

**Lesia Horodenko,**  
Doctor of Social Communications, Professor,  
Department of Social Communications,  
Educational and Scientific Institute of Journalism,  
Taras Shevchenko National University of Kyiv,  
e-mail: lgorodenko@knu.ua  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8400-7917>

**Yevhen Tsymbalenko,**  
PhD of Social Communication, Associated Professor,  
Department of Advertising and Public Relations,  
Educational and Scientific Institute of Journalism,  
Taras Shevchenko National University of Kyiv,  
e-mail: e.tsymbalenko@knu.ua  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1486-1904>

**Mariia Tsymbalenko,**  
Student, Dialog Gymnasium (Kyiv),  
e-mail: tsymbalenko.mary@gmail.com  
ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-7666-9958>

## *Increasing trust in information among high school students through media literacy training\**

### **Methodology and Stages of Conducting Empirical Research**

The experiment had a complex, multi-level structure. To determine, confirm, or refute the main idea of the research regarding high school students' readiness to put effort into verifying received information, we conducted a survey in several stages:

**Stage 1.** Development of the questionnaire and consultations with specialists from the Educational and Scientific Institute of Journalism at Taras Shevchenko National University of Kyiv regarding the preparation of empirical data and the methodology for conducting field research.

**Stage 2.** Conducting the survey in nine classes.

**Stage 3.** Processing the survey results using content analysis.

**Stage 4.** Conducting expert interviews and expert analysis of the survey results.

**Stage 5.** Conducting the pilot training "Don't Get Lost in the Information Space."

The first block of questions in the questionnaire, presented for general acquaintance, directly related to the media literacy of the audience. These questions aimed to determine the general level of trust that respondents had in various sources and, consequently, their tendency to engage in the mass communication process, either consciously or unconsciously, through the implementation of communication technologies. Important questions that

allowed us to understand the media preferences of the audience were those that revealed the specifics of communication in social networks and, in general, identified the priority sources of news among teenagers (figure 1).

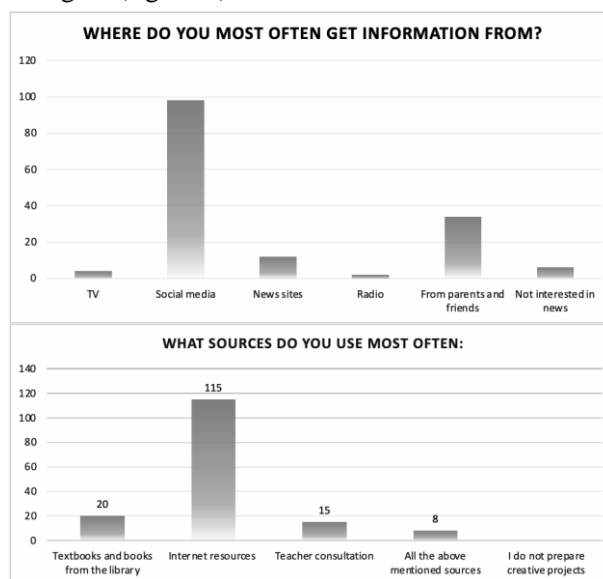


Fig. 1. Sources of information in the adolescent audience

According to the results of the aggregated data, it turned out that 59% of respondents prefer communication in social networks, while traditional media are almost not the sphere of interest of young people. I was surprised by the relatively low percentage of parents and friends as sources of

\* Закінчення. Початок див.: Вісник Книжкової палати. 2024. № 10. С. 20—28.

information. A similar situation can be observed in the answers to questions about the sources used in the preparation of creative works. In this case, the percentage of use of online resources is even higher — 71%.

The second set of questions was about self-assessment of students' own level of media literacy and critical thinking (figure 2).

