

КИЇВСЬКА ШКОЛА ЕКОНОМІКИ

МАГІСТЕРСЬКА ПРОГРАМА З ПУБЛІЧНОЇ ПОЛІТИКИ ТА ВРЯДУВАННЯ

ДИПЛОМНА РОБОТА

**«Обережно, фейк! Політика розвитку медіаграмотності в
Україні. Як навчити критично сприймати інформацію»
(policy paper)**

Студент: Альохін Олег

Наукова керівниця: Голинська Христина

Для здобуття освітнього ступеня: Магістр
за спеціальністю: 281 Публічне управління та адміністрування

Київ 2022

ЗМІСТ

ЗМІСТ	2
1. ПРОБЛЕМА ПОЛІТИКИ	4
1.1. Вступ	4
2. АНАЛІЗ СТЕЙКХОЛДЕРІВ	9
3. ЦІЛІ ПОЛІТИКИ ТА ІНДИКАТОРИ УСПІШНОСТІ	14
4. ВАРІАНТИ ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМИ	14
Досвід Фінляндії у розвитку медіаграмотності	15
Досвід Естонії у розвитку медіаграмотності	19
Досвід Польщі у розвитку медіаграмотності	21
Стан медіаграмотності в Україні	24
5. ВАРІАНТИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОЛІТИКИ	26
6. ПРИЙНЯТТЯ РІШЕННЯ	30
7. ВИКЛИКИ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ	33
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	35

Анотація. Інформаційна війна є загрозою національній безпеці країни, тому важливо протистояти агресору й на інформаційному фронті. Робота аналізує проблему споживання українцями неякісного або ворожого інформаційного контенту та неспроможність населення відрізнити дезінформацію. Існуючі практики навчання та розвитку медіаграмотності сприяють поступу, однак є недостатніми для її вирішення. В роботі аналізується 4 можливих варіанти вирішення проблеми. Три з них ґрунтуються на існуючих моделях медіаграмотності в інших країнах - Фінляндії, Естонії та Польщі, четвертий варіант передбачає збереження статусу-кво. Ці варіанти були порівняні за такими критеріями: швидкість реалізації політики, здійсненність, охоплення населення та вартість імплементації. Після оцінки було запропоновано розвивати медіаграмотності за Естонською моделлю.

Ключові слова: медіаграмотність, інформаційна війна, освіта, фінська модель, естонська модель, польська модель, навчання дітей та молоді, студентське навчання, підготовка вчителів, навчання дорослого населення

Кількість слів: 7370

1. ПРОБЛЕМА ПОЛІТИКИ

1.1. Вступ

Бачити означає вірити. Людство жило за таким принципом багато століть. Однак життя в епоху Інтернету вносить свої корективи. Доступ до інформації є благом, проте несе з собою і суттєві загрози. Великий обсяг дезінформації та маніпуляцій, що існували та використовувалися для досягнення політичних цілей ще з давніх часів, сьогодні підсилюються появою нових технологій. Близько тридцяти років тому Noam Chomsky сказав: «Громадяни демократичних суспільств мають пройти курс інтелектуального самозахисту, щоб захистити себе від маніпуляцій та контролю й закласти основу для реальної демократії» (Chomsky, 1989, р. 6). Головним інструментом для такого самозахисту в багатьох країнах світу стала медіаграмотність.

Національна конференція лідерів із медіаграмотності в 1993 році запропонувала визначення цього терміну, яке і буде використовуватись у роботі: **«Медіаграмотність – це здатність отримувати доступ, аналізувати, оцінювати та створювати повідомлення в різноманітних формах»** (Aufderheide, 1993, р. 10). Це визначення описували або використовували у своїх статтях такі дослідники медіаграмотності як Hobbs (1998), Livingston (2004), Christ та Potter (1998) та інші.

Чотири компоненти (доступ, аналіз, оцінка та створення контенту) працюють разом і доповнюють один одного, але для повного розуміння медіаграмотності їх доречно коротко розібрати окремо.

Доступ. Перший компонент медіаграмотності — це отримання постійного доступу до інформаційних ресурсів.

Із появою інтернету доступність інформації суттєво підвищилася. За результатами опитування Research&Branding Group у 2021 році інтернет обійшов телебачення у якості джерела отримання інформації серед українців (R&B Group, 2021). Загалом в Україні майже 30 млн користуються інтернетом, 26 млн з них використовують соціальні мережі (GlobalLogic, 2021).

Аналіз. Другий компонент медіаграмотності — це володіння низкою аналітичних компетенцій щодо того, як функціонують ЗМІ, якими технологіями користуються, як працюють з аудиторією (Bazalgette, 1999).

Оцінка. Третій компонент медіаграмотності — оцінка — є найважливішим у контексті сучасної України, в умовах перенавантаження найрізноманітнішою інформацією з величезної

кількості джерел (інтернет, радіо, телебачення) у поєднанні з умисне поширюваними дезінформаційними нарративами.

Як писав Bazalgette, здатність оцінювати контент — це не просто навичка, яку треба відпрацювати. Вона передбачає наявність суттєвого обсягу знань про ширший соціальний, культурний, економічний, політичний та історичний контекст, у якому медіаконтент був створений (Bazalgette, 1999).

Створення контенту. Максимально повне розуміння інформації та дезінформації передбачає спроможність думати як людина, яка створює фейки. Як писали Sefton-Green та Hobbs, переваги та недоліки професійно створеного матеріалу можна цілковито зрозуміти лише за наявності досвіду виготовлення його самостійно (Sefton-Green, 1999; Hobbs, 1998).

Усі компоненти медіаграмотності важливі для її формування. Однак для нашої країни у сучасних умовах найбільш нагальною є спроможність критично оцінювати матеріал. Так, за дослідженням USAID-Internews, яке полягало в оцінці спроможності виявляти неправдиві матеріали, лише 24 % з 1320 опитаних правильно оцінили всі надані практичні кейси (USAID-Internews, 2021). Також, за комплексним дослідженням Індексу медіаграмотності Українців від «Info Sapiens», на березень 2021 року низький рівень медіаграмотності був у 15 % громадян, нижчий за середній у 33 %, вищий за середній та високий мали 44 % та 8% українців (ГО «ДЕТЕКТОР МЕДІА», 2021). Виходячи з цих показників, рівень медіаграмотності майже половини (48%) опитаних Українців є низьким або нижчим за середній.

Ця проблема може зрости у масштабі через швидку роботу Міністерства цифрової трансформації України та Михайло Федорова і їх бренду цифрової України «Дія». Маючи надзвичайно велике значення для підвищення якості електронного врядування та надання послуг із боку держави, цей додаток водночас може мати «побічні ефекти». Він створює попит на цифровізацію громадян, які донині не стикалися з інтернетом та не були активними користувачами смартфонів. Також із запуском ініціативи «єСмартфон», яка передбачає безкоштовний новий смартфон для літніх людей, проблема дезінформації може посилитися. Проте, частину проблеми, команда мінцифри намагається виправити програмою діджиталізації через створення цифрових освітніх серіалів, де розповідають про базові навички цифрової грамотності та навчають молодь медіаграмотності (Мінцифри, n.d.).

Як уже було зазначено вище, швидкість та обсяг інформації зростає з кожним днем, створюючи загрози для будь-якого суспільства. В Україні до цієї загрози додається і те, що проти нас вже не один рік ведеться

масштабна інформаційна війна. Facebook дослідив, що з території росії походило найбільше дезінформаційних операцій за 2017 - 2020 роки (Facebook, 2021). Найчастіше об'єктами іноземних операцій з дезінформації ставали такі країни як Сполучені Штати, Україна, Великобританія, Лівія та Судан (Facebook, 2021).

Полегшення доступу до інформації за відсутності навичок критично оцінювати її може значно нашкодити та посилити цю проблему. За опитуванням U-report, 59% опитаних Українців обирають джерелом новин соціальні мережі (Facebook, Telegram, Instagram) (U-report, 2020). Telegram, в якому працюють десятки ворожих каналів для дезінформації українців, як джерело інформації обирають найбільше респондентів. Списки каналів, які координуються спецслужбами рф, неодноразово поширювали СБУ та Центр протидії дезінформації при РНБО (2022). Ці Telegram канали мають сотні тисяч підписників, наприклад: «Анатолій Шарій» — 535 395 підписників, «Легитимний» — 407 299, «Резидент» — 322 261. Через ці канали вноситься розлад на інформаційному фронті й закладають насіння поляризації суспільства.

Крім згаданих вище соціальних мереж, на дезінформаційному фронті також працюють колабораціоністські інтернет-видання, такі як: «Страна.УА», «Кlymenko Time», «Вести» та інші, про фейки яких неодноразово писав «VoxCheck» — фактчекінговий проєкт громадської організації «Вокс Україна» (Команда VoxCheck, 2022). Після 15 березня 2022 року, коли за колабораційну діяльність встановили кримінальну відповідальність (Верховна рада України, 2022) й закон набув чинності, всі ці інтернет-видання працюють більш завуальовано. Це може створити додаткову загрозу для тих, хто споживає ці продукти без критичного їх переосмислення.

Телебачення і досі залишається важливим джерелом отримання інформації. Тому навіть якщо не зосереджувати увагу тільки на Інтернеті, проблема спроможності критично оцінювати інформацію зберігає актуальність. За дослідженням U-report (2020), 14 % українців обирають телебачення. Воно досі є першоджерелом для отримання новин серед громадян старшого віку, що можна побачити з дослідження Центра Разумкова (Разумков Центр, 2020). До 3-го лютого 2021 року на українському телебаченні працювали канали («112», «NewsOne», «ZIK»), які поширювали дезінформацію та фінансувалися державою-агресором. Ці канали у 2020 році, за дослідженням центру Разумкова, дивилися щонайменше 21 % опитуваних («112» — 21,3 %, «NewsOne» — 14,3 %, «ZIK» — 11,9 %) (Разумков Центр, 2020). Блокування РНБО цих каналів стало вагомим вкладом в боротьбу з дезінформацією та російською пропагандою. Проте питання блокування каналів російської

дезінформації через телебачення повністю не вирішило. Телебачення рф працює на тимчасово окупованих територіях та поширюється на територію нашої держави й усього світу через супутникове мовлення.

