

Міністерство освіти і науки України Національний університет «Києво-
Могилянська академія»
Факультет правничих наук
Кафедра «Києво-Могилянська школа врядування»

Магістерська робота
освітній ступінь – магістр

на тему: **«ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА У СФЕРІ ВПРОВАДЖЕННЯ
МЕДІАГРАМОТНОСТІ В УКРАЇНІ»**

Виконала студентка 2-го року
навчання, спеціальність 281
Публічне управління та
адміністрування, комунікації в
демократичному врядуванні

Забуга Софія Сергіївна

Керівник: Романюк В.
кандидатка наук з культурології

Рецензент: _____

Магістерська робота захищена

З оцінкою _____

Секретар _____

«____» _____ 2023 р.

Київ – 2023

Декларація академічної доброчесності

Я, Забуга Софія Сергіївна, студентка магістерської програми за спеціальністю «Публічне управління та адміністрування», програма «Комунікації в демократичному врядуванні НаУКМА, адреса електронної пошти sofii.zabuha@ukma.edu.ua, підтверджую наступне:

- написана мною кваліфікаційна робота на тему «Державна політика у сфері впровадження медіаграмотності в Україні» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, передбачених п. 3.1. Положення про академічну доброчесність здобувачів освіти у НаУКМА, зі змістом якого я ознайоmlена;

- надана мною електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії.

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ ТА ЇЇ РОЛЬ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ ТА АДМІНІСТРУВАННІ	7
1.1. Концепція медіаграмотності та її значення для сучасного суспільства.	7
1.2. Роль публічного управління та адміністрування в реалізації державної політики щодо медіаграмотності в Україні.	15
Висновки до розділу 1	17
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВПРОВАДЖЕННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ ЗАКОРДОНОМ ТА В УКРАЇНІ.....	18
2.1. Впровадження медіаграмотності в Україні	18
2.2. Дослідження іноземного досвіду впровадження медіаграмотності (на прикладі Швеції, Фінляндії та Великобританії).....	24
Висновки до розділу 2	30
РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ВПРОВАДЖЕННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ.....	33
3.1. Стан інформаційного середовища в умовах гібридної війни	33
3.2. Рекомендації реалізації національної політики з медіаграмотності через державну інституцію.....	42
Висновки до розділу 3	75
ВИСНОВКИ	77
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	79

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

ЮНЕСКО	Організація об'єднаних націй з питань освіти, науки і культури
МКІП	Міністерство культури та інформаційної політики
ЗМІ	Засоби масової інформації
ІПСО	Інформаційно-психологічна операція
ПУіА	Публічне управління та адміністрування
СРСР	Союз Радянських Соціалістичних Республік
РНБО	Рада національної безпеки і оборони
USAID	United States Agency for International Development
НАТО	Організація Північноатлантичного договору, також Північноатлантичний альянс
ЄС	Європейський Союз
ОБСЄ	Організація з безпеки і співробітництва в Європі
IREX	International Research & Exchanges Board
РФ	Російська Федерація

ВСТУП

Діяльність сучасного індивідуума майже постійно потребує перебування в інформаційному просторі. Такий феномен спричинений динамічним розвитком інформаційно-комунікативних технологій. Щоденно ми отримуємо величезну кількість інформації: як в буденному житті, так і на роботі. Але сьогодні користувачам в мережі Інтернет важливо отримувати не тільки повну інформацію, але й правдиву, а для цього потрібно володіти певними навичками, такими як: критичне мислення, вміння працювати з сучасними технологіями та бути медіаграмотним.

Актуальність роботи зумовлена викликами інформаційних загроз та сучасними подіями, а саме масовими впливами на людську свідомість українців через дезінформацію, ворожу пропаганду й повномасштабне вторгнення з боку країни-агресора РФ. Ефективна протидія антиукраїнській пропаганді, збільшення рівня медіаграмотності громадян – є важливою складовою державної політики. Адже сучасні загрози впливають на національну безпеку державу, територіальну цілісність й суверенітет та національну свідомість українців.

В роботі розглянуті дослідники, які спеціалізуються у сфері медіаосвіти та медіаграмотності: Кріс Ворсноп, Роберт К'юбі, О.В. Федоров, А. Литвин, С. У. Гончаренко, Маршалл Маклуен, Джон Пандженте, Елі Парайзер. Також враховані рекомендації ЮНЕСКО.

Метою роботи є дослідження впливу дезінформації на українське суспільство та розробка практичних рекомендацій щодо реалізації політики у сфері медіаграмотності через національний проєкт в Україні.

Завданнями роботи є:

- аналіз наукових понять дослідження та принципи впровадження медіаграмотності;
- виокремлення сучасних інформаційних загроз в умовах гібридної війни;
- дослідження інтеграції медіаосвіти через державну політику в європейських країнах;
- аналіз сучасного середовища політики;
- розробка практичних рекомендацій щодо державної політики у сфері медіаграмотності через державну інституцію.

Об'єкт дослідження – медіаграмотність в системі протидії дезінформації, пропаганді та фейковим новинам.

Предмет дослідження – державна політика реалізації медіаграмотності через державний проєкт «Фільтр» в Україні.

Для написання даної магістерської роботи були використані емпіричні та теоретичні *методи* дослідження: аналіз, опис, синтез, узагальнення, класифікація, структурний, історичний метод, соціологічних досліджень.

Інституційною базою дослідження є закон України «Про інформацію», указ Президента «Про заходи щодо вдосконалення державної інформаційної політики України», Концепція Національної інформаційної політики України, Закон України «Про медіа».

Структура роботи обумовлена метою та завданнями. Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку 95 використаних джерел.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ ТА ЇЇ РОЛЬ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ ТА АДМІНІСТРУВАННІ

1.1. Концепція медіаграмотності та її значення для сучасного суспільства

Для дослідження впровадження державної медіаграмотності потрібно дослідити базові наукові поняття й принципи.

Комплексні знання та навички особи, що дозволяють людям аналізувати контент та вміти критично мислити, свідомо сприймати й поширювати інформацію, називається медіаграмотністю [1, с. 10].

Процес освіти й підготування людей до безпечної діяльності в інформаційному просторі із сучасними засобами масової інформації, що робить людей медіаграмотними, відомий як медіаосвіта [1, с. 8].

Поняття медіаграмотності та медіаосвіти часто ототожнюють [1, с. 19]. Але в науці – медіаграмотність є прямим результатом реалізації медіаосвіти [2].

Галузь медіаосвіти досліджували різні науковці по всьому світу, наприклад: науковець Роберт К'юбі наголосив, що медіаграмотність — це вміння користуватися, проводити аналіз й оцінювання та передавати меседж у різних формах [3, с. 40-42]. С. Файлітзен вважав, що медіасвіта необхідна для демократичного процесу [4, с. 24-26].

О.В. Федоров – є відомим теоретиком, який досліджував та присвятив монографію «Масова медіаосвіта в СРСР та Росії» [5] й статтю «Українська медіаосвіта сьогодні» [6] та заявляв, що медіаграмотність – це вміння мислити критично та свідомо надати оцінку ситуаціям. Він розробив вісім різних теорій медіаосвіти, що свідчить про різноплановість галузі. Також він виділяє методи медіаосвіти: вербальні, тобто лекція, діалог, аналіз та наочні дослідницькі

практики, евристичні, репродуктивні. На його думку, існують моделі медіаосвіти: освітньо-інформаційні, виховно-етичні, естетичні, практико-утилітарні, соціокультурні [7].

Український вчений А. Литвин визначив медіаосвіту як навчання з використанням інформації засобів масової інформації, яка в результаті покращить здібності критичного сприйняття медіаповідомлень. А завданням медіаграмотності, на його думку, є формування особистості, яка вміє вільно мислити та комунікувати й орієнтується в медіапросторі [8].

Ще один український методолог педагогічної науки С. У. Гончаренко вважав, що: «Основним завданням медіаосвіти є підготовка нового покоління до життя в сучасних інформаційних умовах, до сприймання й розуміння різної інформації, усвідомлення наслідків її впливу на психіку тощо» [9].

Історичний розвиток «медіаосвіти» у світі пройшов досить динамічний шлях, але не існує точної дати застосування терміну. Вважається, що перша згадка щодо медіаосвіти в навчальному процесі була в 1959 році видатним канадським дослідником впливу медіа Маршаллом МакЛуеном [10, с. 3]. Але офіційно у 1973 році було вживано термін «медіаосвіта» на засіданні Організації Об'єднаних Націй з питань освіти, науки й культури (далі скорочено ЮНЕСКО) та Міжнародній раді з кіно, телебачення та аудіовізуальної комунікації, що й стало поштовхом до розвитку медіаосвіти [1, с. 6].

Наразі українські дослідники мають певні дослідження та напрацювання в галузі медіаосвіти, але основним та загальним документом — є «Концепція впровадження медіаосвіти в Україні», яка була прийнята в травні 2010 року Національною академією педагогічних наук України. Концепція сформована на базових принципах та відповідає наступним європейським документам: Програма-рекомендація з медіаосвіти ЮНЕСКО в Парижі прийнята у 2007 р., резолюція Європарламенту щодо медіаграмотності у світі цифрової

інформації прийнята у 2008 р., Феська декларації ЮНЕСКО у 2011 р. та Паризька декларація ЮНЕСКО з медіаінформаційної грамотності у 2014 р.

У встановленні та розвитку медіаосвіти та медіаграмотності важливу роль відіграла ЮНЕСКО, адже організація в основному виділяє «медійну та інформаційну грамотність», й також фігурують інші терміни, такі як: електронна медіаграмотність, інформаційна грамотність, візуальна грамотність, інтернет-грамотність, новинна грамотність [11].

ЮНЕСКО сприяє розширенню прав і можливостей людей за допомогою медіа та інформаційної грамотності, що є важливою передумовою для сприяння рівноправному доступу до інформації та знань [12].

В результаті діяльності організацією було розроблено п'ять правил щодо медіа та інформаційної грамотності [13].:

Правило №1 передбачає, що: «Інформація, комунікація, засоби масової інформації, технології, інтернет та інші постачальники інформації призначені для критичного людського залучення та сталого розвитку. Вони рівні за статусом, і жодне з цих джерел не варто вважати більш значущим, ніж інші».

Правило №2: «Кожен громадянин створює та поширює інформацію з різними меседжами. Чоловіки та жінки мають право на навчання інформаційної грамотності, а також на доступ до інформації та самовираження».

Правило №3: «Інформація, знання та комунікація не завжди нейтральні, незалежні чи неупереджені. Концептуалізація, використання та застосування будь-якого правила повинні зробити цю заяву прозорою та доступною для всіх громадян».

Правило №4: «Кожен громадянин повинен мати можливість отримувати нову інформацію, повідомлення та мати можливість спілкуватися з іншими, навіть якщо він не висловлює цього бажання».

Правило №5: «Медіа та інформаційна грамотність не набуваються одночасно. Це постійний і динамічний досвід і процес. Його можна вважати повним, якщо воно включає знання, навички використання, створення та поширення інформації, медіа та технічного вмісту» [13].

Концепція впровадження медіаграмотності в Україні [14] визначає основні завдання медіаосвіти:

- підвищення рівня особистісної медіаграмотності — це покращення людських знань, розуміння та ставлення, які дозволяють споживачам: ефективно та безпечно використовувати медіа, робити свідомий вибір, розуміти природу вмісту медіаінформації, критично приймати рішення та вміти використовувати новітні комунікаційні технології та медіасистеми, що призводить безпечного споживання інформації;
- формування медіаіміунітету, що дозволяє особі протистояти агресивному та руйнівному впливу медіа, а також забезпечує психічне здоров'я людини при споживанні медіапродуктів;
- сприяння розвитку критичного мислення, рефлексії — це психологічні механізми забезпечення свідомого споживання медіапродуктів та здатність саморегуляції взаємодії із медіа, засновані на ефективному позиціюванні медіапростору та розумінні власних медіапотреб. Комплексні та критичні інтерпретаційні характеристики сприйняття медіа розвивають здатність протистояти зовнішній інформаційній агресії та пропаганді, деструктивному медіаінформаційному впливу;
- покращення навички самостійно створювати творчість у медіа шляхом компетентного самовираження та виконання життєвих завдань, розвиток патріотизму, української самосвідомості, згуртованості, солідарності, особливо подолання соціальних наслідків військових дій;
- формування професійних аспектів медіакультури в особистості, тобто поглиблення знань щодо: аудіо- та візуальної культури (телебачення,

музичні композиції) та вироблення естетичного смаку в сучасному мистецтві [14, с. 9].

Асоціація вчителів м. Онтаріо сформували у 1987 році принципи медіаграмотності, які актуальні й сьогодні та є основоположними для навчальної системи медіаосвіти [15].

Ключовими принципами медіаграмотності на думку Асоціації вчителів м. Онтаріо є:

1. Один меседж може розумітися по-різному, адже на сприйняття індивідуума впливає його особисті переконання, соціально-політична позиція й т.п.
2. Людське уявлення інколи сприймає реальність не об'єктивно, адже формується на побаченому в медіа, а не на власному досвіді.
3. Не існує меседжів в медіа, які б були незалежними, адже вони включають різні точки зору.
4. Медіамеседжі мають комерційний підтекст, тому можуть впливати на бізнесові інтереси.
5. Зажди існує сенс меседжу, тому що, посилання створено штучно людиною з певною метою [15].

На кожному етапі розвитку існують компетенції медіаграмотності, якими варто володіти, щоб мати високий рівень освіти в медіа[16]:

- мати базові навички розуміння роботи медіаприладів та девайсів;
- вміти знаходити, досліджувати та аналізувати інформацію, використовуючи критичне мислення;
- самостійно створювати креативні медіа та їх поширювати;
- розуміти як медіа працюють, які бувають цілі та види меседжів;
- вести комунікацію через засоби масової інформації;
- володіти інструментами перевірки інформації;
- визначати джерела медіатекстів та правильно інтерпретувати зміст;

- вміти розрізняти дезінформацію, місінформацію та фейки;
- рефлексувати щодо власного використання медіа [16].

Причини актуальності медіаосвіти обґрунтував британський науковець Л. Мастерман [17]:

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

Згідно з дослідженням Digital 2023 – 64,4% осіб з усього світу є інтернет-користувачами, що становить 5,16 мільярда загального населення, з них активних користувачів соціальних мереж 4,75 мільярда, що становить 59,4% загального населення. Тобто 6 з 10 людей у світі перебувають в онлайні [18].