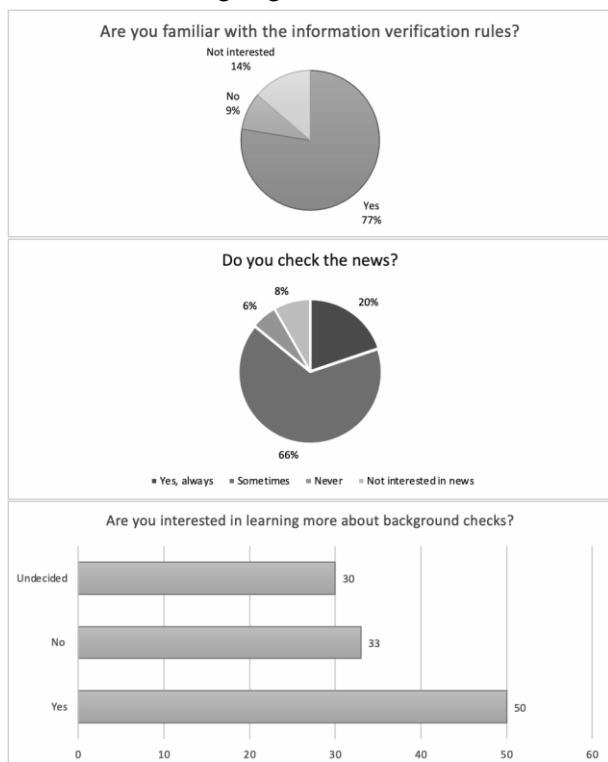


Fig. 2. Self-assessment of the level of media literacy

There is a group of passive students who are not interested in the news and are generally not interested in self-development. At the same time, it should be noted that a fairly large percentage of students are familiar with the basic techniques of verifying information and we can assume that it is this conscious group of high school students who are willing to develop their skills in terms of approaches to verifying information for reliability.

In the context of self-assessment, we were interested in finding out how often students scroll through news feeds (figure 3).

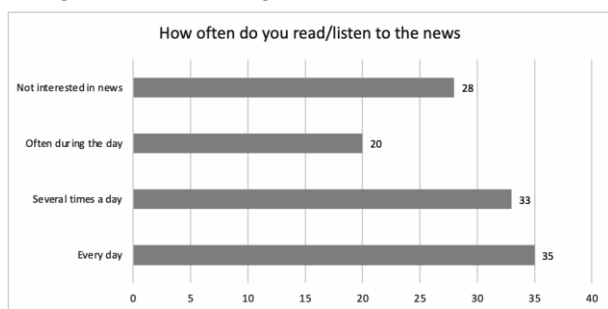


Fig. 3. Self-assessment of how often you watch the news

From the data shown in figure 3, we can conclude that the participants of the experiment are quite active in checking the news on social networks. We cannot say unequivocally that this situation is permanent, or that it is formulated under the influence of the war and the direct immersion of each student in the events. Also, we cannot predict how the interest in regular news monitoring among high school students will change after the end of the war.

In addition, the questionnaire contained questions that determined whether students had been influenced by fake information over the past three months and whether they had generated and disseminated fakes themselves. The answers to these questions were of the same type, but there was an opportunity for additional insight into whether the students were willing to knowingly spread misleading information among their friends.

Questions: "Have you encountered fake information in the last three months?", "Have you spread fakes in the last three months?" (table 2).

Table 2

**Fake in the everyday life of high school students**

Questions	Yes	No
Have you encountered fake information in the last three months?	106	70
Have you been spreading fakes in the last three months?	164	12

This group of questions partially goes beyond the basic conditions of the experiment, but thanks to them, we can structure the probable consequences due to the reluctance / lack of time to check the news received, because according to the data obtained, we have 60% of respondents who have encountered misleading information recently.

From the point of view of our survey, the most important is the block assessment of the sources of information most often used by high school students (table 3, figure 4).

Table 3

**Assessment of the level of trust in sources of information**

Categories	1	2	3	4	5
Teachers	3	2	8	78	85
Parents	10	5	5	25	131
Friends	5	18	7	18	101
Social media	18	9	20	32	97
Media (television, radio, press)	4	12	95	44	21
Virtual and gaming communities	6	55	74	30	11

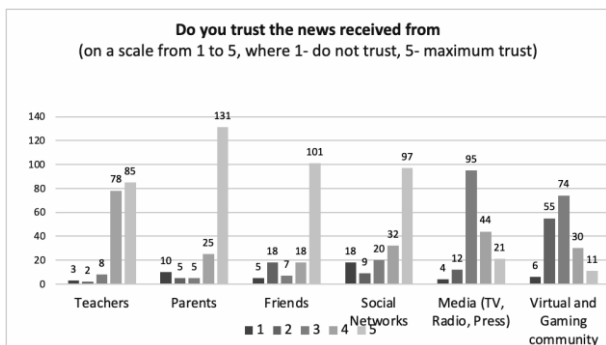


Fig. 4. Diagram for assessing the level of trust in sources of information

Students were asked to rate in increments from 1 to 5 how much they trust a particular source of information (for school from 1 to 5, where 1 — do not trust, 5 — trust the maximum).

The results showed a high level of trust in information received from parents, friends and social networks. The level of trust in the news reported by teachers is rather high, but such data makes us think about the need to establish communication between teachers and students about topics that go beyond the exclusive discussion of the lesson. In this case, teachers can potentially approach the category of "friends" in terms of trust as a source of information. It is disappointing that more than 50% of the audience has the maximum unconditional trust in news from social networks, although it is this source that requires the most careful information consumption. Instead, I was pleasantly surprised by the level of critical analysis of the information disseminated through the gaming community.

