

УДК 316.774:004.5]-047.22:070.16"364"

Медіаграмотність як чинник захисту інформаційного простору від ворожої дезінформації в час війни

Юрій ГОРБАНЬ

канд. культурології, проф.

Київський національний
університет культури
і мистецтввул. Є. Коновальця, 36,
01133, Київ, Україна

y.i.gorban@gmail.com

ORCID: 0000-0001-5837-4409

Оксана ОЛІЙНИК

канд. культурології, доц.

Київський національний
університет культури
і мистецтввул. Є. Коновальця, 36,
01133, Київ, Україна

oksana_oliinyk@ukr.net

ORCID: 0000-0002-4687-2408

©Горбань Ю., Олійник О., 2024

У сучасному інформаційному суспільстві медіаграмотність відіграє важливу роль у забезпеченні правильного сприйняття медійного контенту та відповідального користування інформацією, особливо в умовах війни, коли дезінформація та маніпуляції можуть впливати на рішення та поведінку громадян. У статті досліджено суть і значення медіаграмотності в українському суспільстві під час війни. Обґрунтовано, що в процесі комунікативного розвитку людства, який розпочався із запровадженням класичної писемності та поширився на розвиток електронних засобів масової інформації, формуються навички й компетенції, необхідні в новому комунікативному середовищі — цифровому, глобальному та мультимедійному. У результатах дослідження встановлено, що медіаграмотність постає як інформаційна зброя в боротьбі з дезінформацією та впливає на формування полікультурної картини світу, розвиток критичного мислення та навичок аналізу інформації. Розглянуто спеціальні програми й тренінги для журналістів і широкої громадськості, які сприяють підвищенню знань про медійну діяльність та виявлення дезінформації. Проаналізовано спеціальні проекти в соціальних мережах для розвитку критичного мислення серед користувачів і виявлення маніпуляційної інформації. Закцентовано увагу на тому, як можна оновити зміст медіаосвіти, щоб він відповідав сучасним тенденціям і медійній епосі. У дослідженні доведено необхідність підвищувати рівень медіаграмотності серед населення, враховуючи особливості інформаційного простору під час війни, а також наголошено на важливості розвитку навичок критичного мислення та вміння аналізувати медійний контент в умовах інформаційної нестабільності.

Ключові слова: війна та конфлікти, політична культура, дезінформація, інформаційна безпека, інформаційна культура, медіаграмотність, медіаосвіта, критичне мислення, соціальні мережі.

MEDIA LITERACY AS A FACTOR OF PROTECTING THE INFORMATION SPACE FROM HOSTILE DISINFORMATION IN WARTIME

Yurii HORBAN

PhD in Cultural Studies, Professor,
Kyiv National University of Culture and Arts
36, Ye. Konovaltsia St., 01133, Kyiv, Ukraine
y.i.gorban@gmail.com
ORCID: 0000-0001-5837-4409

Oksana OLIINYK

PhD in Cultural Studies, Associate Professor,
Kyiv National University of Culture and Arts,
36, Ye. Konovaltsia St., 01133, Kyiv, Ukraine
ORCID: 0000-0002-4687-2408
e-mail: oksana_oliinyk@ukr.net

In today's information society, media literacy plays a vital role in ensuring the correct perception of media content and responsible use of information, especially in times of war, when disinformation and manipulation can influence citizens' decisions and behaviour. The article examines the essence and significance of media literacy in Ukrainian society during the war. It is substantiated that in the process of humanity's communicative development, which began with the introduction of classical writing and extended to the development of electronic media, the skills and competencies necessary in the new communicative environment — digital, global and multimedia are formed. To reveal the existing and possible approaches to media literacy and media education, to highlight the history of the development of these concepts and their social significance, to identify the shortcomings and favourable factors for the development of this concept, the methods of analysing the theoretical foundations of media activity are used. The study finds that media literacy is emerging as an information weapon in the fight against disinformation and influences the formation of a multicultural picture of the world and the development of critical thinking and information analysis skills. Special programmes and trainings for journalists and the general public are considered, which help to increase knowledge about media activities and identify disinformation. The article analyses special projects on social media to develop critical thinking among users and identify manipulative information. The focus is on how media education content can be updated to meet current trends and the media age. The study proves the need to increase the level of media literacy among the population, taking into account the peculiarities of the information space during the war, and emphasises the importance of developing critical thinking skills and the ability to analyse media content in the context of information instability.

