



МІНІСТЕРСТВО
ОСВІТИ І НАУКИ
УКРАЇНИ



EMBASSY OF THE UNITED STATES
KYIV, UKRAINE



Посольство
Великої Британії
в Україні



UKaid
from the British people

ВИВЧАЙ ТА РОЗРІЗНЯЙ: інфо-медійна грамотність



Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність



2018-2021

Мета проєкту:

Розробка і впровадження ефективної моделі розвитку навичок критичного сприйняття інформації в освітній системі України.



Діяльність проєкту охоплює:



Середні загальноосвітні
навчальні заклади



Інститути післядипломної
педагогічної освіти



Педагогічні
факультети ЗВО



Онлайн освіта
(E-learning)

Very Verified: онлайн-курс з медіаграмотності



<https://verified.ed-era.com/ua>



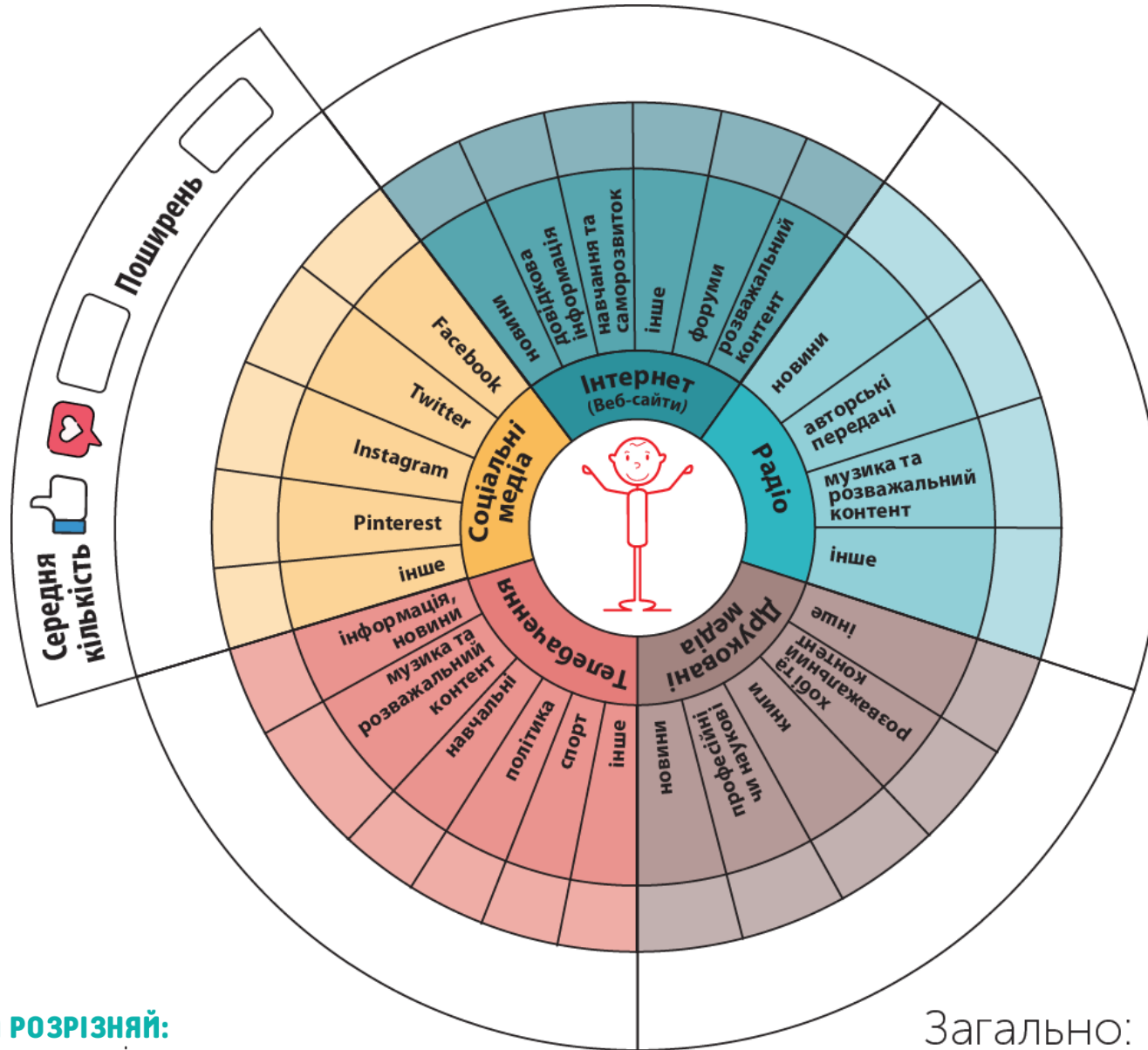
Матеріали розроблені в рамках проєкту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», що виконується Радою міжнародних наукових досліджень та обмінів (IREX) за підтримки Посольств США та Великої Британії, у партнерстві з Міністерством освіти і науки України та Академією Української преси.