Larysa Kuzmynets's expert analysis confirms the hypotheses about the need to develop critical thinking in high school students: *"For a modern person, the ability to critically perceive information, to be able to analyze it is one of the most valuable competencies that allow you to adequately perceive the world around you and make the right decisions"*. And the Dialogue Gymnasium in Kyiv is interested in developing critical media thinking skills in high school students.

In the Review of the research, Tatyana Ivanova noted the prospects of the work: *"The possibility of deepening some issues or additional research for a more complete understanding of practical aspects. In particular, the development of the direction of research, which can be traced from the results of the questionnaire, is of great interest. Namely, the question of why some teenagers deliberately spread fake news among their friends and on social media pages"*.

#### 4.4. Training's development & a Pilot Project's implementation

The basic criterion for building trust in the source is the quality of the disseminated information. We highlight the following factors of quality information based on professional standards of journalism. These are: accuracy, timeliness, completeness (coverage of all points of view on the event), consistency (correspondence of the display of the fact in different sources and in the time dimension).

During the preparation of a fake message from a Telegram channel, which the experiment participants were to analyze, we deliberately distorted most of the quality dimensions of the information. It was important for us to see whether middle and high school students consider contexts or take information that directly affects them as axiomatic.

Currently, scientists highlight eight aspects of the relevance of media education for forming a media-literate personality:

- "The high level of mass media consumption and the saturation of modern societies with their products;
- the ideological importance of the media and their influence on the audience's consciousness;
- the rapid growth of media information, the strengthening of mechanisms for managing and disseminating it;
- the intensity of media penetration into key democratic processes;
- the increasing importance of visual communication and information in all fields;
- the need to train schoolchildren/students to meet modern requirements;
- the accelerating national and international processes of information privatization;
- the "yellowing" of mass media and the decline in the overall quality of media production" [21, p. 14].

After discussions with expert and director L. Kuzmynets and considering the above aspects of relevance, we developed and conducted a training session in the 7th grade of the Dialogue Gymnasium on the topic "Don't Get Lost in the Information Space."

The purpose of this event is to acquaint training participants with professional skills and abilities in verifying the accuracy of news relevant to students. During the training, attendees had the opportunity to change their perspective on the process of information verification and understand that in just a few "clicks" they can determine whether a news item is true or misleading. This is particularly relevant for the teenage audience, as they are highly integrated into digital life; therefore, mastering data verification

tools on various social networks plays a crucial role in not getting lost in the digital information space.

For the effective assimilation of the material by the training participants, the most important information was divided into several blocks: the sources of information; self-assessment of media-critical thinking; and self-assessment of the level of trust in information sources. Each area of study includes explanations of theoretical features (informational blocks) and the completion of practical tasks for better understanding (integration blocks).

The training lasted 60 minutes (conducted outside school hours) and consisted of several blocks. Thematically, the blocks are divided into introductory, concluding, informational, and integrative, each with its own distinctive features. The introductory block is the time for the audience to get acquainted with the speaker, regulate the work, and fully disclose the topic of the event.

The theoretical information used in the training is based on the analysis of recommendations from the Academy of Ukrainian Press, particularly the manuals "Steps to Media Literacy" [30] and "Media Education and Media Literacy" [20] as well as on recommendations for verifying information for accuracy from the article "Influence on Information Accuracy as a Threat to the Information Space" [2].

Integrative blocks include a series of interactives that help assimilate theoretical material and allow participants to practice by completing practical tasks. Each interactive corresponds to the theme of one of the areas, improving the assimilation of studied theory and allowing group work.

This method of material presentation was chosen because group work creates conditions for informal and relaxed communication, helping students to look at the problem from different perspectives and find numerous development options. The scripted training is designed for 25 participants, but with certain modifications to the introductory and integrative blocks, the audience can be significantly expanded. Additionally, each training participant can demonstrate themselves by completing individual tasks.

The entire material presentation was accompanied by multimedia slides. Each integrative block ends with discussion and debate regarding the work done, helping establish a connection between the training participants and the speaker, discuss problematic issues, and find diverse ways to solve them. At the end of the event, additional time was allocated for questions from the training participants.

It is also worth noting that during the event, the speaker can continuously analyze feedback from the audience, form a model of their listeners, and determine the focus when presenting the topic.

At the beginning of the event, a survey and introductory sharing are conducted to determine the activity and awareness of the participants regarding information verification methods. At the end, a survey determines the effectiveness and efficiency of the material presented.

