

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ
В.Н. КАРАЗІНА**

СОЦІОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної роботи

на тему

«РОЗВИТОК МЕДІАОСВІТИ В УМОВАХ ВІЙНИ»

Виконала: студента 4 курсу групи ЗСМК-42
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальності 061 Журналістика
Михайлова А.С.

Керівник: д-р.соц.н., професор,
професор кафедри прикладної соціології
та соціальних комунікацій Рущенко І.П.

Харків – 2024

ЗМІСТ

Вступ.....	3
1 Теоретичні основи дослідження медіаосвіти та медіаграмотності як соціальних явищ.....	6
1.1 Проблема медіаосвіти і медіаграмотності в контексті наукових досліджень.....	6
1.2 Основні етапи розвитку медіаосвіти.....	15
1.3 Основні підходи медіаосвіти.....	20
Висновки до розділу 1.....	26
2 Основні завдання медіаосвіти та функції медіаграмотності в умовах війни.....	27
2.1 Медіаграмотність як захист від ворожої пропаганди.....	27
2.2 Медіаграмотність і контрпропаганда.....	31
2.3 Український досвід розвитку медіаосвіти та медіаграмотності в умовах війни.....	34
Висновки до розділу 2.....	56
3 Розробка практичного тренігу «Методи протидії маніпулювання свідомістю».....	57
Висновки до розділу 3.....	75
Висновки.....	76
Список використаних джерел.....	80
Додатки.....	86

ВСТУП

Актуальність. Дослідження функцій медіаграмотності в умовах війни має високу актуальність, бо все населення так чи інакше приймає участь в інформаційних війнах або як об'єкт або як суб'єкт війни

Ось кілька ключових аспектів, що підкреслюють актуальність цієї теми:

У військових конфліктах інформація може бути масово маніпульована та спрямована на вплив на громадську думку, що ускладнює визначення правдивості подій та реальної ситуації на передовій. Медіаграмотність стає засобом фільтрації між інформацією та пропагандою.

- Уміння розпізнати фейкові новини та дезінформацію важливо для захисту суспільства від шкідливої інформації, що може спровокувати паніку чи ворожнечу, а також впливати на національну безпеку.
- Уміння впізнавати та відповідати на інформаційні атаки є критично важливим для забезпечення стійкості та відповідності інформаційних підходів сучасним викликам.
- В умовах війни кіберзагрози стають серйозним обличчям конфліктів. Медіаграмотність допомагає розпізнавати піратство, фішинг та інші кіберзагрози.
- Усвідомлення медіаграмотністю сприяє активній участі громадян у суспільно-політичних діяльностях, що є ключовим аспектом розвитку демократії в умовах війни.

Усі ці аспекти підкреслюють критичну потребу у вивченні функцій медіаграмотності в умовах війни, що робить цю тему дуже актуальною та важливою в сучасному інформаційному суспільстві.

В умовах сучасних конфліктів, коли інформаційний простір стає полем активних впливів та маніпуляцій, розуміння та володіння навичками медіаграмотності стає важливішими, ніж будь-коли раніше. Війни не

обмежуються лише фізичними бойовими діями на полі бою, вони також відбуваються у віртуальному світі інформації, де правдивість і об'єктивність стають жертвами політичних інтересів та впливових груп. У цьому контексті медіаграмотність набуває нового розміру і важливості. Вона не лише допомагає розрізнати правдиву інформацію від фейкової, але й надає здатність аналізувати та критично сприймати інформаційний потік, що надходить з різних джерел. Уміння розрізнати між об'єктивністю та піаром, реагувати на інформаційні загрози та ефективно спілкуватися у цифровому середовищі стає ключовими в умовах війни.

В даному контексті вивчення та практика медіаграмотності мають надзвичайну вагу, бо вони забезпечують наше здатність розуміти справжні події, відокремлювати факти від брехні та зберігати наше суспільство від інформаційного маніпулювання, що є критичним умовою для збереження демократії та свободи в умовах війни.

Проблематикою медіаграмотності в умовах війни займалися наступні науковці: В. Іванов [4], К. Трима [17], М. Коропатник [8], О. Коневщинська [7], О. Литвиненко [9], О. Стаднік [12], С. Бойко [3], С. Шейбе [19], Т. Іванова [5].

Об'єкт дослідження – медіаосвіта як соціокультурне явище.

Предмет дослідження – особливості медіаосвіти в умовах війни.

Мета курсової роботи полягає у виявленні характерних рис та напрямів медіаосвіти та формування медіаграмотності в умовах війни.

Для досягнення поставленої мети потрібно вирішити наступні **завдання**:

1. Проаналізувати ступінь розробленості проблеми медіаосвіти та медіаграмотності в умовах інформаційних війн.
2. Дослідити основні етапи розвитку медіаосвіти.
3. Визначити основні підходи медіаосвіти.
4. Розглянути роль медіаграмотності як інструменту захисту від ворожої пропаганди.

5. Дослідити функцію медіаграмотності в межах контр пропагандистської роботи.

6. Проаналізувати український досвід розвитку медіаосвіти в умовах війни.

7. Створити практичний тренінг «Методи протидії маніпулюванню свідомості».

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕДІАОСВІТИ ТА МЕДІАГРАМОТНОСТІ ЯК СОЦІАЛЬНИХ ЯВИЩ

1.1. Проблема медіаосвіти і медіаграмотності в контексті наукових досліджень

Основні аспекти, пов'язані з аналізом впливу медіа на індивіда та суспільство, були предметом досліджень видатних теоретиків медіа, таких як Г. Інніс (1894-1952), Г. Лассуелл (1902-1978), У. Шрамм (1907-1987), М. Маклюен (1911-1980), Д. Гербнер (1919-2005) та інші.

Гарольд Адам Інніс, видатний канадський вчений, відомий своїм внеском у розвиток теорії комунікацій і вивчення впливу медіа на суспільство. У своїй роботі він розглядав вплив різних комунікаційних засобів на культуру, економіку та політику суспільства. Його концепція «медіосвіти» відображає важливість розуміння впливу засобів масової комунікації на формування світогляду і структури суспільства.