Зміст матеріалів не обов'язково відображає думку та не є офіційною позицією IREX, а також Урядів Великої Британії та США. Дані матеріали дозволяється використовувати із навчальною метою та за умови, якщо це здійснюється безоплатно для кінцевого споживача. Обов'язковим є посилання на IREX та проєкт «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність».

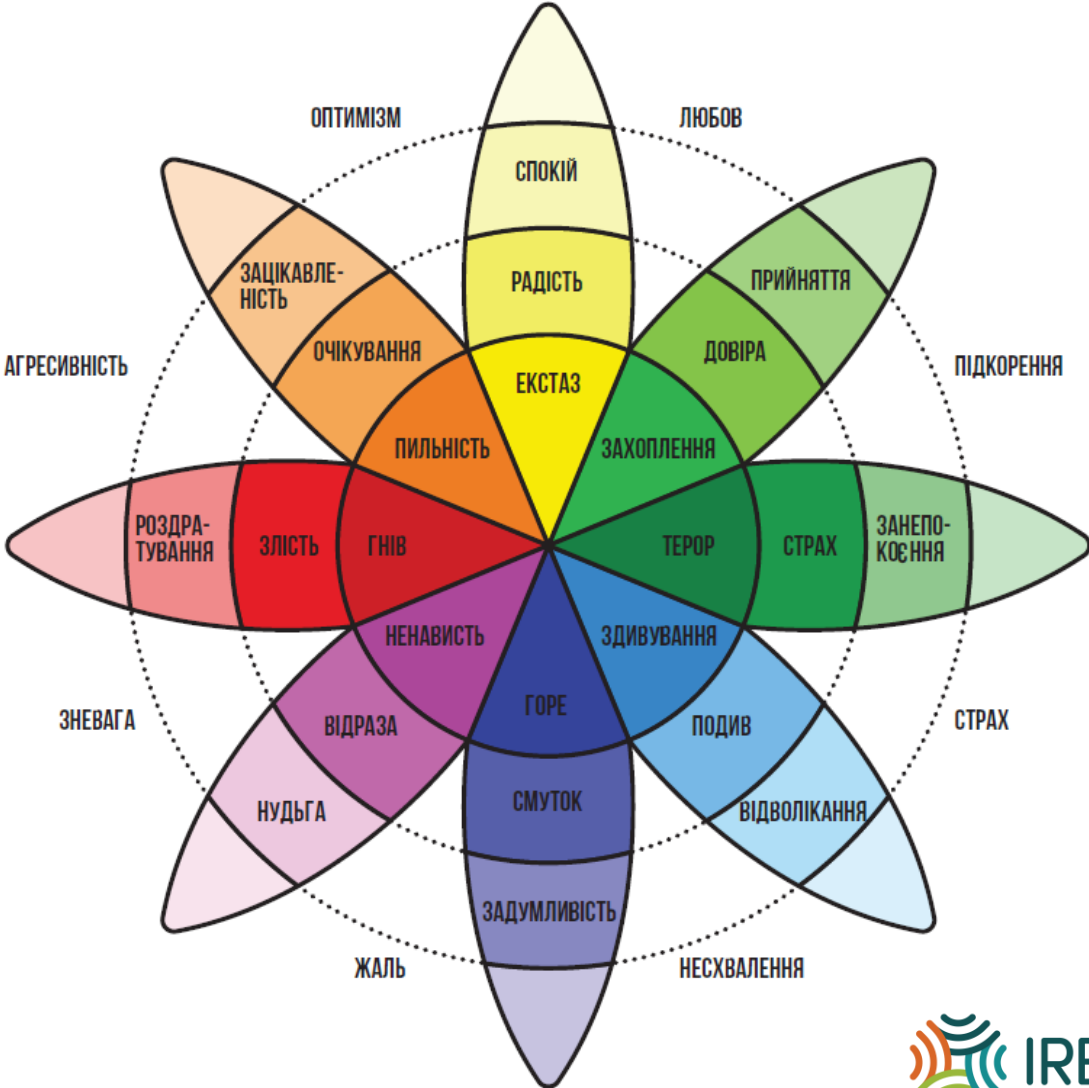


ВИВЧАЙ ТА РОЗРІЗНЯЙ:
інфо-медійна грамотність

Моє медіаполе



Колесо емоцій



Правила наближення інтересів



ФАКТИ VS СУДЖЕННЯ

Інформація та вплив



Факти

Цифри, дати, події, статистика, докази, досягнення тощо

Об'єктивні – мають місце самі по собі

Можна довести

Можна перевірити

Є незмінними після того, як відбулися

Можуть бути основою для судження

Для їх повідомлення часто використовуються дієслова: є (було, буде), показувати, демонструвати, відкривати, доводити тощо

Зазвичай сприймаються незалежно від того, хто їх повідомив

У медіа зазвичай подаються в рубриках: «Новини», «Події», «Розслідування»

Розрізняють:

- 1) Доведений факт
- 2) Факт, який треба перевірити
- 3) Неправда, представлена як факт (фейк)

Судження

Чиїсь думки, припущення, міркування або відчуття, надії, сподівання з приводу чогось

Суб'єктивні – передають точку зору людини

Не можна довести

Не можна перевірити

Можуть змінюватися в залежності від настрою, мети або кількості нових фактів, на основі яких сформовано судження

Можуть базуватися або не базуватися на фактах

Для їх повідомлення часто використовуються дієслова: думати, вважати, припускати, відчувати, сподіватися, висловлювати (погляди) тощо

Зазвичай сприймаються невідривно від людини, яка їх повідомляє

У медіа зазвичай подаються в рубриках: «Думка», «Редакторська колонка»

Розрізняють:

- 1) Думку – судження, базоване на фактах
- 2) Погляд, або переконання – судження, засноване на вірі, моралі або цінностях
- 3) Упередження – думка на підставі недостатніх або не повністю досліджених доказів

ЖУРНАЛІСТСЬКІ СТАНДАРТИ

В основі професійних стандартів інформаційної та аналітичної журналістики лежать норми і правила чесного відображення реальності, поваги до істини та права громадськості на правду, служіння суспільним інтересам. Вони були наголошені в Декларації принципів професійної поведінки журналістів, прийнятій на II Всесвітньому конгресі Міжнародної федерації журналістів (Бордо, 25–28 квітня 1954 р.) зі змінами на XVIII Всесвітньому конгресі МФЖ (Хельсінгбор, 2–6 червня 1986 р.).



ОПЕРАТИВНІСТЬ

– максимально швидке висвітлення журналістом актуальних подій із зазначенням часу події та новини.



ТОЧНІСТЬ

– перевіреність та підтвердженість у журналістському матеріалі всіх фактів, цифр, імен, посад, назв; повнота цитування, неперекрученість слів, цитат, логіки і хронології подій.



ЗБАЛАНСОВАНІСТЬ

– представлення різних поглядів на подію, надання слова всім сторонам конфліктної ситуації, залучення незалежних експертів. Необхідність уникнення «фальшивого балансу».



ДОСТОВІРНІСТЬ

– наявність ідентифікованого надійного джерела тієї інформації, яка стає публічною. Обов'язкова перевіреність інформації в двох, а краще трьох джерелах. Анонімність джерела інформації – виняток, а не правило.

Журналіст має в своєму матеріалі надати читачу право перевірити інформацію, відтак джерела мають бути вказаними.



ВІДОКРЕМЛЕННЯ ФАКТІВ І СУДЖЕНЬ

– необхідність відокремити в тексті факти від думок, коментарів і суджень журналіста, героїв публікації, експертів; від емоційних оцінок і особистих точок зору. Ненав'язування особистої позиції журналіста в емоційних, маніпулятивних, оцінних заголовках з використанням ярликів і стереотипних штампів.



ПОВНОТА ІНФОРМАЦІЇ

– відповіді в журналістському матеріалі не тільки на запитання «Що, де і коли сталося?», але і на запитання «Яким чином?»; певне прояснення контексту, того що передувало події і якими можуть бути наслідки – так званий журналістський бекграунд, без якого навіть правдива інформація може бути напівправдою.

Що таке «джинса»?

Що таке українська «джинса»

Джинса – матеріал, що є рекламним за сутністю, але видає себе за журналістський, бо не позначений як реклама зрозумілим для переважної більшості людей чином.

ПОЛІТИЧНА
ДЖИНСА

КОМЕРЦІЙНА
ДЖИНСА

ІМІДЖЕВА
ДЖИНСА

Це замовний матеріал, який спрямований на просування позитивного іміджу окремих партій, політиків, окремих осіб, організацій, торговельних марок, послуг чи товарів.

ОЗНАКИ ДЖИНСИ

- ✓ згадується лише одна торговельна марка (політична партія, прізвище кандидата) або інша виставляється як свідомо програшна; матеріал повністю присвячено економічним чи політичним досягненням бренду;
- ✓ матеріал не має явного інформаційного приводу;
- ✓ ідентичне повторення матеріалу в кількох джерелах;
- ✓ матеріал присвячений конфліктові, відображена позиція тільки однієї сторони;
- ✓ окреслюється проблема, а її розв'язання пов'язане з певним брендом;
- ✓ фігурують сумнівні експерти; представник підприємства (бренду) виступає як експерт, часто не у своїй темі;
- ✓ найчастіше розміщується в рубриках: «Думка», «Новини компанії», «Позиція», «Актуально» тощо;
- ✓ матеріал виходить без підпису автора або під псевдонімом (Степан Лісовий, Петро Степовий, Марина Лугова тощо);
- ✓ стиль та навіть мова матеріалу не відповідає стилю і мові видання.