### Conclusions

In the preparation of our scientific research, we conducted a detailed analysis of the key terms and concepts that reveal the scientific understanding of the phenomenon of trust in information sources. The main terms in our work include media, media literacy, media dependence, media education, media consumption, and social media. We also proposed an original explanation for "deviant behavior under the influence of media."

We find the usefulness of our survey at least in the fact that it allowed student participants to view themselves from a different perspective and independently understand how dependent (or not) they are on media and how ready they are to take steps to improve themselves regarding the verification of information for accuracy. The conclusions drawn by the survey participants give us grounds to assert that the surveyed classes have a sufficient level of media education and media literacy, as well as their readiness to self-improve and help their peers understand their immersion in the media and communication environment.

No survey results will change the general audience's attitude towards the internet, television, and social media interactions. We all need to make efforts to avoid psychological trauma from the vast array of diverse information. Only our conscious efforts and actions will help each of us develop personal media literacy.

Now of final editing of our scientific work, an event occurred: in the Belgorod region (Russia), an IL-76 transport plane crashed or was shot down. The reactions of high school students ranged from triumphant remarks to despair when unofficial information about the presence of Ukrainian prisoners on board emerged. Throughout the day, students generated many versions in their discussions; this was facilitated by social networks, which spread completely opposite information and various conspiracy theories. Thus, we witnessed a situation where both theoretical insights and experiments were confirmed by discussions of an extraordinary event. Consequently, we can once again emphasize the relevance of similar studies.

The training "Don't Get Lost in the Information Space" is designed for 25 participants, with the possibility of modifying the material for a larger audience. Overall, the event is beneficial for middle

and high school students who strive to develop critical thinking and learn to easily and quickly verify information for accuracy. Visualization methods, group work, and discussions are used during the training to present and assimilate the material. This format helps participants acquire theoretical and practical skills in verifying information and creates an informal atmosphere where teamwork and individual perspectives are important. After listening to the material, the training participant should acquire basic skills in verifying information for accuracy.

Studying such a relevant issue within a narrow consumer audience (high school students of the

Dialogue Gymnasium) allowed the administration to understand the average level of media literacy and critical thinking of the senior students. It also enabled them to form a continuous case for periodic training sessions on "Don't Get Lost in the Information Space"; the pilot training was conducted by us in January 2024. The gymnasium generally shows a high interest in forming a conscious citizen of Ukraine not only through the classical educational process, a series of projects under the auspices of UNESCO, and constant communication with students but also through training sessions aimed at personal development.

### References

1. Binde J. (2005). *Towards knowledge societies*. Paris: UNESCO.
2. Brzhevs'ka Z., Haidur H., & Anosov A. (2018). Vplyv na dostovirnist' informatsii yak zahroza dlia informatsiinoho prostoru [Impact on the reliability of information as a threat to the information space]. *Kiberbezeka: osvita, nauka, tekhnika*, 2 (2), pp. 105—112. doi: 10.28925/2663-4023.2018.2.105112.
3. Chaiken S., & Ledgerwood A. (1980). A Theory of Heuristic and Systematic Information Processing. *Handbook of Theories of Social Psychology: Volume 1*.
4. Chorna O. (2023). "Opora": Osnovnym dzerelem informatsii maizhe 80% ukraintiv ie sotsial'ni merezhi ["Opora": The main source of information for almost 80% of Ukrainians is social networks]. *Detektor media*. Available at: <http://surl.li/umnxr>.
5. Considine D. (1999). Media Education in United States of America. *Educating for Media and the Digital Age: Country Reports* (pp. 125—128). Austrian Federal Ministry of Education and Cultural Affairs & UNESCO.
6. Daft R. L., & Lengel R. H. (1984). Information Richness: A New Approach to Managerial Behavior and Organization Design. *Research in Organizational Behavior*, 6, pp. 191—233.
7. Dlia 60% molodi internet-ZMI — holovne dzerele informatsii u chas vyboriv (2020) [For 60% of youth, internet media is the main source of information during elections]. *Novini zdorovoyi lyudini*. Available at: <http://surl.li/trhrbb>.
8. Dorr A. (2001). Media Literacy. In N. J. Smelser & P. B. Baltes (Eds.). *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences* (Vol. 14).
9. Dostovirnist'. (2023). [Trustworthiness]. *Wikipedia*. Available at: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Достовірність>.
10. Dukhanina N. (2009). Mediaosvita: teoretychnyi analiz [Media education: theoretical analysis]. *Zhurnalistyka, filolohii ta mediaosvita*. Poltava: Osvita.
11. Festinger L. (1957). *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford University Press.
12. Griffiths M., & Kuss D. (2017). Adolescent social media addiction (revisited). *Education and Health*, 29, pp. 49—52.
13. Hofstede G. (2001). *Culture's Consequences: Comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
14. Horodenko L. (2012). *Teoriia merezhevoi komunikatsii* [Theory of network communication]. Kyiv: Tsentr Vil'noi Presy ; Akademiia Ukrainskoi Presy.
15. Hou Y., Xiong D., Jiang T., Song L., & Wang Q. (2019). Social media addiction: Its impact, mediation, and intervention. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 13 (1).
16. Hovland C., Janis I., & Kelley H. (1953). *Communication and Persuasion: Psychological Studies of Opinion Change*. New Haven: Yale University Press.
17. Information for All Programme (2010). *UNESCO*. Available at: <https://www.unesco.org/en/ifap>.
18. Ishchenko A. Yu. (2015). Mediaosvita yak chynnyk pidvyshchennia yakosti osvity ta zasib protystoiannia humanitarnoi ahresii [Media education as a factor in improving the quality of education and a means of countering humanitarian aggression]. *Natsional'nyi instytut stratehichnykh doslidzen'*. Available at: <http://www.niss.gov.ua/articles/1795/>.
19. Ivanov V. (2012). *Mediaosvita ta mediagramotnist* [Media education and media literacy]. Kyiv: Tsentr vil'noi presy.
20. Ivanov V., & Shkoba O. (2012). Mediaosvita ta mediagramotnist: vyznachennia terminiv [Media education and media literacy: definition of terms]. *Informatsiine suspil'stvo*, 16, pp. 41—52.
21. Ivanov V., & Voloshenyuk O. (2012). *Mediaosvita ta mediagramotnist: pidruchnyk* [Media education and media literacy: textbook]. Kyiv: Tsentr vil'noi presy.
22. Ivanov V., Voloshenyuk O., & Mokrohuz O. (2015). *Mediagramotnist na urokakh suspil'nykh dystsyplin: plany-konspyky urokiv* [Media literacy in social studies lessons: lesson plans]. Kyiv: TsVP, AUP.
23. Kaplan A., & Haenlein M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53, pp. 59—68. Available at: <http://surl.li/ybxuqt>.
24. Kelman H. C. (1958). Compliance, Identification, and Internalization: Three Processes of Attitude Change. *Journal of Conflict Resolution*, 2 (1), pp. 51—60.

