

## Медіаспоживання в умовах екзистенційної війни ХХІ століття

*Проаналізовано пріоритети та особливості медіаспоживання українців в умовах війни, специфіку мережевого спілкування та важливість розбудови навички безпечного обміну колосальними обсягами інформації. Виокремлено завдання формування інформаційної гігієни й уміння взаємодіяти із сучасною системою мас-медіа в умовах екзистенційних викликів сьогодення. Сфокусовано увагу на опрацюванні інструментів і дієвих методів та способів боротьби з інформаційними атаками ворога, розбудові навички критичного споживання контенту, запиту на якісне інформування, неупередженість і раціональний вибір медіа.*

**Ключові слова:** медіаосвіта, інформаційна війна, інформаційна зброя, джерела інформації, медіасередовище, інформаційна гігієна.

**Oksana Rud. Media Consumption in the Context of the Existential War of the Twenty-First Century.**

*The article analyzes the priorities and peculiarities of media consumption of Ukrainians in the context of war, the specifics of network communication and the importance of developing the skill of safe exchange of huge amounts of information. The tasks of forming information hygiene and the ability to interact with the modern media system in the context of existential challenges of today are highlighted. Attention is focused on the development of tools and effective methods and ways to combat enemy information attacks, developing skills of critical content consumption, demand for quality information, impartiality and rational choice of media.*

**Keywords:** media education, information warfare, information weapons, information sources, media environment, information hygiene.

**Теоретична складова.** «Ми тонемо в океані інформації та задихаємося від нестачі знань», – доречно резюмує Джон Нейзбітт. Від прадавніх часів людина прагне пізнати світ, який її оточує, пізнати себе, пізнати істину і на основі цього досвіду вибудувати світобачення, сформувати життєві принципи, які визначатимуть її діяльність. «Що є істина?» – запитував Понтій Пілат у Христа, щоб пізнати рівень свободи, який вона дарує. Жага до пізнання та особистісний досвід взаємодії з реальністю подарували людству геніальні відкриття та розбудували наукову картину світобудови. Саме результатом осмисленого пізнання є продукування знань та інформації.

У свою чергу, оволодіння людством знаннями, накопичення інформації сформувало потребу розбудови алгоритмів її збереження та транслявання. Від прадавніх часів разом із безпосередньою особистісною комунікацією розбудовувалися механізми передачі накопиченого досвіду та життєтворчих сенсів. «Інформація в чистому вигляді – це не знання. Справжнє джерело знання – це досвід», – цей крилатий вислів приписують Альберту Ейнштейну.

Від писання на глиняних табличках, винайдення книгодрукування, розвитку телеграфу, телефону, кіно, інтернету тощо інформаційний простір насичений об'єктивними знаннями, базами даних, фактами і суб'єктивними судженнями, оціночними коментарями, фальшуваннями та інтерпретаціями подій. Розвиток наукових і прикладних знань, чотири інформаційні революції змінювали способи обробки

і технологічну основу для подолання будь-яких відстаней при передачі інформації, що сприяло об'єднанню інтелектуальних здібностей і духовних сил людства.

*Перша інформаційна революція* пов'язана з появою писемності. З'явилася можливість фіксувати знання на матеріальному носії, тим самим відчужувати їх від виробника і передавати від покоління до покоління через фіксацію у знаках, що зруйнувало монополію вузького кола людей на знання.

*Друга інформаційна революція* викликана винаходом та поширенням книгодрукування в XV ст., розширила доступ до інформації широких мас завдяки тиражуванню знань та інформації. Ця революція радикально змінила суспільство, створила додаткові можливості долучення до культурних цінностей відразу великих верств населення.

*Третя інформаційна революція* (кінець XIX – початок XX ст.) пов'язана з винаходом телеграфу, телефону, радіо, телебачення, що дозволяло оперативну, у великих обсягах передавати і накопичувати інформацію, передавати звукові та візуальні образи на великі відстані. Останнє створило передумови ефекту «стискання простору».