Keywords: war and conflicts, political culture, disinformation, information security, information culture, media literacy, media education, critical thinking, social media.

Актуальність теми

У поточній ситуації, пов'язаній із війною в Україні, надзвичайно важливо захищати національний інформаційний простір, який потребує не лише інформаційної та кібернетичної безпеки, але й вимагає підвищення рівня медіаграмотності. Вона важлива, оскільки допомагає людям протистояти дезінформації та розвивати навички критичного мислення. Це дає змогу аналізувати та оцінювати інформацію, яку ми отримуємо. Важливо зауважити, що в умовах російсько-української війни держава не може контролювати всі джерела та канали інформації, доступні звичайним громадянам, оскільки РФ постійно змінює свою тактику в інформаційній війні. Отже, медіаграмотність потребує використання нових методів для її популяризації. Врешті-решт, відповідальність за це лежить як на кожному окремому споживачеві інформації, так і на суспільстві в цілому задля того, щоб бути компетентними в питаннях протидії інформаційним атакам ворога.

Медіаграмотність слугує потужним інструментом у суспільстві, формуючи здатність об'єктивно взаємодіяти з великими обсягами різноманітної інформації, що поширюється через традиційні медіа та цифрові платформи. У контексті російсько-української війни її значущість підвищується, оскільки поширення дезінформації та пропаганди може сильно вплинути на громадські уявлення та процеси ухвалення рішень. Ця стаття досліджує концепцію української медіаграмотності як інформаційної зброї в умовах війни, відстежуючи її еволюцію від традиційних джерел медіа до динамічного ландшафту соціальних мереж. Завдяки аналізу теоретичних основ медіаосвіти та вивчення історичного шляху практик у вказаній сфері це дослідження має на меті розкрити її визначальну роль у протидії дезінформації в умовах війни.

Постановка проблеми

Війна в Україні показала, що медіаграмотність — це не лише академічна тема для обговорень, але й важливий процес формування відповідних навичок, який має сенс розпочинати ще з початкової освіти. Поширення дезінформації, маніпуляцій і пропаганди через різні канали становить значний виклик, який впливає на інформаційну картину світу й формує громадські уявлення та поведінку. Ця стаття має на меті проаналізувати формування медіаграмотності в Україні як життєво важливу форму захисту від спотвореної інформації під час війни, підкреслюючи важливість озброєння людей навичками відрізняти правду від брехні у дедалі складніших умовах.

Стан вивчення проблеми

Згідно з Б. Мартенс та ін. (Martens et al., 2018), дезінформація як явище існує вже давно, але лише в цьому столітті вона досягла піку свого поширення. Цей аргумент важко спростувати, оскільки дезінфор-

мація вже використовується для сприяння певним наративам з метою впливу на суспільство, державу тощо. С. Ягодзінський (2015) стверджує, що прихід нової епохи змінив контекст, у якому країни здійснюють інформаційну політику. Ця зміна призвела до того, що дезінформація стала потужною загрозою в наш час. Наслідки цього явища є глибокими та далекосяжними, й це потребує критичного розгляду основних проблем як політиками, так і зацікавленими сторонами.

Українські науковці О. Білобровець та В. Венгерська (2022) зауважують, що існує значний інтерес до концепції *дезінформації* в Україні та за її межами. Це стимулює наукові дослідження в таких галузях, як політологія, міжнародні відносини, інформаційна безпека, психологія, соціологія тощо. Попри те, що проблема дезінформації досліджується різними науковими дисциплінами, на сьогодні немає єдиного наукового підходу до її тлумачення. Згідно з визначенням, наведеним М. Сіміоном (Simion, 2023), дезінформація означає неправдиву або ненадійну інформацію, поширювану з метою обману. С. Корта (Korta, 2018) сформулював визначення дезінформації як форми пропаганди, що спрямована на нелегітимну діяльність за допомогою неповних або оманних фактів чи свідчень, сфальсифікованих документів та інших брудних методів. Р. Джастер та Д. Ланіус (Jaster & Lanius, 2021) вважають, що дезінформація аналогічна актам брехні, тому дані завжди можна порівняти, щоб відокремити правду від фейку.

