik/>

СУБІНДЕКСИ МЕДІАГРАМОТНОСТІ (2/2) **детектор медіа**

Інфографіка. Детектор медіа. Джерело:

<https://detector.media/infospace/article/240621/2025-05-06-indeks-mediagramotnosti-ukraintiv-za-2024-rik/>

## ПРОФІЛЬ СЕГМЕНТІВ АУДИТОРІЇ **детектор** медіа ЗА РІВНЕМ МЕДІАГРАМОТНОСТІ — 2024

28%

НИЗЬКИЙ ТА  
НИЖЧИЙ ЗА  
СЕРЕДНІЙ

- Більша частка сегменту — аудиторія віком 46+ років (**52%**).
- Кожен другий має середню спеціальну освіту (**52%**), а **27%** — загальну середню.
- Дві третини (**64%**) мають нижчий за середній рівень добробуту.
- **36%** вважають, що медіа ніяк на них не впливають.
- Третина (**35%**) використовує одне джерело для знайомства з новинами; **26%** — два джерела.
- **41%** користуються **соціальними мережами** для отримання суспільно-політичних новин, **12%** — інформаційними інтернет-ресурсами; **25%** — месенджерами і **40%** — телебаченням.
- **18%** не користуються інтернетом узагалі; **76%** користуються щодня або майже щодня.
- **92%** не використовують системи штучного інтелекту; **26%** ніколи не чули про ШІ.
- **52%** вважають, що редакційно незалежні суспільні медіа є важливим елементом медійного простору.
- Для кожного другого представника сегменту (**53%**) проблема дезінформації в медіа не є актуальною (**28%** ніколи про неї не чули); **34%** ніколи не чули про маніпуляцію в медіа.
- **71%** ніколи не перевіряють інформацію з медіа на достовірність.
- **73%** ніколи не чули про курси / семінари / тренінги з медіаграмотності.
- **70%** не чули про громадські організації / ініціативи, які перевіряють точність і правдивість матеріалів у медіа.

14 14

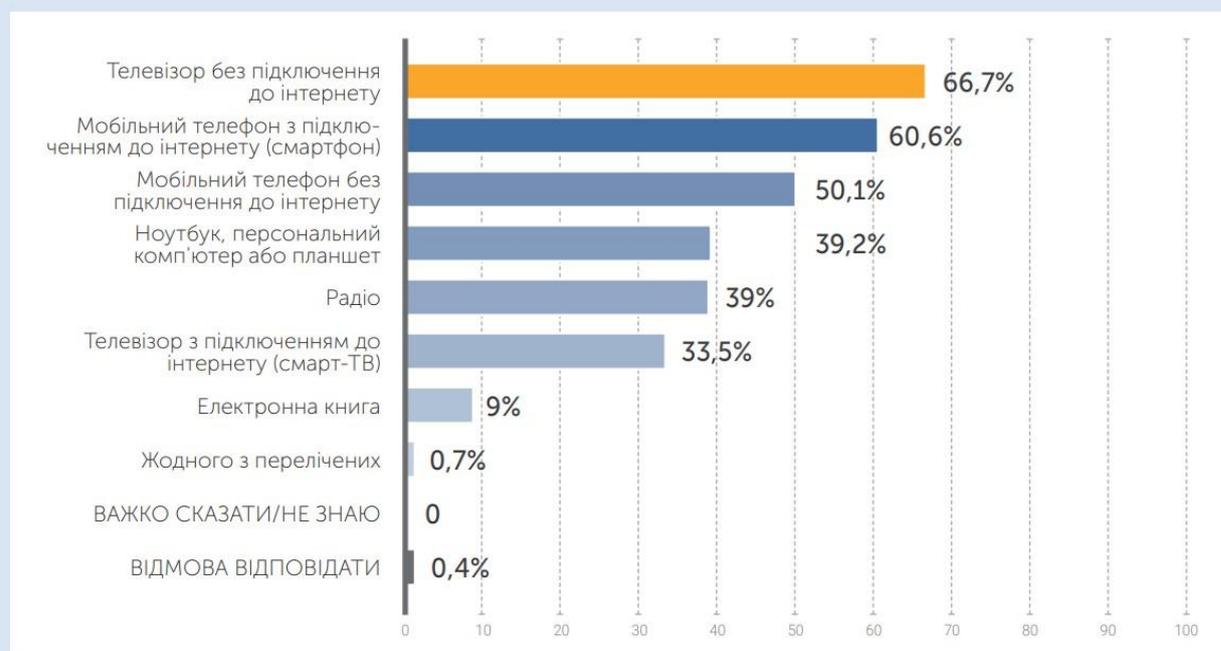
Інфографіка. Детектор медіа. Джерело:

<https://detector.media/infospace/article/240621/2025-05-06-indeks-mediagramotnosti-ukrainsiv-za-2024-rik/>

Які пристрої Ви маєте в наявності? Оберіть усе, що підходить.



МОЖЛИВО ДЕКІЛЬКА ВАРІАНТІВ ВІДПОВІДІ



Інфографіка. Український інститут медіа та комунікації. Джерело:

<https://www.jta.com.ua/wp->

[content/uploads/2023/11/UMCI\\_MediaLiteracy\\_60\\_UA.pdf](https://www.jta.com.ua/wp-content/uploads/2023/11/UMCI_MediaLiteracy_60_UA.pdf)

Які пристрої Ви маєте в наявності?

(у розрізі різних категорій: стать, вік, місто/село, макрорегіон) , %



	Стать		Вік (2 категорії)		Місто / село		Макрорегіон (4 категорії)			
	Чоловік	Жінка	60-69	70+	Місто	Село	Захід	Центр	Південь	Схід
Мобільний телефон з підключенням до інтернету (смартфон)	59,3	61,3	72,7	47,0	67,4	47,2	50,0	64,8	61,5	67,0
Мобільний телефон без підключення до інтернету	50,3	50,0	39,3	62,2	44,3	61,5	59,1	48,2	46,8	45,0
Ноутбук, персональний комп'ютер або планшет	45,3	35,8	47,2	30,3	44,7	28,5	34,4	40,4	43,0	38,0

Інфографіка. Український інститут медіа та комунікації. Джерело:

[https://www.jta.com.ua/wp-](https://www.jta.com.ua/wp-content/uploads/2023/11/UMCI_MediaLiteracy_60_UA.pdf)

[content/uploads/2023/11/UMCI\\_MediaLiteracy\\_60\\_UA.pdf](https://www.jta.com.ua/wp-content/uploads/2023/11/UMCI_MediaLiteracy_60_UA.pdf)