Кому належать українські телеканали



В Україні відкрито базу даних з інформацією про кінцевих власників усіх компаній

<https://detector.media/infospace/article/129002/>
2017-08-17



Відтепер **дані про бенефіціарів українських компаній – відкриті!**

Дані доступні:

На Єдиному державному порталі відкритих даних

data.gov.ua

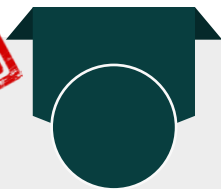
У Глобальному реєстрі бенефіціарних власників

register.openownership.org

Типи неправдивої інформації



Види маніпуляцій з фото



Реальне фото,
представлене як
зображення
іншої території/
людини



Підробка



Обрізане
фото

НА ЩО ВАРТО ЗВЕРТАТИ УВАГУ В МАТЕРІАЛАХ З ФОТО



ЕМОЦІЇ

- ? Які емоції викликає фото?
- ? Чи впливає емоційне враження від фото на ваше ставлення до проблеми, чи спонукає до дій?



ДЖЕРЕЛА

- ? Чи вказано джерело, автор фото? Чи є можливість перевірити цю інформацію?



ДОСТОВІРНІСТЬ

- ? Чи відповідає фото змісту тексту; чи пов'язане ілюстративне фото з головним меседжем, з суттю події?
- ? Підпис під фото роз'яснює сутність, повідомляє зміст, чи нагнітає емоції?



ПРАВДИВІСТЬ

- ? Чи ви впевнені, що фото зроблене саме там і тоді, як стверджується в тексті чи підписі?
- ? Це фото є репортажним чи постановчим? Чи є в ньому ознаки спеціальної обробки?
- ? Це фото з місця події чи фотоколаж, який видають за реальне?



МАНІПУЛЯЦІЇ НА ТБ

Маніпуляції та боротьба



ЗАПИТАЙТЕ СЕБЕ, КОЛИ ДИВИТЕСЬ ТЕЛЕВІЗОР



ВЛАСНИК

- ? Хто є власником цього каналу ТБ?
- ? Чи просуває інтереси власника поширювана інформація?
- ? Чому це повідомлення саме на цьому каналі і саме зараз?
- ? Чи замовчують на цьому каналі те, про що говорять інші? Кому це вигідно?



КАРТИНКА

- ? Чи відповідає зміст телевізійного сюжету зображенню, текст – картинці, твердження журналіста – тому, що показують? Якщо ні – чому?
- ? Чи ми впевнені, що кадри «з місця події» є саме такими і що час події і телевізійної картини співпадають?
- ? Чи не спотворилась реальна картина події через монтаж?
- ? Хто озвучує думки та твердження героя – сам спікер чи журналіст? Чи є впевненість в тому, що слова героя не перекручені?



ДЖЕРЕЛА

- ? Чи вказані джерела інформації та чи є можливість її перевірити?
- ? Де ще можна почути інформацію про подію, висвітлену на певному каналі ТБ (Інтернет джерела, інші канали)?



ЕМОЦІЇ

- ? Чи апелює телевізійне повідомлення до ваших емоцій?
- ? Для чого нам відкрито показують сильні емоції (сльози, крики, біль, відчай), а деколи ще й занадто детально/довго?
- ? Чому до відео додано музику, шуми та додаткові ефекти?
- ? З якою метою журналіст може тиснути на героїв, нав'язуючи свої судження глядачеві?



ОЧЕВИДЦІ

- ? Чи є впевненість, що вказані очевидці були присутніми на місці події?
- ? Чим діляться з нами очевидці – емоціями та оцінками чи повідомляють факти?



ЕКСПЕРТИ

- ? Чи є телевізійні експерти насправду фахівцями в тих питаннях, які оцінюють та коментують?
- ? Що ми знаємо про них, чи можемо знайти інформацію про цих експертів в інших, не телевізійних, джерелах?

ПРОПАГАНДА

(з латини — «те, що має бути поширене») —
цілеспрямоване поширення ідей та моделей поведінки
серед широких мас населення



ПРОПАГАНДА ЗВЕРНЕНА ДО ЛЮДЕЙ РІЗНОГО ВІКУ І З РІЗНИМ РІВНЕМ ОСВІТИ. МАЄ БУТИ ЗРОЗУМІЛА ВСІМ

ДЕКРЕТ ПРО ЗЕМЛЮ

1. Приватна власність скасовується

- а)
- б)

2. Земельні надра у державне володіння.

- а)
- б)

3. Землекористування рівне для усіх

- а)
- б)



ДЕКРЕТ ПРО ЗЕМЛЮ

ЗЕМЛЮ – СЕЛЯНАМ!