25. Kharris R. (2002). *Psikhologiiia massovykh komunikatsii* [Psychology of mass communications]. Praim-Yevroznaк.
26. Kholod O. (2016). Manipuliatsiia suspil'stvom: mutatsiya i inmutatsiya yak kontseptsii sotsial'no-komunikatsiinykh tekhnolohii [Manipulation of society: mutation and immutation as concepts of social communication technologies]. *Osvita rehionu*, 4, pp. 108—111.
27. Kontseptsii vprovadzhennia mediaosvity v Ukraini (2016) [Concept of implementing media education in Ukraine]. *Mediaosvita*. Available at: <http://surl.li/umnwb>.
28. Korneiev V. (2014). Komunikatsiini tekhnolohii yak zasoby proektyvannia sotsial'noi diisnosti [Communication technologies as means of projecting social reality]. *Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky*, 56, pp. 176—181.
29. Kraiinkova T. (2014). *Kultura mediaspozhyvannia v Ukraini: vid kons'yumerizmu do pros'yumerizmu* [Culture of media consumption in Ukraine: from consumerism to prosumerism]. Boryspil': Liuksar.
30. Litostans'kyi V., Danilenko V., Melezhyk V., Ivanova T., Voloshenyuk O., & Ivanov V. (2014). *Skhodyny do mediagramotnosti: prohrama dlia zahal'noosvitnikh navchal'nykh zakladiv 2—4 klasiv iz navchanniam ukrains'koiu movoiu, a takozh rosiiskoiu ta inshymy movamy natsional'nykh menshyn* [Steps to media literacy: A program for general education institutions for grades 2-4 in the Ukrainian language, as well as Russian and other minority languages]. Kyiv: AUP, TsVP.
31. Lytvyn A. (2009). Zavdannia mediaosvity v konteksti pidvyshchennia yakosti profesiynoi pidhotovky [Tasks of media education in the context of improving the quality of professional training]. Available at: <http://surl.li/sbaoqa>.
32. Masterman L. (1997). A Rational for Media Education. *Media Literacy in the Information Age*, pp. 15—68. New Brunswick ; London: Transaction Publishers.
33. Morsy Z. (1984). *Media Education*. Paris: UNESCO.
34. Nazariuk T. (2012, December 6). Iz nevinnykh zhartiv — u novynni [From innocent jokes to news]. *Media Sapiens*. Available at: <http://surl.li/jtwfeq>.
35. Onkovych H. V. (2010). Mediaosvita v Ukraini: suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku [Media education in Ukraine: current state and development prospects]. *Naukovyi visnyk Volynskoho natsionalnoho universytetu imeni Lesi Ukrainky. Serii "Filolohichni nauky"*, 21, pp. 235—239.
36. Pocheptsov H., & Chukut S. (2006). *Informatsiina polityka* [Information policy]. Kyiv: Znannia.
37. Rizun V. (2003). *Masy* [Masses]. Kyiv: VPTs "Kyivskiy universytet."
38. Rizun V., & Tsymbalenko Ye. (2013). Mediakomunikatsii: do vyznachennia poniat [Media communications: towards the definition of concepts]. *Ukrains'ke zhurnalistykoznavstvo*, 14, pp. 50—56.
39. Robak V. (2002). Mediapedahohika: analiz innovatsiynoho zarubizhnogo dosvidu [Media pedagogy: analysis of innovative foreign experience]. *Dialoh kul'tur: Ukraina u svitovomu konteksti: Filozofii osvity*, 8, pp. 70—92.
40. Sheibe S., & Rohou F. (2017). *Mediagramotnist* [Media literacy]. Kyiv: Tsentr Vil'noi Presy, Akademiia Ukrainskoi Presy.
41. Shostak I. (2021). *Anketuvannia: metodychni rekomendatsii shchodo orhanizatsii ta provodennia sotsiologichnoho doslidzhennia* [Surveying: methodological recommendations for organizing and conducting sociological research]. Ostroh, 2021.
42. Skobeleva O. (2019). Skhil'nist' do manipul'atyvnoi povedinky v pidlitkovomu vitsi [Tendency to manipulative behavior in adolescence]. *Insait: psykholohichni vymiry suspil'stva*. Available at: <http://surl.li/umnuj>.
43. Stewart K. (2003). Trust Transfer on the World Wide Web. *Organization Science*, 14 (1), pp. 5—17.
44. Zadorozhna I., & Kuznetsova T. (2008). Mediaosvita [Media education]. *Encyklopediia osvity*. Kyiv: Yurinkom Inter.
45. Pro media : Zakon Ukrainy (2022). [Law of Ukraine on media]. [Online database]. VRU. Available at: <http://surl.li/qjwqxc>.
46. Zrazhevskya N. (2012). *Rozuminnia mediakultury: komunikatsiya, postmodern, identychnist', ideolohii, mediakontrol* [Understanding media culture: communication, postmodernism, identity, ideologies, media control]. Cherkasy: Chabanenko Yu. A.