Згідно ж цього дослідження, у 2023 році в Україні 28,57 мільйона українців є інтернет-користувачами, що становить 79,2% населення. А 26,70 мільйона українців є активними користувачами соціальних мереж, що становить 74% населення України [19].

У 2022 році ЮНІСЕФ U-Report та інтернет-видання «Детектор Медіа» провели опитування щодо основних каналів отримання інформації в сучасних умовах. Згідно з дослідженням, 83,4% опитаних українців отримують актуальну інформацію з соціальних мереж, 23,7% - перечитують онлайн-ЗМІ, 26,8% респондентів аудиторії дізнаються про новини від друзів, колег та найближчого оточення [20].

На момент написання цієї роботи відбувається повномасштабне вторгнення Російської Федерації в Україну з 24 лютого 2022 року [21]. Країна-агресор поширювала пропаганду та дезінформаційні меседжі роками працюючи з різними верствами населення. Тому, особливо зараз, можна спостерігати актуальність медіаосвіти в інформаційному просторі. Адже Російська Федерація веде активну пропаганду, наприклад, на тимчасово окупованих територіях кремлівська влада перекриває українські способи зв'язку і медіа й змінює на російські засоби масової інформації. Таким способом Росія хоче контролювати та впливати на свідомість населення поширюючи пропаганду та дезінформацію, що є і складовою інформаційної війни.

Росія використовує усі способи маніпуляції під час війни на інформаційному фронті, такі як [22]:

- застосовують штампи та кліше;
- звертаються до історичних подій, типу наративу «братній народ»;
- прагнуть до розколу національності;
- використовують психологічний вплив та залякування;
- фальсифікують та дезінформують;
- створюють ботоферми;
- блокують правдиві інтернет-ЗМІ.

На мою думку, медіаосвіта має перехідний етап в нашій державі. Адже, на жаль, Україна має регресивний тип вікової структури населення [23], тобто в країні переважає старше покоління, що гальмує швидку цифровізацію й диджиталізацію, внаслідок вікових особливостей. Водночас медіаосвіта в західних країнах орієнтується на формування критичного мислення особисті. Розвиток медіаосвіти у світі залежить від історичних подій, економічного рівня й державного режиму.

Мережа інтернет стала потужним чинником ураження. А законодавча

база України не зовсім готова до таких загроз, тому потребує перегляду та розробки нових ефективних дій.

Сучасна ситуація в Україні потребує популяризації медіаосвіти для протистояння країні-агресору та захисту інформаційного фронту. Важливо зауважити, що медіаосвіта та високий рівень медіаграмотності населення є важливою складовою інформаційної безпеки України. Медіаосвіта на особистісному рівні допомагає соціалізуватися та диджиталізуватися, самовиражатися та критично мислити й протистояти неправдивій інформації. На державному рівні медіаосвіта глобально виховує патріотизм, просуває національні цінності й культуру, формує українську ідентичність, протистоїть на інформаційному фронті війни з країною агресором. На глобальному рівні медіаосвіта сприяє розвитку демократії у світі, глобалізації та міжнародному співробітництву.

З усього вищепереліченого, можна зробити висновок, що медіаграмотність є важливою навичкою людини сьогодні як в Україні, так і в цілому суспільстві. Адже для демократичної розвинутої держави важливо, аби їх громадяни були медіаосвіченими й здатні критично мислити, вміти протидіяти дезінформації й розрізняти пропаганду, викривати фейки. Також якісна медіаосвіта належить до глобальних цілей сталого розвитку, а саме —

ціль №4 «Якісна освіта» [24].

1.2. Роль публічного управління та адміністрування в реалізації державної політики щодо медіаграмотності в Україні.

Державна політика – це процес прийняття організаційних рішень для досягнення встановлених державою цілей. Державне управління та адміністрування – це вивчення та реалізація урядової політики, включаючи як державне, так і неурядове управління [25].

Публічне управління — це вплив держави на суспільну життєдіяльність людей з метою її впорядкування. Публічне адміністрування – діяльність суб'єктів публічного адміністрування, які регламентовані законами та іншими нормативно-правовими актами [26, с. 6]

Ще у 1947 році Пол Х. Епплбі визначив державне управління як: «публічне керівництво державними справами, безпосередньо відповідальне за дії виконавчої влади» [27]. А професорка політичних наук Патрісія М. Шилдс стверджує, що державне управління «займається управлінням та впровадженням продуктів живої демократії» [28].

До традиційного поділу функцій публічного управління відносять [29, с. 25]:

1. Загальні функції охоплюють основну діяльність: прогнозування, регулювання, планування, координація, облік та контроль;
2. Спеціальні функції встановлюють специфіку й діють на всіх рівнях галузевих систем управління;
3. Допоміжні функції охоплюють кадрову, матеріально-технічну, фінансову діяльність.

Оскільки, в даній роботі ми розглядаємо державну політику у сфері впровадження медіаграмотності, то згідно з вищедослідженими функціями, можна зробити висновок, що публічне управління та адміністрування впливає на реалізацію державної медіаграмотності. Адже, саме з державних стратегій,

концепцій, законів, соціально-економічних чинників й т.п. виникають й цілі та завдання публічної політики.

Наприклад, Міністерство освіти і науки підтримало ініціативу президента України, про яку він заявив під час Всеукраїнського форуму «Україна 30. Культура, медіа, туризм» щодо проведення уроків медіаграмотності в школах [30].

Варто також зауважити, що медіаграмотність населення є ефективним результатом публічного управління та адміністрування. Тому що, людина з високим рівнем медіаграмотності характеризується, як особа, яка має доступ до інформації, вміє аналізувати, оцінювати та розвивати медіаконтент. Основні навички медіаграмотності (такі як критичне мислення, комунікаційні здібності) є життєво важливими для створення інформованого та активного громадянства [31].

У сфері діяльності публічного управління й адміністрування можливо діяти в наступних напрямках:

- ініціювати нові стратегії та встановлювати стандарти та вимоги щодо реалізації політики медіаграмотності;
- розробити методологію моніторингу, контролю та оцінки якості проєктів, програм щодо підвищення рівня медіаграмотності населення;
- розробляти нормативні акти й закони, які б регулювали сферу медіаграмотності й медіаосвіти в Україні;
- налагодити співпрацю й ефективну комунікацію з різними секторами, такими як: державними органами, представництвами громадянського суспільства й бізнес-сектором тощо [31].

З огляду на вищеперелічення - без публічного управління та адміністрування неможлива ефективна реалізація державної політики щодо медіаграмотності в Україні, саме тому роль ПУіА є досить важливою в даній сфері.

Висновки до розділу 1

Згідно з дослідженнями вчених у сфері медіаосвіти та аналізу медіасередовища, можна зробити висновок, що медіаграмотність населення сьогодні – є важливим напрямком для розвитку, що забезпечить державну безпеку. Українська медіаосвіта постійно розвивається, але ще не на достатньому європейському рівні, адже постійно стикається з різними викликами та загрозами.

ЮНЕСКО зробило великий внесок для становлення та розвитку сфері медіаграмотності. То ж медіаосвіта – є індивідуальною наукою, але може застосовуватися мультидисциплінарно. Медіаграмотність населення є результатом державної медіаосвіти.

На мою думку, для ефективного впровадження медіаосвіти в Україні потрібно дотримуватися декілька умов, такі як: вдосконалення інституційної бази щодо мас-медіа та освіти медіа, підготовка та класифікація фахівців, які викладають медіаосвіту або працюють в медіа з засобами масової інформації та будь-яким чином пов'язані з медіапростором. Також необхідне якісне й сучасне технічне та інформаційне забезпечення та популяризація медіаосвіти шляхом співпраці з іншими організаціями, органами влади, які мають спільну мету на усіх рівнях.

Публічне управління та адміністрування відіграє важливу роль в реалізації державної політики щодо медіаграмотності населення, тому що, державна політика потребує комплексного підходу до розв'язання проблем політики, які й вирішують продукти публічного управління та адміністрування.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВПРОВАДЖЕННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ ЗАКОРДОНОМ ТА В УКРАЇНІ

2.1. Впровадження медіаграмотності в Україні

Органи державної влади розробляють та здійснюють інформаційну політику України. Згідно з законом України «Про інформацію» державна інформаційна політика — це діяльність держави щодо одержання, поширення та використання й зберігання інформації [32]. Державна інформаційна політика повинна охоплювати важливі людські сфери та бути елементом внутрішньої та зовнішньої політики.

Основними характеристиками інформаційної політики є [33]:

- кожен має доступ на інформацію, а також використовувати, зберігати, поширювати її;
- наявність електронного урядування та інформаційних систем;
- інформаційна безпека;
- співпраця з міжнародними партнерами в інформаційній сфері.

У 2001 році Указом Президента «Про заходи щодо вдосконалення державної інформаційної політики України» [34] було наказано розробити Стратегію впровадження національної інформаційної політики, яка передбачає:

- створення єдиної системи зв'язку з громадськістю;
- інформаційний суверенітет України;
- вдосконалення законодавства у сфері інформаційної політики до сучасних вимог;
- налагодження механізмів реалізації прав громадянина, держави, які закріплені в Конституції України;
- гарантія захисту інформаційних ресурсів й національних інтересів;

- розвиток кадрового та технічного забезпечення [34].

Не менш важливим документом є Концепція Національної інформаційної політики України [35], який був запропонований Державним комітетом телебачення й радіомовлення України.

Концепція має наступні характеристики:

- забезпечує конституційні права громадянина на доступ до інформації, інформаційної діяльності та свободу слова;
- просування національного продукту та українських цінностей й культурну ідентифікацію;
- правовий захист фахівців інформаційної діяльності;
- дотримання міжнародних стандартів у галузі інформаційної політики;
- створення позитивного іміджу держави;
- забезпечення якісного та своєчасного інформування громадян, органів державної влади та місцевого самоврядування;
- адаптація інформаційного середовища під нові виклики;
- підвищення рівня довіри до засобів масової інформації для формування громадської думки [35].

13 грудня 2022 року Верховна Рада ухвалила Закон України «Про медіа», який фактично запроваджує новий тип співпраці між державою та медіа, а саме співрегулювання [36]. На мою думку, запровадження даного закону є важливим для розвитку медіасередовища в Україні. Цей закон набув чинності у березні 2023 року та є однією з вимог вступу України до ЄС, тому є важливим для нашої держави.

Закон про медіа збільшує повноваження Національної ради з питань телебачення і радіомовлення у сфері регуляції, але й водночас послаблення медіа: онлайн та друкованих. Також закон про медіа має свої явні переваги, але потребує доопрацювання [37].

Основною метою реалізації державної інформаційної політики «є створення політико-правових, економічних, організаційних та матеріально-технічних умов для формування сучасної моделі державної інформаційної політики, підвищення ефективності використання усіх видів інформаційних ресурсів і управління елементами інформаційно-комунікаційної інфраструктури, державної підтримки виробництва і розповсюдження вітчизняної інформаційної продукції, забезпечення розвитку та захисту вітчизняної інформаційної сфери виходячи з пріоритету прав і свобод людини й громадянина, її запитів та інтересів» [38].

Основними законами, які регулюють інформаційну політику в Україні є [95]:

- «Про інформацію»;
- «Про доступ до публічної інформації»;
- «Про звернення громадян»;
- «Про телебачення і радіомовлення»;
- «Про друковані засоби масової інформації в Україні»;
- «Про інформаційні агентства»;
- «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів»;
- «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації»;
- «Про забезпечення прав і свобод громадян та правовий режим на тимчасово окупованій території України»;
- «Про забезпечення прав і свобод внутрішньо переміщених осіб»;
- «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України»;
- «Про медіа» [95].

Органи державної влади, які здійснюють політику в інформаційній сфері:

- Президент України;
- Верховна Рада України;
- Кабінет Міністрів;
- Державний комітет телебачення й радіомовлення України;
- Національна рада України з питань телебачення й радіомовлення;
- Комітет з питань свободи слова та інформації Верховної Ради України.

Розвиток медіаграмотності в Україні розпочався з проголошенням незалежності. Так, наприклад, вже у 1999 році у Національному Університеті імені Івана Франка був створений Інститут екології масової інформації [39]. До 2010 року існували поодинокі проекти та організації, які спрямовували свою діяльність на розвиток медіаграмотності. І тільки 20 травня 2010 року на державному рівні була розроблена перша Концепція впровадження медіаосвіти Національною академією педагогічних наук [40]. Після ухвалення концепції почався експериментальний етап запровадження медіаосвіти. В результаті були удосконалені навчальні програми, які почали активно запроваджуватися у шкільні навчальні заклади та заклади вищої освіти, а також почали розробляти методичні посібники, підручники, робочі зошити для учнів різних класів та студентів. Також, варто зазначити, що Концепцію впровадження медіаосвіти було оновлено у 2016 році, що свідчить про розвиток та вдосконалення процесу медіаосвіти [14].

Серед основних органів влади, які займається реалізацією політики медіаграмотності в Україні є Міністерство культури та інформаційної політики. Міністерство освіти й науки розробляє та запроваджує сучасні методи медіаосвіти в навчальний процес та розробляє навчальні матеріали та курси [41]. Міністерство цифрової трансформації розробило освітню онлайн-

платформу «Дія. Цифрова освіта»., на якій містяться освітні серіали, подкасти, гайди на різну тематику, серед яких є медіаосвіта: наприклад: кібербезпека, діджитал, технології, інформаційна та медійна грамотність [42]. Освітні матеріали спрямовані різну категорію громадян: школярів, держслужбовців, вчителів, медичних працівників, батьків й молоді, для активних та пересічних громадян. Також громадяни, вчителі, медичні працівники та держслужбовці можуть пройти національні курси з тестуванням й в результаті отримати сертифікат [43].

Міністерство культури та інформаційної політики створила державний проєкт з медіаграмотності «Фільтр», в рамках якого був проведений національний тест з медіаграмотності у жовтні 2022 року [44].

В Україні існують недержавні організації, ініціативи, діяльність яких спрямована на дослідження та аналіз медіасередовища та сприянні медіаосвіти: IREX, Академія української преси, ГО «Детектор медіа», Фундація Суспільність, Український кризовий медіацентр, «Інтерньюз-Україна», Інститут масової інформації, Могилянська школа журналістики, Центр демократії та верховенства права, Рада міжнародних наукових досліджень та обмінів, науково-популярний журнал «Куншт», освітні онлайн-платформи EdEra та Prometheus, ініціативи з верифікації інформації StopFake, «По той бік новин», VoxCheck та інші.