Медіосвіта, як концепція Інніса, відкриває перед нами глибоке розуміння того, як комунікаційні технології впливають на наші уявлення про світ та міжособистісні взаємодії. Ця концепція наголошує на важливості аналізу медіа-платформ як засобів формування суспільних цінностей, норм і стереотипів. Інніс підкреслював, що розвиток медіа створює нові можливості для комунікації, але також може призвести до виникнення небажаних наслідків, таких як маніпуляція масами та спотворення інформації.

Одним із ключових понять в теорії Інніса є «часові та просторові засоби комунікації». Він розрізняв два типи медіа: ті, що акцентуються на передачі інформації в часі (такі як усна традиція, мовлення), і ті, що більш зорієнтовані на просторову передачу інформації (наприклад, писемність, книги). За Іннісом, кожен з цих типів медіа має свої характеристики та вплив на суспільство.

Наприклад, усна традиція може сприяти збереженню культурних цінностей та ідентичності спільноти, тоді як писемність може стимулювати інтелектуальний розвиток та поширення знань.

Одним із важливих аспектів концепції медіосвіти Інніса є розуміння впливу медіа на формування політичних процесів та структуру влади. Він показав, як різні типи медіа можуть сприяти або стримувати розвиток демократії, впливати на політичні дискусії та формування громадської думки. Наприклад, збільшення доступу до інформації через масові комунікаційні засоби може змінити спосіб, яким люди сприймають політичну владу та беруть участь у політичних процесах.

У світі, насиченому різноманітними медіа-платформами, концепція медіосвіти Гарольда Інніса залишається актуальною. Розуміння впливу медіа на суспільство є ключовим для ефективного функціонування демократичних інститутів, збереження культурної різноманітності та забезпечення вільного обміну інформацією. Тому, вивчення теорій Інніса та їх застосування в сучасному світі є важливою складовою розвитку нашого суспільства.

Герберт Маршалл Маклюен, канадський вчений і філософ, відомий своїм внеском у розвиток теорії комунікацій і вивчення впливу медіа на суспільство. Він є одним з найвизначніших теоретиків медіосвіти, чий вплив на сучасну культуру та медіа-ландшафт залишається значним навіть у наш час.

Однією з найважливіших концепцій, що просувається Маклюеном, є його теза про те, що «засоби масової комунікації є не просто засобами передачі інформації, але й засобами, що формують наші уявлення про світ».

Він досліджував, як різні медіа впливають на спосіб, яким ми сприймаємо реальність, і як це впливає на наші соціальні відносини, культурні цінності та ідентичність.

Ще однією ключовою концепцією Маклюена є його відомий вислів "Середовище - це повідомлення". Він наголошував на тому, що технології медіа не лише поширюють певні інформаційні повідомлення, але також

впливають на сам спосіб сприйняття цієї інформації та наші взаємодії з нею. Наприклад, він розглядав, як поширення телевізійних передач змінює не лише зміст, але і форму комунікації, відмінну від писемної або усної традицій.

Також Маклюен відзначав концепцію «глобального села», відображаючи світ, в якому засоби масової комунікації зменшують відстані та зближують культури. Він прогнозував, що це може призвести до створення єдиного глобального співтовариства, де інформація та ідеї циркулюють вільно, але в той же час він попереджав про можливі негативні наслідки цього процесу, такі як втрата місцевих традицій та культурних цінностей.

Необхідно також відзначити вплив Маклюена на розвиток медіа-теорії та критику. Він вперше запропонував ідею «глибокої структури медіа», яка вивчає вплив медіа на наші усвідомлені та неусвідомлені уявлення про світ. Його концепція «технологічного визначення» стала ключовим елементом культурних студій та медіа-аналізу.

Герберт Маршалл Маклюе спирався на історичний матеріал, ретельно аргументував та довів, що протягом різних історичних епох владні структури монополізували конкретні засоби масової комунікації. Відповідно до його досліджень, цей дисбаланс породжував виникнення нових засобів масової комунікації, які не лише трансформували визначальний спосіб комунікації, але й самі монополізували владні структури.

Майже всі принципи теорії Г. Інніса були узяті та розроблені М. Маклюеном.

Навіть не дивлячись на те, що М. Маклюен і Г. Інніс належали до одного наукового напрямку, їхні дослідження фокусувалися на різних об'єктах. Г. Інніс аналізував технології комунікацій як формоутворювальну силу різних культур та фактор еволюції суспільства. З іншого боку, М. Маклюен надавав перевагу вивченню впливу комунікаційних технологій на

людину. Таким чином, можна припустити, що Герберт Маршалл Маклюен був одним із піонерів канадської медіаосвіти.

Саме М. Маклюен використовував термін «медіа» для опису різних комунікаційних засобів та передбачав вплив такого засобу масової комунікації, як телебачення, на сучасне суспільство, зокрема на дитячу аудиторію. Його відома цитата «Матерія - це повідомлення» виражає його переконання, що різні медіатексти є повідомленнями і можуть бути сприйняті по-різному [6, с.32].

Наукові дослідження цього видатного теоретика ХХ століття суттєво вплинули на сучасну систему медіаосвіти в Канаді загалом. Маклюен звернувся до дослідження медіа наприкінці 1940-х років і продовжував свою роботу до кінця 1970-х. Більшість цього часу він провів у Торонто, що дало йому можливість бути в центрі розвитку медіа на північноамериканському континенті. Він написав понад 20 книг і 100 статей. Його роботу періодизують на ранній (1946-1967 рр.), середній (1967-1972 рр.) і пізній (1972-1979 рр.) періоди, згідно з класифікацією Ф. Марчанда та інших дослідників.

Торонтонська школа представляє собою важливий напрямок в розвитку теорії комунікації, який виник у другій половині 20 століття в Торонто, Канада, під впливом праць Герберта Маршалла Маклюена та Гарольда Інніса. Ця школа відіграла ключову роль у формуванні сучасних теорій медіа та культурних студій, вносячи значний внесок у розуміння впливу медіа на суспільство та культуру.