**ОДНАКОВІ ІДЕЇ МАЮТЬ ЗВУЧАТИ З УСІХ ДЖЕРЕЛ,
ЩОБ СТВОРИТИ ЕФЕКТ ЇХНЬОЇ БЕЗАЛЬТЕРНАТИВНОСТІ
ТА ОЧЕВИДНОЇ ПРАВДИВОСТІ**



ЕМОЦІЇ ПРАЦЮЮТЬ ШВИДШЕ ЗА ЛОГІКУ





ВИВЧАЙ ТА РОЗРІЗНЯЙ:
інфо-медійна грамотність

ВИДИ МАНІПУЛЯЦІЙ В МЕДІА

МОТИВАЦІЙНА ВПРАВА



ТЕМАТИЧНО-ПІДСУМКОВА ВПРАВА



ПІДСУМКОВА ВПРАВА



Матеріали розроблені в рамках проєкту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», що виконується Радою міжнародних наукових досліджень та обмінів (IREX) за підтримки Посольств США та Великої Британії, у партнерстві з Міністерством освіти і науки України та Академією Української преси.

ДЕЗІНФОРМАЦІЯ

МАНІПУЛЯЦІЯ ФАКТАМИ

ФЕЙК

ПРОПАГАНДА

ПРИХОВАНА РЕКЛАМА

КЛІКБЕЙТ

ЦЕНзуРА

УПЕРЕДЖЕННЯ

МАНІПУЛЯЦІЯ ФАКТАМИ

Відома та правдива інформація, яка подана так, щоби ввести в оману.



Курка-патріотка: курка знесла яйце на честь національного свята.



МІНІСТЕРСТВО
ОСВІТИ І НАУКИ
УКРАЇНИ



Посольство
Великої Британії
в Україні



Embassy of the United States
in Ukraine

Створено командою «Raskrikavanje» для проєкту IREX «Learn to Discern» («Вивчай та розрізняй»), Сербія
Адаптовано проєктом IREX «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», Україна

ДЕЗІНФОРМАЦІЯ

МАНІПУЛЯЦІЯ ФАКТАМИ

ФЕЙК

ПРОПАГАНДА

ПРИХОВАНА РЕКЛАМА

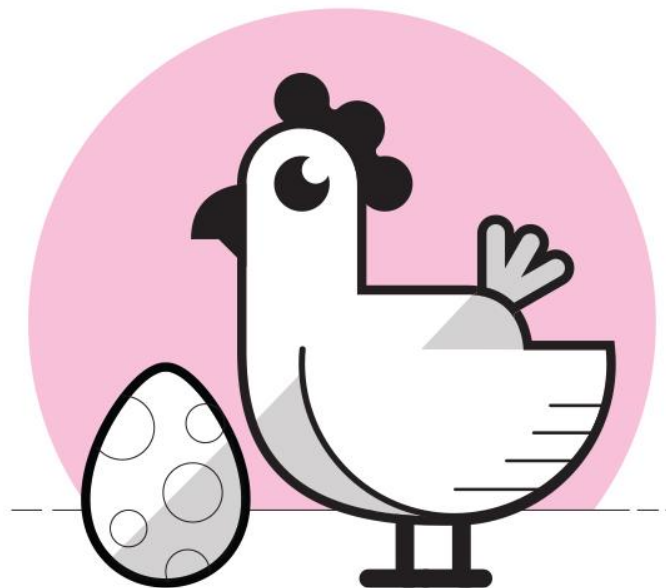
КЛІКБЕЙТ

ЦЕНзуРА

УПЕРЕДЖЕННЯ

ДЕЗІНФОРМАЦІЯ

Поєднання фактів, напівправди та неправди.



Кури, яких годують генетично модифікованою їжею, несуть корисніші для здоров'я яйця.



МІНІСТЕРСТВО
ОСВІТИ І НАУКИ
УКРАЇНИ



Посольство
Великої Британії
в Україні



Створено командою «Raskrikavanje» для проекту IREX «Learn to Discern» («Вивчай та розрізняй»), Сербія
Адаптовано проектом IREX «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», Україна

ДЕЗІНФОРМАЦІЯ

МАНІПУЛЯЦІЯ ФАКТАМИ

ФЕЙК

ПРОПАГАНДА

ПРИХОВАНА РЕКЛАМА

КЛІКБЕЙТ

ЦЕНзуРА

УПЕРЕДЖЕННЯ

ФЕЙК

Неправдиве твердження, яке часто є повністю вигаданим.
Створене для того, щоб ввести в оману громадськість та приховати правду.



Курка знесла яйце – і з нього вилупилась ящїрка.



МІНІСТЕРСТВО
ОСВІТИ І НАУКИ
УКРАЇНИ



Посольство
Великої Британії
в Україні



QUALITY OF THE PARTNER
KRYV USRAINE

Створено командою «Raskrikavanje» для проекту IREX «Learn to Discern» («Вивчай та розрізняй»), Сербія
Адаптовано проектом IREX «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», Україна