Це підтверджується тим, що проблема дезінформації актуальна для наших громадян. За дослідженням «Info Sapiens», проблема дезінформації на березень 2021 року актуальна для 57 % опитуваних, а проблема маніпуляцій у ЗМІ турбує таку ж кількість людей (57 %) (ГО «ДЕТЕКТОР МЕДІА», 2021).

Одним із відомих прикладів дезінформації є використання сфальшованих супутникових знімків у справі зі збитим малазійським авіарейсом «МН-17», де згодом, завдяки дослідженню BellingCat (Bellingcat, 2015), було підтверджено брехню рф. Або російська дезінформаційна кампанія з приводу того, що наша країна запустила балістичну ракету «Точка-У» по Краматорському вокзалу, й розвінчання цього фейку від Conflict Intelligence Team (CIT, 2022). Хоча системна робота зі спростування фейків є, безперечно, дуже важливою, цього недостатньо, адже жертви дезінформації з'являтимуться доти, доки навички критичної оцінки інформації не піднімуться до належного рівня.

Ще одним доказом масштабної інформаційної війни може бути інформація з оперативної статистики Мінфіна рф, що після початку відкритої війни за січень–березень за статтею «Кошти масової інформації» федеральний бюджет виділив 17,4 млрд рублів (Министерство Финансов рф, 2022). Витрати рф на пропаганду у цей період зросли у 3,2 рази порівняно з попереднім періодом, де за цією ж статтею витрати на державні телеканали, агенції та видання склали 5,4 млрд рублів. Лише за березень 2022 року російська федерація витратила 11,9 млрд рублів — вдвічі більше, ніж за січень та лютий 2022 року (5,4 млрд рублів).

Тобто, враховуючи зростання доступу до інформації та активну інформаційну війну з боку іншої держави, гострота та актуальність нашої проблеми зростає.

Проблемою політики, якій присвячена ця робота, є неспроможність населення відрізнити дезінформацію, що призводить до споживання неякісного або ворожого інформаційного контенту.

Певні спроби у напрямі вирішення проблеми в Україні уже було зроблено через впровадження навчання медіаграмотності. Важливим кроком у розвитку медіаосвіти в Україні можна вважати створення та прийняття Концепції впровадження медіаосвіти, яку ухвалили у травні 2010 року Президією Національної академії педагогічних наук (Президія

Національної академії педагогічних наук України, 2010). Ця концепція була розроблена для створення ефективної системи медіаосвіти, яка, у першу чергу, сфокусована на шкільних навчальних закладах, але загалом орієнтована на навчання дітей та підлітків. Концепція передбачала три головних етапи розвитку медіаосвіти:

- перший етап (2010 - 2013) — розробка та впровадження всеукраїнського експерименту з медіаосвіти в школах;
- другий етап (2014 - 2016) — запровадження медіаосвіти в школах на постійній основі та її стандартизацію;
- третій етап (2017 - 2020) — завершення всеукраїнського експерименту, впровадження та підтримка розвитку медіаграмотності.

До 2016 року в експерименті з впровадження медіаграмотності взяли участь 250 загальноосвітніх закладів та загалом 40 000 учнів. Після експерименту у 2011 – 2016 роках концепцію вирішили переробити. Однією з головних причин стала військова агресія російської федерації та інформаційна війна (MediaSapiens, 2016).

Впровадження другого експерименту з медіаосвіти розпочато в 2017 році, а його завершення було заплановано у 2022 році. В експерименті беруть участь 153 заклади освіти (MediaSapiens, 2017). Попри впровадження концепції та експериментів з розвитку медіаграмотності, Міністерство освіти і науки України заявляє, що працює над тим, щоб до базових освітніх програм увійшов курс медіаграмотності. У 2011 році медіаграмотність увійшла до інформаційно-цифрових компетенцій і є складовою курсів «громадянської освіти» для 10-х класів та «культури добросусідства» для 1-4 класів. Для учнів 5-9 класів курс «культури добросусідства» з основами медіаграмотності лише розробляється й буде впроваджений у 2022-2023 році (МОН, 2021).

Один з найважливіших проєктів з розвитку медіаграмотності в Україні — національний проєкт із медіаграмотності «Фільтр» Міністерства культури та інформаційної політики України («Фільтр», n.d.). Його було презентовано у квітні 2021 року, на його фінансування з державного бюджету виділили 5 мільйонів гривень (Склярєвська, 2021). «Фільтр» має на меті об'єднати всі зусилля з підвищення медіаграмотності в Україні для всіх груп населення. У рамках цього проєкту проводяться обговорення та тренінги, а Україна приєдналася до всесвітнього тижня медіаграмотності. Було розроблено аналітичний документ «Розвиток медіаграмотності в Україні» та започатковано клуби медіаграмотності в регіонах. «Фільтр» — це проєкт з амбітними цілями, але для того, щоб він запрацював повною мірою, точно потрібен час.

Крім того, попередні ініціативи держави так і не були цілком втілені у життя. Велика кількість проєктів й ініціатив показує, що проблема медіаграмотності в Україні дуже актуальна, особливо зараз, коли в українців стріляють не тільки кулями, а й фейками. Тому вивчення кращих практик із впровадження медіаграмотності у країнах зі схожим контекстом повинно стати основою для системного підходу до розробки та подальшої імплементації цієї політики.

2. АНАЛІЗ СТЕЙКХОЛДЕРІВ

Для аналізу стейкхолдерів була зроблена мапа, яка подана нижче, за моделлю чутливості та впливу стейкхолдерів.

Таблиця №1. Мапа стейкхолдерів		
Великий вплив/ влада	- Міністерство цифрової трансформації - Центр протидії дезінформації при РНБО	- «Фільтр» — національний проєкт з медіаграмотності - Міністерство культури та інформаційної політики - Міністерство освіти і науки України - Центр стратегічної комунікації та інформаційної безпеки
Низький вплив/ влада		- Міжнародні партнери - Громадські Організації - Медіаспільнота - Локальні ініціативні групи
	Низька чутливість	Висока чутливість

1. *Міністерство цифрової трансформації*: великий вплив, низька чутливість

Міністерство як центральний орган виконавчої влади має великий вплив на формування суспільного життя та реалізацію політик. Мінцифри з 2020 року проявляє інтерес до медіаграмотності, за його підтримки було розроблено мінісеріал для молоді на тему медіаграмотності (Мінцифра та інші, 2021). Проте, загалом міністерство більше зосереджене на цифровізації нашої країни.

2. Центр протидії дезінформації при РНБО: великий вплив, низька чутливість

Центр працює над виявленням національних загроз безпеки та інтересам України. Він забезпечує інформаційну безпеку України, протидії маніпуляціям, дезінформації та пропаганді. Центр протидії інформації не зосереджений на медіаграмотності, тому що більше відповідає за безпеку в українському інформаційному просторі (Центр протидії дезінформації, n.d.).

3. *Національний проєкт з медіаграмотності «Фільтр»*: великий вплив, висока чутливість

«Фільтр» — це проєкт, заснований для розвитку медіаграмотності в Україні. Він має на меті об'єднати всіх стейкхолдерів з розвитку медіаграмотності для підвищення рівня обізнаності всіх українців щодо проблем дезінформації. Цей проєкт з 2021 року створює освітні матеріали за темою медіаосвіти для всіх вікових груп населення, мапу ініціатив та організовує різні проєкти.

4. *Міністерство культури та інформаційної політики*: великий вплив, висока чутливість

Міністерство, яке відповідає не лише за українську культуру, мову, а й за інформаційну політику та безпеку, є ключовим актором у боротьбі в інформаційній та гібридній війні. Саме цьому міністерству підпорядковується Національний проєкт з медіаграмотності «Фільтр» та завдяки йому він був створений. Також, при Мінкульті створюються ініціативи, сфокусовані на протидію інформаційним загрозам з боку рф.

5. *Міністерство освіти і науки України*: великий вплив, висока чутливість

МОН — це ще один ключовий актор у впровадженні медіаосвіти. Завдяки йому можна реалізувати навчання школярів, студентів та педагогів. Міністерство освіти виявляє зацікавленість в провадженні медіаосвіти, проводить всеукраїнські уроки, конференції, намагається інтегрувати навчання з медіаграмотності в інші предмети та працює над впровадженням курсів з медіаграмотності для базових освітніх програм. Також, МОН підписала меморандум з Мінкультом для розвитку медіаграмотності та протидії маніпуляціям (МОН, 2021).

6. Центр стратегічної комунікації та інформаційної безпеки при Мінкульті: великий вплив, висока чутливість

Ключова робота центру направлена на боротьбу з дезінформацією,

фейками та формуванням стійкості громадян до неправдивої інформації. Через власні веб ресурси Центр стратегічних комунікацій оповіщує громадян про дезінформаційні атаки та розповідає про гібридну війну з боку росії на міжнародному рівні (Мінкульт, 2022). Також центр організовує вебінари та онлайн події на тему пропаганди, дезінформації та маніпуляцій(Центр стратегічних комунікацій, n.d.).