Однією з основних ідей Торонтонської школи є підхід до вивчення медіа як культурного феномену. Вчені цієї школи розглядали медіа як важливий компонент культурної системи, який впливає на утворення та поширення ідей, цінностей та норм в суспільстві. Герберт Маршалл Маклюен та його колеги намагалися зрозуміти, як технології медіа впливають на спосіб мислення, сприйняття світу та соціальні відносини.

Іншою ключовою ідеєю Торонтонської школи є концепція «технологічного визначення», яка була вперше запропонована Маклюеном. Ця концепція стверджує, що технології медіа формують наші способи мислення та сприйняття світу, а не лише поширюють інформацію. Таким чином, для розуміння впливу медіа на суспільство важливо аналізувати не лише зміст передаваної інформації, але й форму та контекст її передачі.

Гарольд Інніс також вніс свій внесок у розвиток Торонтонської школи, зосереджуючись на вивченні впливу різних комунікаційних технологій на структуру суспільства. Він виділяв два типи медіа – «часові» та «просторові» - і аналізував їх роль у формуванні культурних цінностей та соціальних відносин.

Одним з найважливіших досягнень Торонтонської школи є розвиток методів аналізу культурних текстів та медійних продуктів. Вчені цієї школи розробили інноваційні підходи до дослідження змісту медійних текстів, а також до вивчення їх впливу на аудиторію та суспільство в цілому.

У сучасному світі Торонтонська школа Маклюена та Інніса продовжує залишати свій відбиток на дослідженнях у галузі комунікаційних технологій та культурних студій. Її ідеї та підходи залишаються актуальними для розуміння впливу медіа на сучасне суспільство та культуру, а також для розвитку стратегій використання медіа з метою сприяння культурній різноманітності та розвитку громадянського суспільства.

Наприклад, теорія Г. Ласуелла вказує на взаємовплив комунікатора на реципієнта, що ілюструється схемою комунікативного акту: комунікатор - повідомлення - засіб - реципієнт - зворотний зв'язок [14, с. 27].

Американський вчений Д. Гербнер розробив модель комунікативного процесу, яка враховує селективність, мінливість і непередбачуваність цього процесу. У 60-ті роки, група дослідників під керівництвом Д. Гербнера вивчала соціальні наслідки показу насильства по телебаченню та визначила, що телевізійні повідомлення формують уявлення глядачів та призводять до створення стереотипів про соціальну реальність [19, с. 144].

Модель У. Шрамма фокусується на учасниках комунікативного акту (комунікаторі та реципієнті), які виконують однакові функції, такі як кодування, декодування та інтерпретація інформації. Соціальні контакти розглядалися як базовий елемент комунікативного акту [16, с. 41].

За словами В. Колесніченка, англо-саксонська школа стала першою, де досліджувався феномен медіа. З 60-х років ХХ століття в Канаді на базі Торонтського університету почав розвиватися науковий напрям, спрямований на вивчення впливу нових технологій на свідомість людини. Об'єктами дослідження стали алфавіт, друк, усна культура тощо, з особливим акцентом на комунікаційні технології, які група дослідників під керівництвом проф. Г. Інніса активно досліджувала.

Проблема медіаграмотності і медіаосвіти в контексті наукових досліджень представляє собою важливу сферу сучасної науки, яка вивчається та аналізується з численних перспектив.

Нижче наведено декілька ключових аспектів, які становлять основні проблеми та виклики у цій області наукових досліджень:

В умовах цифрової епохи медіаграмотність стала надзвичайно важливою навичкою, оскільки сучасний світ переповнений інформацією, яка легко доступна через Інтернет та соціальні мережі. Ця навичка стала ключовою для ефективного сприйняття та критичного аналізу інформації, що надходить до нас кожен день.

Вчені та освітяни досліджують конкретні навички та здібності, які потрібно розвивати в освітніх програмах для підвищення рівня медіаграмотності населення [10, с. 25].

Згідно з багатьма дослідженнями та експертними думками в галузі медіаграмотності, розвиток цих навичок і здібностей в населення є критично важливим. Важливим напрямом дослідження проблематики медіаграмотності є формулювання навичок, здібностей, що мають бути розвинені у населення, загалом. На думку авторів монографій «Спеціальні інформаційні операції та пропагандистські кампанії» [8] та «Роль засобів масової інформації у

формуванні медіаграмотності особистості в контексті інформаційної війни» [20] серед таких навичок можуть бути:

Критичне мислення та аналіз.

- Розуміння та оцінка інформації з медіа.
- Вміння розрізняти об'єктивні новини від агітації чи фейків.
- Аналіз можливих біасів та інтересів, що можуть впливати на інформаційний контент.

Ефективне використання цифрових ресурсів.

- Навички пошуку та вибору інформації в інтернеті.
- Розуміння цифрових платформ та соціальних мереж.
- Здатність відрізняти надійні джерела в Інтернеті від сумнівних.

Креативна продуктивність.

- Здатність створювати власний медіаконтент (тексти, відео, фотографії) та розуміння його впливу.
- Навички визначення цільової аудиторії та адаптації контенту до її потре,

Безпека в інтернеті.

- Розуміння проблем кібербезпеки та вміння захищати свою особисту інформацію в мережі.
- Усвідомлення ризиків та небезпеки онлайн-поведінки.

Соціальна взаємодія та комунікація.

- Етичне та ефективне спілкування в соціальних мережах.
- Розуміння впливу медіаконтенту на суспільство та культуру.

Сприйняття медіатекстів.

Розуміння та інтерпретація текстів, зображень і відеоматеріалів у медіа.

Ці навички допомагають людям бути свідомими споживачами інформації, уникати дезінформації та маніпуляцій, а також активно взяти участь у сучасному інформаційному суспільстві. Розвиток цих навичок через

освітні програми важливі для забезпечення громадянської активності та розуміння складних медійних ситуацій.