Академія української преси у 2013 році розробила освітній портал «Медіаосвіта і медіаграмотність» на якому містяться наукові матеріали, останні новини та події, які пов'язані з медіа для вихователів, викладачів, вчителів, бібліотекарів та інших медіаспоживачів [45].

У 2015 році організації Академія української преси, IREX та StopFake створили «Програму медіаграмотності для громадян», що було першим масштабним проєктом для страшного покоління [46]. Також була розроблена програма «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність» задля посилення стійкості до дезінформації та маніпуляції [47].

З огляду на це в Україні існують державні органи та неурядові й громадські організації, які займаються розвитком медіаосвіти та співпрацюють задля підвищення рівня медіаграмотності населення.

Наприклад, міжнародна організація IREX також співпрацює з Міністерством освіти та науки та в результаті було розроблено програму «Learn to Discern in Education». Метою програми є розвиток критичного мислення та споживання інформації й інтеграція навичок в наявні навчальні програми середньої школи [48]. У квітні 2023 року Київський молодіжний центр разом з громадською організацією «Детектором Медіа» провели денний інтенсив «Наука медіаграмотності та критичного мислення», на якому було розглянуто основи фактчекінгу, як протидіяти маніпуляціям та фейкам [49].

2.2. Дослідження іноземного досвіду впровадження медіаграмотності (на прикладі Швеції, Фінляндії та Великобританії)

В даному підрозділі був досліджений досвід впровадження медіаграмотності іноземних країн: Швеція, Фінляндія та Великобританія.

Першу країну, про яку було розглянуто – Швеція. У 1766 році у Швеції був прийнятий закон щодо свободи преси, а сьогодні цей закон є частиною Конституції [50].

У 2015 році Уряд звернувся до Шведського національного агентства з освіти для розробки стратегії, яка повинна охоплювати два основних напрямки розвитку медіаосвіти: для дошкільної обов'язкової освіти та для старшої середньої освіти [51].

Шведське національне агентство сформувала такі цілі:

- студенти повинні розвивати цифрові навички та покращувати рівень медіаосвіти;
- цифрові інструменти повинні сприяти ефективності та покращувати результати шкільної системи [51].

Пізніше у 2017 році Уряд Швеції на законодавчому рівні прийняв рішення про те, що програма медіаграмотності та онлайн-безпеки має бути посилена у навчальній системі [52].

Державним органом Швеції, яка займається розвитком медіаосвіти в країні є Шведська медіарада (Statens medieråd) [53]. Серед основної діяльності ради є розробка навчальних та інформаційних матеріалів для шкіл і бібліотек.

Наразі у Швеції існує національний проєкт з медіаосвіти під назвою «Mediekompass» [54]. Він був створений у 2011 році, але до цього проєкт називався «Tidningen i Skolan», що перекладається як «Газета у школі». Основне завдання проєкту — це співпраця зі школами для поглибленого

викладання медіа та інформаційної грамотності учням. Важливою перевагою проєкту — є те, що фахівці досліджують актуальні проблеми різних вікових категорій молоді, з якими вони стикаються в буденному житті: як в школі, так і вдома. Викладачі, вчителі та бібліотекарі можуть користуватися усіма необхідними матеріалами, які дослідили та розробили фахівці проєкту «Медіакомпас» та застосовувати у викладанні. Наприклад, основна діяльність проєкту зосереджена на аналізуванні та висвітлюванні новин, подача інформації у цікавій формі для учнів. Адже, традиційні ЗМІ та газети є важливим доповненням навчального процесу.

Не менш важливою аудиторією для медіаосвіти є старші люди. Напередодні виборів Швеції у 2018 році був опублікований посібник у якому були практичні поради щодо перевірки інформації на правдивість. Також комунікаційна кампанія Telenor розробила настільну гру, яка розвиває вміння критичного мислити. Додатково в рамках кампанії було розроблено буклет-інструкцію, що робити: «Якщо настане криза або війна» [55] для всього населення Швеції, в якому є важливий розділ з покроковими діями як протидіяти дезінформації та шукати вірогідну інформацію. Важливо зауважити, що окрему брошуру було розроблено для урядових комунікаційників, які координують населення.

Шведський уряд координує діяльність медіаграмотності й онлайн-безпеки за допомогою формальної та неформальної освіти. Наприклад, з 2015 року по 2016 рік шведська рада з питань ЗМІ сприяла безпечному використанню інтернету серед дітей і молоді. А Центр безпечного інтернету запроваджував концепцію медійно-інформаційної медіаграмотності беручи за основу рекомендації ЮНЕСКО. Результатом став навчальний онлайн сайт з інформаційними матеріалами для дітей і молоді [56].

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

навчальні модулі та відео. Усі ці матеріали можна завантажити на сайті від медіаради «Банк знань» [57].

У 2015 році була запущена національна інформаційна кампанія «Рух проти мови ненависті» [56]. Основними платформами для розповсюдження були соціальні мережі, адже в основному тут діють жорстокі екстремісти проти демократичних принципів. А рада з питань ЗМІ розробила шкільну методичку для учнів «Пропаганда і сила образів» [58] для навчання дітей й молоді протистояти антидемократичним меседжам. Методичка охоплює різні інформаційні аспекти, спрямована на різні вікові й расові групи та пояснює важливу інформацію просто.

Наступною країною для порівняння впровадження медіаграмотності буде Фінляндія. В даній країні органи державної влади й неурядові організації співпрацюють у сфері медіаосвіти [59].

У 2019 році Міністерством освіти та культури Фінляндії був опублікований національний документ щодо розвитку медіаграмотності [60] в державі, що виходить з програми Уряду [61].

При Міністерстві освіти та культури Фінляндії існує Національний аудіовізуальний інститут (KAVI), який займається реалізацією медіаосвіти. Своєю чергою, Департамент медіаосвіти та аудіовізуальних медіа KAVI (MEKU) просуває та координує медіаосвіту на національному рівні [62]. Інституція та Департамент підпорядковується Міністерству освіти та культури Фінляндії.

Для ефективної реалізації медіаосвіти Міністерство освіти та культури взаємодіє з іншими міністерствами. Наприклад, Міністерство юстиції сприяє розвитку та популяризації медіаграмотності як частини демократичної освіти. Міністерство транспорту та зв'язку та Фінська агенція транспорту відповідають про конфіденційність та безпеку даних та сприяють доступу до

зв'язку. Також допомагають проводити проєкти та реалізувати події, такі як: «Тиждень медіаграмотності» або поширюють інформацію щодо безпечного використання Інтернету. Інституція та Департамент підпорядковується Міністерству освіти та культури Фінляндії.

Медіаосвіта у Фінляндії є актуальною, рівноправною, відповідною та високого професійного рівня. Просування медіаграмотності відбувається за допомогою якісної, системної та комплексної медіаосвіти. Програмний документ містить різноманітні пропозиції щодо дій, які підтримують цілі. Оновлена політика впливає з урядової програми що підкреслює потребу в медіанавичках [59].

Фінське населення має високий рівень медіаграмотності завдяки ефективній запровадженій політиці. У шкільних навчальних закладах медіаграмотність — є окремим обов'язковим предметом. Але медіаосвіта розглядається в рамках інших шкільних предметів. Наприклад, на уроках історії вивчають як пропаганда може впливати на людську свідомість. На художніх уроках навчають аналізувати інформацію та як підроблюють зображення та видають за дійсність. А на уроках мови розбирають техніки маніпулювання текстом [59].

Основною цільовою аудиторією в даній країні є діти та молодь. Тому, були створені організації типу: Ліга захисту дітей Маннергейма [63], Save the Children [64] та інші, які зосереджуються на медіаосвіті для сприяння добробуту дітей та підлітків. Організації розробляють навчальний онлайн матеріал та різні заходи.

Вищеперелічені організації можуть працювати самостійно, так і співпрацювати, наприклад: Національний аудіовізуальний інститут, Save the Children Finland та Ліга захисту дітей Маннергейма працюють над проєктом «Центр безпечного інтернету» [65], який спонсорується Міністерством культури та освіти. Результатом проєкту є щорічний «Тиждень медіаграмотності», в якому беруть участь близько 1500 професіоналів, що

популяризують медіаосвітні матеріали в мережі інтернет та соціальних мережах. Така діяльність надає можливість ефективно співпрацювати як з вузькою, так і широкою аудиторією.

Фіни мають досить розвинуту ігрову індустрію, тому на виклики суспільства створили актуальний захід – ігровий тиждень у Фінляндії, який став щорічним й популярним. Метою такого заходу є покращення цифрових навичок населення. За тиждень організовують близька 400 – 500 подій, в яких беруть участь дорослі та діти [66].

Наступною країною в якій ми розглянемо процес національного впровадження медіаграмотності – Великобританія. Серед основних цілей медіаосвіти у Великобританії є підготовка дітей та молоді для компетентного користування засобами масової інформації [67].

Для дітей і молоді медіасвіта у Великобританії є обов’язковою освітою. Методи медіаграмотності інтегровані у навчальні предмети школи та університетів. Також медіаосвіта присутня і в позашкільних навчальних закладах. Для дорослого покоління здійснюється неформальна освіта.

В британському уряді існують спеціальний регуляторний орган з питань медіа представництво Ofcom [68]. Воно регулює сектори телебачення, радіо та відео, телекомунікації й мобільні телефони, поштові послуги й ефірні хвилі. Ofcom також контролює та дотримується спеціальних вимог щодо неупередженості та іншого законодавства, яке має застосовуватися під час виборів та референдумів. У 2021 році у Великобританії була розроблена нова стратегія медіаграмотності в Інтернеті Департаментом цифрових технологій, культури, медіа та спорту .

В стратегії викладений план уряду щодо координації медіаграмотності, для того, щоб громадяни могли робити безпечніший та обґрунтований вибір онлайн. Згідно зі стратегією у Великобританії будуть працювати та

взаємодіяти понад 170 організацій, діяльність яких спрямована на покращення медіаграмотності за допомогою нової системи.

Стратегія передбачає план дій, щоб дати людям навички, необхідні для прийняття безпечнішого вибору в Інтернеті та розвитку критичного мислення з акцентом на вразливих користувачів Інтернету [69].

На урядовому сайті [70] доступний центр ресурсів медіаграмотності та інформація щодо неурядових партнерів, з якими співпрацює держава, а також доступні курси. Кожна платформа має свою цільову аудиторію та мету, наприклад: Report Harmful Content [71] розкриває фейкових та шкідливий контент в інтернеті, програма «Be Internet Legends» [72] спрямована на те, щоб допомогти дітям у віці від 7 до 11 років користуватися безпечно та стати впевненими дослідниками онлайн-світу, проєкт BlendEd Learning [73] підтримує школи та інші заклади у креативному та критичному використанні цифрових технологій. Проєкт має на меті впровадити використання технологій у всі галузі навчальної програми.

Висновки до розділу 2

В даному розділі було проведено дослідження впровадження державної медіаграмотності в Україні та закордоном. Для дослідження іноземного досвіду інтеграції медіаграмотності було обрано країни Фінляндія, Швеція та Великобританія, тому що ці країни мають високий рівень медіаграмотності населення. Згідно з індексом медіаграмотності у 2021 році Фінляндія посіла перше місце, а Швеція – четверте місце серед європейських країн, а Велика Британія – зайняла десяте місце [74]. Індекс медіаграмотності України не був досліджений в даному дослідженні.

Факт того, що розвинуті країни Європи впроваджують медіаосвіту у державному політику, ще раз доводить про важливість медіаграмотності у світі сьогодні.

Згідно з власними дослідженнями, які були наведені в розділі 2 даної роботи, можна зробити наступні висновки: розвиток медіаграмотності в Україні не стоїть на місці та постійно розвивається. Великим поштовхом до медіаосвіченості громадян стали сучасні й трагічні події – повномасштабна війна Росії проти України. Адже інформаційна війна здійснює шкідливий вплив на населення та призводить до жахливих наслідків.

Україна має державні та недержавні інституції, які співпрацюють у сфері медіаграмотності населення. Також існує державне врегулювання медіа, але не досить ефективне, тому Україні варто впровадити іноземний досвід. Але останній тенденції законодавчої бази врегулювання медіа є позитивними, адже був прийнятий закон «Про медіа». Також в нашій державі існує багато неурядових організацій, які сприяють розвитку медіаосвіти населення. На жаль, на відмінну від іноземних країн, в Україні не існує цілісного документа зі стратегією розвитку медіаграмотності на державному рівні.

Шведський уряд у своїй політиці використовує демократичну медіамодель. Діяльність національного проєкту направлена на взаємодію з навчальними закладами для підвищення медіаграмотності. Для популяризації

медіаосвіти використовується формальна та неформальна освіта. Важливою аудиторією для медіаосвіти у Швеції є не тільки молодь, але й старше покоління. Тому створюється медіаконтент, який орієнтується на різні вікові групи: таке як молоде та старше покоління, а також інформація подається згідно з соціально-психологічними особливостями. Шведська медіаосвіта спрямована на розвиток критичного мислення, вміння перевіряти джерела, самостійно створювати якісний медіаконтент, використовувати інструменти для перевірки інформації.

У Фінляндії існує окремий орган, діяльність якого спрямована на медіаграмотність – Національний аудіовізуальний інститут. Але цікавою є фінська модель співпраці міністерств, наприклад: Міністерство освіти та культури розробляє навчальні матеріали, Міністерство юстиції популяризує медіаграмотність, як частину демократичної освіти, а Міністерство транспорту та зв'язку та Фінська агенція транспорту забезпечують доступ до зв'язку. Саме у Фінляндії викладають медіаосвіту, як окремий предмет, так і міждисциплінарно.

У Великобританії також існує державний орган Ofcom, що регулює сферу медіа, телекомунікації, поштові послуги й ефірні хвилі. Департамент цифрових технологій, культури, медіа та спорту Великобританії розробив стратегію медіаграмотності, яка охоплює аналіз медіасередовища, захист даних та рекомендації щодо онлайн діяльності для громадян. Окрім цього, у Великобританії існують ініціативи, асоціації та організації, які доточні до медіаосвіти в країні.