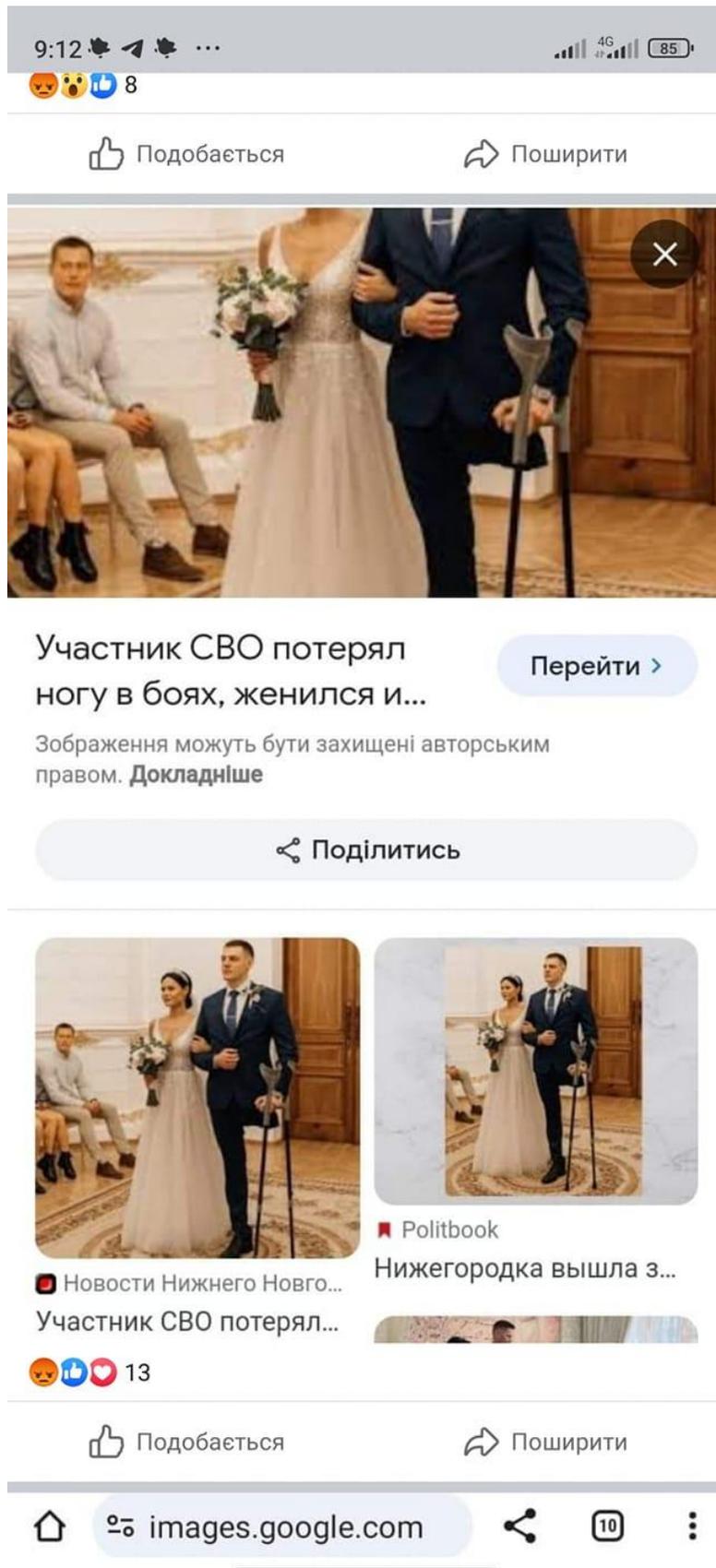
Я з України • Стежити

18 жовт. о 18:35 · 🌐

СЬОГОДНІ МИ ОДРУЖИЛИСЯ...ПРОСИМО  
ВАС ПРИВІТАТИ НАС , І ПОБАЖАТИ НАМ  
ЩАСТЯ. 🌹🍰🎁



Скриншот. РБК-Україна. Джерело: <https://www.rbc.ua/rus/stylar/os-chomu-varto-pereviryati-foto-sotsmerezhan-1698248440.html>



Скриншот. РБК-Україна. Джерело: <https://www.rbc.ua/rus/stylar/os-chomu-varto-pereviryati-foto-sotsmerezhhah-1698248440.html>



Скриншот із Facebook. Джерело:  
[https://www.facebook.com/permalink.php?story\\_fbid=pfbid02jsXEnqj6xsMQyVnXexkD22urDyZrHjo4ncdiC1YRtuTYwJmm4y5SCMZ2wvS8EYQQ1&id=100093595239925](https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid02jsXEnqj6xsMQyVnXexkD22urDyZrHjo4ncdiC1YRtuTYwJmm4y5SCMZ2wvS8EYQQ1&id=100093595239925)

 **Peace Love**  
15 год · 🌐

Сегодня у меня день рождения. Мне 30 лет. Я украинец 🇺🇦🇺🇦 Поздравьте меня 🙌🙌🙌  
#Ukraine #ukraineupdate #viral #international