В. Літостанський та ін. (2014) стверджують, що медіаграмотність не обмежується лише споживанням медійного контенту; вона, згідно з Є. Кузіною (2023), передбачає надання людям здатності критично аналізувати, інтерпретувати та реагувати на інформацію, яка трапляється в соціальних мережах, традиційних ЗМІ та інших медіаресурсах. З огляду на це постає необхідність у вихованні населення, яке може орієнтуватися в складнощах сучасного медійного середовища та бути пильним й уважним, особливо в умовах поширення хибних наративів у часи війн і конфліктів.

Крім того, М. Дяченко та І. Дяченко (2023) доводять значущість ранньої освіти в сприянні медіаграмотності. Вони зазначають, що зусилля з просування критичного мислення та оцінки інформації мають починатися саме в дитинстві (навіть на рівні дитячого садка). Ці базові знання є важливими для розвитку стійкості проти маніпуляцій, особливо помітних у поширенні хибних наративів під час війни.

Еволюція медіа від традиційних джерел до цифрових соціальних платформ зумовлює нові складнощі в медіасередовищі, як зазначає О. Савенко (2023). Природа соціальних медіаплатформ сприяє швидкому поширенню інформації, тому важливо мати необхідні навички для знаходження надійних джерел. Зазначене підкреслює постійну потребу в адаптації та вдосконаленні практик медіаграмотності для успіш-

ної навігації в цифровій епосі. Л. Тютюнник (2023) вважає, що роль медіаграмотності як інформаційної зброї має наслідки не лише для індивідуального самовизначення, але й для національної безпеки та суспільної стійкості. Т. Джоллс (Jolls, 2022) висвітлює у своїх дослідженнях, що компетентне та медійно грамотне населення краще підготовлене для протидії зовнішньому впливу та пропаганді й може забезпечити в такий спосіб цілісність демократичних процесів і громадського діалогу.

Т. Олексіюк (Oleksiyuk, 2023) підкреслює важливість української медіаграмотності як проактивного захисного механізму проти інформаційної війни, акцентує на значенні освіти, критичного мислення та цифрової грамотності в формуванні медіаграмотного суспільства, здатного адаптуватися до умов сучасного інформаційного середовища в період конфліктів.

Невирішені питання. На сьогодні актуальними є такі питання: 1) яким чином ефективно інтегрувати медіаграмотність як інформаційний інструмент під час воєнного конфлікту; 2) які стратегії можуть бути використані для підвищення рівня медіаграмотності серед населення України; 3) які виклики й можливості виникають у використанні медіаграмотності як інформаційної зброї цифрової епохи; 4) які можливі наслідки має недостатній рівень медіаграмотності на суспільство та національну безпеку під час воєнного конфлікту?

Завдання статті. Задля того, щоб провести комплексне дослідження, сформульовано такі завдання:

- розкрити теоретичні засади медіаграмотності та її роль у наданні можливості людям критично аналізувати та оцінювати медійний контент;
- вивчити історичний розвиток медійної освіти в Україні та її вплив на формування медіаграмотного суспільства, яке може орієнтуватися в складнощах інформації під час воєн;
- оцінити ефективність медіаосвітніх ініціатив, зокрема освітніх програм та інформаційних кампаній, у боротьбі з дезінформацією та пропагандою в контексті воєнного конфлікту;
- вивчити зміни у споживанні та поширенні медіа, особливо з появою соціальних мереж, і їхні наслідки для поліпшення практик медіаграмотності в Україні;
- розробити стратегії та рекомендації для підвищення рівня медіаграмотності в Україні як проактивного заходу для захисту від інформаційних атак, сприяючи формуванню обізнаного суспільства.