2. Науковці вивчають, як рівень медіаграмотності впливає на демократію, громадську активність, соціокультурний розвиток та формування громадської думки. Аналізуються взаємозв'язки між рівнем медіаграмотності та політичною участю, гендерними аспектами медіаграмотності тощо.

3. Наукові дослідження спрямовані на вивчення ефективних методів та стратегій медіаосвіти. Вчені визначають, які підходи найбільш ефективно сприяють підвищенню рівня медіаграмотності серед різних соціокультурних груп та вікових категорій.

4. Науковці звертають увагу на те, як культурний контекст впливає на розуміння інформації та медіаграмотність. Вивчаються культурні відмінності в сприйнятті новин, реклами, інтернет-мемів та інших медійних контентів.

5. Досліджується етична сторона використання медіа, права та обов'язки громадян у цифровому середовищі, включаючи питання приватності, кібербулінгу, вірогідності інформації тощо.

6. Дослідження спрямовані на визначення та аналіз методів захисту від дезінформації, фейкових новин, кібератак та інших загроз у контексті розвитку медіаграмотності.

Ці аспекти відображають різні виміри проблеми медіаосвіти та медіаграмотності, які досліджуються в рамках наукових досліджень для зрозуміння та вирішення викликів, які виникають у цій сфері.

Сучасним науковцем є Георгій Почепцов який в своїй праці «Сучасні інформаційні війни» вивчає проблематику інформаційних війн і у своїй праці зазначає, що у сучасних умовах, коли кожен громадянин, особливо телеглядач, стикається із виявами інформаційної війни, важливо навчитися розрізняти правдиву інформацію від маніпуляцій та забезпечити власний захист в умовах інформаційного конфлікту.

Почепцов, зазначав «Коли Росія розгортала газову чи сирну війни з Україною, її насамперед цікавили економічні інтереси. У разі інформаційних воєн Росії з Естонією чи Латвією інтереси були політичними. У випадку Грузії – військовими. В україно-російській війні чи квазівійні 2014 р. медійний компонент взагалі виступив як головний. Росії треба було переконати в справедливості цієї війни власне населення, а також Україну. Тому всі медійні ресурси працювали на це, поки Україна не відключила російські телеканали на своїй території. Тобто відбувається поява більш загального інструментарію, який відштовхується від мови як бази до мислення» [40].

У книзі відомого фахівця з інформаційної війни Георгія Почепцова систематично розглядається історія виникнення та розвитку методології інформаційних воєн, а також виокремлюється відмінність між американською, британською і російською моделями [40]. Книга вперше вводить поняття смислової війни і розглядає її роль у сучасному світі.

Людмила Іваненко, кандидат педагогічних наук, та Наталія Баришовець, методист відділу керівних кадрів та координації діяльності методичних кабінетів (центрів), є двома видатними фахівцями, які присвятили свою роботу проблематиці медіаграмотності.

Так, у своїй статі «Медіаграмотність як пріоритетний напрямок розвитку інформаційної компетентності у суспільства» вони зазначають наступне: «У сучасному світі, особливо в умовах глобальних конфліктів та інформаційної перевантаженості, проблема дезінформації стала критичною» [36].

Однією з ключових проблем, яку вони підкреслюють у своїй роботі, є дезінформація. У епоху, коли новини можуть стати знаряддям маніпуляції та впливу, вміння розрізняти факти від міфів стає важливим елементом громадянської освіти. Медіаграмотність передбачає здатність критично оцінювати інформацію, перевіряти її достовірність та розуміти контекст, в якому вона поширюється. Ці навички стають надзвичайно важливими в

боротьбі з дезінформацією та підвищенні рівня інформаційної безпеки суспільства.

Крім того, медіаграмотність є ключовим елементом інформаційної компетентності, яка відіграє важливу роль у розвитку сучасного суспільства.

Уміння ефективно користуватися медіа-ресурсами, аналізувати та інтерпретувати інформацію допомагає громадянам стати активними учасниками суспільного життя, здійснювати свої права та вільно виражати свою думку. Відповідно, розвиток медіаграмотності є не лише особистою справою кожного громадянина, але й стратегічним завданням для освітніх та державних інституцій.

Отже, праці Людмили Іваненко та Наталії Барішовець щодо медіаграмотності є надзвичайно важливим внеском у сучасну освітню практику. Їх дослідження підкреслюють необхідність системного підходу до розвитку медіаграмотності у суспільстві та акцентують увагу на важливості цієї компетенції в епоху глобальних викликів та інформаційних трансформацій.

1.2. Основні етапи розвитку медіаосвіти

Розвиток медіаосвіти є довгим і складним процесом, який проходить кілька основних етапів:

Перший етап. Зародження ідеї медіаосвіти (від початку ХХ століття до середини ХХ століття)

В період зародження масових комунікацій, який тривав від початку ХХ століття до середини ХХ століття, медіаосвіта в основному зосереджувалася на розвитку писемності та грамотності у читанні газет та журналів. В цьому періоді масові видання стали дійсно поширеними, що дало початок ері журналістики, яка стала важливою складовою масової культури.

У ці роки навички читання та розуміння текстів у газетах та журналах були ключовими, оскільки це було основними джерелами інформації для багатьох людей. Медіаосвіта спрямовувалася на те, щоб вчити людей

критично мислити про інформацію, яку вони сприймають, та відокремлювати факти від думок та аналізувати новини та події [3, с. 29].

Цей період слід розглядати як важливий момент у розвитку медіаосвіти, який визначав базові навички та підходи до розуміння медійних текстів, і який ліг в основу подальшого розвитку цієї галузі навчання.

Період з 1946 по 1967 роки розглядається як етап, коли Маршалл Маклюен формував свій підхід до вивчення медіа. У 1946 році, після навчання за кордоном, Маклюен переїжджає до Торонто, де починає викладати в коледжі, пов'язаному з Університетом Торонто. Тут він зустрічається з численними вченими у галузі комунікації, медіа, культури та антропології, що впливає на розвиток його концепції. У 1967-1968 роках Маклюен, який вже був визнаним експертом в галузі медіа, відвідує Нью-Йорк, що впливає на його підхід до дослідження медіа.