Таблиця 1. Порівняння медіарозвинутості досліджуваних держав

Країна	Індекс миру	Рейтинг свободи преси	Інтернет проникнення населення %	Відсоток інтернет-користувачів в державі
Україна	153 місце [75]	Займає 79 місце [76]	93.0 % [80]	79,2% [18]
Швеція	26 місце [75]	Займає 4 місце [77]	92.9 % [81]	97,2% [18]
Фінляндія	14 місце [75]	Займає 5 місце [78]	92.5 % [82]	97,7% [18]
Великобританія	34 місце [75]	Займає 26 місце [79]	94,8 % [67]	97,8% [18]

Згідно з таблицею 1 можна зробити наступні висновки:

1. Наразі між Україною та іноземними державами досить сильний розрив серед індексу миру. Такий показник в Україні спричинений російською військовою агресією;
2. Рейтинг свободи преси також значно нижчий в Україні, ніж у Швеції, Фінляндії та Великобританії;
3. Але, не заважаючи на військові дії, в Україні досить розвинутий інтернет проникнення населення й високий відсоток інтернет-користувачів, як і в порівнюваних іноземних країнах.

РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ВПРОВАДЖЕННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ

3.1. Стан інформаційного середовища в умовах гібридної війни

Сьогодні інформаційно-комунікаційні технології стрімко розвиваються та мають значний вплив на суспільство. Інформація в медіасередовищі не може бути повністю під контролем, тому може впливати на свідомість людини. А це є великим ризиком і може вплинути соціально-психологічну свідомість особи та державну безпеку. Дезінформація – є потужним інструментом маніпулювання свідомістю, тому є національною загрозою. А високий рівень медіаосвіти громадян частково подолає поширення та вплив фейкової інформації.

Згідно з дослідженням Детектор Медіа, як було опубліковано 18 квітня 2023 року, щодо рівня медіаграмотності 2020-2022 років в Україні виявлено, що рівень загального індексу медіаграмотності значно змінився за ці роки. А саме: кількість українців, які мають вище за середній рівень грамотності збільшилось до 81% у 2022 році, оскільки, у 2020 році цей показник становив 55%. В результаті кількість осіб з високим рівнем компетентності зросла вдвічі.

Незмінним залишився той фактор, що чим нижче освітній статус особи, тим нижче в нього рівень грамотності в медіа. Також, проблема низької медіаграмотності серед старшого покоління збереглась, адже, згідно з новим дослідженням, саме молодь віком 18-25 років має високий рівень медіаграмотності, а старші люди віком 56-65 мають низький рівень [83].

Поширена інформація в мережі Інтернет впливає на світогляд та навіть формує поведінку користувачів. Нерідко користувачі потрапляють в «Інформаційну бульбашку» – це стан, в якому користувач отримує відфільтровану інформацію, яка релевантна користувацьким інтересам. Головним недоліком бульбашки фільтрів — є отримання неповної, обмеженої

інформації для користувача. Даний термін ввів Елі Парайзер та детально описав в книзі «The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You» [84]. Потрібно володіти певними інформаційними навичками для можливості «лопнути» бульбашку та дослідити інформацію з усіх сторін.

Через величезний інформаційний потік, в яких існує правдива та неправдива інформація, сучасні споживачі медіаресурсів повинні вміти сприймати та використовувати інформацію правильно, адже в іншому випадку, вони можуть стати жертвою дезінформації та маніпуляції засобів масової інформації, адже, більшість українців, а саме 42%, не перевіряють інформацію на правдивість. Але, згідно з дослідженням Детектор Медіа, у 2022 році 61% українців відзначають про проблему існування дезінформації в медіасередовищі [83].

Також згідно з опитуванням USAID-Internews «Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів медіа» приблизно 60% українців не здатні до критичного мислення, адже зазвичай, вони довіряють засобам масової інформації до яких давно звикли та оцінюють їх інтуїтивно, не перевіряючи їх на відповідність. Проте щодо існування фейкових матеріалів знають 75% опитаних, але вони не вважають, що це нагальна проблема. На жаль, тільки 11% респондентів змогли досконало виявити правдиву інформацію від фейків [85].

Україна наразі використовує наступні методи протидії пропаганді: блокування джерел поширення дезінформації, ворожих ЗМІ та спроби врегулювання медіа, що є короткостроковою перспективою. В довгостроковій перспективі держава запроваджує освітні курси з медіаграмотності та розвиває критичне мислення суспільства. Але варто розробляти сприятливі умови для розвитку якісних медіа, а також платформи для медіаосвіти. Це можливо якщо налагодити ефективну взаємодію уряду, медіа та громадських організацій [86].

Також існують глобальні чинники підвищення рівня медіаграмотності серед українців, такі як: соціальні, економічні та політичні. Вони зумовлені світовими змінами в економіці, орієнтація України на вступ до Європейського Союзу, в якому пріоритетною політикою є медіаосвіта громадян. Ще одним не менш важливим чинником сьогодні є запровадження медіаосвіти, як протидія повномасштабній війні Росії та інформаційній агресії, що ведеться проти України.

Для ефективної реалізації політики медіаосвіти потрібно зробити детальне дослідження інформаційного середовища, тому нижче наведений аналіз інформаційного середовища.

Наявна законодавча база: рішення Ради національної безпеки і оборони України від 2021 року «Про Стратегію інформаційної безпеки», Концепція Верховної Ради України щодо інформаційної безпеки України, Закон України «Про основи національної безпеки України», Рішення Ради Національної безпеки і оборони України «Про невідкладні заходи щодо забезпечення інформаційної безпеки України», Закон України «Про захист персональних даних», Ради національної безпеки і оборони України від 29 грудня 2016 року «Про Доктрину інформаційної безпеки України», закон «Про медіа» [95].

Наявна інституційна база: Центр протидії дезінформації при Раді національної безпеки і оборони України, Департамент контррозвідувального захисту інтересів держави у сфері інформаційної безпеки, Міністерство Освіти і Науки, Міністерство культури та інформаційної політики, Міністерство цифрової трансформації, Центр протидії дезінформації при РНБО України.

Нижче подана самостійно сформована SWOT-матриця інформаційного середовища України:

Внутрішнє середовище

Сильні сторони:

- Департамент контррозвідального захисту інтересів держави у сфері інформаційної безпеки — працює у сфері інформаційної безпеки та є підрозділом Служби безпеки України, який є державним органом з правоохоронними функціями.
- Центр протидії дезінформації при Раді національної безпеки і оборони України.
- Наявність ресурсів впровадження.

Слабкі сторони:

- Відсутність законодавчої бази, яка визначає концепцію інформаційної політики України, дезінформації та пропаганди.
- Недостатній розвиток інформаційної структури в державі.
- Дії органів у сфері інформаційної безпеки не відповідають вимогам часу, тобто є не актуальними та застарілими.
- Обмежений доступ до повної та перевіреної інформації.
- Недотримання свободи слова.

Зовнішнє середовище

Можливості:

- Можливість сформувати позитивний імідж держави.
- Взаємодія органів державної влади з громадськістю.
- Можливість розвинути інформаційне суспільство.
- Надання доступу до інформації.
- Збільшення рівня медіаосвіти в державі.
- Можливість регулювати інформаційну безпеку, блокувати джерела та притягати до відповідальності (правоохоронним органом)

Потенційні загрози:

- Витік даних, які можуть містити державну таємницю та конфіденційну інформацію.
- Масова маніпуляція свідомістю громадян; дезінформація.
- Інформаційна війна, яка має деструктивний вплив на недоторканність, цілісність та суверенітет держави.
- Комп'ютерна злочинність та гібридна війна.

В таблиці 2 наведений взаємозв'язок внутрішнього та зовнішнього середовища: переваг та недоліків, можливостей та загроз середовища.

Таблиця 2. Взаємозв'язок впливу SWOT-матриці

Елемент	Вплив
Департамент контррозвідувального захисту інтересів держави у сфері інформаційної безпеки — працює у сфері інформаційної безпеки та є підрозділом Служби безпеки України, який є державним органом з правоохоронними функціями.	Можливість регулювати інформаційну безпеку, блокувати джерела та притягати до відповідальності (правоохоронним органом)
Центр протидії дезінформації при Раді національної безпеки і оборони України.	Взаємодія органів державної влади з громадськістю.
Центр протидії дезінформації при Раді національної безпеки і оборони України.	Можливість сформувати позитивний імідж держави.

Наявність ресурсів впровадження.	Можливість розвинути інформаційне суспільство.
Надання доступу до інформації.	Витік даних, які можуть містити державну таємницю та конфіденційну інформацію.
Можливість розвинути інформаційне суспільство.	Комп'ютерна злочинність.
Взаємодія органів державної влади з громадськістю.	Масова маніпуляція свідомістю громадян.
Можливість сформуванню позитивний імідж держави.	Інформаційна війна, яка має деструктивний вплив на недоторканність, цілісність та суверенітет держави.
Центр протидії дезінформації при Раді національної безпеки і оборони України.	Відсутність законодавчої бази, яка визначає концепцію інформаційної політики України.
Департамент контррозвідувального захисту інтересів держави у сфері інформаційної безпеки — працює у сфері інформаційної безпеки та є підрозділом Служби безпеки України, який є державним органом з правоохоронними функціями.	Дії органів у сфері інформаційної безпеки не відповідають вимогам часу, тобто є не актуальними та застарілими.
Наявність ресурсів впровадження.	Обмежений доступ до повної та вірогідної інформації.

В даному розділі також розроблені варіанти реалізації політики щодо ефективного впровадження медіаосвіти й підвищення рівня медіаграмотності населення України. Для більш ефективного варіанту політики було прийнято рішення, розробити рекомендації для певної державної інституції, основною діяльністю якої є впровадження медіаграмотності в державі — Національний проєкт з медіаграмотності «Фільтр» при Міністерстві культури та інформаційної політики в Україні.

У 2021 році під егідою Міністерства культури та інформаційної політики був створений національний проєкт з медіаграмотності в Україні – «Фільтр» [55]. Головною метою проєкту – є підвищення рівня обізнаності українців щодо актуальності медіаграмотності сьогодні й впливу дезінформації на свідомість людини. Також проєкт повинен стати платформою для співпраці між урядом та з ініціативами й міжнародними організаціями та залученням стейкхолдерів. Кредо проєкту: «Медіаграмотність – твій фільтр споживання інформації» [87].

Стратегічними завданнями проєкту є:

1. Створити інформаційно-освітню платформу.
2. Впроваджувати державну політику у сфері медіаграмотності.
3. Інформувати громадян щодо можливих проєктів, подій.
4. Залучення стейкхолдерів для дослідження медіа [88].

Фахівцями були розроблені комунікаційні завдання проєкту, до яких належить:

1. Сформувати позитивну та експерту репутацію Національного проєкту «Фільтр» як державного представника у сфері медіаграмотності та просунути проєкт серед цільової аудиторії.
2. Популяризувати актуальність та важливість медіаграмотності в сучасних умовах.

3. Розвинути потрібність навички критичного мислення як необхідність існування в інформаційного просторі.
4. Проводити активну комунікацію щодо основних подій та ініціатив й іншої діяльності проєкту [88].

Основними цільовими аудиторіями проєкту «Фільтр» є:

1. вчителі та учні;
2. батьки;
3. викладачі та студенти;
4. журналісти [87].

Для кожної цільової групи зібрані та розроблені спеціальні навчальні матеріали у вигляді лекцій, книжок, презентацій, ігор, плакатів та стендів, порадників.

Проєкт «Фільтр» став новим проривом у напрямку медіаграмотності в Україні. А медіаграмотність стала елементом державної політики. Майбутньою метою проєкту є підвищити рівень обізнаності щодо інформаційних впливів, дезінформації та маніпуляції серед цільових груп населення України [88].

«Фільтр» не призупиняє свою діяльність і сьогодні, під час повномасштабної війни Росії проти України. Основна діяльність зосереджена на інформаційному контенті в соціальних мережах: Instagram, Facebook, LinkedIn, TikTok. Також в рамках проєкту спільно з МКІП, Центром верховенства права та координаційним центром ОБСЄ в Україні були розроблені «Поради для журналістів у час війни» [89].

Ключовими результатами реалізації проєкту «Фільтр» під керівництвом Міністерства культури та інформаційної політики повинні бути: розвиток медіаосвіти й безпечного середовища для медіа та посилення урядової комунікації. Найближчі п'ять років основною діяльністю проєкту повинно було бути – популяризація проєкту та підняття обізнаності щодо впливів

дезінформації. Але через воєнні дії, керівниця проєкту заявила, що вони мусили «перестрибнути» до наступного етапу та почати активно навчати практичним навичкам з протидії дезінформації [90].

3.2. Рекомендації реалізації національної політики з медіаграмотності через державну інституцію

В даній роботі ми розглядаємо як здійснювати та регулювати політику через державні органи та офіційні представництва, а саме шляхом діяльності Національного проєкту «Фільтр» Міністерства культури та цифрової трансформації.

Доказовою базою проблеми політики є: повномасштабна війна РФ проти України та регулярне поширення неправдивої, фейкової інформації та дезінформації країною-агресором. Наприклад, на офіційній сторінці Facebook, головний керівник кібербезпеки Натаніель Глейчер, заявив про не автентичну поведінку в соціальних мережах. 17 січня 2019 року відділ кібербезпеки вилучили 364 облікові записи за скоординовану неправдиву поведінку як частина мережі, яка виникла в Росії та функціонувала в Прибалтиці, Центральній Азії, Кавказі та країнах Центральної та Східної Європи. Власники облікових записів в основному представляли себе як приватні облікові або сторінки загального інтересу. Не автентичні користувачі були пов'язані з працівниками інформаційного агентства Sputnik, що базується в Москві, і що деякі сторінки часто розміщували на такі теми, як настрої проти НАТО, протестні рухи [91].

Офіційно відділ кібербезпеки Facebook вилучив 107 сторінок, груп та облікових записів Facebook, а також 41 облікову сторінку Instagram для участі у скоординованій неавтентичній поведінці в рамках мережі, яка виникла в Росії та функціонувала в Україні. Особи, які стояли за цими обліковими записами, в першу чергу представляли себе українцями, і вони використовували різні фальшиві облікові записи, обмінюючись місцевими українськими новинами на різні теми, такі як погода, протести, НАТО та стан здоров'я в школах [91]. Такого виду діяльність з боку Росії постійно поширюється й сьогодні під час повномасштабної війни Росії проти України.