*Четверта інформаційна революція* (70-ті рр. XX ст.) зумовлена винаходом мікропроцесорної технології і персонального комп'ютера. Вона характеризується переходом від механічних, електричних засобів перетворення інформації до електронних та створення програмного забезпечення цього процесу. «Вінцем» цієї хвилі революції є поява всесвітньої мережі –

інтернету, що уможливило інформаційний обмін у глобальних масштабах [1].

**Практичне завдання: Вправа «Еволюція каналів розповсюдження інформації»<sup>\*</sup>.**

**Мета:** систематизація знань про розбудову інформаційного простору, канали поширення інформації; розуміння поняття конвергентності; формування усвідомленого вибору каналів інформування.

**Процес виконання:** Учасники отримують картки, укладені хаотично з назвами (символічним позначенням) каналів розповсюдження інформації.

**Завдання:** Побудувати послідовний ряд, що відображатиме хронологію появи засобів поширення контенту. З'ясуйте причини помилок (стереотипні уявлення: наприклад, при виконанні вправи учасники появу радіо ставлять наперед появи кіно. Хибний стереотип, викликаний тим, що радіоточки у квартирах з'являлися раніше, ніж телевізор). Обговоріть вплив появи різних каналів розповсюдження інформації на становлення суспільних інституцій і особистісну взаємодію. Зверніть увагу на прискорену еволюцію каналів комунікації у наш час (четверта інформаційна революція) та специфіку інформування і взаємодії зі споживачем інформації.

**Зміст карток:** Писання на глиняних табличках. Папірус. Поштовий зв'язок. Рукописи. Друковані книги. Газети. Телеграф. Телефон. Кіно. Радіо. Телебачення. Кабельне ТБ. Інтернет. Електронна пошта. Гугл. Фейсбук. Ютуб. Твітер. Смартфон. Планшет. Інстаграм. Віртуальна (додана) реальність.

Багатогранність суспільних процесів зумовили розвиток засобів масової інформації, головним завданням яких є інформування та забезпечення комунікації у суспільстві, презентації поглядів громадян на ті чи інші процеси державотворення. Разом із безпосередньо набутих досвідом ЗМІ формують і транслюють громадську думку. В демократичних суспільствах участь у формуванні громадської думки беруть незалежні від влади недержавні ЗМІ, зокрема суспільні. Бажання споживача отримувати не просто інформацію, а якісний контент сформувало основні принципи (журналістські стандарти) «відображення дійсності»: оперативність, достовірність, точність, повнота, збалансованість, відокремлення фактів від коментарів. Дотримання цих критеріїв стало інструментом якісної комунікації між владою та суспільними групами і є одним із найважливіших інституцій громадянського суспільства.

Розбудовуючи медіаосвітні проекти, необхідно фокусувати увагу аудиторії на умінні взаємодіяти із сучасною системою мас-медіа, знанні та розумінні їх місця і функцій у суспільстві; умінні критично

оцінювати контент медіа у світлі притаманних їм функцій; взаємодіяти з медіа для самовираження та участі у демократичних процесах. Підготовка до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою мас-медіа, включаючи як традиційні (друковані видання, радіо, кіно, телебачення), так і новітні (комп'ютерно опосередковане спілкування), стає базовою навичкою особистості. Глобалізація інформаційного простору, коли людина живе у безперервному інформаційному потоці й більшість своїх знань про навколишній світ отримує не безпосередньо, а опосередковано – через існуючі канали інформації, сформувала потребу розбудови медіакультури та медіагієни.

