

детектор медіа

ЗВІТ ПРО ДІЯЛЬНІСТЬ

2024—2025

Київ · 2025

Зміст

Про ГО «Детектор медіа»	3
Вступне слово Голови організації	4
Група онлайн-видань «Детектор медіа»	5
I. Сприяємо підвищенню якості медіаконтенту в Україні	7
1.1. Надаємо суспільству інструменти для контролю якості медіаконтенту	
1.2. Підтримуємо ініціативи журналістського саморегулювання та співрегулювання	
1.3. Сприяємо незалежності та сталому розвитку Суспільного мовлення	
1.4. Аналізуємо державну політику та роботу державних органів у сфері медіа	
1.5. Підвищуємо професійну компетентність журналістів та виробників контенту	
II. Лідерство в інноваціях у сфері медіаграмотності	14
2.1. Розвиваємо медіаграмотність різних аудиторій через контент	
2.2. Вимірюємо рівень медіаграмотності українців та сприяємо координації секторальних зусиль	
III. Протидіємо дезінформації та розширюємо можливості стратегічних комунікацій для ключових стейкхолдерів	20
3.1. Спростовуємо дезінформацію і протидіємо ворожим інформаційним втручанням (FIMI)	
3.2. Аналізуємо медіапростір і пропонуємо нові підходи до аналізу дезінформації і тем, які впливають на українське суспільство	
3.3. Привертаємо увагу міжнародної спільноти до викликів української медіасфери	
Команда	23
Наші донори	25
Ключові фінансові показники	26

Про ГО «Детектор медіа»

Громадську організацію «Детектор медіа» створили українські журналісти у січні 2004 року (до 2016 року організація мала назву ГО «Телекритика»). Уже понад 20 років ДМ поєднує функції незалежного медіа та аналітичного центру у сфері медіа, інформаційної політики, медіаграмотності та протидії дезінформації. Незмінною головою організації є її засновниця, відома українська журналістка та медіаекспертка Наталія Лигачова. За роки роботи команда ДМ стала однією з ключових експертних спільнот, що впливають на розвиток українського медіасередовища, просування журналістських стандартів, реформування медійного законодавства та розвиток демократичної культури споживання інформації в Україні.

Організація відома насамперед завдяки своїм медійним та аналітичним проектам, які поєднують створення контенту, моніторинг і дослідження медіапростору, розвиток медіаграмотності, адвокацію суспільних змін та модерування професійної дискусії в медійній сфері. Портал ДМ, «Антоніна», «MediaSapiens», «ДМ Суспільного», «DisinfoChronicle» та інші проекти організації є авторитетними платформами для журналістів, дослідників, державних інституцій, громадянського суспільства та широкої аудиторії. Особливу роль ДМ відіграє у сфері протидії російській пропаганді та дезінформації: організація системно досліджує інформаційні впливи Кремля, створює аналітичні звіти й освітні продукти, а також розробляє інноваційні формати медіаграмотності для різних аудиторій.

Після початку повномасштабного вторгнення Росії ДМ значно посилив свою діяльність у сфері документування та викриття дезінформації, дослідження інформаційних операцій і стратегічних комунікацій. Організація створила Центр досліджень дезінформації, англomовні інформаційні продукти та платформу DisinfoChronicle, що документує російські фейки та маніпуляції щодо війни проти України. Члени команди беруть участь у робочих групах і дорадчих органах при державних інституціях, проводять дослідження, тренінги та публічні заходи для журналістів, освітян, молоді, представників влади та громадянського суспільства. ДМ є членкинею Коаліції РПР і залишається одним із найвпливовіших українських центрів експертизи у сфері медіа та інформаційної стійкості суспільства.



Команда ГО «Детектор медіа» на Donbas Media Forum 2025. Зліва направо: Гала Скляревська, Вадим Міський, Наталія Лигачова, Галина Петренко, Оксана Наумова, Роман Дерезенко, Ірина Семенюта.

Вступне слово Голови організації

2024–2025 роки стали для української медіасфери ще одним випробуванням на витривалість. Війна тягнеться довше, ніж багато хто міг уявити, а разом із нею виснажуються люди, інституції, міжнародна увага. Для незалежних медіа та громадських організацій це був також період глибокої фінансової турбулентності, спричиненої кризою американської підтримки та згортанням програм USAID. Ми побачили, наскільки вразливою може бути екосистема, яка роками трималася на міжнародній солідарності. Але ми також побачили інше: українські медіа з місією виявилися значно сильнішими, ніж здавалося. «Детектор медіа» зумів зберегти команду, диверсифікувати джерела підтримки і продовжити робити те, що вважає своїм обов'язком: захищати право суспільства на правдиву інформацію, критичне мислення і демократичну дискусію.



У час війни особливо легко виправдовувати спрощення, нетерпимість чи нехтування професійними стандартами, мовляв, «не на часі». Але саме в кризові періоди стає зрозуміло, навіщо суспільству незалежна журналістика, медіакритика і фаховий моніторинг. Ми продовжували аналізувати єдиний телемарафон і державне іномовлення, говорити про дисбаланси, політичні впливи, порушення стандартів та ризики надмірної централізації інформаційного простору. Ми підтримували ініціативи на кшталт «Медіаруху», адвокатували сильне й незалежне Суспільне мовлення, захищали сам принцип професійної солідарності та автономії медіа. Бо демократія втрачається не одномоментно. Вона розвивається поступово, через звикання до винятків. І наше завдання — не дозволити цьому стати новою нормою.

Російська дезінформація за ці роки стала ще агресивнішою, технологічнішою і точнішою у виборі цілей. Вона працює не лише через брехню, а й через втому, розчарування, недовіру, емоційне вигорання. Саме тому для нас такими важливими залишались дослідження інформаційних впливів, моніторинг російських наративів у соцмережах і телеграмі, а також медіаосвітні проекти для різноманітних аудиторій. Ми бачимо, як медіаграмотність в Україні перестає бути абстрактною «корисною навичкою» і стає елементом національної стійкості. Водночас вона є частиною зрілості суспільства, яке вчиться не лише захищатися від пропаганди, а й відповідально ставитися до власного інформаційного середовища.

Останні роки навчили нас не чекати швидких рішень і не будувати ілюзій. Але вони також показали, що українське суспільство має значно більший запас міцності, ніж багато хто у світі уявляв. І, можливо, навіть більший, ніж ми самі колись про себе думали. Ми вдячні кожному партнерові, читачу, членові Спільноти ДМ, колезі по цеху й донору, які допомогли нам пройти цей період. Найтемніша ніч справді буває перед світанком, але світанок не настає сам собою. Його наближають люди, які продовжують робити свою роботу чесно і відповідально, навіть коли важко. Саме такими людьми є команда «Детектора медіа». І саме тому ми продовжуємо працювати. Слава Україні!

Наталія Лигачова,
Голова ГО «Детектор медіа»

Група онлайн-видань «Детектор медіа»

Історія ГО «Детектор медіа» розпочалася з розвитку та підтримки вебсайту «Телекритика» — одного з перших в Україні онлайн-видань та першого медіа про журналістику, медіаринок і свободу слова. Назву «Телекритика» організація використовувала до 2016 року. Сьогодні організаційне забезпечення роботи групи онлайн-видань здійснює ТОВ «Детектор медіа», тоді як громадська організація підтримує створення інформаційних, аналітичних і дослідницьких матеріалів, що відповідають її місії та суспільно важливим напрямам діяльності.

Ключові аудиторні показники групи онлайн-видань у 2024–2025 роках

ПЛАТФОРМА	2024	2025
Вебсайти	▶ 16+ млн переглядів, 6,6+ млн відвідувачів	▶ 16+ млн переглядів, 9+ млн відвідувачів
Youtube	▶ 12 млн	▶ 1,3 млн
Facebook	▶ 11,3 млн	▶ 26 млн
Instagram	▶ 2,6 млн	▶ 5,5 млн
Telegram	▶ 18 млн	▶ 12,1 млн

Наші видання

детектор медіа

Нішеве онлайн-видання та провідний watchdog українського медіапростору, що поєднує функції професійного медіа, аналітичного центру та платформи для фахової дискусії. Цільова аудиторія — журналісти, редактори, медіаменеджери, представники державних інституцій, громадського сектору, міжнародних організацій, дослідники, викладачі та студенти журналістики. Видання висвітлює медіаринок, інформаційну політику, реформи в медіасекторі, протидію дезінформації, діяльність суспільного мовлення, а також публікує моніторинги медіаконтенту, дослідження, аналітику, інтерв'ю та колонки провідних експертів. «Детектор медіа» є одним із ключових українських майданчиків для аналізу російської пропаганди, інформаційних операцій і стану свободи слова.

