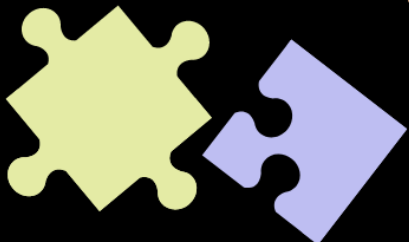


СТРАТЕГІЯ  
МІНІСТЕРСТВА  
КУЛЬТУРИ ТА  
ІНФОРМАЦІЙНОЇ  
ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ  
З РОЗВИТКУ  
МЕДІАГРАМОТНОСТІ  
НА ПЕРІОД ДО 2026 РОКУ



СТРАТЕГІЯ МІНІСТЕРСТВА КУЛЬТУРИ  
ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ  
**З РОЗВИТКУ МЕДІАГРАМОТНОСТІ**  
НА ПЕРІОД ДО 2026 РОКУ

Висловлюємо особливу подяку Програмі розвитку ООН в Україні за підтримку та допомогу в розробці стратегії.

Стратегію затверджено Наказом Міністерства культури та інформаційної політики України від 24.05.2024

# ЗМІСТ

ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ	01
АНАЛІЗ СТАНУ РОЗВИТКУ МЕДІАГРАМОТНОСТІ	02
ВІЗІЯ	03
МЕТА, СТРАТЕГІЧНІ ЦІЛІ, ЗАВДАННЯ	04
ЦІЛЬОВІ АУДИТОРІЇ	05
РЕАЛІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЇ	06

## ВСТУП

**Стійкість населення України до дезінформації та маніпуляцій є визначальною для захисту державності та розбудови успішної країни під час правового режиму воєнного стану та у післявоєнний період. Таким захистом є медіаграмотність, яка потребує опанування з найменшого віку та розвитку протягом усього життя.**

**Медіаграмотність не обмежується лише перевіркою фактів і джерел інформації, але також є одним із способів побудови більш стійкого до ворожих інформаційних впливів суспільства, яке здатне ухвалювати виважені, конструктивні рішення у кризові моменти.**

Протягом тривалого часу Україна зіштовхується з дезінформацією та інформаційними операціями з боку Російської Федерації, що спрямовані на підрив національної безпеки та загострення суспільно-політичної ситуації.

Ефективна система реагування на такі виклики містить у собі прогнозування, швидке виявлення та спростування дезінформаційних повідомлень, стратегічні комунікації, тісну взаємодію державних органів та інститутів громадянського суспільства, а також розвиток медіаграмотності населення України.

Пандемія COVID-19 та повномасштабна війна Росії проти України показали, що розвиток медіаграмотності є частиною національної безпеки та запорукою стійкості суспільства.

Розвиток генеративного штучного інтелекту, який відкрив багато можливостей, водночас є частиною дезінформаційних впливів та шахрайських активностей, також загострює потребу в розвитку медіаграмотності та зумовлює переосмислення компетентностей, якими має володіти людина. Для кращої ефективності в посиленні стійкості населення України до дезінформаційних впливів робота з медіаграмотністю в країні має бути міжсекторальною та вимагає посиленої координації зусиль держави, громадського сектору, міжнародних організацій і медіаспільноти.

Стратегія Міністерства культури та інформаційної політики України з розвитку медіаграмотності (далі — Стратегія) розрахована на період до 2026 року та має на меті сприяти посиленню координації та об'єднанню зусиль стейкхолдерів задля забезпечення стійкості суспільства до інформаційних загроз шляхом підвищення рівня медіаграмотності населення України.

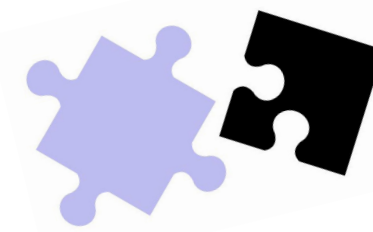
Стратегія розроблена з урахуванням Стратегії інформаційної безпеки, затвердженої Указом Президента України від 28 грудня 2021 року No 685/2021.

Стратегія розроблена із залученням експертів державних органів, громадського сектору, міжнародних організацій, медіа. Цільовими групами стратегії є стейкхолдери, які прямо чи опосередковано задіяні в розвитку медіаграмотності, дослідженнях у цій галузі, розвитку когнітивної стійкості населення України.