7. Міжнародні партнери: низький вплив, висока чутливість

Такі міжнародні партнери/організації як IREX, OSCE, уряд Великої Британії тощо, в співпраці з нашими міністерствами та проектами створюють аналітичні документи («Фільтр» та інші, 2021), проводять навчальні програми (АУП, 2021), консультують з приводу посібників та організують різні ініціативи з розвитку медіаграмотності .

8. Громадські Організації: низький вплив, висока чутливість

Громадські організації в нашій країні організують десятки локальних ініціатив за темою медіаграмотності. Вони мають велику чутливість до проблеми, тому що безпосередньо зіштовхуються з тими, кого вона зачіпає. До громадських організацій у сфері медіаосвіти та боротьбі з дезінформацією можна віднести VoxCheck, StopFake, БезБрехні, EdEra, ЦДЕМ, Українську асоціацію медіапсихологів та медіапедагогів та багато інших.

9. Медіаспільнота: низький вплив, висока чутливість

Завдяки медіаспільноті створюється багато інформаційних матеріалів, навчальні курси та програми для громадян всіх вікових категорій, організуються школи для вчителів та чимало інших ініціатив з розвитку медіаграмотності. Також, медіаспільнота активно співпрацює з Міністерством освіти та науки задля впровадження медіаосвіти. Головні актори медіа спільноти, які займаються розвитком медіаграмотності: Детектор Медіа, Академія Української преси, Інститут розвитку регіональної преси, ІМІ, кризовий медіа центр, Internews Ukraine та багато інших.

10. Локальні ініціативні групи: низький вплив, висока чутливість

Локальні ініціативні групи цікавляться темою медіаграмотності, відвідують освітні заходи за темою, та організують за допомогою проекту «Фільтр» медіа клуби у себе в громадах. Вони відвідують заходи, поширюють отримані знання на своє оточення та допомагають розвивати медіаосвіту серед населення.

Таблиця №2. Систематизована інформація про стейкхолдерів

Зацікавлена сторона	Впливовість	Інтерес	Джерело інформації
Міністерство цифрової трансформації	Середній вплив	Цифровізація країни	Аналіз медіа ресурсів Аналіз веб порталу міністерства
Центр протидії дезінформації при РНБО	Середній вплив	Безпека українського інформаційного простору	Аналіз веб порталу центру
Національний проєкт з медіаграмотності «Фільтр»	Великий вплив на медіаосвіту, це їх головна мета	Підвищення обізнаності громадян щодо проблеми дезінформації та просування медіаграмотності	Аналіз веб порталу проєкту
Міністерство культури та інформаційної політики	Впливають, але це не єдина їх сфера діяльності	Інформаційна безпека громадян	Аналіз медіа ресурсів Аналіз веб порталу міністерства
Міністерство освіти і науки України	Впливають, але інші теми є пріоритетнішими	Забезпечення навчання всіх освітніх рівнів та функціонування наукової сфери	Аналіз медіа ресурсів Аналіз веб порталу міністерства
Центр стратегічної комунікації та інформаційної безпеки	Великий вплив, постійне інформування про ворожу дезінформацію	Формування стійкості громадян до дезінформації	Аналіз веб порталу центру
Міжнародні партнери	Можуть впливати, якщо є взаємозв'язок з їх інтересами	Побудова та підтримка спроможності українських інституцій задля	Аналіз медіа ресурсів Аналіз офіційних сторінок міжнародних

		підвищення безпеки в регіоні та світі	партнерів
Громадські Організації	Можуть впливати, якщо є взаємозв'язок з їх інтересами	Реалізація інтересів свого об'єднання	Аналіз медіа ресурсів Аналіз веб сторінок ГО
Медіаспільнота	Можуть впливати, якщо є взаємозв'язок з їх інтересами	Виконання цілей своєї об'єднаної спільноти	Аналіз медіа ресурсів та медіаспільнот
Небайдужі групи населення	Середній вплив	Поширення інформації та залучення в тему	Аналіз медіа ресурсів

Цей перелік можна продовжити. Зокрема до таких стейкхолдерів можна було б віднести Комітет ВР України з питань гуманітарної та інформ. політики, Комітет з питань освіти, науки та інновацій, парламент загалом. Однак вище виділені саме ті стейкхолдери, які відіграють або повинні відігравати ключову роль у підвищенні спроможності критично оцінювати інформацію.

3. ЦІЛІ ПОЛІТИКИ ТА ІНДИКАТОРИ УСПІШНОСТІ

Ціль політики — підвищити рівень медіаграмотності всіх верств населення України в контексті формування спроможності критично сприймати інформацію, що надходить з медіа.

Індикатор 1. Понад 85% громадян володіють навичками критичного сприйняття інформації, що надходить із медіа (мають вище за середній або високий рівень медіаграмотності за методологією дослідження від ГО «ДЕТЕКТОР МЕДІА» (2021).

Індикатор 2. Навчання медіаграмотності охоплює всі вікові категорії населення.

Індикатор 3. Понад 50% громадян перевіряють інформацію на достовірність та використовують більше трьох джерел інформації (цей індикатор входить до рівня медіаграмотності вище за середній або високий за методологією дослідження від ГО «ДЕТЕКТОР МЕДІА» (2021).

Індикатор 4. Понад 90% населення обізнані щодо можливості дезінформаційних атак на території України.

4. ВАРІАНТИ ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМИ

Для того, щоб сформувати варіанти вирішення проблеми медіаграмотності в Україні, доцільно провести короткий аналіз найкращих наявних практик. Для аналізу було обрано три країни за такими критеріями:

- країни мають спільний кордон із росією та неодноразово піддавалися інформаційним атакам, пропаганді з боку вищезгаданої держави;

- проаналізовані країни мають найвищий індекс медіаграмотності.

Перший критерій було обрано за парадигмою «чорного лицаря» (Tolstrup, 2014). Це визначення використовується для позначення «зовнішніх акторів — будь-то демократичних чи авторитарних держав, великих чи регіональних держав або міжнародних організацій, які діють як охоронці автократії чи кидають виклик демократії в певних

контекстах» (Tolstrup, 2014, р. 4). Такий виклик неодноразово кидала росія на прикордонні держави чи то південних (Tolstrup, 2014), чи західних сусідів (Natalizia, 2019). «Чорні лицарі» можуть посилити здатність до виживання недемократичних лідерів шляхом надання матеріальних ресурсів, або можуть перешкоджати демократії чи демократизації за кордоном через пропаганду, економічні важелі, шпигунство чи насильство (Natalizia, 2019). Тому в цьому контексті за першим критерієм важливо обрати країни, які зазнали впливу російської пропаганди або інформаційних атак.

Для вибору кращих практик за другим критерієм було використано Індекс медіаграмотності Інституту відкритого суспільства – Софія (OSIS, 2021). Його методологія базується не лише на навчанні медіаграмотності та боротьбі з дезінформацією. Вона включає й інші компоненти, зокрема свободу преси та довіру населення. Однак цей індекс часто використовується при аналізі політик медіаграмотності, зокрема й стейкхолдерами, згаданими вище.

Під ці умови підпадають три країни, а саме Фінляндія, Естонія та Польща. Критерієм для порівняння цих країн стала наявність програм для різних соціальних груп. Зокрема, ці країни було порівняно за наявністю чи відсутністю програм для таких соціальних груп:

- 1) навчання дітей та молоді;
- 2) студентське навчання;
- 3) підготовка вчителів;
- 4) навчання дорослого населення.

Досвід Фінляндії у розвитку медіаграмотності

Як і Україна, Фінляндія неодноразово піддавалась інформаційним нападам з боку росії. Прокремлівські ЗМІ стверджували, що фіни першими напали на СРСР у 1939 (EU vs Desinfo, 2017), що Фінляндія саджає російських дітей за ґрати та багато всього іншого (EU vs Desinfo, 2018). Напрута між цими двома країнами та поширення дезінформації особливо зросли у 2022 році, після прийняття Фінляндією рішення щодо вступу у НАТО.

Однак, незважаючи на те, що Фінляндія має спільний кордон з рф, наразі вона займає перше місце за індексом медіаграмотності серед європейських країн та має найвищий потенціал боротьби з

дезінформацією (OSIS, 2021). Серед причин цього є і те, що Фінляндія була однією з країн, яка започаткувала щось на кшталт сучасних політик медіаграмотності ще доволі давно. З 60-х років минулого століття тут було організовано курси преси для вчителів історії та громадянського суспільства (Kurjainen et al., 2008). У шкільній програмі медіаграмотність з'явилась у 1970-х роках під назвою «Освіта мас медіа» й дуже успішно розвивається донині.

Медіаграмотність у Фінляндії розглядається в контексті багатьох сфер політики, таких як культурна, молодіжна, освітня, включаючи дошкільну освіту. Модель медіаграмотності передбачає чотири основні категорії медіаосвіти: інтерпретація та оцінка медіа, доступ, створення медіа та функціонування у медіапросторі. Тобто, Фінляндія повністю адаптувала всі чотири компонента медіаграмотності під нинішні реалії та вивчає їх у своїх програмах. Основні стейкхолдери, які долучені до навчання медіаграмотності у цій країні, зображені у таблиці №3.

Навчання дітей та молоді. Навчання медіаграмотності у фінських школах відбувається у форматі міжпредметної теми під назвою «Медіа Навички та комунікація» в середній школі та «Комунікації та медіа компетентність» у старшій школі.

В опублікованому посібнику «Політика фінської медіаосвіти. Підходи в культурі та освіті» від Фінського товариства медіаосвіти описані види навчання для різних програм (Lundvall, 2009). Дошкільна медіаосвіта здійснюється шляхом обережної бесіди та різних ігрових форм. В початковій освіті класний керівник може обрати засоби та зміст програми з медіаосвіти, які підходять до роботи конкретного класу. Наприклад, учням можуть запропонувати позашкільні заходи у форматі медіа клубу. Вчителі середньої ланки освіти, незалежно від предмету викладання, можуть підібрати засоби медіаосвіти. Наприклад, школа може надати факультативний медіакурс.