АНТОНІНА

«Антоніна» — популярний медіатаблід і культурно-медійний проєкт «Детектора медіа», присвячений українському телебаченню, шоу-бізнесу, попкультурі та медіаперсонам. Видання поєднує іронічний стиль, критичний погляд на телевізійний та цифровий контент і водночас виконує функцію медіакритики для широкої аудиторії. «Антоніна» аналізує телевізійні формати, поведінку медійних зірок, тренди українського та російського розважального контенту, а також вплив попкультури на суспільні настрої й інформаційне середовище. Проєкт має впізнаваний авторський стиль і є одним із найцитованіших українських ресурсів про медіакультуру.

ДМ media sapiens

«MediaSapiens» — провідне українське онлайн-видання з медіаграмотності та критичного мислення, засноване у 2010 році. Його місія — допомагати широкій аудиторії орієнтуватися в сучасному інформаційному середовищі, розпізнавати маніпуляції, фейки та пропаганду, а також формувати навички відповідального медіаспоживання. Ресурс поєднує пояснювальну журналістику, аналіз глобальних медіатрендів, дослідження інформаційних впливів, матеріали про цифрову безпеку, соціальні мережі та медіаосвіту. Після початку повномасштабної війни «MediaSapiens» став одним із ключових українських майданчиків для системного спростування російської дезінформації та популяризації практик інформаційної стійкості.

ДМ суспільного

«Суспільне. Детектор медіа» — спеціалізоване видання про суспільне мовлення в Україні та світі, засноване у 2010 році. Це незалежний експертний майданчик, присвячений реформі Суспільного мовника, питанням редакційної незалежності, медійної політики та розвитку якісного публічного контенту. Видання висвітлює діяльність НСТУ, аналізує виклики й тенденції суспільного мовлення, публікує інтерв'ю, аналітику, моніторинги та матеріали про міжнародний досвід public service media. Проєкт став одним із найавторитетніших джерел інформації про реформу суспільного мовлення в Україні.

#DisinfoChronicle

«DisinfoChronicle» — міжнародний проєкт ГО «Детектор медіа», створений після початку повномасштабного вторгнення Росії у 2022 році для системного документування та аналізу російської дезінформації. Платформа акумулює спростовані фейки, маніпуляції та пропагандистські наративи, зібрані як командою «Детектора медіа», так і українськими та міжнародними фактчекерами. Проєкт також відстежує інформаційні операції Росії в різних країнах і став важливим ресурсом для дослідників, журналістів та експертів із протидії дезінформації.

ДМ ЗМІ для змін

«ЗМІ для змін» — проєкт ГО «Детектор медіа», покликаний зробити діяльність громадянського суспільства більш видимою та зрозумілою для українських медіа й широкої аудиторії. Проєкт розповідає про ініціативи громадських організацій, локальних активістів і волонтерських спільнот, показує їхній внесок у просування реформ, розвиток демократії та зміцнення соціальної згуртованості. Окрему увагу ресурс приділяє аналізу державної політики щодо громадянського суспільства, викликам для громадського сектору та історіям успішних змін, які часто залишаються поза увагою великих медіа.

detéctor media

Англomовна версія «Детектора медіа», створена для міжнародної аудиторії — іноземних журналістів, дослідників, дипломатів, аналітичних центрів та зацікавленої аудиторії. Ресурс публікує аналітику про російську дезінформацію та інформаційні маніпуляції, результати моніторингів українського інформаційного простору, дослідження пропагандистських наративів, а також пояснює особливості українського медіасередовища та впливу війни на нього. Видання стало важливим джерелом інформації про інформаційну війну Росії проти України для міжнародної експертної спільноти.

I. СПРИЯННЯ ПІДВИЩЕННЮ ЯКОСТІ МЕДІАКОНТЕНТУ В УКРАЇНІ

1.1. Надаємо суспільству інструменти для контролю якості медіаконтенту

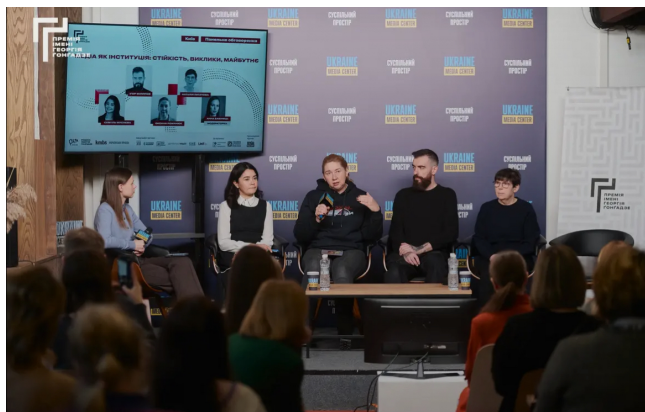
«Детектор медіа» проводить різні види моніторингу якості медіаконтенту, тим самим сприяючи зростанню попиту на якісний контент та розширюючи можливості різних стейкхолдерів щодо його контролю.

Моніторинги інформаційного телебачення

У 2024–2025 роках «Детектор медіа» здійснював комплексний моніторинг телемарафону «Єдині новини» та телемарафону Суспільного, поєднуючи кількісний аналіз ефіру з тематичним дослідженням представлених голосів і тем.

- **Щотижневий кількісний моніторинг телемарафонів «Єдині новини» та Суспільного.** Національний медіаексперт Ігор Куляс аналізував дотримання журналістських стандартів, структуру ефіру та ключові тенденції в інформаційному мовленні. Моніторингові звіти регулярно ставали предметом обговорення всередині редакцій, які створюють телемарафон «Єдині новини».
- **Щоденний тематичний моніторинг телемарафонів «Єдині новини» та Суспільного.** У межах цього напрямку щомісяця публікувалися аналітичні звіти «Обличчя марафону “Єдині новини” та Суспільного: кому давали слово найчастіше», присвячені балансу гостей, тематичним пріоритетам, політичному представництву та гендерному складу ефірів.

До травня 2024 року моніторинг охоплював спільний телемарафон «Єдині новини», частиною якого було й Суспільне. Після виходу Суспільного 21 травня 2024 року дослідження фактично почали порівнювати два різні підходи до інформаційного мовлення: телемарафон «Єдині новини» та окремий марафон Першого каналу Суспільного. Саме після цього різниця стала особливо помітною. «Єдині новини» поступово звузили коло гостей, частіше спиралися на повторюваних спікерів, офіційних речників і представників влади, а кількість живих дискусій та різних точок зору скоротилася. Водночас Суспільне почало відігравати роль окремого майданчика для ширшої суспільно-політичної дискусії, збільшивши кількість унікальних гостей, регіональних голосів та представників різних парламентських сил.



Наталія Лигачова серед спікерів дискусії «Медіа як інституція: стійкість, виклики, майбутнє», що відбулася в межах шостих «Медіаднів Премії імені Георгія Гонгадзе», 2025