Виклад основного матеріалу

Теорії медіаграмотності охоплюють різні підходи до розуміння та розвитку навичок сприйняття та реагування на медійну інформацію. Окреслимо деякі з найвідоміших теорій медіаграмотності:

1. *Теорія активної аудиторії*. За Н. Карпентьером (Carpentier, 2011), ця теорія висуває ідею, що глядачі та читачі активно сприймають медійний контент і мають власні стратегії для розуміння та інтерпретації інформації. Учасники можуть обговорювати та аналізувати медійний контент у соціальних мережах, створюючи власні тлумачення подій згідно зі своїм життєвим досвідом та переконаннями.

2. *Теорія критичного мислення*. Згідно з Дж. Мун (Moon, 2007), ця теорія підкреслює важливість розвитку критичного мислення для аналізу та оцінки медійних повідомлень, що допомагає виявляти маніпуляції та фейки. Йдеться про здатність аналізувати не лише зміст медійного контенту, але й розуміти, як він може бути спотворений чи маніпульований для досягнення певних цілей.

3. *Теорія контекстуалізованої грамотності*. Т. Бейкер та Ф. Велтер (Baker & Welter, 2020) підкреслюють, що для ефективної інтерпретації інформації важливо розуміти контекст, у якому поширюється медійний контент. В зазначеному підході йдеться про вміння розрізняти інформацію, яка подається в соціальних мережах, і ту, яка надходить від авторитетних джерел під час пошуку новин.

Медіаграмотність являє собою можливість доступу, аналізу, оцінки та створення медійного контенту в різних формах. Будь-яке визначення медіаграмотності відображає широке поняття, що містить різноманітні навички та компетенції, зокрема критичне мислення, ефективну комунікацію та творчий вираз. Аспекти медіаграмотності охоплюють: 1) відчуття комфорту з усіма наявними медіа (від газет до віртуальних спільнот); 2) активне використання медіа, наприклад, через інтерактивне телебачення, використання пошукових систем в інтернеті або участь у віртуальних спільнотах; 3) використання потенціалу медіа для доступу до культури, міжкультурного діалогу, навчання та повсякденного застосування (наприклад, через бібліотеки); 4) усвідомлення авторських прав, які є важливими для «культури законності», особливо для молодого покоління в його подвійній ролі споживачів та виробників контенту; 5) творче використання медіа; 6) розуміння медійної економіки; 7) критичний підхід до медіа щодо якості та точності контенту (здатність оцінювати інформацію, взаємодія з рекламою в різних медіа, розумне використання пошукових систем).

Українські громадські організації та освітні платформи, які спеціалізуються на виявленні дезінформації, пропонують власні концепції протидії фіктивній інформації. Наприклад, Інститут Масової Інформації (IMI) наголошує на дезінформації як на свідомому поширенні неправдивої інформації з метою маніпуляції та обману споживача. Такі дії призводять до зникнення довіри та подальшого негативного ставлення до будь-якого джерела інформації. Інша відома

громадська організація — Детектор Медіа (ДМ) — висвітлює дезінформацію як маніпулятивні та неправдиві дані, які завжди є шкідливими та систематичними. За О. Холохом (2016), це стосується поняття умовної пропаганди, яка завжди має негативне значення.

Студія онлайн-освіти ЕдЕра, спільно з міжнародною некомерційною організацією, що спеціалізується на глобальній освіті та розвитку (ІРЕКС), розробили власний курс із розвитку медіаграмотності, де вони визначають дезінформацію як певний вид спотвореної інформації, створеної спеціально для завдання шкоди людям, організаціям, країнам і суспільству в цілому. У рапорті про російську дезінформацію та пропаганду, що був складений Ініціативою Люблінського Трикутника, дезінформацію описують як набір неправильної або маніпулятивної інформації зі злочинними намірами та регулярним поширенням. Під час аналізу тлумачень поняття дезінформації можна виокремити кілька основних ознак:

- акцентуацію на значущості;
- неправдивий та обманливий характер даних;
- вибіркове створення даних;
- спрямоване поширення даних з метою маніпуляції;
- вплив на громадську думку;
- завдання шкоди суспільству;
- спрямованість на конкретних осіб;
- походження з інституційного рівня.

Варто зауважити, що ворожа кампанія з дезінформації, яку проводить росія, ґрунтується на використанні таких методів:

- брехня;
- спотворення фактів;
- провокація;
- дискредитація;
- часткове відхилення інформації від дійсності;
- спотворення історичних подій та інші тактики.