ДЕЗІНФОРМАЦІЯ

МАНІПУЛЯЦІЯ ФАКТАМИ

ФЕЙК

ПРОПАГАНДА

ПРИХОВАНА РЕКЛАМА

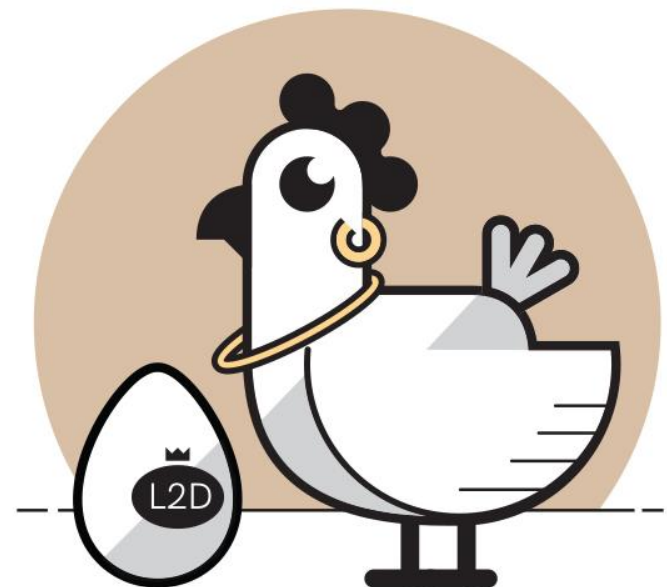
КЛІКБЕЙТ

ЦЕНзуРА

УПЕРЕДЖЕННЯ

ПРИХОВАНА РЕКЛАМА

Реклама, замаскована у редакційний текст.



Експерти розповідають, що кури з ферми "L2D" є найкращими та несуть найбільше яєць в Україні.



МІНІСТЕРСТВО
ОСВІТИ І НАУКИ
УКРАЇНИ



Посольство
Великої Британії
в Україні



UKaid
Helping the British people



МІНІСТЕРСТВО
ОСВІТИ І НАУКИ
УКРАЇНИ

Створено командою «Raskrikavanje» для проекту IREX «Learn to Discern» («Вивчай та розрізняй»), Сербія
Адаптовано проектом IREX «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», Україна

ДЕЗІНФОРМАЦІЯ

МАНІПУЛЯЦІЯ ФАКТАМИ

ФЕЙК

ПРОПАГАНДА

ПРИХОВАНА РЕКЛАМА

КЛІКБЕЙТ

ЦЕНзуРА

УПЕРЕДЖЕННЯ

ПРОПАГАНДА

Упереджена чи оманлива інформація, спрямована на поширення певної точки зору та зміни моделей поведінки.



*Ворожі іноземні господарства хочуть знищити наших курей!
Підтримуй власного виробника і стань на захист рідних курей!*



Створено командою «Raskrikavanje» для проєкту IREX «Learn to Discern» ("Вивчай та розрізняй"), Сербія
Адаптовано проєктом IREX «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», Україна

ДЕЗІНФОРМАЦІЯ

МАНІПУЛЯЦІЯ ФАКТАМИ

ФЕЙК

ПРОПАГАНДА

ПРИХОВАНА РЕКЛАМА

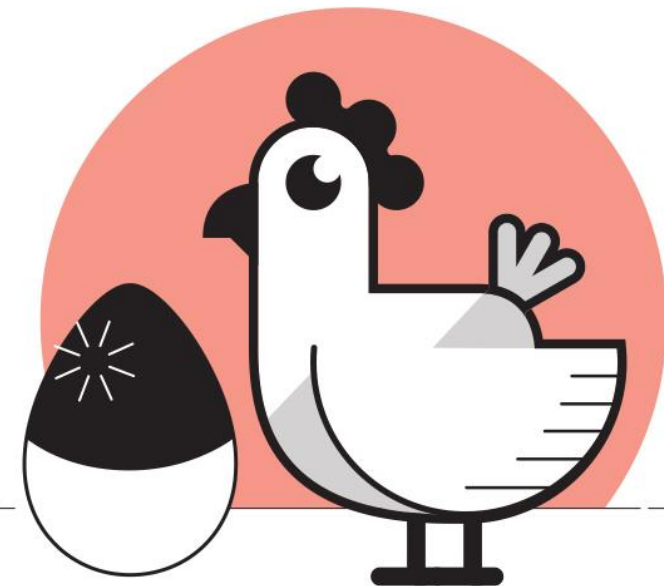
КЛІКБЕЙТ

ЦЕНзуРА

УПЕРЕДЖЕННЯ

УПЕРЕДЖЕННЯ

Медіаконтент надає перевагу одній точці зору і не показує інші.



Українські кури несуть найкращі яйця в світі.



МІНІСТЕРСТВО
ОСВІТИ І НАУКИ
УКРАЇНИ



Посольство
Великої Британії
в Україні



UKaid
from the British people



DEPARTMENT OF EDUCATION
U.S. DEPARTMENT OF EDUCATION

Створено командою «Raskrikavanje» для проєкту IREX «Learn to Discern» ("Вивчай та розрізняй"), Сербія
Адаптовано проєктом IREX «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», Україна

ДЕЗІНФОРМАЦІЯ

МАНІПУЛЯЦІЯ ФАКТАМИ

ФЕЙК

ПРОПАГАНДА

ПРИХОВАНА РЕКЛАМА

КЛІКБЕЙТ

ЦЕНзуРА

УПЕРЕДЖЕННЯ

КЛІКБЕЙТ

У статті використовують сенсаційний заголовок для привернення уваги.