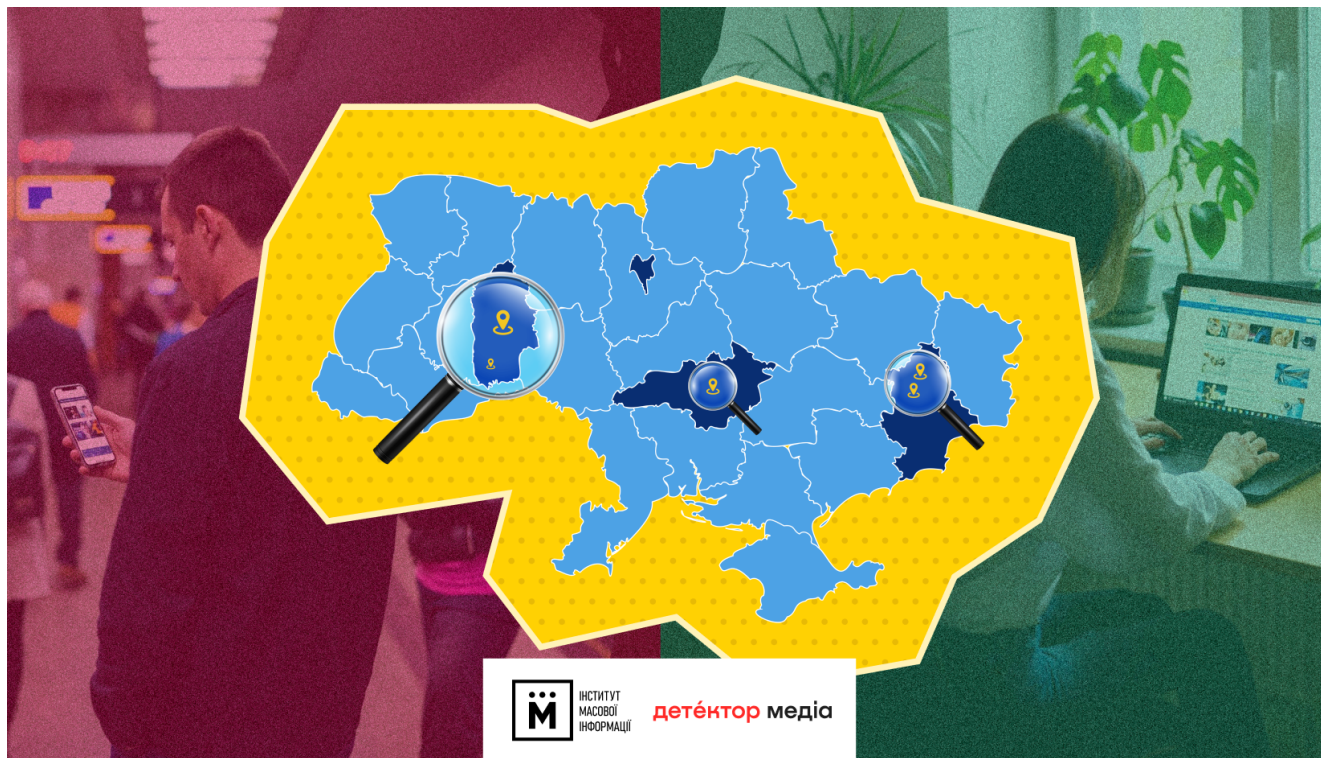
У 2025 році ці тенденції стали системними. Телемарафон «Єдині новини» зберіг фокус на війні, міжнародній тематиці та офіційному порядку денному, однак внутрішньополітичним темам і дискусіям приділялося менше уваги навіть у періоди резонансних подій. У структурі ефіру помітно зросла роль офіційних коментаторів і речників, що зробило комунікацію більш вертикальною за форматом. Суспільне натомість стабільно демонструвало ширший тематичний і політичний спектр, більше унікальних гостей та дещо кращий гендерний баланс, хоча проблема недостатньої представленості жінок-експертів залишалася характерною для обох форматів. Загалом моніторинги фіксують поступове розходження моделей інформаційного мовлення: «Єдині новини» дедалі більше концентрувалися на оперативному офіційному інформуванні, тоді як Суспільне — на розширенні спектра суспільної дискусії.

До лютого 2025 року «Детектор медіа» також здійснював щоденний моніторинг телемарафону FREEDOM, щомісячні огляди інформаційних телеканалів і щомісячний моніторинг політичних токшоу. Наразі ці напрями моніторингу були призупинені через нестачу фінансування після припинення підтримки з боку USAID, натомість моніторинги телемарафонів «Єдині новини» та Суспільного мовлення — продовжуються.

Мапа рекомендованих медіа

«Мапа рекомендованих медіа» — спільний проєкт ГО «Детектор медіа» та ГО «Інститут масової інформації», який систематизує українські медіа, що дотримуються професійних стандартів, мають прозору структуру власності, зрозумілу редакційну політику та працюють без системних порушень журналістської етики. Мапа охоплює національні, регіональні й локальні редакції та фактично є публічним орієнтиром для аудиторії, донорів, рекламодавців і партнерських організацій.

У 2024–2025 роках було проведено три хвилі моніторингу й оновлення Мапи. У 2024 році відбулися дві хвилі: навесні на Мапі було 176 медіа, а восени — вже 205. У 2025 році, за результатами чергового моніторингу, кількість рекомендованих ресурсів зросла до 253; для цього було оцінено 296 редакцій.



Мапа рекомендованих медіа від ДМ та ІМІ

Вплив проєкту на медіаландшафт України полягає в тому, що він створює видиму систему координат для якості в медіа. Для редакцій це стимул працювати прозоріше й уважніше до стандартів, для аудиторії — спосіб швидше відрізнати надійні джерела від проблемних, для партнерів і донорів — інструмент ухвалення рішень про співпрацю. У воєнний час така мапа також посилює інформаційну стійкість: вона підтримує довіру до професійної журналістики там, де російська пропаганда намагається розмити сам критерій достовірності.

Сайт «Детектор медіа» як головний майданчик для медіакритики і осмислення змін у медіаландшафті

У 2024–2025 роках «Детектор медіа» залишався ключовим майданчиком медіакритики та аналітики в Україні, системно досліджуючи не лише новинний контент, а й ширший культурний та інформаційний медіаландшафт. Команда аналізувала документальні й ігрові серіали, тенденції нових медіа, трансформацію публічних наративів і цінностей, які поширюються через медіапродукти та цифрові платформи.

У квітні 2024 року «Детектор медіа» запустив медіатаблоїд «Антоніна» під керівництвом артоглядачки й телеведучої Лени Чиченіної. Проект швидко сформував власну аудиторію завдяки поєднанню іронічного стилю з професійним поглядом на український серіальний контент, нові медіа та внутрішню кухню медійної індустрії. «Детектор медіа» також публікує огляди фільмів і серіалів від відомих критиків — Дмитра Десятерика, Ярослава Підгори-Гвяздовського, Андрія Кокотюхи та інших авторів.

1.2. Підтримуємо ініціативи журналістського саморегулювання та співрегулювання

Експерти «Детектора медіа» входять до ключових органів саморегуляції — **Комісії з журналістської етики** та **Незалежної медійної ради**. Ці організації покликані заохочувати суспільний попит на якісну журналістику. Експерти «ДМ» брали участь у засіданнях цих органів, пропонували справи, які потребують розгляду органами, висвітлювали їхні рішення на вебпорталі та надавали інформацію широкій громадськості про журналістське саморегулювання. Експертка ГО «Детектора медіа» Світлана Остапа взяла участь у розгляді 45 рішень та низки рекомендацій Комісії журналістської етики.



Члени і членкині КЖЕ — Тетяна Лебедева, Олексій Погорелов, Ліза Кузьменко, Андрій Куликов, Світлана Остапа, Ліна Куц, Анна Мурликіна

У 2024–2025 роках «Детектор медіа» також долучився до розвитку механізмів журналістського співрегулювання в Україні, ставши співзасновником **Органу співрегулювання у сфері онлайн-медіа**. До правління організації було обрано директорку ГО «Детектора медіа» Галину Петренко. Наразі орган співрегулювання зосереджений на розробці критеріїв визначення онлайн-медіа — механізму, який у перспективі може стати одним із інструментів для регулювання з боку Національної ради з питань телебачення і радіомовлення незареєстрованих онлайн-медіа, анонімних телеграм-каналів та блогерів. «Детектор медіа» системно висвітлює роботу органів співрегулювання, а також професійні й суспільні дискусії навколо фундаментальних змін у сфері медіарегулювання та імплементації нового медійного законодавства.

У 2024–2025 роках «Детектор медіа» продовжив брати участь в роботі **Медіаруху** — ініціативи, започаткованій «ДМ» у 2019 році як об'єднаний голос незалежних українських медіа та журналістів для захисту свободи слова, підтримки незалежних медіа й журналістів, а також утвердження професійних стандартів у медіасередовищі. Протягом 2024–2025 років Медіарух зробив низку публічних заяв щодо свободи слова, захисту журналістів, медіарегулювання та доступу до інформації в умовах війни. Заяви Медіаруху були зосереджені насамперед на захисті незалежної журналістики від політичного, адміністративного чи силового тиску, реагуванні на випадки перешкоджання роботі журналістів, нападів і погроз медійникам, а також на захисті права суспільства на доступ до суспільно важливої інформації. Значна увага приділялася питанням прозорості державних рішень, відкритості парламенту, доступу до судових реєстрів, ролі Суспільного мовлення та ризикам надмірного обмеження інформації під приводом безпеки. Окремим напрямом роботи залишалася міжнародна адвокація — привернення уваги до злочинів Росії проти українських журналістів, вимоги звільнення медійників із полону та підтримка незалежних українських медіа в умовах фінансової кризи після скорочення міжнародної допомоги.