Медіаексперти стверджують, що реаліями сьогодення стало домінування у виборі джерел інформування нових медіа, основними рисами яких є інтерактивність та персоналізованість (користувачі стають як споживачами, так і творцями контенту). Водночас розвиток інформаційних технологій і цифрових пристроїв, що їх використовують, дозволяють дезінформувати з недосяжною раніше точністю. Пошук і пізнання істини ускладнюється терабайтами інформаційного сміття та відвертих фейків. З оточуючої нас інформації ми сприймаємо певні світоглядні архетипи, якими в подальшому послуговуємося у прийнятті рішень, а отже, надважливою є медіаосвітня навичка об'єктивно оцінювати медіатексти і відокремити «зерно від полови» у пошуку вічних істин.

Ця проблематика набуває особливої актуальності зараз, у період війни росії проти України. Війни, яка, без сумніву, є **екзистенційною** (від латин. *existentia* – існування, життя, буття). Військовому вторгненню на територію України передувала інтервенція стереотипу меншовартості, ідеології поглинання росією української ідентичності, культури, духовної спадщини, вкорінення нарративу про єдине коріння і «русский мір», руйнування адекватної, реальної картини світу з одночасним створенням фальшивої, покликаної похитнути, а в підсумку і знищити попередню систему ідеалів, цінностей і норм суспільства. У концепції кремля немає України як суверенної держави з її демократичними принципами і відкритим суспільством, з вільним народом, що вписує свою сторінку в історію європейських країн та західної цивілізації.

Держава-агресор жорстоким терором на полі бою та інформаційною агресією намагається зупинити наш ціннісний вибір буття, зламати героїчний опір української нації. Конституційне право, що дозволяє громадянам України вільно шукати, одержувати, передавати, створювати і поширювати інформацію

<sup>\*</sup>Практичне завдання на основі вправи «Етапи розвитку інформаційного простору», розробленої медіаекспертами всеукраїнського проекту «Вивчай і розривай: інфомедійна грамотність», що реалізовується Радою міжнародних наукових досліджень та обмінів (IREX) у партнерстві з Міністерством освіти і науки України та Академією української преси за підтримки посольств США і Великої Британії.

будь-яким законним способом (ст. 34 Конституції України), в умовах війни кремлівські ідеологи намагаються використати для дезінформації і деструктивного впливу. У прагненні інформаційною війною організувати геноцид онлайн російська пропаганда добирає канали поширення різних видів інформаційної зброї, враховуючи специфіку алгоритмів функціонування та особливості взаємодії аудиторії з тим чи іншим джерелом інформування і вибудовуючи технології впливу на суспільні групи й індивідів.

На користь агресора спрацьовує стереотип довіри до медіа. За дослідженнями індексу медіаграмотності, до повномасштабного вторгнення 42 % українців ніколи не перевіряли інформацію на достовірність (*Детектор медіа, березень 2021*) [2]. 52 % українців переконані, що вміють розпізнати фейки, а виявилось – лише 3 % можуть це зробити (*Internews, серпень 2020*). Ми живемо у світі очікуваних ілюзій і суб'єктивних суджень [3].

**Практичне завдання. Вправа «Споживай відповідально».**

**Мета:** поглиблення знань про джерела інформування, журналістські стандарти та інформаційні жанри; формування умінь фільтрувати контент, практичне опрацювання принципів інформаційної гігієни та усвідомленого медіаспоживання в умовах війни.

**Завдання учасникам:** пригадайте та запишіть на стікері (створіть нотатку на онлайн-дошці) три-чотири новини з життя України і світу (час виконання 2 хв). Дайте відповіді на запитання щодо новин, які Вас вразили:

– Хто автор? З якого джерела Ви отримали цю інформацію? Які ще канали інформування поширили цей новинний контент?

– Дата події? Дата публікації?

– Презентуйте деталі події, виокремивши факти.

**Починно-наслідковий зв'язки.**

– Передайте Ваше ставлення до новини. Які емоції та дії викликає?

– На Вашу думку, якою була мета автора новини? Яка реальна значимість для користувача цієї інформації?