# 1. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ: ОСНОВНІ КОМПЕТЕНТНОСТІ



Рада Європи визначає медіаграмотність як один із основних інструментів розширення можливостей людей, спільнот і націй для участі та внеску у глобальні знання.

У Директиві (ЄС) про аудіовізуальні медіасервіси 2010/13 Європейського Парламенту та Ради зазначено, що для надання громадянам доступу до інформації, гарантування її відповідального та безпечного використання, її критичного оцінювання та створення медіаконтенту, громадяни повинні володіти передовими навичками медіаграмотності.

Закон України «Про медіа», який був ухвалений із метою імплементації Директиви Європейського Союзу про аудіовізуальні медіасервіси, що є однією з вимог ЄС до України на шляху до відкриття переговорів про вступ та отримав позитивну оцінку ЄС, визначає медіаграмотність як «навички та знання, які надають користувачам можливість ефективно і безпечно користуватися медіа-сервісами».

**Стратегія інформаційної безпеки визначає підвищення рівня медіаграмотності суспільства як одну із головних цілей** та наголошує на тому, що «українське суспільство повинно бути захищене від деструктивного впливу дезінформації та маніпулятивної інформації, а медіасередовище — бути соціально відповідальним і функціонувати стабільно».

План заходів з реалізації Стратегії інформаційної безпеки на період до 2025 року, затверджений розпорядженням Кабінету Міністрів України від 30 березня 2023 р. № 272-р, передбачає низку заходів для досягнення цієї цілі, зокрема: забезпечення реалізації Національного проєкту з медіаграмотності «Фільтр», просвітницьких, інформаційно-комунікаційних кампаній із медіаграмотності; проведення публічних заходів, спрямованих на привернення уваги населення до теми критичного мислення та медіаграмотності; підвищення рівня медіаграмотності військовослужбовців Збройних Сил України та державних службовців тощо.

**Медіаграмотність** — це компетентність, яку потрібно розвивати протягом усього життя.

Стратегія пропонує виокремити такі компетентності, якими має володіти медіаграмотна людина:

### 1) Інформаційна та медіаграмотність. Вміння критично оцінювати контент із різних джерел та відповідально користуватися медіасервісами.

Показники володіння компетенцією:

- вміння розпізнавати різні типи контенту та підбирати джерела інформації;
- розуміння ролі та функцій медіа у суспільстві, знання про те, як створюється контент, хто є власниками великих медійних компаній та як це впливає на інформацію, котру отримує споживач;
- здатність аналізувати та оцінювати мотивацію автора контенту та контекст, у якому він представлений;
- вміння аналізувати повідомлення та оцінювати достовірність і неупередженість контенту.

### 2) Стійкість до інформаційних впливів, фактчекінг. Критичне мислення.

Показники володіння компетенцією:

- розуміння способів маніпулювання емоціями та вміння їм протидіяти;
- вміння ідентифікувати дезінформацію та маніпулятивний контент;
- вміння ставити питання, проводити паралелі, аналізувати передумови та причинно-наслідкові зв'язки;
- розуміння загроз, які можуть становити популярні месенджери та вміння ними користуватися.

### 3) Цифрова грамотність. Використання правил цифрової гігієни у повсякденному житті.

Показники володіння компетенцією:

- здатність захищати персональні дані й приватність;
- розуміння того, як алгоритми соціальних мереж та налаштування браузерів можуть впливати на підбірку інформації, яку споживає людина;

- вміння розрізняти безпечні медіасервіси та середовища;
- вміння захистити себе від шахрайств і зловживань в Інтернеті;
- розуміння роботи штучного інтелекту, можливостей та загроз, які він становить;
- вміння застосовувати цифрові технології для участі в житті суспільства;
- застосування цифрового етикету під час користування медіасервісами.

### 4) Відповідальне створення та поширення особистого контенту.

Показники володіння компетенцією:

- розуміння та повага до авторських прав;
- розуміння та протидія мові ворожнечі та соціальним стереотипам;
- вміння створювати якісний контент з використанням цифрових технологій;
- вміння висловлювати особисту думку, зокрема в соцмережах;
- використання можливостей онлайн-навчання.