Заснувавши журнал «Explorations» у 1953 році, Маклюен розглядав роль друку та медіаграмотності у формуванні громадської свідомості. Він вважав, що освіта повинна не лише надавати основні навички сприйняття інформації, але й розвивати мислення та відрізнити істинну і уявну інформацію.

Термін «візуальна грамотність» був активно використаний Маршалом Маклюеном, коли термін «медіаграмотність» також став популярним. Його концепція «візуальної грамотності» отримала підтримку від інших дослідників і педагогів. Основні ідеї цієї концепції були викладені в книзі «Місто як класна кімната: Розуміння мови медіа», де Маклюен розкривав сутність медіа та його вплив на сучасне суспільство у 1977 році.

У той період були видані ключові праці, такі як «Механічна наречена: фольклор індустріальної людини» (1951), «Галактика Гутенберга: становлення людини, яка друкує» (1962), «Розуміння медіа: зовнішні розширення людини» (1964), та «Засіб комунікації – це «століття мас» («massage») (1967). У «Галактиці Гутенберга» Маклюен розглядав теоретичні засади свого підходу та висловлював концепцію історії засобів комунікації,

стверджуючи, що розвиток суспільства визначається переважно розвитком засобів комунікації, а не переданим смисловим змістом.

За Маклюеном, з розвитком засобів аудіовізуальної комунікації відбувається закінчення ери панування друкованого слова, і розпочинається «повернення» до усної культури на новому рівні. Вплив електричної технології, за його словами, робить людей схожими на представників примітивних культур у їхніх щоденних переживаннях і діях, впливаючи не на розумові думки, а на повсякденне чуттєве життя.

У книзі «Розуміння медіа» Маклюен аналізував роль і місце засобів комунікації в сучасному житті. Він відділяв засоби комунікації на «гарячі» і «холодні» в залежності від їхнього впливу. «Гарячі» засоби передавали високодеталізовані враження, але залишали обмежений простір для інтерпретації, тоді як «холодні» засоби відзначалися меншою деталізацією, але високою активністю аудиторії.

Другий етап. Інституалізація медіаосвіти (від середини ХХ століття – початку 1990-тих років).

Другий етап формування концепції медіа відзначений М. Маклюеном (1967 – 1972 рр.) характеризується уточненням та поглибленням поля об'єктів, які визначаються як медіа, як це було вказано вище. Якщо на першому етапі творчості М. Маклюена він розширював «широке» поле дослідження медіа, то на другому етапі його увага більше спрямована «вглиб», зокрема, через більше глибоке дослідження історії мистецтва. Під час цього періоду стає відомою і циклічна природа моделі М. Маклюена. Однак, як зазначає Ф. Маршан, у цей час М. Маклюен зазнає численних труднощів – його книги цього періоду виявляються менш популярними і менш зрозумілими для сучасників, навіть менше розпроданими.

Протягом цього періоду Маршал Маклюен опублікував значущі праці у співпраці з іншими дослідниками: «Через зникаючу точку: простір в поезії і живопису» (1968, разом з Х. Паркером), «Війна і мир в глобальному селі» (1968, разом з К. Фіоре), «Від кліше до архетипу» (1970, разом з В.

Ватсоном), «Культура – наша справа» (1972) та «Сьогодні: менеджер поза системою» (1972, разом з Б. Невіттом).

М. Маклюен впроваджує термін «електронне суспільство», описуючи особливий етап розвитку сучасного суспільства, коли визначальну роль починають грати електронні засоби комунікації. Він зосереджує свою увагу на аудіовізуальних засобах масової інформації, зокрема на телебаченні, яке він розглядає як представника всесвітньої електронної реальності. Маклюен стверджує, що телебачення поступово витісняє друковану культуру, пригнічуючи попередні форми культури. Таким чином, телебачення, як ключовий елемент глобальної інформаційної мережі, фактично перетворює світ в «глобальне село».

Третій етап. Поширення медіаосвіти (від 1990-тих по 2010-ті роки). У заключні роки свого життя Маклюен намагався систематизувати накопичений за весь період досліджень обсяг даних, спостережень і висновків. За Ф. Маршаном, коли Маклюен наголошував на необхідності системного осмислення природи медіа. Цей період відзначився виходом наукових праць після смерті вченого, де дві з них були спільно написані його сином, Еріком Маклюеном: «Закони медіа: нова наука» (1988, у співавторстві з Е. Маклюеном), «Глобальне село: трансформації в світі і медіа 21 століття» (1989, у співавторстві з Б. Паверсом), «Медіа і формальна причина» (2011, у співавторстві з Е. Маклюеном).

Вчений не лише передбачав вплив телебачення на суспільство, але також передбачав появу Інтернету. Усвідомлюючи, що майбутнє належить новим медіатехнологіям, М. Маклюен уже у 60-ті роки минулого століття закликав активно освоювати і вивчати сучасні засоби комунікації, підкреслюючи актуальність навчання основам медіаграмотності в умовах «глобального села» [20]. Багато положень медійної концепції Маклюена широко використовуються на заняттях з медіакультури в канадських та інших навчальних закладах. Більшість університетів у світі включають його найвідоміші праці, такі як «Механічна наречена», «Галактика Гутенберга»,

«Розуміння медіа», «Матерія – це повідомлення», «Війна і світ в глобальному селі», «Культура – наш бізнес», у курси теорії комунікації.

З появою Інтернету та цифрових медіа парадигма медіаосвіти змінилася. Збільшення кількості інтернет-ресурсів вимагало розвитку навичок критичної оцінки інформації, а також навичок цифрової грамотності.

Так, третій етап розвитку медіаосвіти, який припадає на період цифрової революції (1990-ті роки - початок XXI століття), був періодом значних змін у сфері медійної освіти та інформаційної культури [6, с. 32-39].

Ось декілька основних аспектів цього етапу:

Поява Інтернету та зростання інтернет-ресурсів.

З появою Інтернету відкрилися безмежні можливості доступу до інформації. Інтернет-ресурси стали основним джерелом знань та інформації для мільйонів людей.