**Вердикт:** Інформації дуже багато. Не запам'ятовуємо факти, джерела інформування і деталі, пам'ятаємо коментарі та оціночні судження. Доповнюємо власним трактуванням при поширенні. «Примарне» уявлення про події провокує потрапляння в інформаційні пастки ворожої пропаганди та ІПСО.

Нині надважливим правилом інформаційної гігієни є здатність розуміти внутрішню логіку, алгоритм функціонування різних медіа, протидія механізмам впливу на аудиторію.

Спробуємо дослідити, як змінилися пріоритети медіаспоживання у період від повномасштабного вторгнення росії в Україну. Пропонуємо проаналізувати джерела інформування українців у 2024–2025 рр.

### Домінування соцмереж і смартфонів.

Соціальні мережі – єдиний тип медіа, який за останнє десятиліття наростив популярність як джерело інформації. У 2025-му там споживали новини 86 % українців (+35 % з 2015 р.). Телебачення за цей час втратило найбільше аудиторії (з 85 % у 2015-му до 33 % у 2025-му), сайти новин – з 47 % до 31 %, радіо – з 35 % до 13 %, друковані медіа – з 31 % до 4 %. Для понад третини українців (37 %) соцмережі також лишаються єдиним джерелом новин, водночас 51 % поєднують кілька джерел.

Дедалі більше українців споживає новини зі смартфона (+9 % з 2022 року). У 2025-му цей показник становив у середньому 91 %: від 74 % серед осіб 46–65 років до 96 % серед молоді 18–35 років. Водночас за останні чотири роки зросла й частка користувачів інших пристроїв. У 2025-му новини через телевизор / Smart TV отримували 41 % (+7 % з 2022 року), через ноутбук – 31 % (+15 %), комп'ютер – 18 % (+7 %), планшет – 15 % (+7 %).

Українці частіше стежать за національними новинними ресурсами, ніж за регіональними: у соцмережах їх обирають 71 % користувачів проти 61 % регіональних платформ, на сайтах – 77 % проти 51 %, на телебаченні – 79 % проти 47 %, на радіо – 70 % проти 52 %. І лише серед друкованих медіа значно переважають регіональні видання: 80 % проти 26 % національних.

Як і торік, про телемарафон «Єдині новини» знають 86 % опитаних. Водночас його аудиторія з 2024-го зросла: загальна – з 47 % до 53 %, щотижнева – з 37 % до 42 %. Половина тих, хто знає про телемарафон, відзначають його оперативність, але довіряють озвученому лише 38 % (+1 % за рік). Стільки ж респондентів вважають, що телемарафон слід транслювати й далі (38 % проти 48 % охочих припинити).

«Телеграм» лишається провідною соцмережею для спілкування (для 81 % користувачів) й отримання новин (для 72 %), суттєво випереджаючи інші платформи. TikTok зростає: його аудиторія збільшилася з 27 % у 2024-му до 30 % у 2025-му, а частка споживачів новин – з 4 % до 6 %. Водночас споживання новин у вайбері зменшилося на 3 % (з 12 % у 2024-му до 9 % у 2025-му).

75 % опитаних зазначили, що знають про потенційні ризики користування соцмережами. 46 % використовують налаштування безпеки для захисту даних. А 30 % вважають, що держава може обмежити доступ до окремої соцмережі для деяких користувачів або ж заборонити для всіх, якщо її діяльність загрожує безпеці суспільства. Найчастіше такими соцмережами називають «TikTok» (31 %), «Телеграм» (18 %) та X (9 %). У разі посилення регулювання соцмереж більшість аудиторії (57 %) шукатиме нові джерела новин. Докладно з результатами опитування можна ознайомитися за посиланням [4].