2.

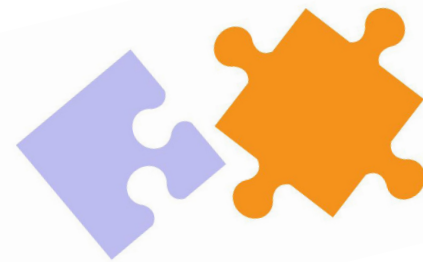
## АНАЛІЗ СТАНУ РОЗВИТКУ МЕДІАГРАМОТНОСТІ: ПРОЄКТИ, ІНІЦІАТИВИ ТА ВИКЛИКИ

Україна активно розвиває медіаграмотність населення. Це відбувається завдяки синергії зусиль держави, громадських організацій, міжнародних партнерів, експертних і наукових кіл.

**У 2020 році Міністерство культури та інформаційної політики України (далі — МКІП) визначило тематику протидії дезінформації та розвитку медіаграмотності населення як пріоритетну.** З цією метою 2021 року МКІП заснувало Національний проєкт з медіаграмотності «Фільтр» місія якого — об'єднати та координувати зусилля держави та партнерів, щоб зробити населення України медіаграмотним і стійким до інформаційних впливів. Проєкт приділяє велику увагу просвітницьким ініціативам, зокрема для дітей та молоді, оскільки медіаграмотність — це компетентність, формування якої є важливим з дитинства.

Саме тому співпраця МКІП та Міністерства освіти та науки України (далі — МОН) є однією із запорук успіху цього процесу. У 2021 році МКІП та МОН підписали меморандум про співпрацю з метою створення сприятливих умов для підвищення рівня медіаграмотності та критичного мислення населення. У межах цієї співпраці вже було реалізовано низку ініціатив національного масштабу у сфері неформальної освіти та охоплено сотні тисяч освітян, студентів та школярів.

**Всеукраїнський урок єдності, Національний тест з медіаграмотності, конкурс учнівських відеосюжетів «Репортер», відзначення Глобального тижня медіаграмотності** стали традиційними щорічними заходами, що об'єднують населення навколо теми медіаграмотності.



Ці ініціативи втілювались у співпраці з партнерами з розвитку UNDP, IREX, ОБСЄ, UNICEF, IMS, UNESCO, Шведським інститутом, АТ «Національна суспільна телерадіокомпанія України», громадськими організаціями, що працюють у цій сфері, бібліотеками та локальними ініціативами.

Інститути громадянського суспільства, які здійснюють свою діяльність за підтримки партнерів із розвитку, є особливо потужною силою проєктів із медіаграмотності в Україні. Зокрема, різноманітні просвітницькі ініціативи з медіаграмотності в Україні здійснюють ГО «Детектор медіа», ГО «Інститут масової інформації», ГО «Інтерньюз-Україна», БО «Smart Angel», ГО «Центр демократії та верховенства права», Могилянська школа журналістики, ГО «Український інститут медіа та комунікації», ГО «Український кризовий медіацентр», ГО «Львівський медіафорум», ГО «Фундація Суспільність», ГО «Центр демократичних реформ і медіа», Міжнародний благодійний фонд «Академія української преси», ГО «Інститут демократії імені Пилипа Орлика», Texty.org.ua, ГО «Gwara Media», проєкт «Нота Єнота», платформи онлайн-освіти EdEra та Prometheus, ініціативи з верифікації інформації StopFake, «По той бік новин», VoxCheck та інших.

Зусилля України у розвитку медіаграмотності стали помітними у світі. **У 2023 році наша держава посіла 30-те місце серед 41 країни Європи за даними дослідження Media Literacy Index**, яке з 2017 року проводить організація «Open Society Institute — Sofia», куди Україну вперше включили у 2022 році. На сьогодні наша держава є лідером серед країн Східного партнерства та випереджає деякі держави-члени ЄС.

За останні роки в Україні реалізована велика кількість проєктів для різних цільових аудиторій. Це відображено в **аналітичному звіті «Картування сфери медіаграмотності в Україні»**. У результаті опірність населення України російським дезінформаційним впливам, незважаючи на їхню агресивність та масовість, залишається високою.