Ініціатива «МедіаЧек», започаткована у 2019 році ГО «Детектор медіа» спільно з Інститутом масової інформації, продовжувала працювати у 2024–2025 роках як незалежний механізм розгляду скарг на порушення журналістських стандартів та професійної етики в українських медіа. Ініціатива розглядала звернення аудиторії, журналістів, редакцій і героїв публікацій щодо можливих порушень Кодексу етики українського журналіста, стандартів достовірності, балансу, відокремлення фактів від коментарів, мови ворожнечі та інших професійних норм. За два роки в межах роботи «МедіаЧеку» було підготовлено й оприлюднено 31 офіційний висновок за результатами розгляду скарг, що надходили на адресу ініціативи. Висновки «МедіаЧеку» регулярно ставали предметом публічної професійної дискусії та використовувалися редакціями, журналістами й медіаекспертами як орієнтир у питаннях дотримання журналістських стандартів. Внаслідок кризи фінансування в секторі, спричиненої припиненням програм USAID на початку 2025 року, робота ініціативи була призупинена, однак за роки існування «МедіаЧек» став одним із небагатьох в Україні постійних інструментів незалежного саморегулювання медіасфери.

1.3. Сприяємо незалежності та сталому розвитку Суспільного мовлення

Реформування державних телерадіокомпаній у Суспільне мовлення є одним із давніх пріоритетів «Детектора медіа». Організація брала участь у розробці законодавства про Суспільне мовлення та продовжує долучатися до впровадження реформи через експертну, адвокаційну, моніторингову й публічну діяльність. Двоє експертів ГО «Детектор медіа» були обрані до Наглядової ради НСТУ на конкурсних засадах: Світлана Остапа від фракції політичної партії «Голос» у Верховній Раді України, Вадим Міський від громадських об'єднань у сфері захисту інтересів дітей та молоді.

У 2024–2025 роках «Детектор медіа» продовжував адвокатувати посилення гарантій фінансової та редакційної незалежності Суспільного мовлення. У державному бюджеті на 2025 рік на фінансування НСТУ було передбачено близько 2,2 млрд грн, а у проекті бюджету на 2026 рік — близько 2,5 млрд грн. Питання належного фінансування Суспільного залишалося важливим і в контексті європейської інтеграції України.

У квітні 2025 року Наглядова рада Суспільного провела вибори голови правління НСТУ, які Європейська комісія в осінньому звіті про розширення ЄС оцінила як такі, що пройшли за відкритою, конкурентною та заснованою на заслугах процедурою. У тому ж звіті Єврокомісія закликала Україну «підтримувати належне фінансування Суспільного мовника, щоб

забезпечити можливість незалежних суспільних медіа виконувати свою роль, визначену законодавством України, і гарантувати, щоб контент, створений за кошти громадян, відображав політичний і суспільний плюралізм України».



Наглядова рада Суспільного обирає нового голову правління компанії, 2025

1.4. Аналізуємо державну політику та роботу державних органів у сфері медіа

У 2024–2025 роках «Детектор медіа» продовжив системно **аналізувати діяльність ключових державних органів у сфері медіа**, зокрема Національної ради з питань телебачення і радіомовлення, профільних парламентських комітетів, Міністерства культури та стратегічних комунікацій, Держкомтелерадіо та інших інституцій, відповідальних за формування та реалізацію медіаполітики. Організація регулярно висвітлювала законодавчі зміни у сфері медіа, свободи слова та цифрового регулювання, процес імплементації нового Закону «Про медіа», розвиток механізмів співрегулювання, а також рішення й практику медіарегулятора. Значна увага приділялася моніторингу державного фінансування медіасектору та виробництва контенту, зокрема розподілу бюджетних коштів на телемарафони «Єдині новини» і FreeDom, канал «Рада», підтримку Суспільного мовлення та інші державні медійні проекти. Експерти «Детектора медіа» також брали участь у роботі профільних робочих груп, консультативних органів і професійних дискусіях щодо подальшого розвитку медіареформ та гарантій незалежності медіасередовища в Україні.

У 2024–2025 роках ГО «Детектор медіа» курувала напрям медійної політики у межах проекту **RES-POL** («Rapid Expert Support for Culture and Media Policies in Ukraine»), який реалізувався Агенцією економічного розвитку PPV за підтримки Європейського Союзу. Проект був спрямований на аналіз ключових викликів у сфері культури та медіа, оцінку державної політики та підготовку рекомендацій для подальшого реформування сектору відповідно до європейських стандартів і потреб повоєнного відновлення України. До роботи над документами з питань державної політики у сфері медіа були залучені експерти медіасфери, представники регуляторних органів, журналісти, медіаменеджери та учасники ринку, головним експертом сектора «Медіа» у проекті став програмний директор ГО «Детектор

медіа» Вадим Міський. Підготовлені документи використовувалися як основа для професійних дискусій, адвокації медіареформ та напрацювання рішень у сфері медіаполітики, свободи слова та інформаційної стійкості. Ключові з підготовлених документів:

- Базовий звіт «Істотні питання політики: медіа»;
- Базовий звіт «Вплив війни на український медіасектор»;
- Стратегічний бриф «Українські публічні медіа: як зробити їх незалежними та ефективними»;
- Стратегічний бриф «Роль держави в повоєнному відновленні плюралістичного медіаландшафту».

1.5. Підвищуємо професійну компетентність журналістів та виробників контенту

Онлайн-школа «Якісний дебют у журналістиці 2.0» у 2024 році об'єднала 27 учасників, відібраних із 205 заявок. Школа була орієнтована на студентів медійних спеціальностей та молодих журналістів без значного професійного досвіду з різних регіонів України, зокрема й тих, хто через війну тимчасово перебуває за кордоном, але продовжує навчання в українських вишах. Навчання проходило у форматі чотирьох онлайн-модулів, які поєднували лекції, практичні завдання, розбір домашніх робіт та менторську підтримку. Лекторами й менторами школи стали відомі українські журналісти та медіаексперти, зокрема Власта Лазур, Тетяна Троцинська, Отар Довженко, Альона Романюк, Лариса Денисенко, Анастасія Руденко та інші. Упродовж курсу учасники працювали над власними журналістськими матеріалами у жанрах репортажу, інтерв'ю та аналітичної статті, отримуючи індивідуальний редакторський супровід. Найкращі випускники школи отримали можливість пройти стажування та розпочати співпрацю з українськими медіа й медійними організаціями.



Випускники другого сезону Школи відповідального блогерства «ШВАБРА»

Школа відповідального блогерства «ШВАБРА». У 2024–2025 роках ГО «Детектор медіа» спільно з ГО UMIND провели два сезони Школи відповідального блогерства «ШВАБРА» для молодих контент-крейторів із уже сформованою аудиторією в Instagram, TikTok та YouTube. Учасники проходили офлайн- та онлайн-навчання, присвячене медіаграмотності, фактчекінгу, протидії дезінформації, відповідальному веденню блогів і створенню суспільно-важливого українськомовного контенту. Загалом у двох наборах взяли участь 30 блогерів із різних регіонів України, які створили понад 160 відео із сумарним охопленням у майже десять мільйонів переглядів. Наприкінці 2025 року відбулася перша зустріч Спільноти відповідальних блогерів випускників, яка об'єднує випускників проекту. Проект спрямований на розвиток серед молодих інфлюенсерів навичок відповідальної комунікації та критичного мислення, що є особливо важливим в умовах, коли значна частина молоді аудиторії отримує інформацію саме через соцмережі та блогерський контент.