Як бачимо, українці роблять вибір на користь оперативності, що забезпечує інформування у соціальних мережах. Проте, на жаль, це вибір не на користь достовірності контенту та якісної журналістики. Саме соціальні мережі стали інструментом запуску ворожих меседжів, ІПСО, дезінформації. Вивчивши специфіку онлайн-комунікації з індивідом (вподобання, інформаційну бульбашку, коло спілкування тощо), ворожа пропаганда запускає маніпулятивні технології впливу, а надмірна емоційність, репости фейкових посилив забезпечують швидке поширення псевдонаративів. І, незважаючи на подальше спростування експертами, дезінформація впливає на суспільну думку.

Залежність від отримання інформації та тривога за ситуацію в країні зробили українців не тільки споживачами, а й творцями повідомлень у соціальних мережах. Відгукуючись на дописи онлайн-спільнот, ми коментуємо, розміщуємо фото, намагаємося деталізувати інформацію, яка у період війни не підлягає поширенню. У прагненні допомогти – розміщуємо дані у відповідь на псевдорозшук військових, внутрішньо переміщених осіб, маршрути волонтерів – не усвідомлюючи, що діємо на користь ворога.

Сфокусувавши увагу на окремих складових російської інформаційної зброї у нових медіа, стає очевидною потреба детальніше вивчити особливості мережевого суспільства, формування світогляду і ціннісних орієнтирів через соціальні мережі. Отож анонімні канали, «хороші русські», блогери-інсайдери, що використовують «корисних ідіотів», є небезпечними інструментами пропаганди.

Досліджуючи російську пропаганду для покоління візуалів, у час екранної епохи, коли «відеоспоживання» перемагло текст, неможливо оминати увагою і ютуб. Проте це територія повного, неврегульованого суб'єктивізму. Медіаекспертам добре відомо: алгоритми ютубу працюють так, що популярними стають емоційні й агресивні відео. Медіатехнологи спираються на знання основ психології людини, завдяки чому їм достеменно відомо, що пам'ять значно краще зберігає саме емоції, а не факти. Пережиті людиною емоції, як позитивні, так і негативні, не зникають, а закарбовуються завдяки емоційній пам'яті і гальмують раціональність сприйняття. Про відповідальне подання інформації не йдеться. В умовах війни це потужний ресурс поширення пропагандистських роликів, дипфейків, постановочних сюжетів із «гарячих точок», інтерпретації події за допомогою монтажу та демонстрації відео, відзнятого на іншій території чи в іншу дату. Це онлайн-простір для маніпуляції аудиторією, яка не усвідомлює, що у цифрову еру українська приказка «краще один раз побачити, аніж сто разів почути» – не працює. Адже постановочні кадри, маніпуляції з освітленням, ракурсом здатні

конструювати картинку на замовлення пропаганди і за алгоритмом цієї платформи пропонувати до перегляду широкій аудиторії.

Як ніколи на часі рекомендація: обираючи контент, не слідувати пропозиціям ютубу, а самостійно вибирати відео та критично опрацьовувати візуальні медіатексти на дотримання об'єктивності інформування. У період війни пропаганда московії відкрито пишається вдалими маніпуляціями та руйнуванням реальної картини світу.

Не оминемо увагою і фейсбук. Правила інформаційної гігієни навчали нас пам'ятати способи маніпулювання, які використовує ця платформа. Інформаційна бульбашка (стан інтелектуальної ізоляції, спричинений персональним добром алгоритмами цифрових платформ контенту для користувачів), коли користувач не бачить альтернативних думок та інформації, а отже формує упередженість і обмеженість, ворожі демократичним принципам конструктивного дискурсу. Пропаганда використовує цей механізм для поширення ілюзії тотальності ворожих наративів і дезінформації. Уже відомий нам «механізм емоційного резонансу» запускається з допомогою сконструйованих фото і відео та дописів і коментарів тролів. Способом поширення фейків в українському сегменті фейсбуку є і передрука з ресурсів, що імітують онлайн-медіа.