Сенсація! Шок! Ви ніколи не повірите, що зробила ця курка.



МІНІСТЕРСТВО
ОСВІТИ І НАУКИ
УКРАЇНИ



Посольство
Великої Британії
в Україні



UKaid
from the British people



EMBASSY OF THE UNITED STATES
OF AMERICA
KYIV, UKRAINE

Створено командою «Raskrikavanje» для проєкту IREX «Learn to Discern» («Вивчай та розрізняй»), Сербія
Адаптовано проєктом IREX «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», Україна

ДЕЗІНФОРМАЦІЯ

МАНІПУЛЯЦІЯ ФАКТАМИ

ФЕЙК

ПРОПАГАНДА

ПРИХОВАНА РЕКЛАМА

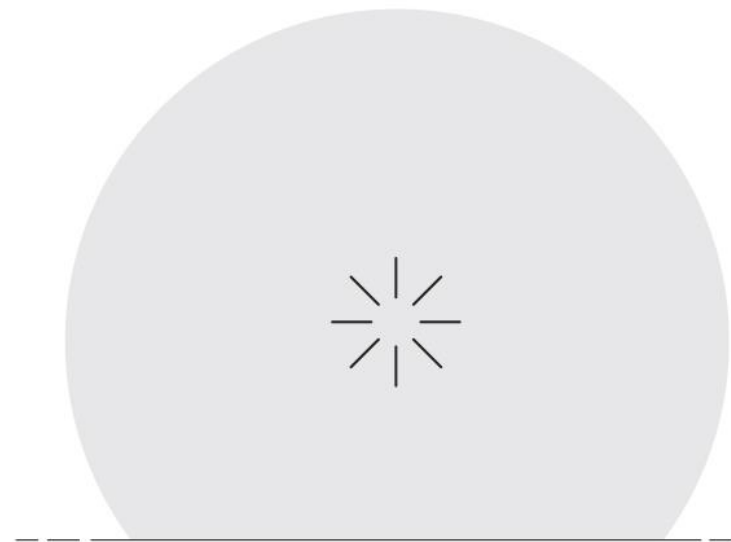
КЛІКБЕЙТ

ЦЕНЗУРА

УПЕРЕДЖЕННЯ

ЦЕНЗУРА

Заборона повідомляти про певні події, людей чи теми.
Редакція видаляє контент без очевидних причин.



Курка, яку ми не можемо назвати, зробила те, про що ми не можемо розповісти, але ви про це від нас не чули.



Створено командою «Raskrikavanje» для проєкту IREX «Learn to Discern» («Вивчай та розрізняй»), Сербія
Адаптовано проєктом IREX «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», Україна

НА ЩО ВАРТО ЗВЕРТАТИ УВАГУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ?



ДЖЕРЕЛА

- ? Чи можна знайти першоджерело інформації, яка активно поширюється в мережі?
- ? Ви поширюєте інформацію з першоджерела чи берете чийсь інтерпретацію? Вони відрізняються?
- ? Якщо ви довіряєте джерелу інформації (це для вас лідер думок), чи прочитали ви інформацію повністю, чи не переважають там судження і оцінки над фактами і аналізом?
- ? Чи не має ознак конспірології версія, що поширюється? Де ще можна перевірити інформацію? Чи можна порівняти з інформацією з інших джерел?



АНАЛІЗ

- ? З якого акаунту поширюється інформація? Коли його було створено, чи справжнє це ім'я, чи є реальні фото і історія у цієї особи, скільки у неї підписників?
- ? Що розміщено на сторінці того, хто почав поширення інформації, до цього контенту? Чи можна скласти уявлення про інтереси та фаховість цієї особи у даному питанні?
- ? Як швидко поширюється інформаційна хвиля? Чи бачите ви ознаки ботів у її поширенні та коментуванні контенту?



БЕЗПЕКА

- ? Чи не надаєте ви в своєму профілі забагато особистої інформації? Чи може така інформація бути використана проти вас?
- ? Ви знаєте всіх своїх друзів у соціальній мережі? За яким принципом ви додаєте друзів?
- ? Чи надійні у вас паролі, чи стежите ви за власною цифровою безпекою?



ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ

- ? Як ви думаєте, чи є ви лідером думок для інших людей? Чи багато їх?
- ? Чи можлива така ситуація, коли люди, які вам довіряють, не будуть перевіряти інформацію, яку ви поширили, і просто зроблять перепости?
- ? Чи завжди ви перевіряєте інформацію перед тим, як робити поширення?
- ? Якщо у вас багато підписників, чи відчуваєте ви певну відповідальність, чи контролюєте свою поведінку на особистій сторінці та яким саме чином?