У старших класах вчителі Фінляндії можуть предоставити учням курси за вибором, наприклад фотографію, відео або створення контенту,

після проходження якого учень отримує атестат. Викладач має право використовувати медіаосвітні матеріали та різні інструменти в навчанні на своєму предметі (Lundvall, 2009). Фінські школи також співпрацюють з медіа, які створюють медіа освітні матеріали для школярів.

Також, потрібно згадати публічні бібліотеки та фінську бібліотечну асоціацію (Kirjastot.fi, n.d.), де бібліотекарі проšli курси з медіаграмотності та можуть проконсультувати за будь-яким інформаційний-цифровим питанням. Вони допомагають дітям розвивати медіаграмотність різними проектами, на яких навчають інформаційно-цифровим компетенціям або проводять ігрові ініціативи (Lundvall, 2009).

Студентське навчання. Студенти Фінляндії вивчають медіаосвіту як окремий факультативний курс за вибором або другорядний предмет на всіх спеціальностях (Lundvall, 2009). Але профільні освітні виші Фінляндії пропонують навчання на магістерській програмі медіаграмотності. Також існують курси з викладання медіа технологій в аспірантурі (Ministry of Education and Cultural, 2019).

Підготовка вчителів. Навчання викладачів відбувається в університетах на магістерських програмах. Є щонайменше два університети, які мають магістерську програму з медіаосвіти. Це — університет Лапландії (освітні науки) та Університет Тампере (медіадослідження та освітні науки). Програми навчання різняться від професії, яку опановують студенти. Для того щоб стати вихователями дитсадка, вони проходять бакалаврську програму, компонентом якої з 1995 року є медіаграмотність. Майбутні класні керівники мають завершити магістратуру в університеті Лапландії, в якому є курс медіаграмотності з 1997 року. Якщо студент хоче піти далі, то є аспірантура, яку йому можуть спонсорувати медіафонди або церква (Lundvall, 2009).

Для викладачів навчання медіаграмотності може відбуватись за допомогою «Мобільної медіа освітньої підтримки». Директори шкіл

можуть запрошувати медіа педагогів три рази на семестр для консультування та проведення тренінгів (Lundvall, 2009).

Навчання дорослого населення. Для дорослого населення Фінляндії організують різні заходи для всіх вікових категорій. Наприклад, тиждень медіаграмотності, який проводиться з 2013 року та має мільйонні охоплення, включає в себе багато подій та обговорень за темою медіаграмотності (National Audiovisual Institute, 2021). Охоплення заходів на тиждень медіаграмотності у 2021 році досягло 3,9 млн. Попри пандемію було більше ніж 2000 учасників, 40+ партнерських організацій та 30 компаній (Єгорова, 2021).

На національному рівні організується багато медіа та кіно освітніх заходів від регіональних кіноцентрів або телерадіокомпаній (Koulukino, n.d.). Також медіаосвіта інтегрована до культурної політики. Наприклад, є мережа мистецьких центрів Taikalampuri (n.d.) які роблять освітні матеріали та проводять заходи для всіх вікових категорій.

Таблиця 3. Стейкхолдери з навчання медіаграмотності в Фінляндії		
Уряд та державний сектор: Освіта: Вища освіта Загальноосвітня школа Дошкільна освіта	Молодіжна робота: Муніципалітети Цифрова робота з молоддю Діяльність церкви НГО	Офіційні урядові організації: Міністерство освіти і культури Агентство цифрових і популяційних даних Національний аудіовізуальний інститут Фінське національне агентство освіти
Інститути культури: Бібліотеки Музеї Кіно, культурні та медіа-центри	Медіасектор: Громадські ЗМІ Медіа-будинки Рада у справах ЗМІ	Волонтерський сектор: Неурядові організації Волонтерська робота
	Приватний сектор: Медіа, технології та індустрія ігор Державно-приватна співпраця	

Досвід Естонії у розвитку медіаграмотності

Естонія — пострадянська країна, тому дати відновлення незалежності наших країн майже ідентичні, але вектор розвитку за ці 30 років у нас не завжди збігався. Проте, Естонія як і Україна піддається впливу від РФ та бореться з ним. Так, у 2007 році у столиці Естонії два дні тривали заворушення через дезінформаційну компанію з боку РФ, яка поширювалась в інтернеті та російському телебаченні, а згодом перейшла у блокування веб сторінок влади, банків та ЗМІ. Ця дезінформаційна та кібер атака була спричинена рішенням естонської влади перенести радянський пам'ятник (McGuinness, 2017).

Ці події стали вирішальними в розвитку електронної демократії та медіаосвіти. Естонія швидко розробила та імплементувала відповідну політику, спрямовану на боротьбу з фейковими новинами та інформаційними атаками. Зараз Естонія займає третє місце за індексом медіаграмотності (OSIS, 2021) та вважається однією з найбільш розвинених цифрових країн (e-Estonia, n.d.). До неї приїжджають чиновники різних країн дізнатись, як боротись з російською дезінформацією (Barnes, 2020). Всі стейкхолдери, які розвивають медіаграмотність в Естонії, зображені у таблиці №4.

Навчання дітей та молоді. З 2010 року в Естонії почали впроваджувати навчання медіаграмотності дітей від дитячого садку до шкільного навчання. У 2014 році предмети як «комунікаційна компетентність» та «цифрова компетентність» в новій естонській програмі згадуються як загальні компетенції, які обов'язково необхідно розвивати. Інформаційна грамотність — це перша з п'яти основних тем предмету цифрових компетенцій (Education & Youth Board, n.d.).

Навчання медіаграмотності в ігровій формі починається з дитячого садку. Формат навчання в школі інтегрований в інші предмети, але учні 10 класу повинні пройти обов'язковий 35-годинний курс під назвою «ЗМІ та вплив» (Liiv-Tellmann, 2021). Також, у середніх школах поширена

практика додаткових факультативів про медіа та створення школами своїх курсів на тему медіа освіти.

Для навчання дітей в Естонії популярні такі програми як ProgeTiiger, Robotika, TeadusTiiger, Wolfram. Вони розвивають цифрові навички та вміння володіти інформаційно комп'ютерними технологіями (European Commission, n.d.). Ще навчання відбувається завдяки освітнім сайтам для дітей, на яких викладають мультфільми про безпечну роботу в інтернеті та вміння розпізнати неправдиву інформацію тощо (Targalt internetis, n.d.).

Студентське навчання. В університетах медіа навчання інтегроване або проходить завдяки факультативним курсам, наприклад, як у Тартурському університеті (University of Tartu, 2022). Але, в освітніх вишах обов'язково навчають інформаційно-цифровим компетенціям. В Естонії є стандарт професійної освіти стосовно інформаційно-цифрових компетенцій. Стандарт визначається для студентів різних рівнів. На одному рівні студент опановує ІТ-компетенції, вивчає основні можливості та потенційні ризики ІТ, набуває вміння використовувати Інтернет тощо. На іншому рівні студент повинен вміти користуватися основними програмами, оцінити правдивість наявної інформації, створювати, представляти, шукати й розуміти інформацію (European Commission, n.d.).

Підготовка вчителів. В естонських університетах викладачі вивчають медіаграмотність завдяки «цифровим компетенціям», які інтегруються в різні курси. Така система, зокрема, є у Тартурському університеті. Міністерство освіти Естонії створює інструкції, проводить тренінги для вчителів та шкільних адміністрацій щодо розуміння концепції цифрової компетентності (Ministry of Education, n.d.). Вчителів вчать проводити моніторинг успіхів своїх учнів протягом шкільних років. Створено багато програм з підвищення кваліфікацій для викладачів з цифрової компетенції, які можуть тривати до 48 годин навчання. Курси

підвищення кваліфікації щорічно проходять до 21 % викладачів загальноосвітніх навчальних закладів (Ministry of Education, n.d.).

Навчання дорослого населення. На національному рівні для всіх громадян організують два факультативні курси: «Медіа навчання» та «Сучасне інформаційне середовище людини» (Liiv-Tellmann, 2021). Літніх громадян уряд Естонії намагається охопити й навчити медіаграмотності за допомогою реклами, публічних оголошень та газет (Yee, 2022). Також медіаграмотності та цифровим компетенціям громадян всіх вікових категорій вчать на тижні медіаграмотності, який організовується міністерством освіти та науки разом з десятками партнерів з 2019 року (Media Literacy Week, 2021). Важливим стейкхолдером для навчання медіаграмотності всіх громадян є центр Безпечного інтернету Естонії, який створює навчальні матеріали, організовує нетворки, тренінги для громадян та батьків (Targalt internetis, n.d.).

Таблиця 4. Стейкхолдери з навчання медіаграмотності в Естонії		
Уряд та державний сектор: Освіта: Загальноосвітня школа Дошкільна освіта	Молодіжна робота: Програма «Розумна робота з молоддю» НГО	Офіційні урядові організації: Міністерство освіти та науки Департамент у справах освіти та молоді Міністерство культури
Інститути культури: Балтійський інститут кінематографа Талліннський університет Тартуський університет Естонський інститут кіно Театри	Медіасектор: Громадські ЗМІ Телерадіомовні корпорації	Волонтерський сектор: Неурядові організації Волонтерська робота

Досвід Польщі у розвитку медіаграмотності

Польща — це також постсоціалістична країна, яка неодноразово була ціллю дезінформаційної кампанії кремля. Перед повномасштабним вторгненням РФ в Україну, кількість фейкових новин збільшилась й про поляків. Російські пропагандисти створювали повідомлення про

підготовку Польщею нападу на Донбас, що до кордону «ЛДНР» прибули польські найманці (Avdeeva, 2022). Наразі, російська федерація поширює дезінформаційні «новини», що Польща хоче атакувати та захопити захід України та Придністров'я в Молдові (Громадське радіо, 2022).