Важливим складником цієї кампанії є висока потужність ресурсів, а також широка мережа каналів поширення інформації, які дають змогу пропагандистам ефективно діяти в інфопросторі. Здебільшого російські медіа не турбуються про достовірність інформації й не гають час на перевірку фактів; їм вигідно самостійно створювати необхідні матеріали для досягнення поставлених цілей.

Вивчаючи ознаки ворожої кампанії на сучасному етапі, варто зазначити, що Україна була об'єктом масштабної дезінформаційної та психологічної атаки протягом тривалого часу. Проте найвищий рівень поширення агресивної пропаганди спостерігався після повномасштабного вторгнення рф. Напередодні російської агресії було помічено низку дезінформаційних повідомлень, спрямованих на де-

моралізацію українців, посилення розбрату між Україною та її партнерами, на зміцнення позиції РФ в загальному сприйнятті ситуації. Ці повідомлення містили твердження про те, що військовий комплекс заходів росії поблизу кордонів України було створено виключно для навчальних цілей, постійні звинувачення в заволодінні владою неонацистами на території України, потенційні загрози для російського (або російськомовного) населення в Україні, а також звинувачення в геноциді, приписуваному уряду України щодо заходів у Донецькій та Луганській областях і про наміри перегляду історії України як незалежної країни (оманливе твердження про те, що сучасна Україна була штучно створеною країною). Тому медіаграмотність є дійсно важливим інструментом у протидії дезінформації. Але її необхідно розглядати не як одноразове рішення, а як стратегічний довгостроковий план, який потребує постійного фінансування й планування на тривалий період.

Інформаційні заходи в боротьбі з дезінформацією можуть охоплювати такі дії: 1) офіційні відповіді або заяви від представників влади (Президент, прем'єр-міністр та ін.) для боротьби з поширенням пропаганди; 2) застосування основних форм поширення інформації серед населення, зокрема пресконференції та інтерв'ю з адміністрацією та керівництвом держави; 3) Міністерство закордонних справ України має бути залучене до щоденної комунікації з іноземними аудиторіями, зокрема ЗМІ, для тлумачення розвитку подій у державі; 4) збільшення кількості інформаційних матеріалів, які відображають реальне життя в регіонах РФ, внутрішні загрози для їхнього суспільства, антинародні дії керівництва РФ та інші аспекти з метою протидії негативному ворожому впливу.

Зауважимо, що з появою соціальних мереж в Україні споживання та поширення медіа зазнало значних змін. Люди отримали швидкий і легкий доступ до величезних обсягів інформації через такі платформи, як Facebook, Instagram, Twitter тощо. Наслідком цього стало те, що інформація може поширюватися швидко й без перевірки на достовірність. Це створює серйозні виклики, оскільки люди можуть стикатися з фейками та втрачати розуміння реальності. Тому одним із прикладів покращення практик медіаграмотності в Україні є запуск освітніх кампаній і тренінгів, спрямованих на навчання громадян аналізувати інформацію в інтернеті критично. Наприклад, ініціатива «ФактЧек» надає інструменти для перевірки достовірності новин та інформації, що допомагає зменшити поширення дезінформації. Загалом, Україна доклала значних зусиль для підтримки медіаграмотності серед свого населення, визнавши важливу роль, яку вона відіграє в наданні суспільству можливості ефективно орієнтуватися в складному медійному середовищі. Ще до початку повномасштабного

вторгнення українська влада активно наголошувала на освітніх ініціативах і заходах, спрямованих на підвищення навичок медіаграмотності серед громадян держави.

Популяризація медіаграмотності в Україні була частиною широкої стратегії з метою формування інформованого суспільства. Озброюючи людей необхідними знаннями для оцінки джерел інформації, для розрізнення достовірних новин та дезінформації, а також для розуміння наслідків медійної маніпуляції, Україна прагне підсилити свою стійкість проти пропагандистських кампаній. Важливість медіаграмотності підкреслена викликами, що створюються в інфосередовищі, зокрема поширення фейкових нарративів і дезінформації в тактиці інформаційної війни. Розпізнавши ці загрози, Україна активно залучалася до програм і кампаній громадської свідомості та співпраці з громадськими організаціями для просування медіаграмотності як інструмента для зміцнення інформаційної стійкості країни.