Сьогодні мій день народження. Мені 30 років. Я Українець 🇺🇦🇺🇦 Привітайте мене 🙌🙌  
🙌 #Україна #Ukraineupdate #viral #international

⚙️ · Сховати оригінал · Оцініть цей переклад



👍 1

1 поширення

Скриншот із Facebook. Джерело:  
[https://www.facebook.com/permalink.php?story\\_fbid=pfbid02wFohnwDQ3gyhMsJGZZ3bbEkp7eJHstiNHP83CSDD6hswmKR5xbEghAKiDLG5gs7dl&id=100093595239925](https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid02wFohnwDQ3gyhMsJGZZ3bbEkp7eJHstiNHP83CSDD6hswmKR5xbEghAKiDLG5gs7dl&id=100093595239925)



Скриншот із Facebook. Джерело:  
[https://www.facebook.com/permalink.php?story\\_fbid=pfbid0Rgt4Wu9h8YwUPRSvBsFLUiUsdmovzWKpTcZkapKSHqigQHmL6FfCv7zftqEGwUol&id=100090509811284](https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid0Rgt4Wu9h8YwUPRSvBsFLUiUsdmovzWKpTcZkapKSHqigQHmL6FfCv7zftqEGwUol&id=100090509811284)



Us Hoky · Стежити

3 дн. · ⚙️



Сьогодні мені виповнилося 17 років. Але ніхто мене не привітав, тому що я інвалід, і нікому не потрібна #Ukraine #ukraineupdate #viral #international



👍 2,2 тис.

103 коментарі 17 поширень

👍 Подобається

💬 Коментувати

➦ Поширити

Скриншот із Facebook. Джерело:

[https://www.facebook.com/permalink.php?story\\_fbid=pfbid0rtDopoFyeNWedmDFid\\_oYmNDD3bzphmocypH9uKmtVBB5zUukZFTw1EAsj3QKHGXcl&id=61555499288767](https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid0rtDopoFyeNWedmDFid_oYmNDD3bzphmocypH9uKmtVBB5zUukZFTw1EAsj3QKHGXcl&id=61555499288767)