У 2021 році Польща зайняла 17-е місце за індексом медіаграмотності та третє місце серед країн, які мають спільний кордон з рф. Боротись з дезінформацією та навчати медіаграмотності Польща почала з 1999 року, коли запровадили медіаосвіту в школі як частину основної програми, яка вчила критично сприймати медіаконтент та вміти використовувати медіа. Однак, у 2008 році освіту медіаграмотності зробили інтегрованою в різні предмети (Iwanicka at all, 2014).

Загалом, в розвитку медіаосвіти в Польщі приймають участь багато державних та недержавних акторів. Для узгодження їх дій та прийняття єдиного вектору розвитку медіаграмотності регулярно організуються спільні конференції та форуми. Для обговорення теми медіаграмотності збирають журналістів, викладачів, науковців, та всіх, хто причетний до медіаосвіти, наприклад Forum Edukacji Medialnej, який організовується з 2008 року національною радою з питань мовлення (Forum Edukacji Medialnej, n.d.). Всіх основних стейкхолдерів, які розвивають медіаграмотність в Польщі, можна побачити у таблиці №5

Навчання дітей та молоді. В 2008 році Міністерство національної освіти випустило посібник щодо системи навчання в Польщі, де в дошкільну та шкільну програми включались аспекти медіаосвіти (Polish EURYDICE Unit, 2008). З того часу Польща проводить міжпредметне навчання медіаграмотності для дітей дитячого садочку та шкіл. Шкільна освіта інтегрована у навчальні програми з предметів польської мови, історії, інформаційно комп'ютерних технологій тощо. У садочках та школах проводять навчання різні проєкти та ініціативи, наприклад проєкт Fonolandia (Fundacja Dbam, n.d.), який навчає медіа компетенціям дітей від 5 років до 8-ми років.

Студентське навчання. Обов'язкове навчання медіаграмотності в університетах орієнтовано на освітніх спеціальностях, міжпредметне - на деяких гуманітарних та соціальних факультетах. Отримати знання з медіаграмотності можна на бакалаврському та магістерському рівні. Всього навчання проводять до 10 університетів, такі як University of Rzeszów, Adam Mickiewicz University in Poznań та University of Warsaw (Iwanicka at all, 2014).

Підготовка вчителів. Вчителів медіа компетенціям навчають в університетах на рівні бакалавра та магістра, існує аспірантура та підготовчі курси (Iwanicka at all, 2014). На освітніх спеціальностях вивчають предмети «Медіапедагогіка» та «Медіа в освіті» (Янкович та інші, 2018). Навчання проходить в різних форматах, лекційному або практичному, де учні виконують проєкти або проходять майстер-класи з використання інформаційно-комп'ютерних способів навчання (Янкович та інші, 2018). Також існують центри підготовки вчителів, які пропонують курси медіа компетенцій (Iwanicka at all, 2014).

Навчання дорослого населення. Для навчання медіаграмотності старшого покоління та батьків місцева влада, громадські організації та асоціації проводять тренінги, різні програми та адаптують веб сайти, додаючи окремі вкладки для батьків (Iwanicka at all, 2014). Наприклад, у рамках програми Cybernauci (Кібернавти), яку організував фонд «Сучасна Польща», де навчали використанню інформаційно комп'ютерним технологіям, були підготовлені не тільки вчителі та учні, а ще й 17 000 батьків (Modern Poland Foundation, n.d.).

Таблиця 5. Стейкхолдери з навчання медіаграмотності в Польщі		
Уряд та державний сектор: Освіта: Університети Загальноосвітня школа Дошкільна освіта	Молодіжна робота: проєкти «Молодь і ЗМІ» НГО	Офіційні урядові організації: Міністерство національної освіти Міністерство цифрових справ Рада з інформатизації освіти Міністерство культури та національної спадщини Національна рада з радіомовлення

Інститути культури: Національний аудіовізуальний інститут Польський інститут кіно	Медіасектор: Громадські ЗМІ Медіафонди	Волонтерський сектор: Неурядові організації Волонтерська робота
	Професійні організації: Товариство освітніх технологій та медіаосвіти комунікаційна асоціація асоціація медіаосвіти	+ нетворки, різні події та дослідження

Стан медіаграмотності в Україні

Проаналізувавши кращі практики медіаграмотності, варто охарактеризувати і поточний стан медіаграмотності в Україні, звернувши увагу саме на присутність чи відсутність програм для різних соціальних груп.

Навчання дітей та молоді. Навчання медіаграмотності в Україні знаходиться в експериментальному стані. Сьогодні у нас немає чітко сформульованої стратегії дошкільного навчання медіаграмотності, не було знайдено навчальних програм та посібники, які були б затверджені МОН. Але, в концепції з розвитку медіаосвіти вона все ж таки згадується та дошкільні навчальні заклади беруть участі у другому експерименті з впровадження медіаосвіти. Навчання в деяких дошкільних закладах відбувається за допомогою ініціатив небайдужих вихователів та громадян.

Шкільне навчання більш розвинене, тому що перша концепція розвитку медіаосвіти була більш сфокусована на ньому. За 5 років експерименту в ньому взяли участь близько 250 навчальних закладів з 40 тис. учнів, а у другому експерименті беруть участь 153 освітніх заклади. За аналітичним звітом «Впровадження медіаосвіти та медіаграмотності в загальноосвітніх школах України» (USAID-Internews, 2016) можна зрозуміти, що курс медіаосвіти під різними назвами викладався в школах 14 областей. У 50% опитаних шкіл, станом на 2016 рік, медіаграмотність викладалась чотири роки. По завершенню експерименту зі 128 опитуваних шкіл, 98 продовжили викладати медіаграмотність (USAID-Internews, 2016).

Форма викладання медіаосвіти різниться залежно від шкіл. Деякі проводили обов'язковий урок (одна навчальна година на тиждень), інші інтегрували у гуманітарні та природничі предмети. Друга форма набагато поширеніша за першу. За даними IREX, викладачі, які інтегрують матеріали з медіаграмотності у свої предмети, зауважили, що після трьох семестрів навчання 38 % учнів мають кращий результат з розрізнення фейкових новин (МОН, АУП, 2013).

Ще поширеною практикою є створення факультативу за бажанням учнів або медіа клубу в школах. Також велику роль в навчанні школярів медіаграмотності займають проекти й ініціативи від міжнародних партнерів та різних громадських організацій.

Студентське навчання. Навчання студентів медіаграмотності відбувається в деяких педагогічних вишах за допомогою програми «Медіаосвіта», яка схвалена Міністерством науки та освіти (МОН, АУП, 2013). На жаль, ця програма не поширена для обов'язкового навчання на всі педагогічні навчальні заклади України.

Підготовка вчителів. Для впровадження медіаграмотності потрібна програма підготовки викладачів, яка в нашій країні була розроблена за допомогою академії Української преси та МОН. За аналітичним звітом впровадження медіаграмотності в школах України було зрозуміло, що навчання викладачів проходить на курсах підвищення кваліфікації в обласних інститутах післядипломної педагогічної освіти (ОІППО) (USAID-Internews, 2016).

Також викладачів вчать на семінарах організованих для вчителів, які беруть участь у експерименті Національної Академії педагогічних наук, на курсах, що організовані ОІППО або департаментом освіти обласної адміністрації. Для викладачів проводять Міжнародні конференції, є програми обміну досвідом з закордонними партнерами або навчання на літніх (зимових) школах від Академії української преси (n.d.). Також курси з підготовки викладачів проводять від IREX (МОН, 2021), «Детектор Медіа», Edera та Internews.

Навчання дорослого населення. Програма з розвитку медіаграмотності в нашій країні намагається охопити та навчати доросле населення. Після впровадження експерименту з навчання медіаграмотності в школах, де медіаосвіта відбувалась, викладачі, які пройшли курси з медіаграмотності, показували презентації за темою медіаосвіти на батьківських зборах, загальношкільних батьківських зборах або проводили для батьків стислий курс з медіаосвіти (Usaid-Internews, 2016).

Ще навчання дорослого населення проходить за допомогою різних ініціатив від громадських або міжнародних організацій, приватних компаній та різних спільнот. Наприклад, компанія Нова пошта (MediaSapiens, 2021) провела курс для співробітників з цифрової грамотності. Курси для громадян з новинної грамотності проводили і Детектор медіа, і Академія української преси (n.d.). Деякою мірою відбувається і інтеграція медіаграмотності в культуру (ARTIFAKE, 2021) та проведення безоплатних інтерактивних виставок в центрі міста на тему медіаосвіти (Єгорова, 2021).

5. ВАРІАНТИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОЛІТИКИ

Порівняння описаних країн за головними навчальними практиками впровадження медіаграмотності.