Прагнучи деморалізувати українців, викликати протистояння та деструктив, російська пропаганда активно використовує (запускає) ботів – штучно створені фейкові акаунти. Їх мета – формування громадської думки через втручання у дискусії у коментарях, безпосереднє поширення дезінформації, емоційне накручування. Боти «працюють» в усіх соцмережах: «Фейсбук», «Телеграм», «Ютуб», Вікіпедії тощо і переважно існують та атакують так званими ботофермами, сіючи вороже світобачення та зерна недовіри до подання подій в офіційних медіа й медіа «білого списку» ІМІ. Нагадуємо, що «білий список» Інституту масової інформації (ІМІ) – це перелік ЗМІ, які відзначені найвищим рівнем дотримання журналістських стандартів.

**Практичне завдання «Руйнуємо російську пропаганду».**

**Мета:** розбудова навичок роботи з джерелами інформації, верифікації даних, спростування фейків та маніпуляцій.

**Завдання:** дослідіть історичні джерела, об'єктивні факти і доведіть маніпулятивність і фейковість рашистських наративів «братні російський та український народи», «хороші росіяни», «Україна вісім років бомбила Донбас».

**Вердикт:** історична реальність заперечує російські наративи. Це агресивна російська пропаганда, спрямована на знищення України як держави та її національної ідентичності.

**Підсумовування.** Для боротьби з інформаційною зброєю агресора в умовах повномасштабного вторгнення в Україну на рівні державних інституцій дуже важливо забезпечити об'єктивне висвітлення подій (з урахуванням обмеження доступу до інформації, що здійснюється виключно в інтересах національної безпеки, територіальної цілісності або громадського порядку). Оперативне, достовірне інформування, представлення доказової бази, відсутність замовчування контроверсійного вмісту вибудовує довіру до медіа, що здійснюють спілкування суспільства і влади, блокує поширення чуток і маніпулятивних повідомлень у пабліках.

На особистісному рівні ефективним запобіжником політиці «масового пропагандистського впливу», яку активно реалізовує кремлівська верхівка, є інформаційна гігієна громадян. Пропоную кілька рекомендацій відповідального споживання і поширення контенту:

– Дотримуйтеся правил оприлюднення інформації. Пам'ятайте про відповідальність за поширення інформації: *Загальне правило щодо поводження з інформацією викладено в першому абзаці частині другої статті 302 Цивільного кодексу України: «Фізична особа, яка поширює інформацію, зобов'язана переконатися в її достовірності». У період воєнного стану за поширення недостовірної інформації та інформації, що не підлягає оприлюдненню, відповідальна особа може бути притягнута до кримінальної відповідальності.*

– Ретельно перевіряйте інформацію в офіційних джерелах і медіа «білого списку» IMI.

– Формуйте навколо себе якісне інформаційне поле, видаліть групи в соцмережах, які публікують сумнівну інформацію.

– Не стежте за анонімними телеграм-каналами чи вайбер-групами.

– Перевіряйте інформацію за допомогою онлайн-інструментарію.

– Регулярно застосовуйте критичне мислення: медіаосвітню навичку ставити запитання до змісту й авторства. Щоразу чітко розрізняйте факти від суджень.

– Перевіряйте експертів (користуйтеся базою псевдосоціологів та прихованих піарників на сайті Texty.org).

– Пам'ятайте про шахрайства. Більшість із них пов'язані з нібито виплатами допомоги, псевдоволонтерством тощо.

– Влаштовуйте інформаційний детокс.

– Розвивайте медіаграмотність і медіакультуру.

За попередні роки медіатренери АУП сформували потужні ресурси, практичні кейси, онлайн-ігри, методичні рекомендації з розбудови навичок ефективної взаємодії із сучасною системою мас-медіа [9]. Ці напрацювання знайомлять із принципами роботи з інформацією, базисом факчекінгу і верифікації, розвивають критичне мислення та навичку активного пошуку. Навчають працювати із першоджерелом.