**Опитування Фонду «Демократичні ініціативи»** імені Ілька Кучеріва, проведене у травні 2022 р., показало, що жителі Центру та Заходу України в абсолютній більшості не сприймають наративи російської пропаганди.



За даними дослідження «Українські медіа, ставлення та довіра у 2023 р.», здійсненого InMind на замовлення міжнародної організації Internews за фінансової підтримки Агентства США з міжнародного розвитку (USAID), 84% опитаної аудиторії знають про існування дезінформаційних матеріалів і більшість вважає, що може їх розрізнити.

У 2023 році в Національному тесті з медіаграмотності взяли участь 26 194 учасників, а 13 980 пройшли тест повністю (53,4 %). Більшість населення України, які взяли участь в національному тесті з медіаграмотності, мають рівень: «Новачок» (7%), «Початківець» (53%), «Майже ГУРУ» (34%), «ГУРУ медіаграмотності» (6%).

**Дослідження «Індекс медіаграмотності українців 2020-2023»**, проведене Громадською організацією «Детектор медіа», продемонструвало те, що частка аудиторії з вищим за середній рівнем показника медіаграмотності становить 76%.

Утім, на практиці стійкість населення України до інформаційних впливів потребує постійного вдосконалення. Це зумовлено кількома факторами: суттєвим збільшенням джерел інформації, зокрема в соцмережах, а особливо — у національних і локальних Telegram-каналах; збільшенням обсягу нової інформації, яка потребує перевірки; продовженням намагань Росії впливати на український інформаційний простір попри закриття проросійських медіа. Пропаганда ворога постійно адаптується до нових викликів — попри сталість нарративів, змінюються її форми, що ускладнює вироблення стійкості суспільства.

Крім того, значна частина населення України схильні до «магічного мислення». За даними **опитування Київського міжнародного інституту соціології**, проведеного у 2024 році, майже половина опитаних населення (43%) вірять в астрологію, екстрасенсорні здібності чи тарологію.

#### **Виклики:**

1) **поява нових загроз та інструментів впливу з боку Росії**, які потребують миттєвої адаптації підходів в умовах війни. Важливо, щоб населення України було обізнаним щодо цих загроз, методів, які може використувати Росія. Стейкхолдери, які займаються підвищенням рівня медіаграмотності в Україні, мають оперативно реагувати на ці виклики та адаптувати підходи до впровадження медіаграмотності відповідно до них;

2) **недостатня кількість сталих ініціатив та програм медіаграмотності ускладнює забезпечення поширення необхідних компетентностей серед усіх аудиторій**. Багато інститутів громадянського суспільства втілюють проекти з медіаграмотності завдяки донорській підтримці, яка часто є короткостроковою. Недостатня кількість сталих ініціатив негативно впливає на систематичність процесу розвитку медіаграмотності населення України;

3) **психоемоційний стан суспільства**. Усе населення України постало перед ризиками медіатравматизації, негативного стану і вражень від новин, аудіовізуального контенту. Без розуміння психологічного стану учасників програм із медіаграмотності та без застосування сучасних методів роботи з людьми, що перебувають у негативному емоційному стані чи переживають травму, програми з медіаграмотності можуть не мати очікуваної ефективності;

5) **брак досліджень та аналізу аудиторій щодо медіаграмотності перешкоджає адаптації просвітницьких програм до конкретних потреб учасників**. Недостатнє розуміння того, які підходи з підвищення критичного мислення населення є найефективнішими для різних груп, робить програми з медіаграмотності недостатньо дієвими;

4) **недостатня кількість регулярних якісних досліджень рівня медіаграмотності суспільства**. Наявні дослідження не дають повного розуміння рівня медіаграмотності населення України та їхніх потреб у розвитку цієї компетентності. Тож існує гостра потреба в розробці відповідних інструментів вимірювання, що дозволять регулярно відстежувати зміни рівня медіаграмотності та вчасно коригувати активності;

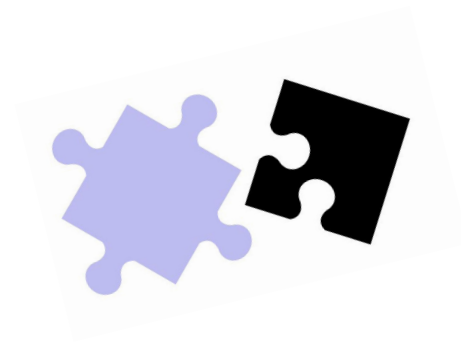
6) **відсутність зацікавленості популярних медіа у промоції теми медіаграмотності**. Приватні медіахолдинги, що охоплюють широкі аудиторії, демонструють незначний інтерес до теми медіаграмотності. Натомість низка українських суб'єктів у сфері медіа, що мають незалежну редакційну політику, не завжди успішно охоплюють широкі верстви населення.