Розвиток навичок критичної оцінки інформації.

Збільшення кількості інформації в інтернеті вимагало розвитку навичок критичного мислення. Медіаосвіта стала акцентувати увагу на вивченні методів перевірки достовірності джерел, визначенні вірогідності інформації та розрізненні між правдивою і фейковою інформацією.

Розвиток навичок цифрової грамотності.

Цифрова грамотність, яка включає в себе розуміння роботи з комп'ютерами, програмами, веб-сайтами та соціальними мережами, стала ключовою складовою медіаосвіти. Люди вивчали, як користуватися онлайн-інструментами, забезпечити власну кібербезпеку та уникнути шахрайства.

Зростання популярності соціальних мереж.

Соціальні мережі стали важливим аспектом інтернет-культури. Медіаосвіта розширила свої рамки для включення вивчення аспектів безпеки в інтернеті, приватності на мережах та розуміння впливу соціальних мереж на громадську думку.

Акцент на медійній грамотності для дітей і молоді.

У зв'язку зі зростанням використання Інтернету серед дітей і молоді, був покладений особливий акцент на медійну грамотність для цієї аудиторії.

Програми медіаосвіти стали включати в себе навчання етичному користуванню Інтернетом та соціальними мережами.

Цей період в історії медіаосвіти відзначався адаптацією до нових технологічних викликів та розвитком навичок, необхідних для життя в цифровій епохі.

Четвертий етап. (початок із 2010-х років - сучасність).

Сучасний етап розвитку медіаосвіти відзначається акцентом на критичному мисленні, аналізі впливу медіа на суспільство, та розвитку навичок в області кібербезпеки. Медіаосвіта стала не просто навчанням використанню медіа, але й розвитком глибокого розуміння їх впливу на культуру, політику, економіку та суспільство в цілому.

Майбутнє розвитку медіаосвіти.

Майбутнє медіаосвіти може включати в себе розвиток віртуальної реальності (VR) та розширеної реальності (AR) для поглибленого вивчення медіа-сценаріїв та збільшення інтерактивності.

Також важливо розглядати медіаосвіту в контексті глобальних викликів, таких як дезінформація та кібербезпека, що вимагає постійного вдосконалення методів навчання та відповідності до нових технологій та викликів сучасності.

За допомогою розвитку віртуальної реальності (VR) та розширеної реальності (AR) на основі наявних навчальних матеріалів в майбутньому зможемо виявляти загрози та ризики в медіапросторі - наприклад це і фейки і недоброякісна реклама, інформаційні війни тощо. Інформаційна війна є супутницею війни реальної, конвенціональні війни.

1.3. Основні підходи медіаосвіти

Медіаосвіта це шлях зародження та розвитку медіаграмотності.

Медіаосвіта є не лише шляхом, але й ключовим етапом зародження та розвитку медіаграмотності. Цей процес включає в себе систематичне навчання основам медійної сфери, формування критичного мислення стосовно інформації, яку надають ЗМІ, та розвиток навичок ефективного використання та розуміння медіатекстів. Медіаосвіта ставить перед собою завдання робити громадян обізнаними, аналітично здатними та здатними розрізняти різні аспекти медійного оточення, сприяючи таким чином становленню високого рівня медіаграмотності в суспільстві.

Медіаосвіта – це процес навчання та вивчення навичок сприйняття, аналізу, критичного мислення і використання медійних засобів. Існує кілька основних підходів до медіаосвіти, які використовуються в навчальних програмах та педагогічних практиках [7, с. 159].

Основними з них, є:

1. Інтегрований підхід.

Інтегрований підхід до медіаосвіти, в якому навчання медіаграмотності влітається в традиційні предмети навчання, є дуже ефективним і важливим для розвитку учнів.

Цей підхід має кілька переваг:

Зв'язок з реальним світом. Інтеграція медіаосвіти з традиційними предметами дозволяє учням бачити, як медійна грамотність застосовується у реальному житті, в різних сферах знань та в усіх аспектах культури.

Розвиток мультидисциплінарних навичок. Учні розвивають навички аналізу та розуміння медійних засобів через призму різних предметів. Це допомагає їм розвивати мультидисциплінарний погляд на проблеми та зміцнює їх здатність аналізувати інформацію з різних точок зору.

Розширення контексту. Учні вивчають медійні аспекти в контексті різних тематичних областей, що допомагає їм краще розуміти, як медіа впливають на суспільство, культуру та історію.

Розвиток творчих здібностей. Участь у проектах, пов'язаних із створенням медійних продуктів (відео, аудіо, текстові матеріали тощо) в

контексті різних предметів, сприяє розвитку творчих та комунікативних навичок учнів.

Сприяння критичному мисленню. Аналіз медійних текстів в різних контекстах навчання розвиває критичне мислення, допомагаючи учням впізнавати маніпуляції, біаси та перекручення фактів.

Активізація зацікавленості. Інтеграція медіа в традиційні предмети може зробити навчання цікавішим та захоплюючим для учнів, оскільки вони можуть бачити реальний світ за межами підручників та класних стін.

Інтегрований підхід до медіаосвіти створює можливості для глибшого розуміння та аналізу медійних текстів, розширює горизонти учнів та готує їх до життя в інформаційному суспільстві.

2. Факультативний підхід.

Факультативний підхід до медіаосвіти, який передбачає створення мережі гуртків, клубів та секцій, є одним із ефективних способів навчання учнів медіаграмотності та критичного мислення.

Ось кілька переваг цього підходу:

- Факультативні гуртки дають учням можливість обирати теми, які їх цікавлять. Це стимулює самостійний навчання та активізує зацікавленість учнів.
- Учасники гуртків можуть брати участь у творчих проектах, які розвивають їх креативні та аналітичні здібності. Це може включати створення власних медійних продуктів, наприклад, відеороликів, блогів чи подкастів.
- Учасники гуртків навчаються працювати у команді, обговорювати ідеї та взаємодіяти з іншими учасниками. Це сприяє розвитку комунікаційних та лідерських навичок.
- Гуртки можуть створити сприятливе середовище для обміну досвідом та ідеями, де учні можуть вільно висловлювати свої думки та ділитися знаннями.