Таблиця 6. Основні навчальні практики				
Ініціатива з медіаосвіти	Фінляндія	Естонія	Польща	Україна
Один державний орган/проект по контролюванню всіх ініціатив	+	+		+/-
Навчання дітей та молоді				
Дошкільнє навчання	+	+	+	
Міжпредметне навчання у школі	+	+	+	+/-
Обов'язковий шкільний предмет/курс		+		+/-
Програма співпраці шкіл та ГО	+	+	+	+
Програма співпраці шкіл та медіа	+			
Студентське навчання				
Університетське навчання для профільної освіти	+	+	+	
Факультативне університетське навчання для всіх спеціальностей	+	+		
Підготовка вчителів				
Навчання викладачів завдяки курсам/центрам підвищення кваліфікацій	+	+	+	+
Мобільна медіапедагогічна підтримка	+			
Організація конференцій на регулярній основі для наукової спільноти			+	
Навчання дорослого населення				
Навчальні програми для батьків та громадян	+	+	+	+/-
Інформаційні кампанії через ЗМІ	+	+		

Компанія з навчання бібліотекарів	+			
Залучення бібліотек до розвитку медіаграмотності	+			
Тиждень медіаграмотності	+	+		+/-
Розвиток медіаграмотності через культуру та кіно	+	+	+	

+/- — політика впроваджена не до кінця або перебуває в експериментальному стані

На основі наведених кейсів можна сформувані такі варіанти реалізації політики впровадження медіаграмотності:

1. *Збереження статусу-кво.*
2. *Розвиток медіаграмотності за фінською моделлю.*
3. *Розвиток медіаграмотності за естонською моделлю.*
4. *Розвиток медіаграмотності за польською моделлю.*

Варіант 1. Цей варіант передбачає збереження чинної стратегії нашої держави для розвитку медіаграмотності. Шкільне та дошкільне навчання з 2011 року в експериментальному стані та не було впроваджено повністю. Студентське навчання проходить у кількох університетах, не поширюється на всі педагогічні вузи. Для навчання викладачів створено курси та центри підвищення кваліфікації, а навчання дорослого населення відбувається за допомогою різних ініціатив. USAID-Internews проводили дослідження, у якому перевіряли спроможність респондентів виявляти неправдиві матеріали на практичних кейсах. У 2020 році тільки 3% респондентів правильно відповіли на всі кейси. У 2021 році те ж опитування показало кращий результат: 24% опитаних правильно оцінили всі кейси (USAID-Internews, 2021). Отже, на основі результатів цього дослідження можна зробити висновок, що вміння українців вирізняти дезінформацію покращилося.

Загальна характеристика варіанту №1:

- один державний орган/проект із регулювання всіх ініціатив;

- **навчання дітей та молоді:** дошкільне та шкільне навчання в експериментальному стані, співпраця між школами та ГО;
- **студентське навчання:** часткове в деяких університетах;
- **підготовка вчителів:** курси, центри підвищення кваліфікацій;
- **навчання дорослого населення:** програми для батьків та громадян, спроба реалізації тижня медіаграмотності;

Варіант 2. Фінська модель медіаграмотності більш комплексна, вона формувалася десятки років. За її розвиток відповідають декілька ключових сфер політики, які підпорядковуються одному Міністерству: культурна, молодіжна та освітня. Навчання медіаграмотності починається з дитячих садочків. Воно інтегроване в інші предмети, де викладач може обирати всі засоби та методи навчання. Іноді школи або викладачі пропонують учням пройти факультативний курс. Така практика навчання, де викладач може вільно обирати методи навчання медіаграмотності, поширюється й на університети, в яких є курси з медіаграмотності. Проте існують й бакалаврські та магістерські програми, пов'язані з медіаосвітою для майбутніх викладачів або вихователів. Навчання дорослого населення проходить через організацію івентів за участі різних акторів. Особливою подією є тиждень медіаграмотності, який охоплює мільйони громадян.

Загальна характеристика варіанту №2:

- один державний орган/проект із регулювання всіх ініціатив;
- **навчання дітей та молоді:** дошкільне і шкільне навчання в інтегрованій формі, співпрацювання між ГО, медіа та школами;
- **студентське навчання:** профільне та факультативне;
- **підготовка викладачів:** курси, центри підвищення кваліфікації, мобільна медіапедагогічна підтримка;
- **навчання дорослого населення:** програми для батьків та громадян, щорічний тиждень медіаграмотності, інформаційні кампанії, бібліотеки, культура та кіно.

Варіант 3. Естонська модель передбачає швидкий розвиток медіаграмотності через освітню, інформаційну та молодіжну політику, в якій для координування всіх програм за нашою темою створена окрема Рада (Information Technology Foundation, n.d.). Навчання починається з дитячого садочка, воно інтегроване в інші предмети на всіх етапах навчання. У 10 класі кожен учень обов'язково повинен пройти курс із медіаграмотності. Також поширена практика впровадження різних програм із отримання цифрових навичок.

Навчання медіаграмотності в університетах відбувається за допомогою різних факультативних курсів або ж є обов'язковим для майбутніх викладачів. Усе навчання проходить за прописаними стандартами. Для викладачів створено багато програм із підвищення кваліфікації, які є дуже популярними. Доросле населення вивчає медіаграмотність за двома спеціально розробленими курсами, а також отримує знання завдяки різним заходам та подіям на кшталт тижня медіаграмотності. Популяризація медіаграмотності для літніх людей відбувається за допомогою інформаційних кампаній, реклами, публічних оголошень та газет.

Загальна характеристика варіанта №3:

- один державний орган/проект з регулювання всіх ініціатив;
- **навчання дітей та молоді:** дошкільне і шкільне навчання в інтегрований та обов'язковій формі, співпраця між ГО та школами;
- **студентське навчання:** профільне та факультативне;
- **підготовка викладачів:** курси, центри підвищення кваліфікацій;
- **навчання дорослого населення:** програми для батьків та громадян, щорічний тиждень медіаграмотності, інформаційні кампанії, культура та кіно.

Варіант 4. Польська модель — це модель, у якій за розвиток медіаграмотності відповідають щонайменше три міністерства: освіти,

культури та адміністрації й цифровізації — без узгодженої єдиної державної політики щодо медіаграмотності. Навчання починається з дитячого садочка. Загалом все навчання з медіаграмотності міжпредметне. Воно інтегроване в предмети з мови, історії, інформаційно комп'ютерних технологій тощо. Сприяють навчанню дітей і різні проєкти, які проводять у школах та дитсадках. Студентське навчання медіаграмотності загалом проходить на освітніх спеціальностях. Навчання вчителів відбувається на бакалаврському та магістерському рівнях окремими предметами з медіаграмотності. Також існують центри підготовки вчителів. Доросле населення навчають медіаграмотності за допомогою тренінгів та програм.

Загальна характеристика варіанту №4:

- немає державного органа/проєкту з регулювання;
- **навчання дітей та молоді:** дошкільне і шкільне навчання в інтегрований формі, співпраця між ГО та школами;
- **студентське навчання:** профільне;
- **підготовка викладачів:** курси, центри підвищення кваліфікацій, організації конференцій;
- **навчання дорослого населення:** програми для батьків та громадян, культура та кіно.

6. ПРИЙНЯТТЯ РІШЕННЯ

Для обрання варіанту політики, який буде найбільш доцільним до впровадження в нашій державі, було використано такі критерії:

1. швидкість реалізації політики;
2. здійсненність;
3. охоплення різних верств населення;
4. вартість імплементації.

Таблиця 7. Порівняння варіантів політики				
	Варіант 1. <i>Збереження статусу-кво.</i>	Варіант 2. <i>Розвиток медіаграмотності за фінською моделлю.</i>	Варіант 3. <i>Розвиток медіаграмотності за естонською моделлю.</i>	Варіант 4. <i>Розвиток медіаграмотності за польською моделлю.</i>
Швидкість реалізації політики.	Впроваджена на експериментальному етапі.	Повільна швидкість реалізації політики.	Швидка реалізація.	Швидка реалізація.
Здійсненність політики	Легко, не потребує змін	Середня — потрібно впровадити нові ініціативи.	Легко — на більшість практик є досвід проведення	Середня, деякі з уже впроваджених практик не є пріоритетними для цієї моделі
Охоплення різних верств населення	Середня, охоплює не всі верства населення	Висока, охоплює всі верства населення	Висока, охоплює всі верства населення	Середня, охоплює не всі верства населення
Вартість імплементації	Не потребує додаткових витрат	Потребує багато додаткових фінансових витрат	Потребує невеликих додаткових фінансових витрат	Майже не потребує додаткових фінансових витрат

Інформаційна війна в нашій країні може бути поборена лише швидкими та реалістичними діями з максимальним охопленням населення та невеликими фінансовими витратами. Якщо оцінювати збереження статусу-кво за швидкістю, то політика впровадження медіаграмотності перебуває на експериментальному рівні з 2010 року й незрозуміло, чи зміниться це становище у 2022. Також ця політика не охоплює всі вікові категорії українців, проте вона легка за здійсненністю та не потребує додаткових витрат.

Фінська модель впровадження медіаграмотності повільна, потребує впровадження нових ініціатив, які спричиняють багато фінансових витрат, але гарантують велике охоплення. Естонська модель швидка та легка в реалізації через те, що більшість практик цієї моделі було протестовано в нашій країні. За поширеністю ця модель охоплює всі вікові категорії населення та не потребує багато додаткових фінансових витрат. Польська модель впровадження медіаграмотності швидка та майже не потребує додаткових витрат, але для її реалізації потрібно буде відмовитися від частини вже впроваджених або протестованих в нашій країні практик, що недоцільно. Також вона не охоплює всі вікові категорії населення.

Ставлення стейкхолдерів до варіантів рішень вже частково було описано в минулих таблицях, але в таблиці №8 ставлення стейкхолдерів визначається за такими значеннями: -2 — значні втрати; -1 — незначні втрати; 0 — нейтральний вплив; +1 — незначна вигода; +2 — значна вигода.