7) **генеративний Штучний інтелект** (далі — ШІ) і нові технології створюють нові виклики достовірності інформації та довіри до медіа. Відтак постає питання інтеграції ШІ-грамотності взагальну рамку медіаграмотності;

8) **недостатня поінформованість про важливість та можливості медіаграмотності в середовищі бізнесу.** Проблема медіаграмотності рідко є пріоритетом корпоративної соціальної відповідальності бізнесу. Також бракує ініціатив, які розробляють матеріали, адаптовані під специфіку бізнесу, та мають кейси успішної співпраці з приватним сектором;

9) **низьке охоплення ініціативами з медіаграмотності та відсутність їх належної адаптації для людей старшого віку та мешканців віддалених сільських районів,** які мають обмежений доступ до цифрових технологій і обмежений фізичний доступ до навчальних матеріалів.



3.

## ВІЗІЯ:

### ПАРТНЕРСТВА ТА КООРДИНАЦІЯ

Унаслідок скоординованої роботи стейкхолдерів у сфері медіаграмотності населення України є більш соціально згуртованим та стійким до шкідливих інформаційних впливів. Це означає, що загалом населення вміє аналізувати та критично оцінювати інформацію, може активно брати участь у дискусіях, пов'язаних з минулим та майбутнім своєї країни, відстоює свої права та свободи, ефективно взаємодіє з іншими громадянами та органами влади для досягнення спільних цілей.

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

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

МКІП сприяє просуванню медіаграмотності на національному та локальному рівнях та надає платформу для обміну досвідом, експертизою, кращими практиками між учасниками процесів із просування медіаграмотності в країні. **Зв'язки між різними стейкхолдерами у сфері медіаграмотності покращені, створені нові партнерства, які доповнюють та посилюють одне одного.**

Це стимулює впровадження якісних програм із медіаграмотності, що враховують регіональні особливості учасників та рівні травматизації різних цільових аудиторій і, як наслідок, охоплюють усі верстви українського суспільства, включаючи вразливі групи.



4.

## МЕТА СТРАТЕГІЧНІ ЦІЛІ, ЗАВДАННЯ

**Метою Стратегії є посилення стійкості населення України до дезінформаційних впливів та розвиток відповідального медіаспоживання**, а також сприяння добробуту населення шляхом ухвалення обґрунтованих рішень.

**Ціль №1:** Системна координація розвитку медіаграмотності в Україні забезпечує комплексний підхід та залучення всіх зацікавлених сторін.

1. Регулярне проведення координаційних зустрічей за участі державних установ, інститутів громадянського суспільства, міжнародних організацій, локальних імплеметаторів, що працюють у сфері медіаграмотності, на базі Національного проєкту з медіаграмотності «Фільтр», а також посилення співпраці між стейкхолдерами, що реалізують ініціативи з медіаграмотності, з інституціями, котрі займаються моніторингом і протидією інформаційним загрозам (Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки, Центр протидії дезінформації при РНБО).
2. Удосконалення інструментів вимірювання і проведення моніторингових досліджень рівня медіаграмотності аудиторій задля ефективного коригування активностей.
3. Розробка єдиної системи мапування ініціатив із медіаграмотності, яка враховує локальний контекст та постійно оновлюється.
4. Залучення бізнесу до співпраці, проведення спільних інформаційних кампаній для популяризації та промоції медіаграмотності як актуального та важливого напрямку корпоративної соціальної відповідальності.
5. Сприяння ініціативам із розвитку медіаграмотності в таких секторах культури як видавнича справа, кіно, музейництво, суспільні медіа тощо.