Таких доказів існує безліч, вони приведені на офіційних джерелах, наприклад сторінках: Центру протидії дезінформації, організація «Stop Fake», «VoxCheck» й т.п. Тому дана проблема є актуальною та виникає повторно.

Проблема політики потребує нагального вирішення для:

- захисту прав користувачів в інтернеті та соціальних мережах;
- дотримання конституційних прав громадян України;
- захисту користувачів від неправдивої інформації, яка впливає на свідомість;
- протидії пропаганді, фейковій інформації, дезінформації, що впливає на державну безпеку.

Проблему політики варто вирішити для того, щоб зберегти соціальну свідомість користувачів соціальних мереж, тим самим забезпечуючи основні принципи Конституції України.

Для розв'язання проблеми політики наразі існує така законодавча та інституційна база. Законодавчою базою є: Конституція України, Закон України «Про основні засади забезпечення кібербезпеки України» Закон України «Про освіту», Закон України «Про інформацію», Закон України «Про доступ до публічної інформації», Закон України «Про вищу освіту», Доктрина інформаційної безпеки в Україні, Указ Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 6 травня 2015 року «Про Стратегію національної безпеки України», Закон України «Про медіа» [95].

Інституційна база:

- Верховна Рада України;
- Кабінет Міністрів України;
- Міністерство культури та інформаційної політики;
- Міністерство освіти і науки;

- Центр протидії дезінформації при РНБО України;
- Інші органи виконавчої влади та/чи їх профільні департаменти, відповідні структурні підрозділи обласних, міських держадміністрацій.

Складові середовища, що формують контекст проблеми:

- Політична складова: відсутнє комплексне правове врегулювання питань протидії пропаганді, дезінформації та маніпуляції на законодавчому рівні. Відсутня боротьба з фейковими обліковими засобами;
- Соціальна складова: масове піддання впливу ураження фейковою інформацією через низький рівень медіаграмотності в користувачів та через історичний вплив Росії та її агресію;
- Економічна складова: недостатнє залучення бюджету у сферу протидії дезінформації та сприяння розвитку медіаграмотності в Україні;
- Фізична складова: низький рівень залучення сучасних інформаційних технологій в освітні процеси та недостатня кількість фахівців.

В даній проблемі існує дотичне (проміжне) середовище, через те, що сформоване стейкхолдерами, які є не творцями політики, але впливають на її вироблення, що наведено в таблиці 3.

Таблиця 3. Оцінювання впливу середовища

Складова	Чинник	Значущість	Причини виникнення
1. Соціальна	1.Високий рівень уразливості від фейкової інформації;	1. Велика; 2. Середня; 3. Велика.	1.Відсутність формування критичної та адекватної думки;

	2.Відсутність демократичного досвіду; 3.Нестабільне соціальне середовище та глобальні загрози.		2. Історична складана проблема громадян; 3.В незрозумілих ситуаціях — користувачі соц.мереж піддаються паніці та самі починають розповсюджуват и дезінформацію.
2. Економічна	Недостатня кількість фінансових ресурсів; Воєнні дії в державі.	1. Велика; 2. Велика.	1. Проблема з наданням коштів в проблемну сферу; 2. РФ — країна-терорист, яка посягає на сусідні держави.
3. Політична	1.Відсутність політичної стабільності; 2.Відсутні правове врегулювання.	1. Велика; 2. Велика.	1. Постійна політична зміна, дисбаланс; 2. На законодавчому недостатнє рівні немає обмежень не автентичної поведінки.
4. Фізична	1.Інформаційна нерівність; 2. Стереотипність.	1. Велика; 2. Низька.	1.Низький технологічний розвиток користувачів соціальних мереж;

			2. Пострадянський вплив на свідомість громадян.
--	--	--	---

Згідно з таблицею 2 найбільш впливовим показником є соціальна складова та політична.

Для того, щоб нейтралізувати ідентифіковані загрози потрібно залучити ресурсні затрати. В даній проблемі пряма форма ресурсів політики, які безпосередньо витрачаються на вироблення політики.

Ресурсні затрати для розв'язання проблеми:

- Наявні ресурси: організаційний, людський.
- Доступні ресурси: інформаційний, примусу.

Брак ресурсів:

- правовий – відсутність комплексних законів щодо розв'язання цієї проблеми;
- монетарний – низька частка розподілу бюджету;
- часу – відсутність плану та стратегії реалізації конкретних дій.

Продукти як результат розв'язання проблеми політики:

1. Підготовка кваліфікаційних кадрів, які зможуть вплинути на розв'язання проблеми політики щодо діяльності не автентичної поведінки, а саме розробити план запобігання атак ботів – середньострокові, бажані, передбачувані;
2. Створення нормативно-правових норм та законів і становлення певної відповідальності за порушення – віддалені, бажані, передбачувані;
3. Створення державних медіаосвітніх тренінгів та курсів, ініціатив й організацій – віддалена, бажана, непередбачувана.

4. Поява інформаційної нерівності серед громадян України – короткострокові, небажані, непередбачувані.
5. Поява недовіри громадян до чинної системи через брак ресурсів – середньострокова, небажано, непередбачувані.

Збільшення рівня медіаграмотності громадян України в мережі Інтернет може бути реалізовано за допомогою Національного проєкту «Фільтр» при Міністерстві культури та інформаційної політики України:

1. Створення ефективної стратегії щодо протидії поширенню дезінформації;
2. Розробка навчальних програм та матеріалів для різної аудиторії, що дозволить навчити молоде покоління виявляти фейкову діяльність в соціальних мережах;
3. Підготовка кваліфікаційних кадрів або перекласифікація фахівців, які будуть навчати медіаграмотності;
4. Популяризація національного проєкту через засоби масової інформації й медіаресурси;
5. Співпраця зі стейкхолдерами й партнерами.

Підставою для державного втручання є наявні та нагальні виклики воєнного положення України, повномасштабне вторгнення та інформаційна війна.

Громадяни України мають невисокий рівень медіаграмотності, і про це свідчать офіційні дослідження, про які згадувалось вище. Якщо в державі не буде запроваджено належний рівень медіаосвіти, то громадяни будуть схильні до маніпуляції свідомістю, що заперечує основоположним принципам демократичних держав та загрожує інформаційній безпеці громадян і безпосередньо державі.

Наслідками не розв'язання проблеми є військова національна загроза державі та інтересам громадян. Також масова маніпуляція свідомістю

громадян та дезінформація, що може викликати мітинги та невдоволення громадян, розкол українців. Дана проблема впливає на соціальну та економічну складову.

В даній проблемі політики стейкхолдерами виступають: Міністерство цифрової трансформації – через те, що, воно інформатизує користувачів соціальних мереж, які є громадянами України, Міністерство Освіти і Науки, яка може частково розв'язувати проблему політики, Рада з національної безпеки та охорони в Україні, приховані стейкхолдери – особи та засоби масової інформації, які сприяють поширенню дезінформації, фейкам та пропаганді. Дане розв'язання проблеми може вплинути негативно на прихованого стейкхолдера.

Зацікавлені органи влади:

- Міністерство цифрової трансформації може створити освітні платформи.
- Міністерство освіти і науки може розробити навчальні матеріали для різних вікових груп населення. Також сприяти підвищенню рівня медіаграмотності українців.
- Центр протидії дезінформації при РНБО України займається прямим протистоянням дезінформації та фейкам.
- Департамент Кіберполіції України серед основної діяльності якої є виявлення загрози від не автентичних користувачів в соціальних мережах, які можуть порушувати національні інтереси країни.

Організовані зацікавлені групи:

- Громадські організації, діяльність яких націлена на боротьбу з пропагандою, дезінформацією, наприклад: Громадська Організація «Українська Вікіпедія», яка розкриває російську пропаганду та просуває проукраїнський інфопростір у глобальній Вікіпедії.

- Фактчекінгові організації «Stop Fake», «VOX Ukraine» - перевіряють інфоприводи та виявляють фейки та експерти: Детектор Медіа, Media Sapiens.
- Особи та засоби масової інформації, які сприяють поширенню дезінформації, фейкам та пропаганді, які є прихованими стейкхолдерами.

Ідентифікація стейкхолдерів:

- цільова аудиторія проєкту «Фільтр» - батьки, вчителі та учні, студенти та викладачі, журналісти, інші громадяни діяльність яких пов'язана з медіа;
- група непрямого впливу — громадські організації та фактчекінгові об'єднання;
- група потенційного впливу — Мінцифра, МОН;
- група з вагомим авторитетом — Центр протидії дезінформації при РНБО;
- експерти — Детектор Медіа, Media Sapiens.

На мою думку, медіаграмотність є важливою складовою освіти, яка є необхідною. Аналізована політика повинна реалізуватися на різних рівнях врядування: на місцевому, регіональному, національному та наднаціональному — і тільки, якщо вона буде реалізована успішно на усіх рівнях, то проблема політики буде вирішена.

На наднаціональному рівні реалізувати політику може Організація Об'єднаних Націй, Організація Північноатлантичного договору, Європейська комісія, міжнародні спільноти UNESCO, Freedom House, проєкт ЄС Association4U.

На національному рівні ефективна реалізація можлива з залученням — Міністерства цифрової трансформації України, Міністерства культури та інформаційної політики України, Кабінету Міністрів, Міністерства Освіти і Науки, Ради національної безпеки і оборони України, Департаменту

Кіберполіції України. На регіональному рівні – обласні ради, громадські організації, фактечингові організації ЗМІ, які борються з дезінформацією та збільшують рівень медіаграмотності. На місцевому рівні – місцеві ради, які займаються питаннями освіти, державні навчальні заклади середньої та вищої освіти.

Громадськість відчуває занепокоєння та закликає державні органи прийняти законопроекти, що стосується дезінформації, та розробити стратегію боротьби з будь-якими виявленням фейкової інформації, яка впливає на свідомість і прийняття рішень користувачів соціальних мереж Facebook, Instagram

Згідно з аналітичним дослідженням громадської організації «Детектор Медіа», то 36% громадян визнали, що ЗМІ впливають на їхні оцінки суспільно-політичної ситуації, а 24% вважають, що медіа змінюють життєві цінності та інтереси громадян [92].

Для успішної реалізації даної політики повинні утворитися продукти, результати й наслідки, що є послугами політики. Перш за все, потрібно сформулювати на державному рівні нормативно-правові норми та закони, які б визначали наступні поняття: медіаграмотність та медіаосвіта, дезінформація і т.д.

Одним з перелічених принципів та соціальною цінністю, які закріплені в Конституції України є збереження національної безпеки держави та громадян. Тому забезпечення громадян інформаційною безпекою є обов'язком держави, тому що інформація є загальнолюдським благом.

Збільшення рівня медіаграмотності передбачає створення навчальних курсів з медіаосвіти в закладах освіти та проведення медіаосвітніх тренінгів та курсів для усіх поколінь та верств населення.

Державною реалізацією повинна бути боротьба з фейками та дезінформацією, які поширюються в мережі інтернет та соціальних мережах,

на державному рівні. Така реалізація створить комфортні умови користування мережі Інтернет та соціальними мережами.

Належна реалізація політики залежить від комплексних дій на всіх рівнях урядування. На мою думку, першим кроком повинне бути загальне узаконення визначень «дезінформація», навмисна «пропаганда» та врегулювання процесу автентичної поведінки в соціальних мережах на державному рівні. Тобто, рекомендується прийняти законопроект про дезінформацію Кабінетом Міністрів України, який би встановлював чіткі обмеження дій та регулювався.

Чинні навчальні курси з медіаграмотності повинні бути оновлені та бути релевантними для всіх поколінь і верств населення, а не тільки в базовій освіті. А також впроваджуватися міждисциплінарно.

Спіраль успіху є найкращою реалізацією політики, що в цьому випадку передбачає комплексні дії та м'яку і жорстку політику. «Soft Policy» передбачає навчання та розвиток критичного мислення, що прирівнюється до медіаграмотності. А також акцентування на небезпеці та наслідках дезінформації. Відповідна підготовка журналістів, медіафахівців, вчителів та викладачів та їх ціннісних орієнтирів.

До «Hard Policy» відносяться більш жорсткі дії, але які відповідають демократичним принципам. Такі дії повинні стимулювати громадян дотримуватись правил користування соціальними мережами та поширення контенту. Контролювання дій повинно відбуватися різними етапами: спочатку попередження, потім штраф та далі кримінальна відповідальність.

Реалізувати «спіраль успіху» можливо на всіх рівнях. На місцевому, регіональному та національному запровадити навчальні курси з медіаосвіти у вільному доступі. Підготовка кваліфікованих кадрів та спеціальних журналістів, які будуть навчати медіаграмотності.

Проблему політики потрібно вирішити для того, щоб зберегти соціальну свідомість користувачів соціальних мереж, тим самим забезпечуючи основні

принципи Конституції України. А також протидіяти інформаційним загрозам: пропаганді, фейкам, дезінформацію, що впливає на державну безпеку. Підвищити рівень обізнаності громадян щодо медіаграмотності.

Очікувані результати реалізованої політики:

- Збільшення кількості громадян, які мають медіаосвіту.
- Підвищення індексу медіаграмотності українців до рівня розвинених країн.
- Зменшення дезінформації регулюванням медіаконтенту в мережі та протидії.

Індикатори результативності:

1. Забезпечення громадян медіаосвітою;
2. Дотримання міжнародних стандартів про медіа;
3. Створення центрів протидії дезінформації;
4. Забезпечення технічної інфраструктури для поширення інформації;
5. Покращення рівня медіаграмотності українців.

Для ефективної реалізації політики потрібно сформулювати цілі та відповідні до них критерії досягнення. В таблиці 4 наведені цільові індикатори та критерії досягнення цілей політики.

Таблиця 4. Цільові індикатори та критерії досягнення цілей

Цільовий індикатор	Критерій
Забезпечення громадян медіаосвітою	До 2025 року розробити освітні курси з медіаграмотності та запровадити в навчальних закладах.

Протидія поширенню інформаційним загрозам	Зменшити кількість фейків в українському медіапросторі на 15% до 2024 року.
Популяризація державного національного проєкту «Фільтр»	До 2023 року просунути проєкт та залучити нову аудиторію на 20%.
Розширення співпраці з центрами та організаціями протидії дезінформації	Збільшення кількості партнерів проєкту «Фільтр», які протидіють дезінформації до 5 організацій до початку 2024 року.
Покращення рівня медіаграмотності українців.	Збільшити з 8% до 30% кількість громадян, які мають високий рівень медіаграмотності до 2025 року.