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

1. *Освітні програми.* Розробка та імплементація обов'язкових освітніх програм із медіаграмотності в школах та закладах вищої освіти. Наприклад, включення занять з критичного мислення та медіаграмотності до навчальних планів та освітніх програм.

2. *Інформаційні кампанії.* Проведення інформаційних заходів щодо розпізнавання фейків і маніпуляцій у медіа. Це може бути створення соціальних медіакампаній з короткими відеороликами та інфографікою, що допомагатимуть розпізнавати фейки. Наприклад, запуск хештегів на Twitter або Instagram, що підкреслюють важливість перевірки інформації перед поширенням.

3. *Тренінги та семінари.* Організація тренінгів і семінарів із питань критичного мислення. Наприклад, організація безкоштовних вебінарів для громадян з питань аналізу інформації. У таких заходах можуть брати участь експерти з медіаграмотності, які нададуть учасникам практичні поради та інструменти для впорядкування інформації, що надходить до них через медіа.

4. *Підтримка фактчекінгу.* Поширення та підтримка ініціатив фактчекінгу для перевірки достовірності інформації. Наприклад, створення онлайн-платформ, які надають можливість контролювати інформацію через перевірку реальних, офіційно підтверджених фактів і подій. Також можна сприяти співпраці з незалежними фактчекерськими організаціями для проведення кампаній з питань щодо важливості перевірки інформації.

5. *Партнерства з медіа.* Співпраця з медіаорганізаціями для підтримки об'єктивного та правдивого медійного висвітлення. Укладення угод з популярними соціальними медіаплатформами для впрова-

дження технологій розпізнавання фейків та позначення спростувань сумнівних матеріалів.

Ці заходи сприятимуть розвитку медіаграмотності серед населення України та допоможуть створити обізнане та свідоме суспільство.

Висновки

За останні десятиліття середовище масових комунікацій і способи залучення громадян до політичної культури докорінно змінилися. Взаємозв'язок між споживанням, здатністю використовувати, інтерпретувати медіапродукцію та політичною залученістю став складним. Наявні кілька тенденцій, які створюють нагальну потребу в розвитку медіаграмотності для сприяння кращому функціонуванню демократії. Ці тенденції, зокрема, охоплюють зміну середовища засобів масової інформації, поширення дезінформації, а також зниження довіри до професійних медіа та журналістики.

Ситуація в цій сфері виявилася досить напруженою під час війни, коли росія використовувала інформаційні потоки як засіб просування пропаганди й інформаційної агресії, насадження наративів. У міру того як Україна продовжує захищати свій суверенітет і демократичні цінності від зовнішньої агресії, здатність її громадян критично аналізувати та реагувати на медійний контент стала вирішальним складником національної безпеки та стійкості. На майбутнє Україна залишається відданою розвитку медіаграмотності як однієї із основних стратегій інформаційної безпеки. З огляду на те, що наша повсякденна діяльність дедалі більше переміщується в онлайн, опанування навичок критичного аналізу контенту є значущим як з погляду власної інформаційної безпеки, так і для повноцінної участі в онлайн-спільнотах. Тому необхідно побудувати стійке та демократичне суспільство, яке здатне протистояти викликам сучасної інформаційної ери.

Подальші дослідження можуть зосередитися на розробці та випробуванні нових методів навчання медіаграмотності, а також на вивченні впливу фейків та маніпуляцій в мережі на суспільство в цілому. Перспективи подальших досліджень передбачають аналіз ефективності різних просвітницьких кампаній з медіаграмотності, дослідження взаємозв'язку між рівнем медіаграмотності та політичними переконаннями, а також розвиток інноваційних технологій для боротьби зі змістом недостовірних медіа.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

- Білобровець, О., & Венгерська, В. (2022). Міжнародна наукова конференція «Війни в Україні у XX і XXI ст.: засоби масової інформації, експерти, дезінформація». *Український історичний журнал*, 6, 219–224. http://uhj.history.org.ua/doc/UIJ_2022_6_21