- Факультативні гуртки можуть фокусуватися на конкретних аспектах медіаграмотності, таких як вивчення фейкових новин, аналіз реклами, розвиток критичного мислення в Інтернеті тощо.

- Факультативний підхід може залучити вчителів та інших фахівців, які мають спеціалізовані знання у сфері медіаграмотності, для проведення цікавих та корисних занять.

Факультативний підхід до медіаосвіти сприяє створенню стимулюючого та навчального середовища, де учні можуть активно долучатися до навчання, вивчати медійні аспекти, розвивати креативність та спільноту, а також здобувати практичні навички, які їм знадобляться в сучасному інформаційному суспільстві.

3. Спеціальний підхід.

Спеціальний підхід до медіаосвіти, що включає створення спеціальних курсів та спецкурсів, є надзвичайно важливим у контексті розвитку медіаграмотності та критичного мислення серед учнів та студентів. Цей підхід дозволяє глибше вивчати та аналізувати аспекти медійної сфери.

Спеціальні курси дозволяють глибоко вникати у конкретні аспекти медійної грамотності, такі як розбір фейкових новин, аналіз медійної політики, вивчення впливу реклами тощо.

Спеціальні курси можуть бути спрямовані на підвищення професійної кваліфікації журналістів, вчителів, медійних працівників та інших спеціалістів, які працюють у сфері масових комунікацій.

Спеціальні курси можуть охоплювати сучасні тренди у медійному просторі, такі як вивчення впливу соціальних мереж, медійний активізм чи розвиток кібербезпеки.

Курси можуть фокусуватися на практичних навичках, таких як робота з графікою, відеомонтаж, створення медійних матеріалів, що допомагає студентам здобути конкретні навички.

Спецкурси можуть бути розроблені для різних рівнів навчання: від шкільного рівня до вищої освіти, забезпечуючи адаптований підхід до різних аудиторій.

Спеціальні курси можуть надати студентам можливість проводити дослідження у сфері медіа, що сприяє розвитку аналітичних та наукових навичок.

Спеціальні курси з медіаосвіти грають ключову роль у формуванні критичного мислення та медіаграмотності, допомагаючи студентам та учням зрозуміти і критично оцінити сучасний медійний пейзаж.

4. Критичний підхід.

Критичний підхід до медіаосвіти – це методологія навчання, спрямована на розвиток критичного мислення стосовно медійних текстів та інформації, яку споживачі отримують через різні медійні засоби. Цей підхід став ключовим у сучасному інформаційному суспільстві, оскільки допомагає людям аналізувати та критично оцінювати масові повідомлення, які їм подають.

5. SD.

Культурний підхід до медіаосвіти покладає акцент на розуміння взаємодії між медіа та культурою, а також вивчення медійних явищ в контексті культурних, соціальних та історичних впливів. Цей підхід сприяє формуванню глибокого розуміння того, як медіа відображають і впливають на культурні цінності, традиції та ідентичність.

Культурний підхід до медіаосвіти допомагає створити свідомих споживачів медіа, які розуміють і поважають культурні різноманітності, вміють критично оцінювати медійні тексти з культурної перспективи та мають здатність сприймати інформацію культурно чутливим способом.

6. Практичний підхід.

Практичний підхід до медіаосвіти передбачає активну участь учнів у різноманітних практичних діяльностях, спрямованих на навчання конкретних навичок та набуття практичного досвіду в медійній сфері. Цей підхід

стимулює активну участь, креативність та самостійність учнів, а також сприяє розвитку практичних навичок, які можуть бути застосовані в реальних життєвих ситуаціях.

Реалізація спільних медійних проектів у групах, що сприяє розвитку навичок співпраці та комунікації.

Практичний підхід до медіаосвіти розвиває не лише теоретичні знання, але і практичні навички, необхідні для успішної кар'єри в медійній галузі, а також сприяє розвитку творчості, комунікації та критичного мислення учнів.

Ці підходи можуть використовуватися окремо або комбінуватися в залежності від конкретних цілей навчання та потреб учнів.

Висновки до розділу 1

Дослідження впливу медіа на індивіда та суспільство відображають значний внесок видатних теоретиків медіа, таких як Г. Інніс, Г. Лассуелл, У. Шрамм, М. Маклюен, Д. Гербнер та інші.

Концепція «медіосвіти», яку розробив Г. Інніс, дозволяє краще розуміти вплив засобів масової комунікації на формування світогляду та структури суспільства.

Розвиток медіосвіти включає кілька етапів, починаючи з зародження ідеї в початку ХХ століття і закінчуючи систематизацією даних і висновків на третьому етапі.

Медіосвіта є ключовим етапом зародження та розвитку медіаграмотності, сприяючи формуванню критичного мислення та аналітичної здатності стосовно медійного оточення.

Основними цілями медіосвіти є зробити громадян обізнаними, аналітично здатними та здатними розрізняти різні аспекти медійного середовища, сприяючи високому рівню медіаграмотності в суспільстві.

Медіосвіта включає в себе навчання навичкам сприйняття, аналізу, критичного мислення та використання медійних засобів і використовується у навчальних програмах та педагогічних практиках.

РОЗДІЛ 2. ОСНОВНІ ЗАВДАННЯ МЕДІАОСВІТИ ТА ФУНКЦІЇ МЕДІАГРАМОТНОСТІ В УМОВАХ ВІЙНИ

2.1. Медіаграмотність як захист від ворожої пропаганди

У сучасному світі, де інформація стала одним із найсильніших засобів впливу, боротьба за мозок людей стала ключовим елементом сучасних війн. Інформаційна війна - це процес маніпулювання інформацією та масовими засобами комунікації з метою впливу на свідомість та переконання громадян, а також дестабілізації опонентів.

У 90-х роках минулого століття відбувся період, коли пропаганда зазнала розквіту. Після закінчення холодної війни, світ став свідком зростання численних конфліктів та локальних війн, де пропаганда відіграла важливу роль у маніпулюванні громадською думкою та легітимізації воєнних дій.