Для замовника проблеми політики, а саме проєкту «Фільтр», який підпорядковується Міністерству культури та інформаційної політики України, були розроблені альтернативні варіанти політики й практичні рекомендації.

Варіант 1. «Залишити нинішню політику без змін (status quo)»

Якщо «нічого не змінювати», то поширення дезінформації та маніпуляція масовою свідомістю буде набирати швидких «обертів», що буде загрожувати інформаційній безпеці громадян і держави.

Потенційні переваги варіанту політики:

- даний варіант не потребує залучення ресурсів;
- даний варіант не потребує залучення державного бюджету;
- не потребує розробки стратегічного плану і впровадження;
- не потрібно залучати спеціалістів.

Потенційні недоліки варіанту політики:

- посилення дезінформації та маніпулювання в Інтернеті та соціальних мережах;
- проблема залишається невирішеною;
- невдоволені стейкхолдери – представники громадянського суспільства;
- рівень медіаграмотності українців погіршується;
- пряма загроза інформаційній безпеці;
- інформаційний вплив війни з боку РФ.

Специфічні ситуації неспроможності влади:

- корупційні дії, хабарі;
- інформаційне «піратство»;
- відсутність стратегії й часових обмежень, а отже не буде чітких скоординованих дій.

Варіант 2. «Популяризація проєкту шляхом розширення цільової аудиторії та створення комплексних навчальних ресурсів й ініціювання законопроєктів»

Завданнями варіанту є:

- розширення цільової аудиторії проєкту;
- створення на запровадження курсів для підвищення медіаграмотності;
- розробка навчальних матеріалів для різних цільових груп;
- проводити комунікацію з громадськістю;
- просування проєкту в соціальних мережах через рекламу;
- розробка законів, які б сприяли регулюванню у сфері медіаграмотності;
- розширення нових ініціатив по всій країні та проведення онлайн та офлайн подій.

Для реалізації варіанту потрібно буде розробити нові навчальні курси, вебінари з медіаграмотності, що потребує підготовку кваліфікаційних кадрів у

сфері медіасвіти, тобто додаткове виділення бюджету на освіту кадрів та запровадження освітніх курсів.

Також потрібне державне регулювання та прийняття законопроекту «Про інформацію», який би визначав значення понять «дезінформація».

Міністерство цифрової трансформації повинно забезпечити інформаційну і технологічну інфраструктуру.

Потенційні переваги варіанту політики:

- проєвропейський державний напрямок у сфері медіасвіти;
- підвищення рівня медіаграмотності користувачів, що задовольняє інтереси ключових стейкхолдерів;
- ведення закону, який регулює питання на державному рівні, в наслідок чого, українські користувачі соціальними мережами стануть менш вразливими до недостовірної інформації, що призведе до інформаційно-технологічного прориву держави;
- розвиток інформаційної інфраструктури, що є загальнолюдським благом.

Потенційні недоліки варіанту політики:

- потребує залучення монетарного ресурсу, тобто виділення бюджету на впровадження політики та популяризації проєкту через рекламу;
- потребує залучення часового ресурсу, тобто планування стратегії і впровадження;
- потребує залучення адміністративного ресурсу, підготовку кадрів.

Специфічні ситуації неспроможності влади:

- не впровадження політики у певні часові рамки;
- неможливість подолати менталітет, який не вбачає сенсу в інноваціях та майбутньому розвитку;
- складність підготовки професійних кадрів.

Варіант 3. «Розширення співпраці проєкту «Фільтр» з центрами та організаціями протидії дезінформації»

Завданнями є:

- розширення партнерів для проєкту «Фільтр»;
- дотримуватися міжнародних стандартів про медіа та поширення інформації;
- ефективна протидія пропаганді та дезінформації;
- розвінчування фейкової інформації;
- захист державної інформаційної безпеки;

Потенційні переваги варіанту політики:

- дана альтернатива передбачає ефективну боротьбу з фейковою інформацією та не автентичною поведінкою в соціальній мережі;
- зменшення масового впливу на свідомість громадян через соціальні мережі.

Потенційні недоліки варіанту політики:

- ситуація з рівнем медіаграмотності в Україні не змінюється, що може призвести до нових майбутніх загроз зі сторони дезінформації;
- невдоволення журналістів, щодо контролю публікацій;
- часткове задоволення стейкхолдерами.

Специфічні ситуації неспроможності влади:

- недотримання міжнародних стандартів, через соціальні та політичні аспекти;
- корупційні схеми.

Далі поданий опис способів визначення універсальних показників для порівняння варіантів політики. При визначенні результативності ми відштовхувались від логічності та реальності впровадження політики та врахувала прогноз ступеня досягнення цілей політики для відповідної альтернативи.

Результати зведені у таблиці 5 нижче. Для оцінок результативності альтернатив була обрана трибальна шкала, оскільки альтернатив лише три. Рейтинг визначався як сума оцінок альтернатив.

Таблиця 5. Оцінка результативності

Цільовий індикатор	Результативність		
	1 альтернатива	2 альтернатива	3 альтернатива
Забезпечення громадян медіаосвітою	0	3	0
Протидія поширенню інформаційним загрозам	0	1	3
Популяризація державного національного проєкту «Фільтр»	2	3	0
Розширення співпраці з центрами та організаціями	1	1	3

протидії дезінформації			
Покращення рівня (загального індексу) медіаграмотност і українців.	0	3	1
Разом:	3	11	7

При визначенні ефективності альтернатив було зіставлено співвідношення переваг і недоліків по кожній альтернативі.

Згідно з результатами, то найбільш ефективна буде №2 альтернатива, тому що політичні впровадження є не потребують великого ресурсу часу та підготовки, тому 3 альтернатива на 1 місці.

Альтернатива №3 також є досить ефективною, але потребує монетарного та часового ресурсу, тобто це запровадження можна буде оцінити тільки через тривалий час (мінімум через 5 років), тому дана альтернатива на 2 місці.

І альтернатива №1, яка пропонує «нічого не змінювати» на 3 місці, тому що недоліки переважають над перевагами й здійснюється пряма загроза на безпеку держави.

При визначенні справедливості варіантів орієнтація була на таку оцінку: скорочується або збільшується нерівність у розподілі вигід і витрат між зацікавленими сторонами (в першу чергу — серед населення) при реалізації даного варіанту в порівнянні зі статус-кво.

Адміністративна здійсненність визначається можливістю мобілізації усіх адміністративних ресурсів для вчасного здійснення політики.

Політична здійсненність визначається мінімальною кількістю ситуацій неспроможності влади.

Результати оцінювання зведені у таблиці 6, рядки – критерії, стовпчики – альтернативи, у клітинках – оцінки варіанту по відповідному критерію. Для оцінок альтернатив була обрана трибальна шкала, оскільки альтернатив лише три. Рейтинг варіантів визначався як сума оцінок альтернатив.

Таблиця 6. Порівняльний аналіз альтернатив політики

Критерії	Оцінки варіантів (альтернатив) політики		
	Варіант 1	варіант 2	варіант 3
Результативність	1(низька)	3 (висока)	2 (середня)
Ефективність	1	2	3
Справедливість	0	2	1
Політична здійсненність	2	2	2
Адміністративна здійсненність	0	2	1
Сумарна оцінка варіанту	4	11	9
Рейтинг варіанту	3	1	2

Порадою замовнику – Національному проєкту «Фільтр» при Міністерстві культури та інформаційної політики України є альтернатива №2

«Популяризація проекту шляхом розширення цільової аудиторії та створення комплексних навчальних ресурсів й ініціювання законопроектів», тому що даний варіант має найкращі показники оцінювання.

Такий вибір не є короткочасним, а довгостроковим і потребує часу на його реалізацію, але такий варіант буде найбільш ефективним в майбутньому, до того ж збільшить рівень медіаосвіти громадян, на відміну від альтернативи №2, яка просто регулює процес поширення медіа.

Рекомендаціями проекту «Фільтр» щодо заходів з реалізації рекомендованого варіанта політики будуть наступні:

- Внаслідок співпраці з Міністерством освіти і науки: створити додаткових курсів розпізнавання фейкової інформації та виявлення не автентичної поведінки в соціальних мережах для користувачів соціальних мереж; розробка навчальної програми і впровадити в загальноосвітні заклади, яка стосується медіаграмотності.
- З Міністерством цифрової трансформації створення інформативного, більш розважливого контенту, дискусій для соціальних мереж, які б порушували питання дезінформації, фейкової та не автентичної поведінки та потенційних загроз в соціальних мережах. А також міністерство повинне забезпечити технічну інфраструктуру для громадян України.
- Міністерству культури та інформаційної політики рекомендується провести опитування або використовувати наявні дослідження Громадської Організації «Детектор Медіа» та визначити рівень медіаграмотності користувачів в соціальних мережах в Україні

На мою думку, дана політика буде з найкращим результатом та ефективною.

Було проведено оцінювання успішності комунікативної діяльності національного проекту з медіаграмотності «Фільтр».

Питання оцінки:

1. Чи збільшився рівень медіаграмотності серед цільових груп?
2. Яка кількість ініціатив та партнерств були підписані/створені?
3. Чи була подана інформація поширена цільовою аудиторією?

Канали комунікації:

1. Соціальні мережі: Facebook, Instagram, YouTube, Telegram - вчителі та учні, батьки, викладачі та студенти, журналісти;
2. Офіційний вебсайт проєкту — вчителі та учні, батьки, викладачі та студенти, журналісти;
3. Заклади загальної середньої освіти — вчителі та учні;
4. Позашкільні заклади освіти — вчителі та учні;
5. Заклади вищої освіти — викладачі та студенти;
6. Центри післядипломної освіти для вчителів;
7. Онлайн-курси — вчителі та учні, батьки, викладачі та студенти, журналісти;
8. Медіашколи ініційовані проєктом — учні, студенти, журналісти.

Очікувані результати комунікацій:

- Короткострокові: популяризація проєкту та інформування щодо ініціатив з медіаграмотності.
- Середньострокові: збільшення загального рівня медіаграмотності серед цільової аудиторії.

Комунікативні заходи й продукти діяльності:

- розширення цільової аудиторії шляхом рекламування в мережі інтернет та друкованих засобів інформації й телерадіокомунікацій;
- створення державних інформаційних кампаній;

- розробка навчальних посібників та інших онлайн та друкованих матеріалів для всіх цільових аудиторій;
- створення відеонавчальних матеріалів, тренінгів для певних ЦА, курсів, наприклад, для вчителів, батьків, студентів;
- створити ютуб-канал з різними навчальними рубриками;
- розробка креативних способів навчання медіаграмотності, наприклад, медіаосвіта за допомогою відеоігор;
- проводити регулярну комунікацію з громадськістю щодо важливості медіаграмотності;
- організація онлайн та офлайн зустрічей, проєктів, вебінарів, курсів, практичних курсів;
- співпраця з навчальними закладами та ініціативами.

Індикаторами результативності є:

- Охоплення – статистика, кількість залучених осіб, скільки ініціатив було створено (% , одиниці вимірювання, кількість осіб), наприклад, статистику можна досліджувати в соціальних мережах
- Якість та корисність – наскільки інформація була корисною %, вимірювання шляхом зворотного зв'язку та опитування цільової аудиторії, контроль якості після проведення тренінгу, проєкту.
- Використання - скільки разів був поширений матеріал (кількість разів), наприклад слідування кількості поширень головного сайту, скільки навчальних закладів застосувало певний навчальний матеріал.

Цільові індикатори:

- Популяризація проєкту – збільшення кількості залучених підписників в соціальних мережах на 20% в порівнянні з минулим роком; збільшення кількості осіб, які «знайомі» з проєктом на 15% в порівнянні з минулим роком;

- Актуалізувати та познайомити українців з темою медіаграмотності шляхом поширення навчальних матеріалів – збільшити кількість навчальних матеріалів на 15% в порівнянні з минулим роком;
- Підвищити рівень медіаграмотності цільових груп з 57% у 2021 році до 70% у 2023 році;
- Інформування щодо ініціатив з медіаграмотності – збільшити кількість ініціатив приблизно на 50%, з 11 до 24 ініціатив до 2023 року (так, щоб в кожному обласному центрі було точно одній ініціативі).

Джерела інформації: дослідження прикладів впровадження медіаосвіти на успішних прикладах іноземних країн, іноземні посібники, застосувати іноземні методики реалізації, наприклад, використовувати принцип «Перевірйй-поширюй» Канадського центру цифрової та медійної грамотності [93].

Методи збору інформації:

- соціологічні опитування;
- комплексне дослідження спеціальними громадськими організаціями/агенціями, наприклад дослідницька агенція «Info Sapiens» провела дослідження на замовлення ГО «Доктор медіа»;
- фокус-групи;
- збір інформації в соціальних мережах: Facebook, Instagram, Telegram.

Розроблено логічну модель комунікативної діяльності проєкту:

1. Inputs – людський, фінансовий, часовий, організаційний, інформаційний, правовий ресурс.
2. Activities – поширення, навчання, створення та реалізація, дослідження.
3. Output – онлайн та друковані навчальні матеріали, тренінги, конференції, ініціативи, закони.

4. Outcome – популяризація проєкту, розвиток критичного мислення та збільшення рівня медіаграмотності.

Приклад логічної моделі для ЦА «учень»:

1. Inputs – людський, фінансовий, організаційний, інформаційний ресурс.
2. Activities – проходження навчального курсу учнями
3. Output – розробка онлайн та друковані навчальні матеріали, навчальні програми для учнів.
4. Outcome – підвищення рівня медіаграмотності серед учнів.

Далі представлені практичні рекомендації щодо протидії антиукраїнській пропаганді в інформаційному просторі.

В даному змісті інформаційний простір – це захист життєво важливих інтересів громадян та забезпечення інформаційної безпеки держави від антиукраїнської пропаганди в мережі інтернет.

Основними цілями є:

1. Захист життєво важливих інтересів громадян України в мережі Інтернет.
2. Забезпечення державної безпеки в інформаційному просторі.
3. Протидія поширенню антиукраїнській пропаганді.

В таблиці 7 наведено «Дерево цілей», тобто стратегічні цілі та відповідні ним завдання для реалізації стратегічного плану.