### **Індикатори виконання стратегічної цілі:**

- кількість ініціатив з медіаграмотності, реалізованих Національним проєктом із медіаграмотності «Фільтр» спільно з іншими урядовими установами та неурядовими організаціями;
- кількість проведених моніторингових досліджень рівня медіаграмотності;
- кількість спільних інформаційних кампаній, реалізованих із представниками приватного бізнесу;
- кількість проведених координаційних зустрічей.

**Інструменти моніторингу:** дослідження громадської думки, інструменти онлайн-аналітики, звітність, медіамоніторинг, статистичні дані.

**Ціль №2:** Українське суспільство стійке до дезінформаційних впливів.

1. Розроблення спільних наративів, які підкреслюють єдність населення України і не заперечують різноманітність суспільства. Медіаграмотність позиціонується як запорука стійкості, безпеки, ментального здоров'я та розвитку демократії у суспільстві.
2. Організація загальнонаціональних промокампаній з метою підвищення обізнаності про важливість медіаграмотності, популяризація «білого списку» медіа, правил цифрової гігієни, правил безпечного споживання інформації.
3. Забезпечення доступу людей старшого віку, мешканців віддалених сільських районів не лише до цифрових, а до фізичних навчальних матеріалів на тему медіаграмотності.
4. Співпраця з місцевими спільнотами, органами місцевого самоврядування, локальними медіа для проведення просвітницьких заходів, розповсюдження тематичних інформаційних матеріалів у малодоступних або віддалених громадах.
5. Співпраця з технологічними компаніями для використання їхніх платформ та інструментів у просвітницьких цілях.

### **Індикатори виконання стратегічної цілі:**

- рівень підвищення стійкості суспільства до дезінформаційних впливів, вимірний через опитування;
- кількість проведених національних кампаній із просування теми медіаграмотності;
- кількість інформаційних матеріалів;
- кількість українців, охоплених ініціативами з медіаграмотності.

**Інструменти моніторингу:** дослідження громадської думки, результати Національного тесту з медіаграмотності, інструменти онлайн-аналітики, звітність, медіамоніторинг.



**Ціль №3:** Посилення відповідального ставлення медіа та лідерів думок до створення контенту, їхнє сприяння розвитку медіаграмотності.

1. Посилення співпраці з медіа для впровадження ініціатив із розвитку критичного мислення та медіаграмотності серед аудиторії.
2. Створення умов для інтеграції медіаграмотності в різноманітні медіаформати, зокрема розважальні.
3. Створення умов для розвитку програм із підвищення та вдосконалення професійного рівня журналістів у сфері медіаграмотності.
4. Залучення лідерів думок і посилення ролі медіаамбасадорів для просування медіаграмотності та сприяння поширенню інформації про можливість з розвитку критичного мислення суспільства.
5. Залучення великих медіа для розповсюдження інформаційних матеріалів, зокрема у віддалених районах.

**Індикатори виконання стратегічної цілі:**

- кількість спільних із медіа ініціатив, що інтегрують принципи медіаграмотності;
- кількість людей, охоплених ініціативами з медіаграмотності, реалізованими українськими медіа спільно або за сприяння Національного проєкту з медіаграмотності «Фільтр»;
- кількість журналістських програм із підвищення кваліфікації, запроваджених щорічно;
- кількість контенту, оцінена через зовнішні незалежні моніторинги та дослідження.

**Інструменти моніторингу:** медіамоніторинг, інструменти онлайн-аналітики, звітність, статистичні дані.

**Ціль №4:** Медіаграмотність сприймається як компетентність, що розвивається впродовж всього життя.

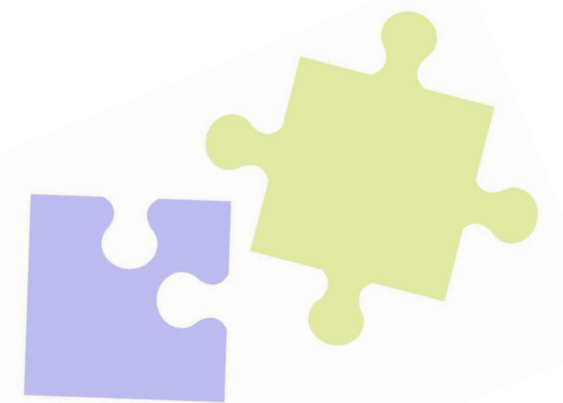
1. Налагодження ефективної співпраці з МОН для системного впровадження медіаграмотності у дошкільній, початковій, базовій середній освіті, профільній середній освіті, професійній та вищій освіті, а також забезпечення просвітницьких активностей на їхній базі, врахування навчальними програмами особливостей розвитку сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, зокрема штучного інтелекту.