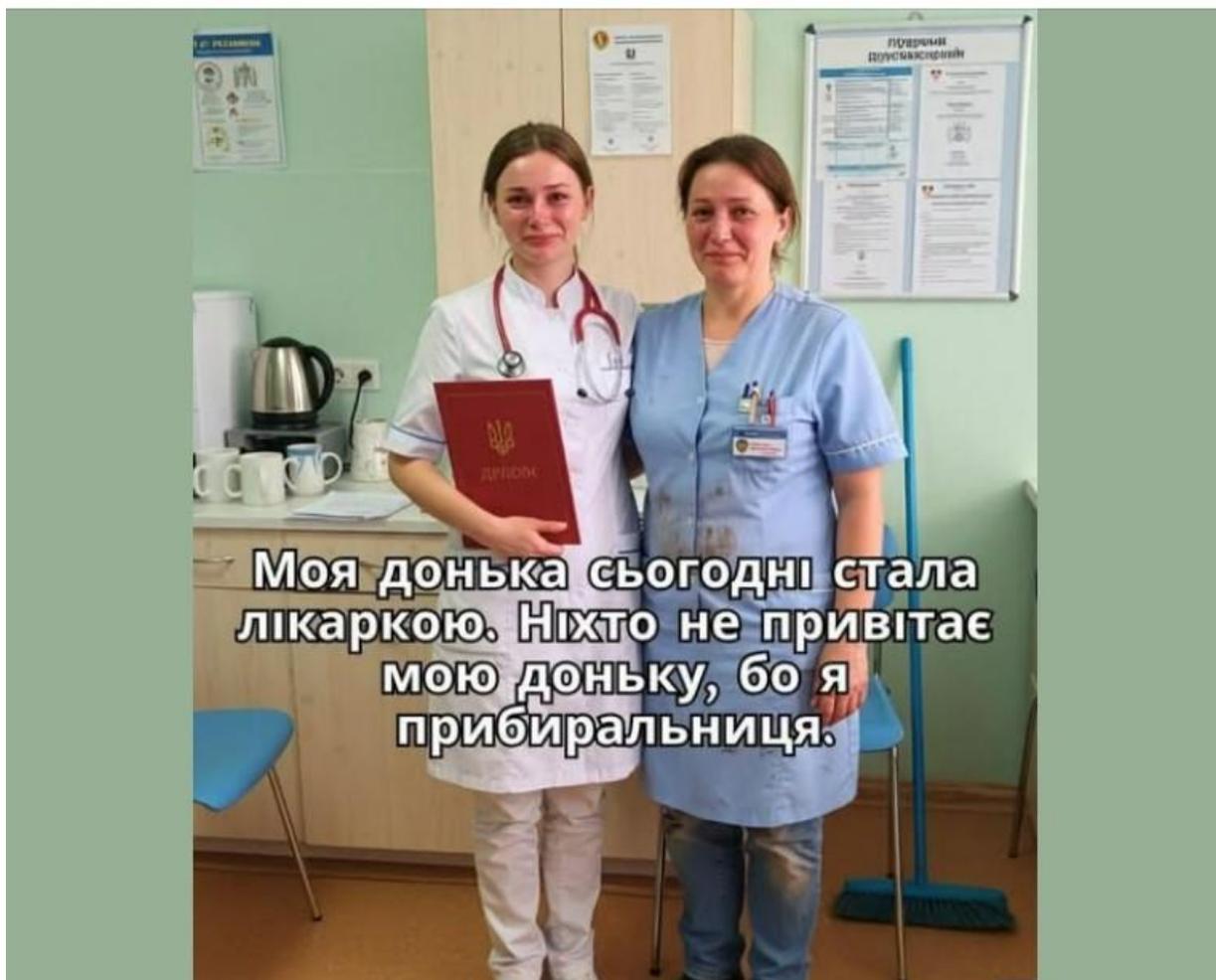
Us Hoky

21 год · ⚙️



Моя донька сьогодні стала лікаркою. Ніхто не привітає мою доньку, бо я прибиральниця.