ГО «Детектор медіа» створила **освітній відеокурс «Відсіч дезінформації»**, щоб допомогти українській аудиторії краще орієнтуватися в умовах інформаційної війни та посилити навички критичного мислення. Курс складається із семи відеоуроків за участі провідних українських експертів у сферах медіаграмотності, фактчекінгу, стратегічних комунікацій і цифрової безпеки, а його ведучою стала журналістка Наталя Соколенко. У межах курсу учасникам пояснюють, як працюють стратегічні комунікації та російська дезінформація в соцмережах, як перевіряти інформацію, розпізнавати маніпуляції, фейки й дипфейки, захищатися від цифрових загроз та обирати надійні джерела інформації. Курс покликаний «допомогти користувачам зрозуміти загрози сучасної інформаційної війни та навчитися протистояти їм». Загальна тривалість курсу становить 3 години 42 хвилини, а сам він орієнтований насамперед на журналістів, освітян, активістів і всіх, хто прагне розвивати власну медіаграмотність та допомагати робити це своєму оточенню.



Професорка Лідія Смола та журналістка Наталка Соколенко у відеокурсі «Відсіч дезінформації»

II. ЛІДЕРСТВО В ІННОВАЦІЯХ У СФЕРІ МЕДІАГРАМОТНОСТІ

2.1. Розвиваємо медіаграмотність різних аудиторій через контент

Підтримка вебсайту «MediaSapiens»

Вебсайт «MediaSapiens» — Один із ключових майданчиків ГО «Детектор медіа» для розвитку медіаграмотності широкої аудиторії, що працює з 2010 року та допомагає аудиторії краще орієнтуватися в сучасному інформаційному середовищі: розуміти, як функціонують медіа, розпізнавати маніпуляції й фейки, перевіряти джерела та критично оцінювати інформацію

У 2024–2025 роках MediaSapiens багато уваги приділяв темам, які безпосередньо впливають на інформаційну безпеку українців: російській пропаганді, анонімним телеграм-каналам, штучному інтелекту й дипфейкам, онлайн-шахрайству, кібербезпеці, попкультурі як інструменту впливу, медіаосвіті та розвитку критичного мислення. Видання не лише пояснювало окремі інформаційні явища, а й допомагало аудиторії зрозуміти механізми, за якими працюють сучасні медіа та дезінформаційні кампанії.

Аудіовізуальні проєкти, що сприяють розвитку навичок медіаграмотності

Упродовж 2024–2025 років продовжував виходити подкаст «Медіуми», у якому експерти допомагають розібратися в історіях, у які нас втягує медіаіндустрія, та формують глибше розуміння сучасного медіаландшафту. Двічі подкаст входив до шортлиста індустріальної премії для подкастерів «Слушно» від MEGOGO Audio.



Вадим Міський, Наталка Соколенко та радник Президента України з питань комунікацій Дмитро Литвин під час запису подкасту «Медіуми» в офісі «Детектора медіа», 2024

У 2024 році Українське радіо запустило власний антифейковий проєкт **«Фейк-контроль»** у праймовому слоті. Проєкт спирається на регулярну аналітику дезінформації ГО «Детектор медіа» та допомагає аудиторії оперативно розпізнавати й розуміти ключові інформаційні маніпуляції. За підсумками 2025 року «Фейк-контроль» увійшов до п'ятірки найупізнаваніших фактчек-проєктів країни: в рамках національного дослідження «Індекс медіаграмотності українців», 4% респондентів назвали його серед ініціатив, що перевіряють точність і правдивість інформації в медіа.

До січня 2025 року за підтримки ГО «Детектор медіа» виходили сатиричні відеоблоги **«Ньюспалм»** та **«Локшину замовляли?»** в YouTube та ефірі телеканалів «Київ» та «24 канал» відповідно, які працювали з темами медіаграмотності, інформаційної гігієни та стійкості до дезінформації у форматі, близькому й зрозумілому для широкої аудиторії. Ці проєкти поєднували гумор, сатиру та аналіз інформаційних маніпуляцій. Вони не лише спростовували конкретні фейки, а й показували, як працює пропаганда: як створюються емоційні тригери, нав'язуються образи ворога, використовуються страх, обурення чи втома аудиторії. Через розважальний формат проєкти допомагали глядачам виробляти звичку критично ставитися до інформації та впізнавати маніпулятивні прийоми в повсякденному медіаспоживанні.

Команда вебсайту «Антоніна», проєкту ГО «Детектор медіа», готується до запуску нового відеоблогу у 2026 році.

Інформаційні кампанії

«Медіаграмотність — це свобода» разом з UNESCO. Наприкінці 2024 року ГО «Детектор медіа» за підтримки ЮНЕСКО у партнерстві з креативною агенцією «Spinus Agency» провели всеукраїнську інформаційну кампанію «Медіаграмотність — це свобода». Кампанія стала однією з найбільших публічних ініціатив у сфері медіаграмотності за час повномасштабної війни та була спрямована на те, щоб зробити критичне мислення частиною щоденних звичок українців. Її основою стали прості практичні правила взаємодії з інформацією: перевіряти джерела, не довіряти емоційним маніпуляціям, критично ставитися до анонімних телеграм-каналів і не поширювати неперевірений контент.



Промовідео кампанії «Медіаграмотність — це свобода» з акторкою Іриною Кудашовою — на найбільшому екрані країни, ТРЦ Gulliver, Київ

Кампанія мала масштабне мультимедійне охоплення. Для неї створили серію коротких відеороликів і цифрових матеріалів за участі українських журналістів, блогерів, акторів та публічних інфлюенсерів. Контент поширювали через національне телебачення, соціальні мережі, YouTube, цифрові рекламні носії у містах, а також у поїздах «Укрзалізниці», що дозволило донести повідомлення кампанії до мільйонів людей у повсякденному середовищі — під час поїздок, перегляду стрічок соцмереж чи споживання розважального контенту.

За оцінками ЮНЕСКО, кампанія охопила близько **12 мільйонів українців**. Це зробило її однією з наймасовіших ініціатив із популяризації медіаграмотності в Україні. Важливим результатом кампанії стало те, що тема інформаційної безпеки вийшла за межі експертного середовища й почала сприйматися як частина повсякденної культури: навичка перевіряти інформацію, розпізнавати маніпуляції та відповідально поводитися з контентом дедалі більше асоціюється не лише з освітою, а й із особистою та суспільною стійкістю під час війни.

Prebunking with Google. У 2024–2025 роках ГО «Детектор медіа» долучилася до розвитку в Україні підходу пребанкінгу — превентивної протидії дезінформації, яка допомагає аудиторії розпізнавати маніпуляції ще до зіткнення з конкретним фейком. Цей підхід просувають Google та Jigsaw — підрозділ Google, що займається протидією інформаційним загрозам у цифровому середовищі. В основі пребанкінгу — принцип «інформаційної вакцинації»: людям пояснюють типові техніки маніпуляції — емоційний тиск, конспірологію, поляризацію чи пошук «винних» — щоб у майбутньому вони могли швидше впізнавати й відкидати дезінформацію.

«Детектор медіа» став головним українським майданчиком, який зробив доступними матеріали кампанії для української аудиторії. На платформах організації публікували пояснення про механізми інформаційних атак, які Росія використовує у війні проти України, а також про те, як пропаганда працює через емоційне виснаження, посилення недовіри та суспільну поляризацію. Для ГО «Детектор медіа» ця робота стала продовженням системного підходу до медіаграмотності як елементу суспільної стійкості: медіа мають не лише перевіряти факти, а й допомагати аудиторії розуміти механізми маніпуляції та формувати критичне ставлення до інформації.

Осмислення ролі українських медіа у формуванні ідентичності суспільства

Книжка **«Українське радіо. Історія буремного століття»**, створена за підтримки ГО «Детектор медіа», стала важливим внеском організації у відзначення 100-річчя Українського радіо — першого українського мовника. Видання розповідає про столітню історію Українського радіо: від перших років мовлення, спротиву радянській цензурі та боротьби за українську мову до роботи в умовах повномасштабної війни, коли радіо знову стало одним із ключових джерел перевіреної інформації та суспільної єдності. У контексті медіаграмотності книжка допомагає осмислити, як медіа впливають на суспільство, чому незалежне мовлення є елементом демократичної стійкості та як інформаційний простір пов'язаний із питаннями свободи й безпеки.

Авторами книжки стали Вадим Міський та Тамара Гусейнова, ідейним натхненником — Дмитро Хоркін. Видання стало продовженням масштабної кампанії до 100-річчя Українського радіо, яку співкоординував програмний директор ГО «Детектор медіа» Вадим Міський. Як показало дослідження **«Індекс медіаграмотності українців 2025»**, кампанія охопила кожного четвертого українця й українку, а кожен восьмий долучився бодай до одного із заходів або активностей, присвячених сторіччю мовника.