Таблиця 7. «Дерево цілей»

Цілі	Завдання
Захист життєво важливих інтересів громадян України в мережі Інтернет.	1.1. З 1 вересня 2023 року розробити державний освітній курс з медіаграмотності

	1.2. До 1 січня 2025 року гарантувати захист персональних даних громадян
	1.3. До 1 січня 2025 року забезпечити покриття інтернетом (технічною інфраструктурою) держави до 95%.
Забезпечення державної безпеки в інформаційному просторі.	2.1. З 1 січня 2023 року обмежити діяльність джерел, які висловлюють пропагандистський зміст та можуть бути загрозою для державної безпеки.
	2.2. До 1 вересня 2024 року оновити національну стратегію забезпечення інформаційно-психологічної безпеки, враховуючи нові механізми маніпулятивного впливу.
	2.3. З 1 січня 2024 року обмежити інформаційний простір України від незаконного контенту
Протидія поширенню антиукраїнській пропаганді.	3.1. До вересня 2025 року розробити центри протидії дезінформації в кожному регіоні держави.
	3.2. З січня 2023 року запровадити співпрацю з міжнародними об'єднаннями та організаціями, робота яких спрямована на протидію пропаганді та дезінформації

3.3. Підготувати до 1 вересня 2025 року 250 фахівців, які здатні ефективно працювати та протидіяти пропаганді в мережі.

В таблиці 8 проаналізовані критерії досягнення цілей за SWOT-методом.

Таблиця 8. Критерії досягнення цілей

Визначені цілі та індикатори для визначення результативності протидії антиукраїнської пропаганди:

Проблема	Завдання	Дії, які потрібні для реалізації завдання	Бажаний результат	Цільовий індикатор
Масовий вплив пропаганди на свідомість громадян в мережі Інтернет	З 1 вересня 2023 року розробити державний освітній курс з медіаграмотності	До вересня 2022 року підготувати кваліфікаційні кадри, які можуть викладати медіаграмотність; Запровадити освітні програми в навчальних закладах	З 1 вересня 2023 року запроваджений державний освітній курс з медіаграмотності	Підняття індексу найвищого рівня медіаграмотності з 8% до 20%.
	До 1 січня 2025 року гарантувати захист	Оновлення чинного закону «Про захист	Громадяни України мають надійний	Зменшення кількості скарг щодо витоку

	персональних даних громадян	персональних даних»	захист основоположних прав і свобод людини і громадянина, зокрема права на невтручання в особисте життя, у зв'язку з обробкою персональних даних, який регулюється Законом «Про захист персональних даних» [94].	персональних даних до 10%
	До 1 січня 2025 року забезпечити покриття інтернетом (технічною інфраструктурою) держави до 95%.	Міністерство Цифрової трансформації має покрити 95% усіх доріг національного значення швидкісним інтернетом.	Громадяни України мають цифрову рівність та вільний доступ до інтернету з урахуванням балансу в сільській і міській місцевості.	До 1 січня 2025 року забезпечити покриття інтернетом (технічною інфраструктурою) держави на 25% більше ніж 2021 році.
Розповсюдження антиукраїн	З 1 січня 2023 року обмежити діяльність джерел,	Правоохоронний орган Департамент	На інформаційний простір не	До 2023 року заблокувати

ської пропаганди, що загрожує державній безпеці в інформаційному просторі	які висловлюють пропагандистський зміст та можуть бути загрозою для державної безпеки.	контррозвідувального захисту інтересів держави у сфері інформаційної безпеки повинен блокувати усі джерела.	здійснюється вплив джерел та не поширюється антиукраїнська пропаганда.	усі інтернет-джерела, які висловлюють пропагандистський зміст та можуть бути загрозою для державної безпеки, тим самим зменшити вплив гібридної війни до 20%.
	До вересня 2025 року розробити центри протидії дезінформації в кожному регіоні держави.	РНБО з Міністерством культури та інформаційної політики повинне посприяти створенню таких центрів.	Зараз планується зробити перший центр проти дезінформації, тому повинен бути ще + 3 центри в різних регіонах, в осередках в таких містах: Львів, Одеса, Харків	У вересні 2025 році на 90% більше центрів, які протидіють пропаганді
	Підготувати до 1 вересня 2025 року 250 фахівців, які здатні ефективно працювати та протидіяти	Кабінетом Міністрів України запровадити нову спеціальність, метою якою	Кваліфікаційні фахівці ефективно борються з пропагандою	Кількість фахівців, які протидіють пропаганді збільшиться на 20%

	пропаганді мережі.	в	б була підготовка фахівців для виявлення пропаганди; Міністерство Освіти і Науки повинне розробити навчальні програми та підготувати фахівців для даної специфіки	
--	--------------------	---	---	--

Ціль 1: Захист життєво важливих інтересів громадян України в мережі Інтернет.

Індикатори: підняття індексу найвищого рівня медіаграмотності з 8% до 20%, та зменшення кількості скарг щодо витоку персональних даних до 10% і забезпечити покриття інтернетом (технічною інфраструктурою) держави на 25% більше.

Ціль 2: Забезпечення державної безпеки в інформаційному просторі.

Індикатори: заблокувати усі інтернет-джерела, які висловлюють пропагандистський зміст та можуть бути загрозою для державної безпеки, тим самим зменшити вплив гібридної війни до 20%.

Ціль 3: Протидія поширенню антиукраїнській пропаганді

Індикатори: збільшити кількість центрів, які протидіють пропаганді на 90% та підготувати 250 фахівців, які здатні ефективно працювати та протидіяти пропаганді в мережі.

Наявні ресурси:

- Інформаційні – є можливість інформування громадян на державному рівні.
- Організаційні – наявні органи, які на державному рівні можуть розробити, прийняти та організувати процес.
- Примусу – наявні правоохоронні органи, які стягують до відповідальності за порушення закону, наприклад, Департамент контррозвідального захисту інтересів держави у сфері інформаційної безпеки при СБУ.
- Часові – доступні стратегічні плани з певним часовим обмеженням.

Брак ресурсів:

- Правові – сьогодні відсутнє регулювання інформаційного простору на законодавчому рівні, що потребує термінового втручання; немає контролю медіа.
- Фінансові - потрібен перерозподіл коштів та виділення значної кількості бюджету.
- Людські – відсутність фахівців та кваліфікаційних кадрів, які ефективно протидіяли пропаганді та могли б навчити базовим цифровим навичкам.
- Довіри – відсутність довіри громадян через не врегулювання системи та не захищеності персональних даних.
- Більшості – відсутність співпраці з міжнародними об'єднаннями та громадськими організаціями, які займаються протидією пропаганди.
- Матеріальні – відсутнє покриття інфраструктурою.

Джерела надходження ресурсів у майбутньому – держаний бюджет та міжнародна співпраця, залучення фінансування стейкхолдерів.

Для реалізації діяльності розроблений механізм, який складається з цілей, завдань та інструментів, що наведено в таблиці 8.

Таблиця 8. Механізм реалізації

Цілі	Завдання	Інструменти
1.Захист життєво важливих інтересів громадян України в мережі Інтернет.	1.1. З 1 вересня 2023 року розробити державний освітній курс з медіаграмотності.	Монетарний: виділення бюджету на розробку курсу; Немонетарний: інформування об'єктів на освітньому рівні, реклама, стандартизація.
	1.2. До 1 січня 2025 року гарантувати захист персональних даних громадян.	Монетарний: виділення коштів на перероблення документа фахівцям; Немонетарний: інформування громадян України, стандартизація.
	1.3. До 1 січня 2025 року забезпечити покриття інтернетом (технічною інфраструктурою) держави до 95%.	Монетарний: залучення великої кількості бюджету на виконання завдання; Немонетарний: інформування.
2 Забезпечення державної безпеки в інформаційному просторі.	2.1. З 1 січня 2023 року обмежити діяльність джерел, які висловлюють	Монетарний: забрати можливість джерел

	пропагандистський зміст та можуть бути загрозою для державної безпеки.	поширювати пропаганду Немонетарний: просити існуючі джерела не розповсюджувати дезінформацію
	2.2. До 1 вересня 2024 року оновити національну стратегію забезпечення інформаційно-психологічної безпеки, враховуючи нові механізми маніпулятивного впливу.	Монетарний: виділення бюджету на розробку стратегії; Немонетарний: залучення стейкхолдерів та міжнародних спеціалістів для консультування.
	2.3. З 1 січня 2024 року обмежити інформаційний простір України від незаконного контенту.	Монетарний: законодавче обмеження діяльності; Немонетарний: агітація, реклама, інформування.
3. Протидія поширенню антиукраїнській пропаганді	3.1. До вересня 2025 року розробити центри протидії дезінформації в кожному регіоні держави.	Монетарний: виділення коштів на розробку центрів;

	Немонетарний: інформування та підбір кадрів, консультації з іноземними спеціалістами.
3.2. З січня 2023 року запровадити співпрацю з міжнародними об'єднаннями та організаціями, робота яких спрямована на протидію пропаганді та дезінформації.	Монетарний: грошове спонукання ГО до співпраці; Немонетарний: консультації з іноземними спеціалістами, інформування та співпраця.
3.3. Підготувати до 1 вересня 2025 року 250 фахівців, які здатні ефективно працювати та протидіяти пропаганді в мережі.	Монетарний: виділення коштів на підготовку; Немонетарний: законодавче врегулювання.

Для оцінки результатів потрібно проводити ряд моніторингу:

- Слідкувати за індексом медіаосвіти українців, який дослідила ГО «Детектор Медіа», та зробити повторне опитування через 4 роки.
- Динаміка кількості випадків витоку особистих даних громадян в мережі інтернет.
- Оцінка роботи центрів протидії дезінформації через 1 рік після запуску.

- Динаміка зареєстрованих співпраць з міжнародними організаціями та об'єднаннями.
- Зайнятість фахівців, які будуть підготовлені у 2025 році.
- Збір інформації про виявлення випадків антиукраїнської пропаганди.
- Оцінка впливу пропаганди на масову свідомість.

Висновки до розділу 3

Правильно сформовані політичні врегулювання можуть розв'язувати проблему низької медіаграмотності українців. Дезінформація, фейкові новини та не автентична поведінка найбільше вражає необізнаних користувачів соціальних мереж та безпосередньо впливає на свідомість, цінності та інтереси громадян України. Такий ризик може бути зменшений внаслідок збільшення рівня медіаграмотності в країні.

Міністерство культури та інформаційної політики України посприяло створенню національного проєкту з медіаграмотності «Фільтр» у 2021 році. Головним завданням проєкту є – підвищити рівень медіаграмотності українців. Медіаосвіта населення є важливою складовою демократичного суспільства. В сучасних реаліях, медіаосвіта – є необхідною для боротьби з Росією на інформаційному фронті.

Проблема політики актуальна та має важливе значення для державної безпеки та громадян України, адже даний напрям стосується дотримання конституційних прав громадян та протидії ворожій пропаганді та дезінформації. Саме тому, медіаграмотність населення важливо навіть під час воєнного стану в країні.

В даній роботі пропонується реалізувати державну політику щодо збільшення рівня медіаграмотності через національний проєкт «Фільтр». Було проаналізовано середовище та проведене оцінювання впливу, а також ідентифіковані стейкхолдери. Реалізувати політику можливо на місцевому, регіональному та національному рівнях спираючись на спіраль успіху, яка поєднує м'які та жорсткі запровадження. Визначені цільові індикатори та критерії досягнення цілей. Також було запропоновано три варіанти політики, з яких був вибраний один альтернативний варіант шляхом порівняння за універсальними показниками, такими як: результативність, справедливість, адміністративна та політична здійсненість та ефективність. Тому,

рекомендованим варіантом політики є: «Популяризація проєкту шляхом розширення цільової аудиторії та створення комплексних навчальних ресурсів й ініціювання законопроєктів», тому що даний варіант має найкращі показники оцінювання. Серед основних комунікативних заходів пропонується розробити креативні методи навчання, розширити цільову аудиторію та підготувати навчальний матеріал, який буде релевантним подіям та вимогам. Для цього були визначені спеціальні цілі, індикатори результативності та цільові індикатори. Для реалізації діяльності розроблений механізм, який складається з цілей, завдань та інструментів.

ВИСНОВКИ

Медіаосвіченість людини, вміння критично мислити та правильно споживати інформацію – є ключовими навичками населення у XXI столітті. Медіаосвіта в Україні є обов'язковим напрямком для розвитку демократичної держави. Воєнні дії в Україні та інші загрози національній безпеці наголошують щодо важливості медіаграмотності населення для боротьби на інформаційному фронті.

В даній роботі була виконана поставлена мета та комплексні завдання:

- проаналізовані наукові поняття та принципи впровадження медіаграмотності;
- виокремлені сучасні інформаційні загрози;
- проведено дослідження впровадження політики медіаграмотності в закордонних країнах: у Фінляндії, Швеції та Великобританії;
- проаналізовані особливості середовища політики;
- розроблені практичні рекомендації щодо державної політики у сфері медіаграмотності для протидії інформаційним загрозам, дезінформації.

Після дослідження феноменів «медіаосвіта» та «медіаграмотність», стало зрозуміло, наскільки важливою є дана тематика. Сьогодні ми живемо в так звану цифрову епоху, тому кожному важливо розвиватися разом із тенденціями інформаційно-комунікативних технологій, щоб правильно розуміти, що поширюється. Кожне повідомлення впливає на споживача інформації та формує його сприйняття, поведінку та вибір. Якщо медіаосвіта не буде реалізувати та регулюватися на державному рівні, то це може призвести до появи нових загроз для держави з боку населення.