Таблиця 8. Ставлення стейкхолдерів до рішення				
	Варіант 1. <i>Збереження статусу-кво</i>	Варіант 2. <i>Розвиток медіаграмотності за фінською моделлю</i>	Варіант 3. <i>Розвиток медіаграмотності за естонською моделлю</i>	Варіант 4. <i>Розвиток медіаграмотності за польською моделлю</i>
Міністерство цифрової трансформації	0	+1	+1	0
Центр протидії дезінформації при РНБО	0	+1	+1	+1
Національний проєкт з медіаграмотності «Фільтр»	+2	+2	+2	-2
Міністерство культури та	+2	+2	+2	0

інформаційної політики				
Міністерство освіти і науки України	0	+1	+2	+1
Центр стратегічної комунікації та інформаційної безпеки	+1	+2	+2	0
Міжнародні партнери	+1	+2	+2	+1
Громадські Організації	+1	+2	+2	+1
Медіаспільнота	+1	+2	+2	+1
Локальні ініціативні групи	+1	+2	+2	+2

Аналіз усіх варіантів демонструє, що поставлені цілі та індикатори можуть бути найкраще реалізовані у Варіанті №3 — розвитку системи медіаграмотності за естонською моделлю. Впровадження цього варіанту політики швидко та легко в реалізації, має потенційно високе поширення, охоплює всі вікові категорії населення за мінімальний час та не потребує багато додаткових витрат.

7. ВИКЛИКИ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ

Впровадження естонської моделі медіаграмотності передбачає навчання громадян усіх вікових категорій. Навчання медіаграмотності для дітей та студентів буде проходити в дошкільних закладах, школах (в інтеграційному форматі та обов'язковим курсом) та університетах. Доросле населення буде навчатися медіаграмотності за допомогою різних ініціатив, наприклад, тижня медіаграмотності, курсів для громадян та інформаційних кампаній.

Однак реалізація обраного варіанту політики має низку ризиків, які необхідно врахувати. Зокрема першим викликом буде впровадження навчання медіаграмотності у всіх навчальних закладах. Із цим викликом допоможе створення та прийняття наказу МОН щодо обов'язкового викладання медіаграмотності. Цей наказ Міністерства освіти передбачатиме навчання медіаграмотності у всіх навчальних закладах та з оплачуваними годинами для вчителів.

Другим викликом буде підготовка достатньої кількості викладачів для всіх навчальних закладів. Потрібно буде задіяти головних стейкхолдерів та проводити масові навчання, а в центрах підвищення кваліфікації створити систематичні програми з медіаграмотності для вчителів та проводити конференції для обміну досвідом, зокрема з іноземними колегами. Ризиком впровадження цієї політики може стати недостатня кількість методичних матеріалів для всеукраїнського навчання, а також необхідність залучення іноземних фахівців, які можуть не до кінця розуміти український контекст. Вирішити цю проблему можна через поетапне навчання викладачів із підготовкою тренерів на перших етапах, які будуть залучені до подальшого навчання.

Наступним ризиком може стати недостатнє фінансування проекту «Фільтр» для впровадження повномасштабної інформаційної кампанії та тижня медіаграмотності. Ці ініціативи нам потрібні для поширення політики медіаграмотності серед усіх вікових категорій.

Ризиком будуть ворожі інформаційні атаки проти впровадження політики та можливі кібератаки на ресурси головних стейкхолдерів.

Ще одним ризиком є воєнний стан у країні, через який будь-які ініціативи з навчання медіаграмотності можуть бути скасовані.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Chomsky, N. (1989). *Necessary illusions: Thought control in democratic societies*. Boston, MA: South End Press.

Aufderheide, P. (Ed.). (1993). *Media literacy: A report of the national leadership conference on media literacy*. Aspen, CO: Aspen Institute.

Hobbs, R. (1998). The seven great debates in the media literacy movement. *Journal of Communication*, 48(1), 16-32.

Livingstone, S. (2004). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. *Communication review*, 1 (7): 3-14.

Christ, W. G., and Potter, W. J. (1998). Media literacy, media education, and the academy. *Journal of Communication*, 48(1): 5-15.

R&B Group. (2021, Лютий 22). Соціальні мережі та месенджери в Україні. <https://rb.com.ua/blog/socialnye-seti-i-messendzhery-v-ukraine/>

GlobalLogic. (2021, Березень 17). За рік карантину кількість українських користувачів в соцмережах зросла на 7 млн і досягла 60% населення країни. <https://www.dw.com/uk/za-rik-karantynu-kilkist-ukraintsiv-u-sotsmerezakh-zroslo-na-7-mln-i-dosyagla-60-naselennya-kraini/a-na-sim-milioniv/a-56899697>

Bazalgette, C. (1999). *Making Movies Matter*. London: British Film Institute.

Sefton-Green, J. (Ed.). (1999). *Young People, Creativity and New Technologies: The challenge of digital arts*. London: Routledge.

Hobbs, R. (1998). The seven great debates in the media literacy movement. *Journal of Communication*, 48(1), 16-32.

Facebook. (2021, Травень). Threat Report The State of Influence Operations 2017-2020. <https://about.fb.com/wp-content/uploads/2021/05/IO-Threat-Report-May-20-2021.pdf>

U-report. (2020, Лютий 20). Опитування. Медіаграмотність. <https://ukraine.ureport.in/opinion/4025/>

Верховна рада України. (2022, Травень 03). ЗАКОН УКРАЇНИ, Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо встановлення кримінальної відповідальності за колабораційну діяльність. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2108-20#Text>

Команда VoxCheck. (2022, Січень 12). Перемир'я, якого немає, та «хімічна зброя» на Донбасі. Як маніпулювали проросійські медіа за період 16 грудня – 5 січня. <https://voxukraine.org/peremyr-ya-yakogo-nemaye-ta-himichna-zbroya-na-donbasi-yak-manipulyuvaly-prorosijski-media-za-period-16-grudnya-5-sichnya/>

Разумков Центр. (2020, Вересень 30). Як змінились уподобання та інтереси українців до засобів масової інформації після виборів 2019 р. та початку пандемії COVID-19 (серпень 2020р.). <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/yak-zminylys-upodobannia-ta-interesy-ukraintsiv-do-zasobiv-masovoi-informatsii-pislia-vyboriv-2019r-ta-pochatku-pandemii-covid19-serpen-2020r>

ГО «ДЕТЕКТОР МЕДІА». (2021, Березень). ІНДЕКС МЕДІАГРАМОТНОСТІ УКРАЇНЦІВ.
https://detector.media/doc/images/news/archive/2021/186435/UA_REPORT_MEDIALITERA%Do%A1Y_INDEX-DM.pdf

Bellingcat. (2015, May 31). Forensic Analysis of Satellite Images Released by the Russian Ministry of Defense A bellıngcat Investigation.
https://www.bellingcat.com/wp-content/uploads/2015/05/Forensic_analysis_of_satellite_images_EN.pdf

СІТ. (2022, Квітень 8). У Telegram. <https://t.me/CITeam/2463>

Минфин рф. (2022). Федеральний бюджет 2022.
https://minfin.gov.ru/ru/statistics/fedbud/execute/?id_65=80042-yezhemesyachnaya_informatsiya_ob_ispolnenii_federalnogo_byudzheta_dannye_s_1_yanvarya_2011_g.

Мінцифри. (n.d.). Дія. Цифрова освіта.
<https://osvita.diia.gov.ua/?fbclid=IwAR2nx87Pl8vJr6Uj-ABja8UwUI9IPjXGiXFINEKaSBew6k9dKoYoTOQvko>

Центр протидії інформації при РНБО. (2022, лютий 24). Пост про російських колаборантів. <https://t.me/spravdi/548>

«Фільтр». (n.d.). Офіційна сторінка національного проєкту з медіаграмотності «Фільтр». <https://filter.mkip.gov.ua/>

Президія Національної академії педагогічних наук України. (2010, Травень 20). КОНЦЕПЦІЯ ВПРОВАДЖЕННЯ МЕДІАОСВИТИ В УКРАЇНІ.
<http://mediaosvita.org.ua/2013/11/18/kontseptsiia-vprovadzhenia-mediaosvity-v-ukraini/>

MediaSapiens. (2016, Квітень 27). В Україні оновлено Концепцію впровадження медіаосвіти.
<https://ms.detector.media/mediaosvita/post/16506/2016-04-27-v-ukraini-onovleno-kontseptsiyu-vprovadzheniya-mediaosvity/>

MediaSapiens. (2017, Серпень 30). Міносвіти затвердило всеукраїнський експеримент з медіаосвіти на 2017-2022 роки.
<https://ms.detector.media/mediaosvita/post/19553/2017-08-30-minosvity-zatverdilo-vseukrainskyy-eksperyment-z-mediaosvity-na-2017-2022-roky/>

МОН. (2021, Березень 11). МОН ПІДТРИМУЄ ІНІЦІАТИВУ ПРЕЗИДЕНТА УКРАЇНИ ЩОДО ПРОВЕДЕННЯ УРОКІВ МЕДІАГРАМОТНОСТІ В ШКОЛАХ.
<https://mon.gov.ua/ua/news/mon-pidtrimuye-iniciativu-prezidenta-ukrayini-shodo-provedennya-urokiv-mediagramotnosti-v-shkolah>

Центр стратегічних комунікацій. (n.d.). Події.
<https://spravdi.gov.ua/podiyi/>

Склярєвська, Г. (2021, Серпень 20). Валерія Ковтун: «Хочемо бути координаційним органом для інших ініціатив із медіаграмотності».
<https://ms.detector.media/mediaprosvita/post/28021/2021-08-20-valeriya-kovtun-kochemo-butiy-koordinatsiynym-organom-dlya-inshykh-initsiatyv-iz-mediagramotnosti/>

Центр протидії дезінформації. (n.d.). Веб сторінка Центру протидії дезінформації при РНБО. Розділ про Центр.