Для керівників, педагогічних працівників важливо опрацювати і реалізовувати рекомендації «Висвітлення інформації про заклад освіти в умовах воєнного стану» [10]:

– законодавчі обмеження щодо проведення фото- та відеозйомки (обмеження права збирати та поширювати інформацію, згода на фото- і відеозйомку тощо);

– пропозиції, розроблені Службою освітнього омбудсмена та Асоціацією Digital Ukraine для медіа, працівників закладів освіти, учасників освітнього процесу щодо висвітлення інформації про заклад освіти в умовах воєнного стану та проведення фото- й відеозйомки;

– ізраїльський досвід захисту шкіл.

Україна, ЗСУ, виборюючи на фронті право на існування, творить наше майбутнє. Розбудовуючи медіаосвіту і перемагаючи в інформаційній війні, ми захищаємо демократичні принципи і свободи її громадян.

### Використані джерела

1. Вікіпедія Вільна енциклопедія. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Інформаційна\\_революція](https://uk.wikipedia.org/wiki/Інформаційна_революція)
2. Індекс медіаграмотності українців. Аналітичний звіт за результатами комплексного дослідження / ГО «Детектор медіа». URL: [https://detector.media/doc/images/news/archive/2021/186435/UA\\_REPORT\\_MEDIALITERA%D0%A1Y\\_INDEX-DM.pdf](https://detector.media/doc/images/news/archive/2021/186435/UA_REPORT_MEDIALITERA%D0%A1Y_INDEX-DM.pdf)
3. Internews. URL: <https://internews.in.ua/uk/news/ponad-80-ukrajintziv-stykalysya-iz-dezinformatsijeyu-pro-covid-19-nove-orytuvannya-usaid-internews/>
4. ГО «Інтерньюз-Україна». URL: [https://internews.ua/opportunity/media\\_trust\\_consumption\\_2025\\_release](https://internews.ua/opportunity/media_trust_consumption_2025_release)
5. «Зона токсичності». Серед 100 найпопулярніших серед українців телеграм-каналів 11 мають відверто проросійську позицію – дослідження / ГО «Детектор медіа». 2022. URL: <https://detector.media/infospace/article/202690/2022-09-17-zona-toksychnosti-sered-100-naupopulyarnishykh-sered-ukraintziv-telegram-kanaliv-11-mayut-vidverto-prorosyysku-pozytsiyu-doslidzhennya/>
6. Комплексне порівняльне дослідження «Як війна змінила мене та країну. Підсумки року» / Соціологічна група «Рейтинг». 2023. URL: [https://ratinggroup.ua/research/ukraine/kompleksne\\_dosl\\_dzhennya\\_yak\\_v\\_yna\\_zm\\_nila\\_mene\\_ta\\_kra\\_nu\\_p\\_dsumki\\_roku.html](https://ratinggroup.ua/research/ukraine/kompleksne_dosl_dzhennya_yak_v_yna_zm_nila_mene_ta_kra_nu_p_dsumki_roku.html)
7. Довженко О. «Диво, що затягнулося. Телемарафон „Єдині новини“ у 2022 році» / ГО «Детектор медіа». 2022. URL: <https://detector.media/shchodenni-telenovini/article/206445/2022-12-28-dyvo-shcho-zatyagnulosya-telemarafon-iedyni-novyny-u-2022-rotsi/>
8. Корба Г. «Телемарафон: як він змінює українське суспільство та медіаринок». *BBC News Україна*. 2022. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-64112594>
9. Портал медіаосвіти і медіаграмотності. URL: <https://medialiteracy.org.ua>
10. Академія української преси. URL: <https://www.aup.com.ua>
11. Освітній омбудсмен України. Висвітлення інформації про заклад освіти в умовах воєнного стану. 2022. URL: <https://eo.gov.ua/vysvitlennia-informatsii-pro-zaklad-osvity-v-umovakh-voiennoho-stanu/2022/09/20/>