- Дяченко, М. Д., & Дяченко, І. М. (2023). Особливості медіаосвіти студентів в умовах сучасних викликів. In *Higher education in Ukraine (1991–2023): Traditions, transformations, challenges, and prospects* (pp. 66–94). Baltija Publishing. <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-368-2-5>
- Кузіна, Є. І. (2023). *Психологічні механізми інформаційного впливу на особистість дорослої людини* [Дисертація доктора філософії, Криворізький державний педагогічний університет]. <https://doi.org/10.31812/123456789/7441>
- Літостанський, В. В., Іванов, В. Ф., Іванова, Т. В., Волошенюк, О. В., Даниленко, В. І., & Мележик, В. П. (2014). *Медіаграмотність у запитаннях та відповідях: навчальна програма*. Інститут інноваційних технологій і змісту освіти. <https://aur.com.ua/uploads/prall.pdf>
- Савенко, О. (2023). Закон України «Про медіа»: історія ухвалення, позитиви, недоліки, перестороги. *Український інформаційний простір*, 2(12), 55–70. [https://doi.org/10.31866/2616-7948.2\(12\).2023.291165](https://doi.org/10.31866/2616-7948.2(12).2023.291165)
- Тютюнник, Л. Л. (2023). Пропаганда як засіб маніпуляції в умовах війни. *Вісник Національного університету оборони України*, 76(6), 184–192. <https://doi.org/10.33099/2617-6858-2023-76-6-184-192>
- Холох, О. І. (2016). Філософсько-антропологічне осмислення сучасної пропаганди. *Гілея*, 114, 241–246.
- Ягодзінський, С. М. (2015). *Глобальні інформаційні мережі у соціокультурній перспективі* [Монографія]. Аграр Медіа Груп.
- Baker, T., & Welter, F. (2020). *Contextualizing entrepreneurship theory*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351110631>
- Carpentier, N. (2011). New configurations of the audience? The Challenges of User-Generated content for audience theory and media participation. In V. Nightingale (Ed.), *The handbook of media audiences* (pp. 190–212). Blackwell-Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781444340525.ch9>
- Jaster, R., & Lanius, D. (2021). Speaking of fake news: Definitions and dimensions. In S. Bernecker, A. K. Flowerree, & T. Grundmann (Eds.), *The epistemology of fake news* (pp. 19–45). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780198863977.003.0002>
- Jolls, T. (2022). *Building resiliency: Media literacy as a strategic defense strategy for the transatlantic*. Center for Media Literacy. <https://is.gd/T68ey4>
- Korta, S. (2018). *Fake news, conspiracy theories, and lies: An information laundering model for homeland security* [Master's Thesis, Naval Postgraduate School].
- Martens, B., Aguiar, L., Gomez-Herrera, E., & Mueller-Langer, F. (2018). *The digital transformation of news media and the rise of disinformation and fake news*. European Commission, Joint Research Centre. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3164170>
- Moon, J. (2007). *Critical thinking: An exploration of theory and practice*. Routledge.
- Oleksiyuk, T. (2023). Access to official information for countering disinformation: Key findings and steps for Ukrainian policy makers. *UA:Ukraine Analytica*, 1(30), 88–96. https://ukraine-analytica.org/wp-content/uploads/UA_Analytica_1_30_2023.pdf#page=90%22
- Simion, M. (2023). Knowledge and disinformation. *Episteme*, 20(1–4), 1–12. <https://doi.org/10.1017/epi.2023.25>

REFERENCES

- Baker, T., & Welter, F. (2020). *Contextualizing entrepreneurship theory*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351110631> [in English].
- Bilobrovets, O., & Venherska, V. (2022). Mizhnarodna naukova konferentsiia "Viiny v Ukraini u XX i XXI st.: Zasoby masovoi informatsii, eksperty, dezinformatsiia" [International Scientific Conference "Wars in Ukraine in the Twentieth – Twenty-