Презентація книжки «Українське радіо. Історія буремного століття» на Книжковому Арсеналі

Книжка стала бестселером видавництва «Лабораторія» на Книжковому Арсеналі 2025 року. Серед інших протягом фестивалю її придбали прем'єр-міністр України Денис Шмигаль, голова Верховної Ради Руслан Стефанчук та п'ятий президент України Петро Порошенко. За підсумками року книга здобула головну індустріальну українську нефікшн-премію **KBU Awards 2025** у номінації «Історія». Після виходу відбулися її презентації та публічні дискусії у Києві, Одесі, Вінниці, Хмельницькому та низці міст і університетів України.

2.2. Вимірюємо рівень медіаграмотності українців та сприяємо координації секторальних зусиль

Щорічне соціологічне дослідження «Індекс медіаграмотності українців»

У 2024–2025 роках «Детектор медіа» продовжив системне дослідження рівня медіаграмотності українського суспільства, презентувавши четверту та п'яту хвилі щорічного дослідження «Індекс медіаграмотності українців».

Методологія дослідження. Методологію «Індексу медіаграмотності українців» розробила ГО «Детектор медіа» під керівництвом Марти Наумової, кандидатки соціологічних наук і старшої наукової співробітниці Інституту соціології НАН України. Концептуально вона спирається на підходи британського дослідника медіаосвіти Лена Мастермана та результати якісного етапу дослідження медіаспоживання українців, проведеного на замовлення ГО «Детектор медіа». Індекс базується на репрезентативному всеукраїнському опитуванні дорослого населення 18–65 років і оцінює медіаграмотність за чотирма основними субіндексами: розуміння ролі медіа в суспільстві, користування медіа, цифрова компетентність та чутливість до спотвореного контенту. Загалом методологія охоплює понад чотири десятки індикаторів, які вимірюють практики медіаспоживання, навички перевірки інформації, здатність розпізнавати маніпуляції та цифрову поведінку аудиторії. У 2024 році для розвитку дослідження була сформована Експертна рада, яка об'єднала ключових стейкхолдерів у сфері медіаграмотності та допомагає адаптувати методологію та інструментарій Індексу до нових інформаційних викликів. Одним із результатів цієї роботи стало додавання у п'ятій хвилі дослідження окремого субіндексу ШІ-грамотності, який оцінює рівень розуміння аудиторією можливостей і ризиків штучного інтелекту в інформаційному середовищі.



Презентація п'ятої хвилі Індексу медіаграмотності українців, Укрінформ, 2025

Основні результати. Дані четвертої хвилі, оприлюдненої у 2024 році за підсумками попереднього року, засвідчили, що після різкого зростання критичного сприйняття інформації в перший рік повномасштабної війни українське суспільство поступово входить у фазу інформаційної втоми: частка аудиторії з вищим за середній рівень показника знизилася з 81% до 76%, а частка людей із високим рівнем медіаграмотності — з 31% до 14%. Водночас дослідження зафіксувало позитивні зміни в практиках роботи з інформацією: кількість українців, які перевіряють інформацію на достовірність, за рік зросла з 24% до 33%, тоді як частка тих, хто ніколи не перевіряє медіаконтент, знизилася з 31% до 26%. Дослідження також підтвердило, що вищий рівень медіаграмотності демонструють молоді люди 18–25 років, зокрема завдяки цифровій компетентності, а нижчий — представники старшої вікової групи 56–65 років; рівень медіаграмотності також залежить від освіти, добробуту та місця проживання.

У 2025 році «Детектор медіа» презентував п'яту хвилю дослідження «Індекс медіаграмотності українців», яка підтвердила подальше поступове зниження показників після піку перших років великої війни: частка аудиторії з вищим за середній рівень показника становила 72%, зокрема 65% мали вищий за середній рівень медіаграмотності, а 7% — високий. Водночас 28% респондентів мали низький або нижчий за середній рівень медіаграмотності. Одним із ключових висновків дослідження стала емоційна втома від важкої інформації, пов'язаної з війною: результати п'ятої хвилі свідчать про зниження середньої кількості джерел, із якими знайомляться українці для отримання суспільно-політичних новин, визначеності щодо медіа та експертів, яким довіряють, і кількості тих, хто перевіряє достовірність контенту. Водночас чутливість українців до спотвореного контенту залишається стабільно високою протягом трьох років війни: у 2024 році 68% аудиторії мали високий або вищий за середній рівень чутливості до дезінформації, маніпулятивного контенту та замовних матеріалів проти 55% у 2021 році.

Вплив. Проведені «Детектором медіа» обговорення результатів дослідження у колі ключових стейкхолдерів стало драйвером рішень у сфері державної інформаційної політики та медіаграмотності: організація не лише публічно представила оновлені дані, а й інтегрувала їх у діалог із представниками влади, експертного середовища та міжнародними партнерами. У результаті дослідження стало доказовою базою для обґрунтування системних рішень у сфері медіаграмотності та орієнтиром для політик і програм, про що прямо заявила директорка департаменту стратегічних комунікацій і промоції української культури Міністерства культури України Ганна Красноступ: *«Шоста хвиля — це не просто соціологічне дослідження. Це матеріал, який дає нам підстави бачити тенденції, коригувати інформаційну політику, формувати її. Навички медіаграмотності дуже важливі».*

Оцінка рівня медіаграмотності окремих цільових груп за методологією Індексу медіаграмотності українців

У 2024–2025 роках «Детектор медіа» застосував методологію Індексу медіаграмотності українців для дослідження окремих соціальних і професійних груп. Ці дослідження були проведені у відповідь на запит державних органів, міжнародних партнерів та інших стейкхолдерів, які працюють у сфері медіаграмотності, стратегічних комунікацій та протидії дезінформації. Вони дозволили визначити специфічні особливості медіаспоживання, рівень критичного мислення та стійкості до дезінформації серед різних цільових аудиторій.

- **Індекс медіаграмотності: Українці 66+ (2024)**
Рівень медіаграмотності аудиторії 66+ суттєво нижчий, ніж серед українців 18–65 років: лише 45% представників цієї групи мають рівень медіаграмотності вищий за середній або високий проти 76% за підсумками відповідної хвилі загальнонаціонального дослідження. Лише 4% респондентів 66+ мають високий рівень медіаграмотності, 41% — вищий за середній, 43% — нижчий за середній, а 13% — низький. Водночас 55% отримують суспільно-політичну інформацію з телемарафону, 42% не користуються інтернетом, а інформацію перевіряють лише 29% опитаних проти 54% серед українців загалом.
- **Індекс медіаграмотності: внутрішньо переміщені особи (2024)**
Серед внутрішньо переміщених осіб 86% мають рівень медіаграмотності вищий за середній або високий, тоді як за підсумками відповідної хвилі загальнонаціонального дослідження цей показник становив 76%. Лише 2% ВПО мають низький рівень медіаграмотності, 13% — нижчий за середній, 67% — вищий за середній, а 19% — високий. 96% представників цієї аудиторії користуються інтернетом щодня або майже щодня, 72% отримують суспільно-політичну інформацію із соцмереж, 70% — із месенджерів; водночас інформацію перевіряють 49% ВПО проти 54% загальної аудиторії, але ті, хто перевіряє, роблять це ґрунтовніше.

■ **Індекс медіаграмотності: ветерани російсько-української війни (2024)**

Серед ветеранів російсько-української війни 80% мають рівень медіаграмотності вищий за середній або високий, тоді як за підсумками відповідної хвили загальнонаціонального дослідження цей показник становив 76%. Зокрема, 60% ветеранів мають рівень медіаграмотності вищий за середній, а 20% — високий; лише 3% продемонстрували низький рівень медіаграмотності, а 18% — нижчий за середній. Дослідження також засвідчило високий рівень цифрової залученості ветеранів та більш поширені практики перевірки інформації: 92% користуються інтернетом щодня або майже щодня, 59% перевіряють інформацію на достовірність (проти 54% серед українців 18–65 років), а 72% тих, хто перевіряє інформацію, шукають підтвердження новин в інших медіа.