**Леся Городенко,**

докторка наук із соціальних комунікацій, професорка,  
кафедра соціальних комунікацій, Навчально-науковий інститут журналістики,  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

**Євген Цимбаленко,**

кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент,  
кафедра реклами та зв'язків з громадськістю,  
Навчально-науковий інститут журналістики,  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

**Марія Цимбаленко,**

Учениця, гімназія "Діалог" (м. Київ)

### **Підвищення довіри до інформації серед учнів старшої школи через тренінги з медіаграмотності**

У статті досліджено, як учні старшої школи здобувають інформацію та чи готові критично оцінювати новини, які споживають. Розглянуто вплив медіаграмотності на рівень довіри до інформації серед старшокласників, які використовують новини з різних джерел — від соціальних мереж до медіа.

Проаналізовано, наскільки молодь схильна приймати інформацію без сумнівів та чи готова розвивати навички критичного мислення через участь у тренінгах з медіаграмотності. Вивчено базові терміни та поняття, а також визначено основні джерела інформації серед старшокласників за допомогою опитувань. Виявлено, що більшість старшокласників зацікавлені в участі в таких тренінгах для підвищення рівня медіаграмотності та саморозвитку.

У статті наведено результати експерименту, під час якого респондентам було надано інструкції щодо механізмів виявлення фейкових новин. З'ясовано, що попередньо підготовлені учні критичніше ставляться до інформації з медіа, соціальних мереж і повідомлень від друзів. Дослідження виявило, що рівень довіри до інформації від батьків становить 75%, тоді як до інформації від друзів — 57%. Однак понад 50% респондентів безумовно довіряють новинам із соціальних мереж, хоча саме це джерело потребує найуважливішого ставлення до інформації. За результатами опитування також з'ясовано, що 66% респондентів розмірковують над фактами, здобутими з інтернету, а 90% готові розвивати навички критичного мислення.

Основні результати: визначено базові терміни та поняття; з'ясовано джерела інформації серед старшокласників (за допомогою опитувань); розроблено та запропоновано рекомендації адміністрації гімназії "Діалог" (Київ, Україна) для підвищення рівня медіаграмотності поміж старшокласників (на основі даних опитування); проведено пілотне тренування для старшокласників гімназії "Діалог" щодо потреби критичного сприйняття інформації з будь-якого джерела.