ЕМОЦІЇ

- ? Для чого хтось тисне на ваші емоції та спонукає вас до швидких дій, без роздумів і аналізу («максимальний репост», «допоможіть грошима», «виходьте всі», «досить терпіти», «зробимо це»)?
- ? Що саме вас «чіпляє» в обурливих емоційних коментарях? Чи це не тролінг і чи варто «годувати тролів» своїми емоціями?
- ? Чи не варто заспокоїтися, взяти паузу і проаналізувати інформацію без емоцій до того, як реагувати перепостами, коментарями, відповідями?



ШТУЧНІСТЬ

- ? Чи можна по вашій сторінці скласти уявлення про вас як людину певних інтересів, занять, вподобань?
- ? Коли ви шукаєте інформацію, чи не відбираєте ви її за принципом підтвердження своїх поглядів, очікувань, упереджень?
- ? Чи впливає це на ту інформацію, яку ви бачите у своїй стрічці новин?
- ? Вас задовольняє повнота тієї інформаційної картини, в якій ви живете?



НА ЩО ВАРТО ЗВЕРНУТИ УВАГУ В МЕДІАТЕКСТІ?



ЗАГОЛОВКИ

- ? Чи можна зрозуміти зміст повідомлення і зробити висновки лише за заголовком?
- ? Чи варто поширювати матеріал в соцмережах, орієнтуючись лише на заголовок та лід (підзаголовок, перший абзац)?
- ? Заголовок відповідає інформації в тексті?
- ? Чи містить заголовок категоричні твердження, які не можливо перевірити?



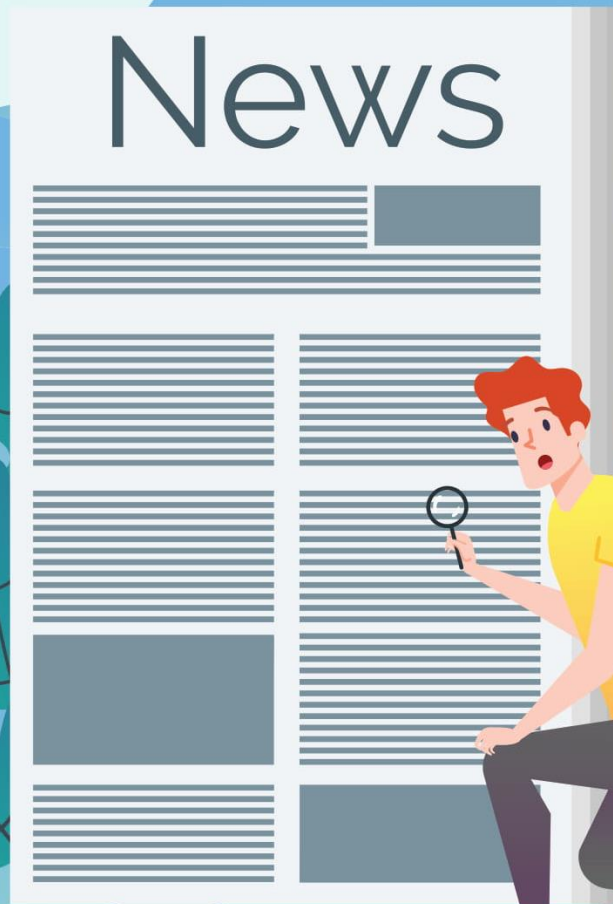
ЕМОЦІЇ

- ? Чи апелюють заголовок, фото і судження в тексті до ваших емоцій, чи намагаються їх використати, щоб спонукати вас до дії, зміни ставлення?



ДЖЕРЕЛА

- ? Чи вказані джерела інформації, чи є можливість її перевірити?
- ? Дата події та дата публікації співпадають?
- ? Чи не базується текст на чутках, узагальненнях, упередженнях та стереотипах?



ФАКТИ, ЛОГІКА

- ? Чи містить текст оціночні судження і чи не підміняють вони собою факти?
- ? Зв'язок між фактами та описаними подіями є логічним і послідовним?
- ? Чи не вирвана подія з контексту?



ЕКСПЕРТИ

- ? Чи є думка експерта на правду фаховою?
- ? Коментар експерта містить аналіз / прогноз чи емоційну оцінку / категоричне судження?



ОЧЕВИДЦІ

- ? Чи впевнені ви, що вказані очевидці були присутніми на місці події?
- ? Чим діляться очевидці в тексті – емоціями та оцінками чи повідомляють факти?



МІНІСТЕРСТВО
ОСВІТИ І НАУКИ
УКРАЇНИ



EMBASSY OF THE UNITED STATES
KYIV, UKRAINE



Посольство
Великої Британії
в Україні



UKaid
from the British people



ВИВЧАЙ ТА РОЗРІЗНЯЙ: інфо-медійна грамотність

Матеріали розроблені в рамках проєкту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», що виконується Радою міжнародних наукових досліджень та обмінів (IREX) за підтримки Посольств США та Великої Британії, у партнерстві з Міністерством освіти і науки України та Академією Української преси.