- First Centuries: Mass Media, Experts, Disinformation"]. *Ukrainian Historical Journal*, 6, 219–224. http://uhj.history.org.ua/doc/UIJ_2022_6_21 [in Ukrainian].
- Carpentier, N. (2011). New configurations of the audience? The Challenges of User-Generated content for audience theory and media participation. In V. Nightingale (Ed.), *The handbook of media audiences* (pp. 190–212). Blackwell-Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781444340525.ch9> [in English].
- Diachenko, M. D., & Diachenko, I. M. (2023). Osoblyvosti mediaosvity studentiv v umovakh suchasnykh vyklykiv [Peculiarities of media education of students in the conditions of modern challenges]. In *Higher education in Ukraine (1991–2023): Traditions, transformations, challenges, and prospects* (pp. 66–94). Baltija Publishing. <https://doi.org/10.30525/978–9934–26–368–2–5> [in Ukrainian].
- Jaster, R., & Lanius, D. (2021). Speaking of fake news: Definitions and dimensions. In S. Bernecker, A. K. Flowerree, & T. Grundmann (Eds.), *The epistemology of fake news* (pp. 19–45). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780198863977.003.0002> [in English].
- Jolls, T. (2022). *Building resiliency: Media literacy as a strategic defense strategy for the transatlantic*. Center for Media Literacy. <https://is.gd/T68ey4> [in English].
- Kholokh, O. I. (2016). Filosofsko-antropolohichne osmyslennia suchasnoi propahandy [Philosophical-anthropological understanding of modern propaganda]. *Hileya*, 114, 241–246 [in Ukrainian].
- Korta, S. (2018). *Fake news, conspiracy theories, and lies: An information laundering model for homeland security* [Master's Thesis, Naval Postgraduate School] [in English].
- Kuzina, Ye. I. (2023). *Psykhologichni mekhanizmy informatsiinoho vplyvu na osobysti dorosloi liudyny* [Psychological mechanisms of information influence on the personality of an adult] [Doctoral Dissertation, Kryvyi Rih State Pedagogical University]. <https://doi.org/10.31812/123456789/7441> [in Ukrainian].
- Litostanskyi, V. V., Ivanov, V. F., Ivanova, T. V., Volosheniuk, O. V., Danylenko, V. I., & Melezhyk, V. P. (2014). *Mediahramotnist u zapytanniakh ta vidpovidiakh: Navchalna prohrama* [Media literacy in questions and answers: Curriculum]. Instytut innovatsiinykh tekhnolohii i zmistu osvity. <https://aup.com.ua/uploads/prall.pdf> [in Ukrainian].
- Martens, B., Aguiar, L., Gomez-Herrera, E., & Mueller-Langer, F. (2018). *The digital transformation of news media and the rise of disinformation and fake news*. European Commission, Joint Research Centre. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3164170> [in English].
- Moon, J. (2007). *Critical thinking: An exploration of theory and practice*. Routledge [in English].
- Oleksiyuk, T. (2023). Access to official information for countering disinformation: Key findings and steps for Ukrainian policy makers. *UA:Ukraine Analytica*, 1(30), 88–96. https://ukraine-analytica.org/wp-content/uploads/UA_Analytica_1_30_2023.pdf#page=90%22 [in English].
- Savenko, O. (2023). Zakon Ukrainy "Pro media": Istoriia ukhvalennia, pozytyvy, nedoliky, perestorohy [The law of Ukraine "On Media": The history of its adoption, positives, shortcomings, warnings]. *Ukrainian Information Space*, 2(12), 55–70. [https://doi.org/10.31866/2616–7948.2\(12\).2023.291165](https://doi.org/10.31866/2616–7948.2(12).2023.291165) [in Ukrainian].
- Simion, M. (2023). Knowledge and disinformation. *Episteme*, 20(1–4), 1–12. <https://doi.org/10.1017/epi.2023.25> [in English].
- Tiutiunnyk, L. L. (2023). Propahanda yak zasib manipuliatsii v umovakh viiny [Propaganda as a means of manipulation in the conditions of war]. *Bulletin of National Defense University of Ukraine*, 76(6), 184–192. <https://doi.org/10.33099/2617–6858–2023–76–6–184–192> [in Ukrainian].
- Yahodzynskyi, S. M. (2015). *Hlobalni informatsiini merezhi u sotsiokulturnii perspektyvi* [Global information networks in a sociocultural perspective] [Monograph]. Ahrar Media Hrup [in Ukrainian].