#Ukraine #ukraineupdate #viral #international



👍 414

19 коментарів 2 поширення

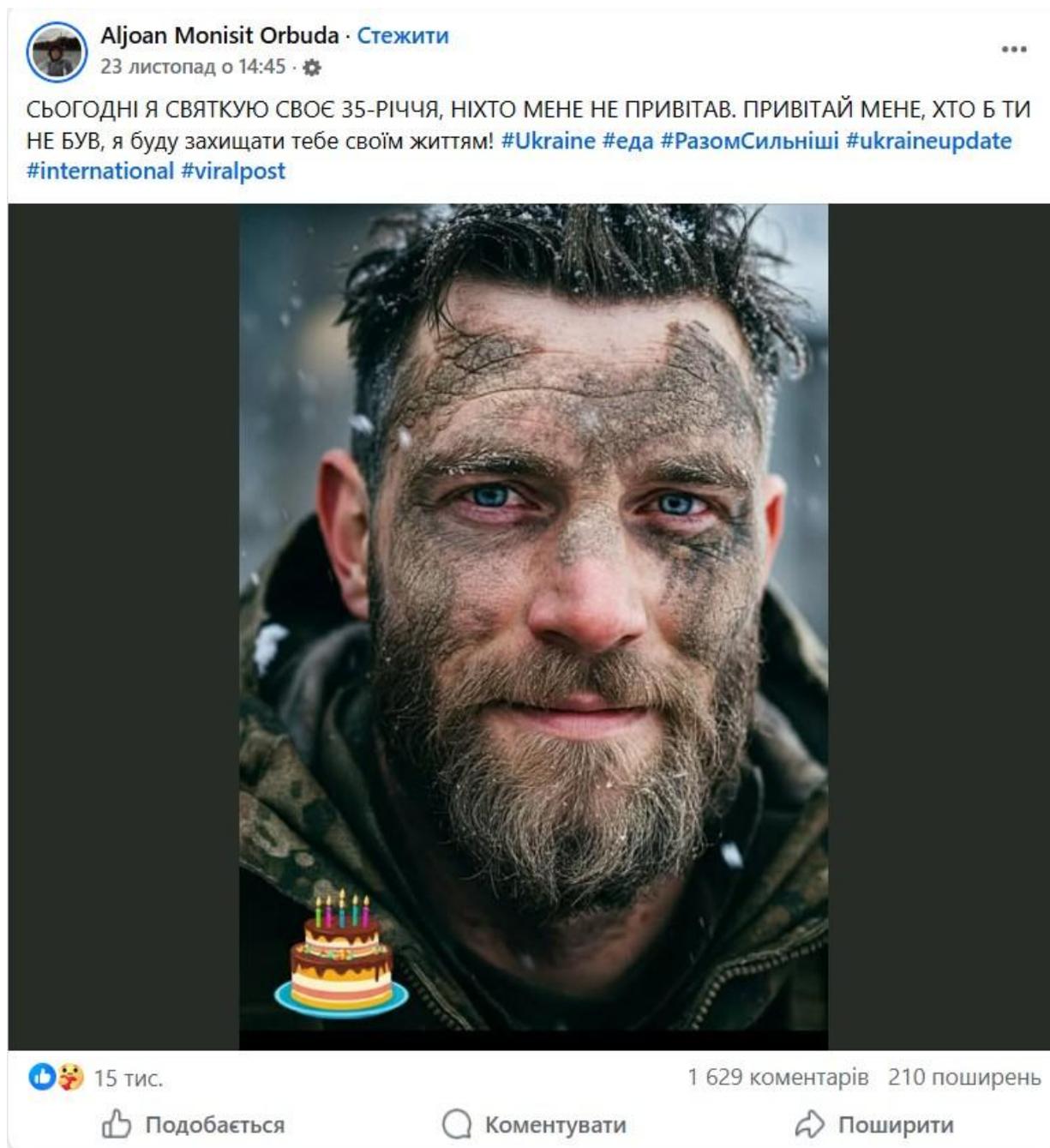
Скриншот

із

Facebook.

Джерело:

[https://www.facebook.com/permalink.php?story\\_fbid=pfbid02Uvq8rU9fRSUDp7daKYe97vKeofq2S7Uh5noDTiWrzfahpDCSVLy5ExXt3EYaHnwNI&id=61555499288767](https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid02Uvq8rU9fRSUDp7daKYe97vKeofq2S7Uh5noDTiWrzfahpDCSVLy5ExXt3EYaHnwNI&id=61555499288767)



Скриншот із Facebook. Джерело:  
[https://www.facebook.com/permalink.php?story\\_fbid=pfbid0x5rq8ZqVoR9hsUhRiQma3tqp6LpARxf5kkU7NFaSYh8numgjBqveCQHinwNM2D2tl&id=100080711082065](https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid0x5rq8ZqVoR9hsUhRiQma3tqp6LpARxf5kkU7NFaSYh8numgjBqveCQHinwNM2D2tl&id=100080711082065)



Скриншот із Facebook. Джерело:  
[https://www.facebook.com/permalink.php?story\\_fbid=pfbid02guqu2FHPZnjzQvJmGW7vGDzUtGx2SaiTKNVppWTa8SuneMPRgp5yvRaMFgmVaGEHl&id=100079550936213](https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid02guqu2FHPZnjzQvJmGW7vGDzUtGx2SaiTKNVppWTa8SuneMPRgp5yvRaMFgmVaGEHl&id=100079550936213)