■ **Індекс медіаграмотності працівників органів державної влади та місцевого самоврядування (2025)**

89% представників органів державної влади та місцевого самоврядування мають рівень медіаграмотності вищий за середній або високий: 72% — вищий за середній, 17% — високий. Для порівняння, за підсумками відповідної хвили загальнонаціонального дослідження серед українців 18–65 років ці показники становили 69% і 7% відповідно. 46% представників цієї групи мають високу чутливість до спотвореного контенту проти 31% серед загальної аудиторії, однак лише 33% користуються спеціальними інструментами перевірки інформації.

■ **Індекс медіаграмотності працівників сфери освіти (2025)**

93% працівників сфери освіти мають рівень медіаграмотності вищий за середній або високий: 77% — вищий за середній, 16% — високий. Для порівняння, за підсумками відповідної хвили загальнонаціонального дослідження серед українців 18–65 років ці показники становили 69% і 7% відповідно. 51% освітян демонструють високу чутливість до спотвореного контенту проти 31% серед населення загалом, 99% щодня користуються інтернетом, а 37% проходили курси чи тренінги з медіаграмотності проти 7% серед загальної аудиторії.

■ **Індекс медіаграмотності працівників медіасфери (2025)**

Працівники медіасфери продемонстрували найвищі результати серед усіх досліджених аудиторій: 99% мають рівень медіаграмотності вищий за середній або високий, з них 58% — вищий за середній, а 41% — високий. Для порівняння, за підсумками відповідної хвили загальнонаціонального дослідження серед українців 18–65 років ці показники становили 69% і 7% відповідно. 62% медійників мають високу чутливість до спотвореного контенту, 59% користуються спеціалізованими інструментами фактчекінгу, а 50% проходили тренінги з медіаграмотності проти 7% серед загальної аудиторії.

Вивчення практик медіаспоживання та оцінка рівня медіаграмотності підлітків віком 12–18 років

Наприкінці 2024 року «Детектор медіа» провів якісне дослідження **«Вивчення практик медіаспоживання та оцінка рівня медіаграмотності підлітків віком 12–18 років»**, результати якого були презентовані у січні 2025 року. У межах дослідження в грудні 2024 року було проведено шість фокус-груп із підлітками з різних регіонів України, щоб краще зрозуміти їхні інформаційні звички, рівень критичного мислення та ставлення до дезінформації. Дослідження показало, що ключовими платформами для підлітків є телеграм, ютуб, інстаграм і тікток: телеграм вони використовують насамперед для спілкування, новин і навчання, ютуб — для пізнавального та розважального контенту, а тікток — переважно для розваг. Водночас частина учасників не змогла чітко пояснити різницю між фейком, маніпуляцією та дезінформацією, а менше половини повідомили, що регулярно перевіряють інформацію кількома способами. Дослідження також показало, що більшість підлітків не сприймають медіаграмотність як окрему компетенцію, хоча фактично щодня стикаються з потребою оцінювати достовірність інформації в соцмережах і месенджерах.

III. ПРОТИДІЄМО ДЕЗІНФОРМАЦІЇ ТА РОЗШИРЮЄМО МОЖЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ ДЛЯ КЛЮЧОВИХ СТЕЙКХОЛДЕРІВ

3.1. Спростовуємо дезінформацію і протидіємо ворожим інформаційним втручанням (FIMI)

Протягом 2024–2025 років «Детектор медіа» продовжував системну роботу зі спростування дезінформації, фокусуючи зусилля на зміцненні інформаційної стійкості суспільства. Ключовим інструментом цієї діяльності є ресурс **DisinfoChronicle**, котрий агрегує спростування фейків, маніпуляцій, дезінформаційних вкидів та шахрайських схем навколо російсько-української війни. На ньому протягом 2024–2025 років опублікували 3803 матеріали. Продовжуємо розвивати DisinfoChronicle як хаб, що об'єднує не лише власні розслідування організації, а й робить доступними загалу напрацювання інших провідних українських та іноземних фактчекерів і дослідників дезінформаційних процесів.

Редакційна політика проекту спрямована на те, щоб наочно продемонструвати українській аудиторії глобальний характер інформаційних загроз. Публікації DisinfoChronicle свідчать, що сучасна дезінформація не має тематичних, географічних чи технологічних обмежень, проте базується на вичерпному переліку маніпулятивних методів, які можна однаково ефективно розпізнавати завдяки вивченню, як місцевого, так і міжнародного досвіду. Консолідація зусиль експертної спільноти та взаємна підтримка медійних організацій сприяють масштабнішому охопленню аудиторії та якісному ознайомленню громадян із результатами фахової перевірки інформації, що є критично важливим для формування «колективного імунітету» до ворожих інформаційних впливів.

3.2. Аналізуємо медіапростір і пропонуємо нові підходи до аналізу дезінформації і тем, які впливають на українське суспільство

Протягом 2024–2025 років Центр досліджень «Детектора медіа», очолюваний директоркою організації Галиною Петренко, зосереджував зусилля на комплексному аналізі актуальних суспільно-політичних процесів та їхнього відображення в інформаційному полі. Експерти організації оперативно реагували на ключові інфоприводи, готуючи ґрунтовні аналітичні тексти та дослідження, що розкривали механізми маніпуляцій навколо найбільш резонансних тем, як мобілізація в Україні, які Росія систематично використовує для дестабілізації суспільних настроїв в Україні.

Особливу увагу приділили моніторингу ситуації на тимчасово окупованих територіях України. Аналітики Центру досліджень «Детектора медіа» аналізували методи встановлення окупаційного контролю над інформаційною сферою, маніпулятивне висвітлення «відбудови» зруйнованого Росією житла та обмеження доступу цивільного населення до базових потреб, зокрема водопостачання. Також документували і аналізували факти примусової мобілізації українських громадян до лав російської армії та інші системні порушення прав людини й міжнародного права.



Керівниця Центру досліджень ДМ, директорка організації Галина Петренко

Окремим стратегічним напрямком став аналіз фундаментальних «опорних точок» російської пропаганди. Аналітичні продукти охоплювали широкий спектр тем: від експлуатації гасел «боротьби з фашизмом» та нібито «утисків релігійних меншин» до спроб делегітимізації української влади через роздмухування корупційних скандалів. Експерти ДМ відстежували еволюцію російської риторики щодо «червоних ліній» та методів залякування ескалацією, які росіяни адаптують під поточний міжнародний порядок денний. Важлива частина роботи була присвячена деконструкції міфів про «воєнні успіхи» Росії та аналізу маніпулятивних пропозицій Кремля щодо «мирних планів» завершення війни, які часто слугували інструментом саботажу реальних дипломатичних зусиль.

Центр досліджень продовжував вдосконалювати методологію збору та аналізу даних. Фахівці розробили нові підходи до моніторингу відеоцентричних соціальних медіа, зокрема TikTok, що дозволило виявити специфічні алгоритми поширення дезінформації. Окрім того, було проведено порівняльні дослідження діяльності російських дипломатичних представництв у США та Південно-Африканській Республіці, які продемонстрували, як агресор адаптує свої пропагандистські меседжі до специфіки різних регіонів світу, використовуючи дипломатичні канали як інструмент гібридної війни.

Деякі з досліджень “Детектора медіа”:

- **Як росіяни й колаборанти формують сприйняття проблем на територіях під і поза контролем Кремля через Telegram.** Росіяни конструюють в інформаційному просторі на тимчасово окупованих територіях України картинку світу, відповідно до якої українці, які живуть в окупації, мають просити надавати базові послуги і бути вдячними навіть за обіцянки покращення. Повний текст дослідження [тут](#).
- **Як Росія поглинає українських дітей в окупації.** Для дітей і молоді на тимчасово окупованих територіях України участь у російських воєнізованих і пропагандистських організаціях, змаганнях і конкурсах, де потрібно демонструвати прихильність до окупантів і їх культури, перетворюється на запоруку майбутнього професійного розвитку. Повний текст дослідження [тут](#).
- **Коли державні комунікації стають пропагандою. Як Росія використовує сторінки посольств у США та ПАР у твітері для поширення брехні.** Сторінки у X російських посольств у США і Південноафриканській республіці є способами поширення російської пропаганди. Для аудиторій кожної держави росіяни використовують відмінні методи. Тоді як російські посольства у США і ПАР у X діють більш реактивно і менш активно. Повний текст дослідження [тут](#).