2. Налагодження ефективної співпраці з Міністерством цифрової трансформації для інтеграції медіаграмотності в існуючі інформаційні продукти та цифрові сервіси.
3. Стимулювання використання інноваційних підходів та діджитал-інструментів для підвищення медіаграмотності.
4. Впровадження заходів із підтримки ментального здоров'я населення та розвитку емоційного інтелекту.
5. Сприяння впровадженню тестування з медіаграмотності для державних службовців, що допоможе оцінити поточний рівень медіаграмотності, виявити потреби в навчанні та допоможе у плануванні відповідних освітніх інтервенцій у майбутньому.

**Індикатори виконання стратегічної цілі:**

- кількість проведених активностей із популяризації медіаграмотності;
- кількість державних службовців, які склали тест із медіаграмотності (за згодою);
- ефективність просвітницьких кампаній у формуванні критичного мислення населення.

**Інструменти моніторингу:** звітність, дослідження громадської думки, інструменти онлайн-аналітики.



5.

## ЦІЛЬОВІ АУДИТОРІЇ: ОСНОВНІ ПРІОРИТЕТИ

1. **Діти:** розвиток медіаграмотності у дітей закладає фундамент для їхньої успішної адаптації в сучасному інформаційному суспільстві та допомагає формувати компетентних та відповідальних громадян.
2. **Батьки:** медіаграмотність допоможе їм краще підготувати своїх дітей до здорової взаємодії з сучасними медіа, захистити дітей від шкідливого впливу надмірного медіаспоживання.
3. **Старші люди:** ця аудиторія часто є мішенню для розповсюдження дезінформації, тому необхідно організовувати спеціальні просвітницькі кампанії для підвищення медіаграмотності з урахуванням рівня цифрових навичок цієї цільової аудиторії.
4. **Журналісти та працівники медіа:** підвищення професійних стандартів і розвиток етики в медіаіндустрії, активне залучення до розвитку медіаграмотності різних цільових аудиторій.
5. **Місцеві громади та інститути громадянського суспільства:** активізація місцевих ініціатив з медіаграмотності, зокрема в малих містах та селах.
6. **Громадяни України, які були змушені шукати прихистку від російської агресії за кордоном:** ця аудиторія повинна мати доступ до правдивої та об'єктивної інформації про ситуацію в Україні, аби не піддаватися впливу ворожої пропаганди.

## 6. РЕАЛІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЇ: ПРИНЦИПИ ТА ФОРМАТИ

### Принципи.

Імплементация Стратегії відбудуватиметься на основі наступних принципів:

1. **Стійкість.** Розвиток медіаграмотності в Україні безпосередньо пов'язаний із безпекою громадян та побудовою їхньої стійкості до зовнішніх і внутрішніх інформаційно-психологічних впливів.
2. **Співпраця.** Залученість усіх стейкхолдерів і координація є запорукою для системного розвитку медіаграмотності в Україні та покриття потреб різних аудиторій.
3. **Сталість.** Забезпечення сталості ініціатив із медіаграмотності та розбудова системних політик у цій сфері є ключовим пріоритетом.
4. **Інноваційність.** Впровадження сучасних технологій та креативних методів у розвиток медіаграмотності в Україні є критично важливим для ефективної протидії сучасним загрозам інформаційного простору.