Під час дослідження використано такі методи: аналіз літератури, порівняння, опис, аналіз, синтез, статистичний аналіз, експертні опитування, інтерв'ю, опитування, контент-аналіз, експертний аналіз, абстрагування та узагальнення.

**Ключові слова:** довіра до інформації; медіаосвіта; медіаграмотність; джерела інформації; соціальні мережі; медіа; молодь (підлітки)

#### Список бібліографічних посилань

1. Binde J. Towards knowledge societies. Paris: UNESCO, 2005. 237 p.
2. Бржевська З., Гайдур Г., Аносов А. (2018). Вплив на достовірність інформації як загроза для інформаційного простору. *Кібербезпека: освіта, наука, техніка*. Том 2, № 2. С. 105—112. doi: 10.28925/2663-4023.2018.2.105112.
3. Chaiken Sh., Ledgerwood A. A Theory of Heuristic and Systematic Information Processing. *Handbook of Theories of Social Psychology*. 1980. Vol. 1.
4. Чорна О. "Опора": Основним джерелом інформації майже 80% українців є соціальні мережі. 10.07.2023. *Детектор медіа*. URL: <https://detector.media/infospace/article/213998/2023-07-10-opora-osnovnym-dzherelom-informatsii-mayzhe-80-ukraintsiv-ie-sotsialni-merezhi/>.
5. Considine D. Media Education in United States of America. *Educating for Media and the Digital Age: Country Reports*. 1999. P. 125—128. Austrian Federal Ministry of Education and Cultural Affairs & UNESCO.
6. Daft R. L., Lengel R. H. Information Richness: A New Approach to Managerial Behavior and Organization Design. *Research in Organizational Behavior*. 1984. № 6. P. 191—233.
7. Для 60% молоді інтернет-ЗМІ — головне джерело інформації у час виборів. *Новини здорової людини*. URL: <https://nzl.theukrainians.org/dlya-molodi-internet-zmi-golovne-dzherelo-informacziyi.html>.
8. Dorr A. Media Literacy. In N. J. Smelser & P. B. Baltes (Eds.). *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*. 2001. Vol. 14.
9. Достовірність. *Вікіпедія*. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Достовірність>.
10. Духаніна Н. Медіаосвіта: теоретичний аналіз. *Журналістика, філологія та медіа освіта* : всеукр. наук.-практ. конф. Полтава : Освіта, 2009. С. 102—104.
11. Festinger L. A Theory of Cognitive Dissonance. Stanford University Press, 1957. 291 p.
12. Griffiths M., Kuss D. Adolescent social media addiction (revisited). *Education and Health*. 2017. № 29. P. 49—52.
13. Hofstede G. Culture's Consequences: Comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations. 2nd ed. Thousand Oaks, CA : SAGE Publications, 2001.
14. Городенко Л. Теорія мережевої комунікації : монографія / за заг. наук. ред. В. Ф. Іванова Київ : Центр Вільної Преси ; Академія Української Преси, 2012. 387 с.
15. Hou Y., Xiong D., Jiang T., Song L., Wang Q. Social media addiction: Its impact, mediation, and intervention. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*. 2019. Vol. 13. № 1. Art. 4.
16. Hovland C., Janis I., Kelley H. Communication and Persuasion: Psychological Studies of Opinion Change. New Haven : Yale University Press, 1953. 315 p.
17. Information for All Programme. UNESCO. URL: <https://www.unesco.org/en/ifap>.
18. Іщенко А. Ю. Медіаосвіта як чинник підвищення якості освіти та засіб протистояння гуманітарної агресії : аналітична записка. *Національний інститут стратегічних досліджень* : офіційне інтернет-представництво. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/1795/> (дата звернення: 11.05.2018).

19. Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник / ред.-упор.: В. Ф. Іванов, О. В. Волошенко ; за науковою редакцією В. В. Різуна. Київ : Центр вільної преси, 2012. 352 с.
20. Іванов В., Шкоба О. Медіаосвіта та медіаграмотність: визначення термінів. *Інформаційне суспільство*. 2012. Вип. 16. С. 41—52.
21. Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник / ред.-упор.: В. Ф. Іванов, О. В. Волошенко ; за науковою редакцією В. В. Різуна. Київ : Центр вільної преси, 2012. 352 с.
22. Медіаграмотність на уроках суспільних дисциплін : плани-конспекти уроків / за ред. В. Іванова, О. Волошенко, О. Мокрогуза. Київ: ЦВП, АУП, 2015. 201 с.
23. Kaplan A., Haenlein M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*. 2010. № 53. P. 59—68. URL: <http://surl.li/ybxuqt>.
24. Kelman H. C. Compliance, Identification, and Internalization: Three Processes of Attitude Change. *Journal of Conflict Resolution*. 1958. № 2 (1). P. 51—60.
25. Харрис Р. *Психология массовых коммуникаций*. Санкт-Петербург : Прайм-Еврознак, 2002. 448 с.
26. Холод О. Маніпуляція суспільством: мутація й інмутація як концепції соціально-комунікаційних технології. *Освіта регіону*. 2016. № 4. С. 108—111.
27. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) / за ред. Л. А. Найдюнової, М. М. Слюсаревського. Київ, 2016. 16 с. *Медіаосвіта*. <https://mediaosvita.org.ua/wp-content/uploads/2016/12/wp-content/uploads/2016/12/концепція-медіаосвіти.pdf>.
28. Корнєєв В. Комунікаційні технології як засоби проектування соціальної дійсності. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2014. Т. 56. С. 176—181.
29. Крайнікова Т. Культура медіаспоживання в Україні: від консьюмеризму до просьюмеризму : монографія. Бориспіль : Люксар, 2014. Т. 317. С. 336—371.
30. Літостанський В. В., Даниленко В. І., Мележик В. П., Іванова Т. В., Волошенко О. В., Іванов В. Ф. Сходінки до медіаграмотності : навчальна програма для загальноосвітніх навчальних закладів 2—4 класів із навчанням українською мовою, а також російською та іншими мовами національних меншин / Інститут інноваційних технологій і змісту освіти Міністерства освіти і науки України, Інститут педагогічної освіти та освіти дорослих Національної академії педагогічних наук України, Академія української преси. Київ : АУП, ЦВП, 2014. 28 с
31. Литвин А. Завдання медіаосвіти в контексті підвищення якості професійної підготовки. URL: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Pippo/2009\\_4/Lytvyn.htm](http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Pippo/2009_4/Lytvyn.htm). (дата звернення 11.03.2017).
32. Masterman L. A Rational for Media Education. In *Media Literacy in the Information Age*. New Brunswick ; London : Transaction Publishers, 1997. P. 15—68.
33. Morsy Z. *Media Education*. Paris : UNESCO, 1984. 406 p.
34. Назарук Т. Із невинних жартів — у новинні. 6.12.2012. *Media Sapiens*. URL: <https://ms.detector.media/profstandarti/post/5473/2012-12-06-iz-nevynnykh-zhartiv-u-novynni/>.
35. Онкович Г. В. Медіаосвіта в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку. *Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. Серія "Філологічні науки"*. 2010. № 21. С. 235—239.
36. Почепцов Г., Чукут С. Інформаційна політика. Київ : Знання, 2006. 665 с.
37. Різун В. Маси. Київ : ВПЦ "Київський університет", 2003. 118 с.
38. Різун В., Цимбаленко С. Медіакомунікації: до визначення понять. *Українське журналістикознавство*. 2013. № 14. С. 50—56.
39. Робак В. Медіапедагогіка: аналіз інноваційного зарубіжного досвіду. *Діалог культур: Україна у світовому контексті: Філософія освіти*. 2002. № 8. С. 70—92.
40. Шейбе С., Рогоу Ф. Медіаграмотність. Київ : Центр Вільної Преси ; Академія Української Преси, 2017. 447 с.
41. Шостак І. Анкетування : методичні рекомендації щодо організації та проведення соціологічного дослідження. Острог, 2021. 40 с.
42. Скобелева О. В. Схильність до маніпулятивної поведінки в підлітковому віці. *Інсайт : психологічні виміри суспільства* : матеріали міжнар. конф. / ред. кол. : І. С. Попович, С. І. Бабатіна, І. Р. Крупник та ін. Херсон : Гельветика, 2019. Вип. 1 (16). С. 254—256.
43. Stewart K. Trust Transfer on the World Wide Web. *Organization Science*. 2003. № 14 (1). P. 5—17.
44. Задорожна І. Т., Кузнецова Т. В. Медіаосвіта. *Енциклопедія освіти* / Акад. пед. наук України ; гол. ред. В. Г. Кремень. Київ : Юрінком Інтер, 2008. 742 с.
45. Про медіа : Закон України від 13 грудня 2022 р. № 2849-IX. *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text>.
46. Зражевська Н. Розуміння медіакультури: комунікація, постмодерн, ідентичність, ідеології, медіаконтроль : монографія. Черкаси : Чабаненко Ю. А., 2012. 198 с.

Надійшла до редакції 7 жовтня 2024 року