В емпіричній частині роботи надані практичні рекомендації щодо реалізації державної політики у сфері медіаосвіти та медіаграмотності в Україні. Впровадження даної політики сьогодні є необхідним та важливим

інструментом. Реалізувати політку пропонується із залученням національного проєкту «Фільтр», що підпорядковується Міністерству культури та інформаційної політики України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк: Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / За науковою редакцією В. В. Різуна — Київ: Центр вільної преси, 2012. — 352 с.
2. Шейбе С., Рогоу, Медіаграмотність: Підручник для вчителів. Київ : Центр Вільної Преси, 2017.
3. Kubey R. Media Literacy Around the World / Robert Kubey. – New York, 1997. – 596 с.
4. Cecilia von Feilitzen. Children and Media. Image Education Participation / Cecilia von Feilitzen., 1999. – 483 с.
5. Масова медіаосвіта в СРСР та Росії: основні етапи / Федоров О. В, Ковальова М, Мурюкіна Є. В, Горбаткова О. І., 2014. - 267 с.
6. Федоров О. В. Українська медіаосвіта сьогодні/О. В. Федоров / "MagisterDixit"
7. Федоров А. В. Медиаобразование: история, теория и методика. – . Ростов: ЦВВР, 2001. — 708 с.
8. Литвин А. Завдання медіаосвіти в контексті підвищення якості професійної підготовки / Андрій Литвин // Педагогіка і психологія професійної освіти. — 2009.
9. Гончаренко С. Український педагогічний словник / Семен Гончаренко. – Київ, 1997.
10. Медіаосвіта та медіаграмотність: короткий огляд / Іванов В., Волошенюк О., Кульчинська Л., Іванова Т., Мірошніченко Ю. – 2-ге вид., стер. – К.: АУП, ЦВП, 2012. – 58 с.
11. Zaghloul Morsy. Media education / Zaghloul Morsy, 1984. – 406 с.
12. ЮНЕСКО опублікувала п'ять принципів медійної та інформаційної грамотності. Media Sapiens. URL: <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/18453/2017-02-24-yunesko-opublikovala-pyat-pryntsyviv-mediynoi-ta-informatsiynoi-gramotnosti/>

13. Five laws (MIL) [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://ms.detector.media/doc/images/news/18453/mil_five_laws_english.png.
14. Л. А. Найдьонова. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) / Л. А. Найдьонова, М. М. Слюсаревський. – Київ, 2016. – 16 с.
15. П'ять ключових принципів медіаграмотності. Media Sapiens. URL: <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/17075/2016-07-25-pyat-klyuchovykh-pryntsyviv-mediagramotnosti-vizualizatsiya/>.
16. Media Sapiens. Бути медіаграмотним: десять необхідних компетентностей [Електронний ресурс] / Media Sapiens – Режим доступу до ресурсу: <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/18961/2017-05-24-buty-mediagramotnym-desyat-neobkhidnykh-kompetentnostey/>.
17. Masterman L. Teaching the Media. London: Comedia Publishing Group, 1988. – 341 с.
18. SIMON KEMP. DIGITAL 2023: GLOBAL OVERVIEW REPORT [Електронний ресурс] / SIMON KEMP. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>
19. DIGITAL 2023: UKRAINE [Електронний ресурс]. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-ukraine>.
20. Фейки та факти. Чи розрізняє їх українська молодь? [Електронний ресурс]. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.unicef.org/ukraine/stories/fakes-or-facts>.
21. Російське вторгнення в Україну (2022). URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Російське_вторгнення_в_Україну_\(2022\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Російське_вторгнення_в_Україну_(2022)).
22. Російська пропаганда [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B9%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%B0.
23. The 2022 Revision of World Population Prospects [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://population.un.org/wpp/>.

24. Цілі сталого розвитку. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.undp.org/sustainable-development-goals>.
25. U.S. Department of State. Public Policy & Administration [Електронний ресурс] / U.S. Department of State – Режим доступу до ресурсу: https://www.usief.org.in/pdf/Study_in_the_Us/Public-Policy-and-Administration.pdf.
26. Дніпровський державний університет внутрішніх справ. КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ з навчальної дисципліни «ПУБЛІЧНЕ АДМІНІСТРУВАННЯ» [Електронний ресурс] / Дніпровський державний університет внутрішніх справ – Режим доступу до ресурсу: <https://dduvs.in.ua/wp-content/uploads/files/Structure/library/student/lectures/0905/13.1.pdf>.
27. Appleby, Paul 1947. "Toward Better Public Administration", Public Administration Review Vol. 7, № 2 с. 93–99.
28. Shields, Patricia. 1998. "Pragmatism as a Philosophy of Science: A Tool for Public Administration" Research in Public Administration Vol. 4. с. 195–225.
29. І. Л. Бородин. Функції публічного управління / І. Л. Бородин., 2014.
30. МОН ПІДТРИМУЄ ІНІЦІАТИВУ ПРЕЗИДЕНТА УКРАЇНИ ЩОДО ПРОВЕДЕННЯ УРОКІВ МЕДІАГРАМОТНОСТІ В ШКОЛАХ [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://mon.gov.ua/ua/news/mon-pidtrimuye-iniciativu-prezidenta-ukrayini-shodo-provedennya-urokiv-mediagramotnosti-v-shkolah>.
31. The Role of Media Literacy in the Governance Reform Agenda [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://gsdrc.org/document-library/the-role-of-media-literacy-in-the-governance-reform-agenda/>.
32. ЗАКОН УКРАЇНИ Про інформацію [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>.
33. Чукут С.А., Джига Т.В. Інформаційна політика в Україні (опорний конспект лекцій до нормативного курсу): Навчальний посібник. – К.: – 94 с.

34. Про заходи щодо вдосконалення формування та реалізації державної політики у сфері інформаційної безпеки України. ВРУ. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/n0004525-14#Text>.
35. Про Концепцію державної інформаційної політики. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://ips.ligazakon.net/document/JF5LF00A?an=3>.
36. 3У Про медіа [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.golos.com.ua/documents/z-2849-ix.pdf>.
37. Марина Баранівська. В Україні набув чинності закон «Про медіа» [Електронний ресурс] / Марина Баранівська – Режим доступу до ресурсу: <https://detector.media/infospace/article/209610/2023-03-31-v-ukraini-nabuv-chynnosti-zakon-pro-media/>.
38. Про Основні засади державної інформаційної політики. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://ips.ligazakon.net/document/JF5LF00V?an=3>.
39. Історія Інституту Екології Масової Інформації [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://institutes.lnu.edu.ua/mediaeco/history/>.
40. КОНЦЕПЦІЯ ВПРОВАДЖЕННЯ МЕДІАОСВІТИ В УКРАЇНІ [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://mediaosvita.org.ua/2013/11/18/kontseptsia-vprovadzhennia-mediaosvity-v-ukraini/>.
41. МЕДІАГРАМОТНІСТЬ. Сайт МОН [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://mon.gov.ua/ua/tag/mediagramotnist>.
42. Онлайн-курс з медіаграмотності [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://osvita.diia.gov.ua/courses/very-verified>.
43. Цифрограм [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://osvita.diia.gov.ua/digigram>.
44. НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕСТ З МЕДІАГРАМОТНОСТІ [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://mon.gov.ua/ua/news/u-zhovtni-vidbudetsya-nacionalnij-test-z-mediagramotnosti>.

45. Портал медіаосвіта та медіаграмотність. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://medialiteracy.org.ua/>
46. Проект «Програма медіаграмотності для громадян» [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.aup.com.ua/mediaosv/programa-mediagramotnosti/>.
47. ПРОЄКТ «ВИВЧАЙ ТА РОЗПІЗНАЙ» [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://mon.gov.ua/ua/ministerstvo/diyalnist/mizhnarodna-dilnist/spivpracya-z-mizhnarodnimi-organizaciyami/rada-mizhnarodnih-naukovih-doslidzen-ta-obminiv-irex/programa-vivchaj-ta-rozriznyaj-infomedijna-gramotnist/proyekt-vivchaj-ta-rozriznyaj-infomedijna-gramotnist-v-osviti-posilennya-stijkosti-do-dezinformaciyi-ta-manipulyacij-2022-2025>.
48. Strengthening Media Literacy in the Ukrainian Education System. IREX. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.irex.org/project/strengthening-media-literacy-ukrainian-education-system>.
49. Інтенсив з медіаграмотності [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.instagram.com/p/Cr3XFPntNrc/>.
50. 250 років першому Акту про свободу преси [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.aup.com.ua/250-rokiv-pershomu-aktu-pro-svobodu-presi/>.
51. Förslag på en nationell digitaliseringsstrategi för skolväsendet 2023–2027 [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.skolverket.se/publikationsserier/regeringsuppdrag/2022/forslag-pa-en-nationell-digitaliseringsstrategi-for-skolvasendet-2023-2027>.
52. Nationell digitaliseringsstrategi för skolväsendet [Електронний ресурс] // 2017 – Режим доступу до ресурсу: <https://www.regeringen.se/contentassets/72ff9b9845854d6c8689017999228e53/nationell-digitaliseringsstrategi-for-skolvasendet.pdf>.

53. Statens medieråd [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://www.statensmedierad.se/>.
54. Mediekompass. [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://www.mediekompass.se/>.
55. Om krisen eller kriget kommer. [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://rib.msb.se/filer/pdf/28494.pdf>.
56. Sweden: Media literacy and safe use of new media [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://national-policies.eacea.ec.europa.eu/youthwiki/chapters/sweden/68-media-literacy-and-safe-use-of-new-media>.
57. MIK Sveriges kunskapsbank [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://www.statensmedierad.se/mik-sveriges-kunskapsbank>.
58. Propaganda och bilders makt. [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://www.statensmedierad.se/pedagogiska-verktyg/tips-till-pedagoger/propaganda-och-bilders-makt>
59. Finland: Media literacy and safe use of new media [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://national-policies.eacea.ec.europa.eu/youthwiki/chapters/finland/68-media-literacy-and-safe-use-of-new-media>.
60. MEDIA LITERACY IN FINLAND [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа до ресурсу: <https://medialukutaitosuomessa.fi/mediaeducationpolicy.pdf>.
61. Programme of Prime Minister Sanna Marin's Government 2019 [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://valtioneuvosto.fi/en/marin/government-programme>.
62. kavi.fi: Media Education [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://kavi.fi/en/media-education/>.
63. MLL. [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://www.mll.fi/en/>.

64. Save the Children. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.pelastakaalapset.fi/en/about-us/who-we-are/save-the-children/>.
65. Finnish Safer Internet Centre. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.saferinternetday.org/in-your-country/finland>.
66. Медіаграмотність змалку для всіх [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/26973/2021-03-31-mediagramotnist-zmalku-dlya-vsikh-yak-finlyandii-vdalosya-staty-liderkoyu-z-rozvytku-krytychnogo-myslennya/>.
67. MEDIA LANDSCAPES: United Kingdom [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://medialandscapes.org/country/united-kingdom#>.
68. Ofcom [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.ofcom.org.uk/home>.
69. DCMS Online Media Literacy Strategy [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/1004233/DCMS_Media_Literacy_Report_Roll_Out_Accessible_PDF.pdf.
70. GOV.UK [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.gov.uk/>.
71. We're here to help everyone report harmful content online. Report Harmful Content. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://reportharmfulcontent.com/>.
72. A free online safety programme for educators. Parent Zone. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.legandaryteacher.parentzone.org.uk/>.
73. Blended learning. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://blendedlearning.org.uk/>.
74. Media Literacy Index 2021 Double Trouble: Resilience to Fake News at the Time of Covid-19 Infodemic. [Електронний ресурс] – Режим доступу до

ресурсу: [http://osis.bg/wp-](http://osis.bg/wp-content/uploads/2021/03/MediaLiteracyIndex2021_ENG.pdf)

[content/uploads/2021/03/MediaLiteracyIndex2021_ENG.pdf](http://osis.bg/wp-content/uploads/2021/03/MediaLiteracyIndex2021_ENG.pdf).

75. Global Peace Index [Електронний ресурс]. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.visionofhumanity.org/maps/#/>.
76. RSF | Ukraine [Електронний ресурс]. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://rsf.org/en/country/ukraine>.
77. RSF | Sweden [Електронний ресурс]. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://rsf.org/en/country/sweden>
78. RSF | Finland [Електронний ресурс]. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://rsf.org/en/country/finland>
79. RSF | United Kingdom [Електронний ресурс]. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://rsf.org/en/country/united-kingdom>
80. MEDIA LANDSCAPE: Ukraine [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://medialandscapes.org/country/ukraine>.
81. MEDIA LANDSCAPE: Sweden [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://medialandscapes.org/country/sweden>
82. MEDIA LANDSCAPE: Finland [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://medialandscapes.org/country/finland>.
83. Індекс медіаграмотності українців [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://detector.media/infospace/article/210210/2023-04-18-indeks-mediagramotnosti-ukraintsiv-2020-2022-povna-versiya/>.
84. The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.amazon.com/The-Filter-Bubble-Eli-Pariser-audiobook/dp/B0050FLOMI>.
85. Ставлення населення до ЗМІ. USAID. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://drive.google.com/file/d/1Oi2Edvl5SrK4hSD2KoxoKkamCarUX7f/view>.
86. Контрпропаганда в українських ЗМІ, реалії сьогодення [Електронний ресурс] // Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. – 2017. – Режим

- доступу до ресурсу: <https://seanewdim.com/wp-content/uploads/2021/03/Counter-propaganda-in-the-Ukrainian-media-the-reality-of-today-A.-Mykhailichenko.pdf>.
87. Національний проєкт "Фільтр". [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://filter.mkip.gov.ua/>.
88. Розвиток медіаграмотності в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://filter.mkip.gov.ua/wp-content/uploads/2021/11/231121_medialiteracy.pdf.
89. Поради для журналістів у час війни. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://filter.mkip.gov.ua/wp-content/uploads/2022/04/porady-dlya-zhurnalistiv-u-chas-vijny.pdf?fbclid=IwAR2GpzmxEqUZYAs6mvxl4688ToKztusUE1Gh9gXQmIcbMagXURdvmpfdBMo>.
90. Валерія Ковтун, «Фільтр»: «Ми перестрибнули етап інформування про медіаграмотність і перейшли відразу до навчання». Media Sapiens. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://ms.detector.media/trendi/post/29589/2022-05-31-valeriya-kovtun-filtr-my-perestrybnuly-etap-informuvannya-pro-mediagramotnist-i-pereyshly-vidrazu-do-navchannya/>
91. Removing Coordinated Inauthentic Behavior from Russia. Meta. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://about.fb.com/news/2019/01/removing-cib-from-russia/>.
92. Медійні та громадські організації закликають президента продовжити термін підготовки законопроекту про дезінформацію. Media Sapiens. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://detector.media/infospace/article/173380/2019-12-19-mediyni-ta-gromadski-organizatsii-zaklykayut-prezydenta-prodovzhyty-termin-pidgotovky-zakonoproiektu-pro-dezinformatsiyu/>.
93. Media Smarts. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://checkthenshare.ca/>.

94. Закон України "Про захист персональних даних" [Електронний ресурс]. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2297-17#Text>.
95. Офіційний вебпортал парламенту України Законодавство України [Електронний ресурс] // Верховна Рада України – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main>.