- **Колишні ведучі каналів Медведчука і Мураєва залишаються єдиною мережею. Чи є вона проросійською?** Щонайменше 17 ведучих, які працювали на телеканалах NewsOne, 112 Україна, ZIK, НАШ, якими володіли проросійські політики, залишилися працювати у медіа. Їхня діяльність має ознаки інформаційної мережі. Одним із ключових зв'язків є спілкування із одними і тими ж експертами, які приходили до них на телеканали і взаємні візити на ефіри. Повний текст дослідження [тут](#).
- **За лаштунками «скролінгу»: дослідження пропаганди в українському сегменті TikTok.** Тікток стає джерелом інформації про політику. Алгоритми соцмережі не створюють запобіжників від того, щоб користувачі з України не споживали більше проросійської пропаганди, ніж власне новин. Повний текст дослідження [тут](#).

3.3. Привертаємо увагу міжнародної спільноти до викликів української медіасфери

Представники ДМ взяли участь у низці міжнародних подій та форматів, зокрема виступали на міжнародних майданчиках, акцентувавши увагу міжнародної спільноти на викликах української медіасфери:

- міжнародна програма Sida ITP «Media Development and Democratic Media-Regulation in a New Digital Era», присвячена демократичному медіарегулюванню, протидії дезінформації та адаптації медійного законодавства до стандартів ЄС (2–16 лютого 2024 року, Швеція);
- робочий візит до європейських інституцій у межах програми Sida ITP, присвячений інтеграції України до ЄС та викликам для української медіасфери (27–31 травня 2024 року, Брюссель);
- міжнародна програма Федерального уряду Німеччини «Resilience in view of Russian disinformation», присвячена стійкості демократичних суспільств до ворожої дезінформації (19–23 травня 2025 року, Німеччина);
- панельна дискусія про роль ШІ та чат-ботів у розповсюдженні FIMI за участі директорки ГО Галини Петренко, (16 грудня 2025 року, Косово);
- експертна зустріч із представниками країн НАТО про FIMI про Україну в країнах НАТО за участі директорки ГО Галини Петренко, штаб-квартира НАТО, (17 листопада 2025 року, Брюссель).



Галина Петренко взяла участь в адвокаційній зустрічі в штаб-квартирі НАТО в Брюсселі, 2025 рік

Команда

2024–2025 роки були для «Детектора медіа» насиченими й турбулентними. Наша команда теж змінювалася: до неї приходили нові люди, хтось із колег завершував роботу в ДМ. Тому тут ми зібрали тих, хто впродовж цих двох років зробив вагомий внесок у роботу наших редакційних, дослідницьких, програмних та адміністративних команд.

Органи управління ГО «Детектор медіа»

Загальні збори: Наталія Лигачова, Світлана Остапа, Наталія Соколенко, Андрій Куликов, Мар'яна Кучерук, Євген Булавка, Ганна Шерман, Андрій Черніков, Юлія Шелудько, Ярослава Шеремета, Ганна Ярошевич, Олена Журухіна

Правління: Ігор Когут, Тарас Петрів, Юрій Рубан, Світлана Конончук

Керівництво

Наталія Лигачова — засновниця і голова ГО «Детектор медіа», шефредакторка «Детектора медіа». Наталія створила організацію, яка виросла з «Телекритики» у медіа та аналітичний центр, і вже понад два десятиліття визначає її стратегічний та редакційний курс. Вона залишається одним із головних публічних голосів «Детектора медіа» у професійних дискусіях про стан українських медіа, свободу слова, журналістські стандарти та медійну політику.

Галина Петренко — директорка ГО «Детектор медіа», керівниця Центру досліджень «Детектора медіа». На ній — щоденне управління організацією та координація великої частини її дослідницької роботи. Галина також розвиває міжнародний напрям ДМ: працює з партнерами та представляє результати наших досліджень на міжнародних конференціях і експертних майданчиках.

Вадим Міський — програмний директор ГО «Детектор медіа». У його руках — програмний розвиток організації: від задуму нових напрямів і проєктів до партнерств, які допомагають їх реалізувати. Вадим координує роботу програмної команди та розвиток проєктів ДМ у сферах медіаграмотності, медійної політики, протидії дезінформації та підтримки якісних медіа. Значна частина його роботи — це також співпраця з українськими й міжнародними партнерами та пошук можливостей для розвитку нових ініціатив.

Редакційна команда

За щоденну роботу редакції «Детектора медіа» відповідали головна редакторка **Гала Скляревська**, заступниця шефредакторки **Світлана Остапа** та редактор текстів **Євген Бриж**.

Тексти, інтерв'ю, новини та інші матеріали для наших видань створювали журналістки **Наталія Данькова**, **Марія Спалек**, **Ірина Семенюта**, **Юлія Поліковська**, **Юлія Лавришин**, **Оксана Наумова**, **Лена Чиченіна**.

Над новинною стрічкою працювали **Валерія Буняк** та **Діана Горон**.

Напрямок моніторингів очолював оглядач **Ярослав Зубченко**, а за системний моніторинг теленовин відповідали **Ігор Куляс**, **Олександр Крумін** та **Мар'яна Олійник**.

За літературне редагування відповідали **Наталія Ганжа** та **Катріна Розкладай**, за візуальне оформлення матеріалів — більдредатор **Микола Шиманський**.

Наші матеріали знаходили свою аудиторію в соцмережах завдяки **Ірині Валюк-Антонішеній**, **Ользі Татохіній** та **Андрію Богдановичу**.

Центр досліджень

Разом із керівницею Центру досліджень **Галиною Петренко** роботу команди координували її заступники **Леся Бідочко** та **Олексій Півторак**. Досліджували дезінформацію, пропаганду та процеси в українському й міжнародному інформаційному просторі аналітики **Андрій Пилипенко**, **Костянтин Задирака**, **Олександр С'єдін**, **Артур Колдомасов**, **Павло Рудь**, **Орест Сливенко** та **Єгор Брайлян**.

Управління проектами

За те, щоб наші ідеї перетворювалися на реалізовані проекти, відповідала команда програмних менеджерів на чолі з **Вадимом Міським**: **Станіслав Шулімов**, **Анна Седая**, **Світлана Чернецька** та **Юлія Збіцька**. Проекти з медіаграмотності координував **Олександр Пирожков**, а виробництвом аудіовізуальних проектів опікувався продюсер **Роман Дерезенко**.

Фінансово-адміністративна команда

За фінансову й бухгалтерську роботу організації відповідали головна бухгалтерка **Олена Леоненко**, бухгалтерка **Тетяна Клименкова** та фінансова менеджерка **Катерина Кондратьєва**. До весни 2025 року фінансовим директором організації був **Igor Морозов**.

Юридичний супровід роботи ДМ забезпечував **Олександр Мажара**.

За технічну роботу й розвиток наших онлайн-майданчиків відповідав головний програміст **Андрій Чулков**.

Наші донори



ГО «Детектор медіа» залучає фінансування від широкого кола міжнародних донорів і партнерів для реалізації проєктів та ініціатив, що відповідають місії організації, її стратегічним пріоритетам і потребам українського суспільства в умовах війни та демократичних трансформацій. У 2024–2025 роках ми отримували підтримку від таких донорів:

- ICAP "Єднання"
- Федеральне міністерство закордонних справ Німеччини
- Aspiration
- CIR – Centre for Information Resilience
- DANIDA – The Danish International Development Agency
- European Union
- IMS – International Media Support
- Internews Network Inc.
- IREX – International Research & Exchanges Board
- IRF – Міжнародний фонд "Відродження"
- NDI – National Democratic Institute
- NED – National Endowment for Democracy
- OIP – Open Information Partnership
- PIN – People in Need
- Smart Angel
- Stichting Limelight Foundation
- The Fix Media Foundation
- UNDP – United Nations Development Programme
- UNESCO – United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
- United States of America Embassy in Ukraine

Ключові фінансові показники

РІК	НАДХОДЖЕННЯ	ВИДАТКИ
2024	~72 млн грн (~1,7 млн дол)	~77 млн грн (~1,8 млн дол)
2025	~42 млн грн (~1 млн дол)	~40 млн грн (~0,94 млн дол)

Фінансова звітність із висновками зовнішнього незалежного аудитора доступна за посиланням: <https://go.detector.media/reports/>

детектор медіа