### Формати:

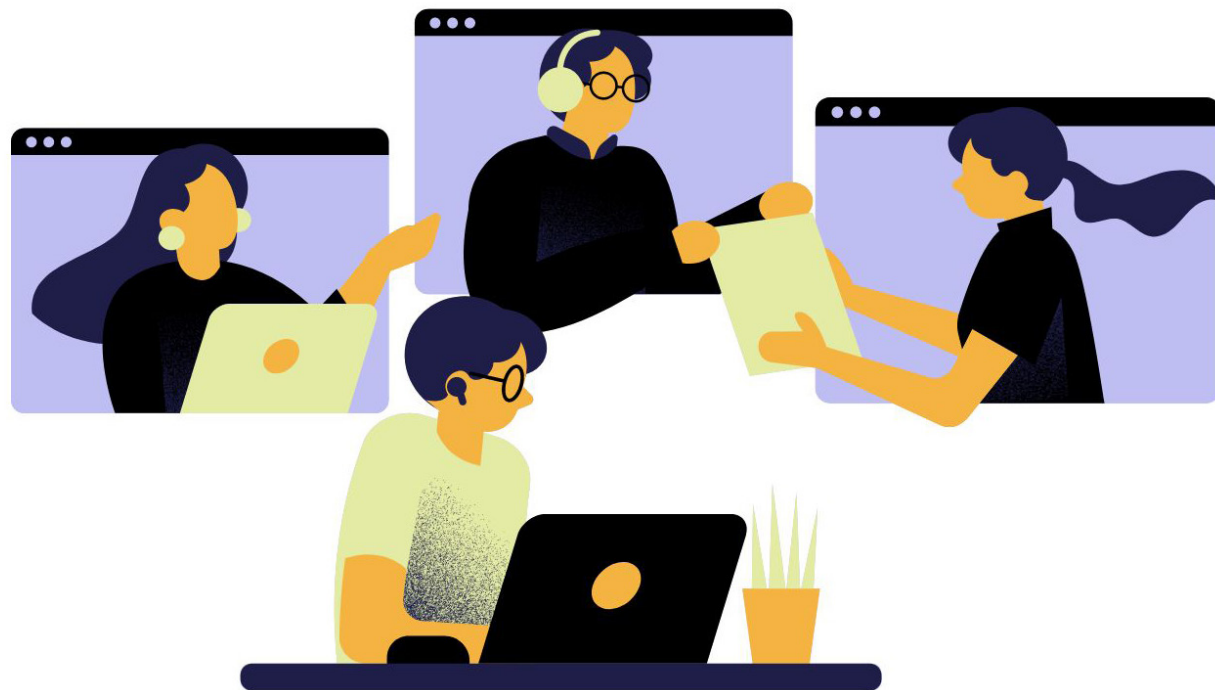
- **підвищення обізнаності громадськості:** організація національних інформаційних кампаній та заходів, спрямованих на підвищення рівня медіаграмотності серед населення;
- **міжнародна співпраця:** співпраця з міжнародними організаціями та іншими країнами для обміну досвідом та кращими практиками з медіаграмотності, сприяння євроінтеграції у сфері цифрової медіаграмотності;
- **систематичне інформування українського суспільства про роботу відповідних Європейських комісій і робочих груп,** моніторинг і адаптація для використання в Україні офіційних європейських нормативно-правових актів у сфері медіаграмотності;
- **проведення міжнародних форумів** із залученням кращих експерток та експертів у галузі медіаграмотності, протидії дезінформації та навчання для дорослих;
- **співпраця з медіа та лідерами думок:** створення контенту на тему медіаграмотності, охоплення широкої аудиторії за рахунок співпраці з великими медіа та лідерами думок, що мають довіру;

- **співпраця з бізнесом:** залучення бізнесу до фінансування та партнерства впроєктах з медіаграмотності, проведення спільних інформаційних кампаній;
- **моніторинг та оцінка:** створення ефективного інструментарію, регулярний моніторинг та оцінка ефективності програм медіаграмотності з метою постійного вдосконалення та адаптації до змінюваних умов;
- **юридична підтримка:** розробка та впровадження законодавчих та інших регуляторних ініціатив, що підтримують медіаграмотність і захищають громадян від шкідливих інформаційних впливів;



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

**Ця Стратегія розроблена для того, щоб сформувати загальну рамку та сприяти координації зусиль. Заохочуємо всіх суб'єктів, які дотичні до теми медіаграмотності, долучитися до імплементації Стратегії та формування стійкого медіаграмотного суспільства, адже тільки спільними зусиллями ми досягнемо нашої мети.**



Офіційний вебсайт Національного проєкту з медіаграмотності «Фільтр» Міністерства культури та інформаційної політики



МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА  
ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

 **Фільтр**  
Національний проєкт  
з медіаграмотності