<https://cpd.gov.ua/documents/%d0%bf%d1%80%d0%be-%d1%86%d0%b5%d0%bd%d1%82%d1%80/>

АУП. (2021, жовтень 21). Проєкт разом з IREX навчання медіаграмотності для викладачів.

<https://medialiteracy.org.ua/uvaga-irex-ogoloshuye-konkursnyj-vidbir-novyh-uchasnykiv-proyektu-vyvchaj-ta-rozriznyaj-info-medijna-gramotnist/>

МОН. (2021, Вересень 9). МЕМОРАНДУМ МІЖ МОН ТА МІНКУЛЬТУРИ: РОЗВИТОК МЕДІАГРАМОТНОСТІ ТА ПРОТИДІЯ МАНІПУЛЯЦІЯМ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ.

<https://mon.gov.ua/ua/news/memorandum-mizh-mon-ta-minkulturi-rozvitok-med-iagramotnosti-ta-protidiya-manipulyaciyam-v-informacijnomu-prostori>

Мінцифра, USAID, Unicef. (2021). Медіаграмотність у часи пандемії.

<https://osvita.diia.gov.ua/courses/mediagramotnist-u-casi-pandemii>

Мінкульт. (2022, Січень 6). Центр Стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки при Міністерстві культури та інформаційної політики.

<https://mkip.gov.ua/content/centr-strategichnih-komunikacij-ta-informacijnoi-bezpeki-pri-ministerstvi-kulturi-ta-informacijnoi-politiki.html>

«Фільтр», ОБСЄ, «Інтерньюз-Україна». (2021). Розвиток медіаграмотності в Україні. Аналітичний документ.

https://filter.mkip.gov.ua/wp-content/uploads/2021/11/231121_medialiteracy.pdf

Natalizia, G. (2019, May 14). Black knight as a strategic choice? Causes and modes of Russia's support to the authoritarianism in Southern Caucasus. Italian Political Science Review/Rivista Italiana di Scienza Politica (2019), 49, 175–191.

Tolstrup, J. (2014). Black knight and elections in authoritarian regimes: why and how Russia supports authoritarian incumbent in post-Soviet states. European Journal of Political Research.

OSIS. (2021, March). Media Literacy Index 2021 Double Trouble: Resilience to Fake News at the Time of Covid-19 Infodemic.

http://osis.bg/wp-content/uploads/2021/03/MediaLiteracyIndex2021_ENG.pdf

EU vs Desinfo. (2017, November 23). DISINFO: IN 1939, FINLAND ATTACKED THE SOVIET UNION FIRST.

<https://euvsdisinfo.eu/report/in-1939-finland-attacked-the-soviet-union-first>

EU vs Desinfo. (2018, August 06). Finland puts russian kids in prison – disinformation.

<https://euvsdisinfo.eu/finland-puts-russian-kids-in-prison-disinformation-that-shaped-the-minds-of-millions/>

Kupiainen, R., Sintonen, S., Suoranta, J. (2008). Decades of Finnish media education. Finnish Society on Media Education.

Lundvall, A. (2009). Finnish Media Education Policies. Finnish Society on Media Education.

<https://www.yumpu.com/en/document/read/42571288/finnish-media-education-policies-mediakasvatusfi>

Kirjastot.fi. (n.d.). Finnish public libraries.

https://www.kirjastot.fi/tiedotteet/mediakasvatus-kirjastot-fi-0560ec?language_content_entity=fi

Lundvall, A. edit. (2009). Finnish Media Education – Best Practices. Finnish Society on Media Education. <http://mediakasvatus.fi/wp-content/uploads/2018/06/bestpractises.pdf>

Ministry of Education and Cultural. (2019). MEDIALITERACY IN FINLAND National media education policy 2019.

Koulukino. (n.d.). KOULUKINO – SCHOOL CINEMA ASSOCIATION. <https://www.koulukino.fi/>

Taikalamppu. (n.d.). Мистецькі центри. <http://www.taikalamppu.fi/> National Audiovisual Institute. (2021). Media Literacy Week celebrates. <https://www.mediataitoviikko.fi/in-english/>

Єгорова, А. (2021, Березень 31). Медіаграмотність змалку для всіх. Як Фінляндії вдалося стати лідеркою з розвитку критичного мислення. <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/26973/2021-03-31-mediagramotnist-z-malku-dlya-vsikh-yak-finlyandii-vdalosya-staty-liderkoyu-z-rozvytku-krytychnogo-myslennya/>

McGuinness, D. (2017, April 27). How a cyber attack transformed Estonia. BBC News. <https://www.bbc.com/news/39655415>

e-Estonia. (n.d.). This is the story of the world's most advanced digital society. <https://e-estonia.com/story/>

Barnes, J. (2020, December 3). U.S. cyber force was deployed to Estonia hunt for Russian hackers. <https://www.nytimes.com/2020/12/03/us/politics/cyber-command-elections-estonia.html>

Education & Youth Board. (n.d.). Learner digital competence model. <https://digipadevus.ee/oppija-digipadevusmudel/>

University of Tartu. (2022, March 11). Media in the Era of Disinformation (6 ECTS). <https://ois2.ut.ee/#/courses/SVUH.00.153/details>

Liiv-Tellmann, H. (2021, March 31). Integrating Media Literacy into the School Curriculum. Education & Youth Board. https://www.draugiskasinternetas.lt/wp-content/uploads/2021/04/ML_Estonia_31_03_2021_Final.pdf

European Commission. (n.d.). Estonia. Education and Training. Media literacy and safe use of new media. EACEA National Policies Platform: Youthwiki. <https://national-policies.eacea.ec.europa.eu/youthwiki/chapters/estonia/68-media-literacy-and-safe-use-of-new-media>

Ministry of Education. (n.d.). Digital Competence: Empowering teachers and students. <https://www.educationestonia.org/innovation/digital-competence/>

Yee, A. (2022, January 31). The country inoculating against disinformation. BBC Future. <https://www.bbc.com/future/article/20220128-the-country-inoculating-against-disinformation>

Media Literacy Week. (2021, September 5). <https://www.hm.ee/et/MPN>

Targalt internetis. (n.d.). About the project.
<https://www.targaltinternetis.ee/en/about-the-project/>

Targalt internetis. (n.d.). Game and cartoons.
<https://laps.targaltinternetis.ee/en/>

Avdeeva, M. (2022, February 22). Information battlefield: Kremlin disinformation campaigns targeting Poland's support for Ukraine. New Eastern Europe.

<https://neweasterneurope.eu/2022/02/22/information-battlefield-kremlin-disinformation-campaigns-targeting-polands-support-for-ukraine/>

Громадське радіо. (2022, травня 11). «Польша хочет оккупировать Приднестровье»: новые фейки розпропаганды.

<https://hromadske.radio/ru/news/2022/05/12/pol-sha-khochet-okkupyrovat-pryd-nestrov-e-nov-e-feyky-rospropahand>

Iwanicka, A., Walter, N., Kielkiewicz-Janowiak, A. (2014, May). Media and Information Literacy Policies in Poland.«Transforming Audiences/Transforming Societies».

Forum Edukacji Medialnej. (n.d.). News. <https://fem.edu.pl/>

Fundacja Dham. (n.d.). FONOLANDIA - education project.
<https://www.fonolandia.edu.pl/>

Polish EURYDICE Unit. (2008). The System of Education in Poland.
https://eurydice.org.pl/wp-content/uploads/2014/10/the_system_2008.pdf

Янкович, О., Біницька, К. Очеретний, В., Кузьма, І. (2018). Підготовка майбутніх фахівців в університетах України та Польщі до реалізації медіаосвіти дошкільників. Інформаційні технології та засоби навчання, Том 67, №5.

Modern Poland Foundation. (n.d.). Project Cybernauts.
<https://cybernauci.edu.pl/>

MediaSapiens (2021, квітень 5). Компанія «Нова пошта» навчатиме своїх працівників інформаційної грамотності.

<https://ms.detector.media/trendi/post/27002/2021-04-05-kompaniya-nova-poshta-navchatyme-svoikh-pratsivnykiv-informatsiynoi-gramotnosti/>

USAID-Internews. (2016). Впровадження медіаосвіти в Україні. Аналітичний звіт. У-Медіа.

https://www.slideshare.net/umedia/2016-66299447?from_action=save

МОН, АУП. (2013). Навчальна програма «Медіаосвіта (медіаграмотність)». https://www.aup.com.ua/uploads/Program_for_student.pdf

Академія української преси. (n.d.). Про АУП.
<https://www.aup.com.ua/pro-aup/misija/>

МОН. (2021, лютий 3). Конкурсний відбір для вчителів на проєкт «Вивчай та розрізняй».

<https://mon.gov.ua/ua/news/startuvav-konkursnij-vidbir-dlya-vchiteliv-u-proyektivivchaj-ta-rozriznyaj-info-medijna-gramotnist>

Академія української преси. (n.d.). Все про сайт.
<https://www.aup.com.ua/map/>

ARTIFAKE. (2021). Все про проєкт <https://artifake.org/>

Єгорова, А. (2021, жовтень 29). Лабіринт медіаграмотності презентували в Славутичі.

<https://ms.detector.media/mediaosvita/post/28404/2021-10-29-labirynt-mediagramotnosti-prezentuvaly-v-slavutychi/>

USAID-Internews. (2021, листопад). Медіа, ставлення до нього й споживання населенням його різних типів 2021.

<https://imi.org.ua/upload/media/2021/11/17/61951144dc1fc-usaid-internews-media-report-2021-ukr.pdf>

Information Technology Foundation. (n.d.). Веб сторінка Ради Information Technology Foundation. <https://www.hitsa.ee/>