У нульові роки нашого століття світ сповз на край епохи війн, де гібридні війни стали нормою. Це концепція, що поєднує в собі військові, політичні, економічні та інформаційні методи впливу для досягнення своїх цілей. З часом ці гібридні конфлікти можуть перерости у світову війну, яка може зачепити кожен куточок планети.

Сучасні війни відзначаються не лише військовими боями, але і боротьбою за свідомість людей. За допомогою соціальних мереж, телевізійних каналів та інших медіа платформ різні сили пропагандують свою версію подій, маніпулюють фактами та поширюють дезінформацію. Брудні методи, такі як фейкові новини, кібератаки, маніпуляція громадською думкою та інші форми інформаційної агресії, стали стандартними інструментами в сучасних конфліктах.

У цьому контексті боротьба за медіаграмотність стає критичною. Виховання критичного мислення, навички аналізу інформації та вміння розрізняти правдивість від маніпуляції стають надзвичайно важливими.

Також необхідно забезпечити доступ до об'єктивної інформації та підтримувати незалежність ЗМІ.

У світі, де інформаційні технології стають все більш потужними та впливовими, медіаграмотність стає необхідною умовою для стабільності, миру та свободи. Лише завдяки навичкам критичного мислення та розумінню механізмів медіа можна протистояти інформаційній агресії та забезпечити розвиток суспільства на основі інформаційної правдивості та об'єктивності.

Отже, медіаграмотність та метіаосвіта так потрібна сьогодні.

Медіаграмотність – це комплекс навичок, знань і умінь, що дозволяє людині критично оцінювати, розуміти та ефективно використовувати медійні повідомлення. Це не лише здатність правильно сприймати інформацію, але і здатність аналізувати її, розрізнити факти від маніпуляцій, розуміти контекст і джерела інформації, а також критично оцінювати медійний контент.

Медіаграмотність також включає в себе здатність ефективно користуватися медіа-ресурсами, включаючи інтернет, соціальні мережі, телебачення, радіо та пресу. Це включає в себе вміння знаходити, оцінювати та використовувати інформацію з різних джерел, в тому числі визначення її перевірка достовірності та авторитетності джерел.

Загалом, медіаграмотність - це важлива компетенція в сучасному інформаційному суспільстві, оскільки вона допомагає людям розуміти світ навколо себе, захищати себе від маніпуляцій та дезінформації, і приймати обгрунтовані рішення на основі достовірної інформації.

Медіаграмотність є ключовою навичкою в сучасному інформаційному суспільстві, особливо в умовах ворожої пропаганди, яка може маніпулювати масовою свідомістю через розповсюдження неправдивої, вигаданої чи перекрученої інформації [30].

Ось як медіаграмотність може служити захистом від ворожої пропаганди:

1. Розпізнавання фейків.

Медіаграмотність навчає людей розрізняти правдиву інформацію від фейкової. Вміння розпізнати неправдиві новини є ключовим елементом захисту від пропаганди.

Ось кілька стратегій, які можуть допомогти в розпізнаванні фейкових новин:

- *Перевірка джерела.* Перевіряйте, чи є джерело відомим та надійним. Перевірте, чи ця інформація подається також іншими незалежними джерелами.
- *Перевірка URL.* Уважно дивіться на веб-адресу (URL) сайту. Фейкові сайти можуть мати подібні, але не точно однакові адреси до відомих сайтів.
- *Перевірка дати та часу.* Перевірте дату та час публікації. Фейкові новини можуть подавати застарілу інформацію як актуальну.
- *Перевірка змісту.* Будьте уважні до мови та стилю написання. Фейкові новини часто мають виражений емоційний чи провокаційний характер.
- *Перевірка фотографій та відео.* Перевіряйте джерела фотографій та відеоматеріалів. Часто фейкові новини супроводжуються маніпульованими зображеннями.
- *Критичний підхід.* Використовуйте критичний підхід та задавайте запитання. Якщо інформація здається надмірно сенсаційною чи несправедливою, це може бути підставою для перевірки.
- *Перевірка експертної думки.* Перевірте, чи підтримує інформацію якийсь експерт чи авторитетний джерела. Фейкові новини часто не мають підтримки з боку експертів.

Здатність розпізнавати фейкові новини та намагатися знаходити надійну та об'єктивну інформацію важлива для того, щоб уникнути маніпуляцій та зберегти чесність та інтегритет інформаційного середовища.

Медіаграмотність надає людям інструменти для критичного мислення та аналізу, що робить їх менш вразливими до впливу фейкових новин і пропагандистської інформації [31].

2. Критичний аналіз інформації.

Медіаграмотність включає в себе вміння критично оцінювати медійні тексти, шукати надійні джерела і перевіряти інформацію перед тим, як вірити їй чи поширювати.

3. Розуміння медійних технік маніпуляції.

Люди, що мають медіаграмотність, можуть відзначити методи маніпуляції, які використовуються у пропагандистських матеріалах, такі як емоційний вплив, стереотипи та перекручення фактів.

4. Контроль інформаційного споживання.

Медіаграмотність навчає контролювати інформаційний стрім, вибираючи надійні джерела та уникаючи поширення непідтвердженої інформації.

5. Розвиток аналітичних навичок.

Знання медіаграмотності сприяє розвитку аналітичних навичок, які допомагають легше розпізнавати вірогідність інформації.

6. Сприйняття контексту.

Медіаграмотність включає в себе вміння розуміти соціокультурний та політичний контекст інформації, що допомагає правильно її сприймати.

Розуміння культурних різниць допомагає правильно інтерпретувати медійний контент у різних частинах світу і враховувати різниці в цінностях, переконаннях та традиціях.

Розуміння політичних процесів та взаємовідносин між політичними силами допомагає аналізувати медійний зміст у політичних рамках та розпізнавати вплив політичних інтересів на інформаційні повідомлення.

Розуміння рівня свободи преси та наявності медійної цензури в певній країні або регіоні може допомогти зрозуміти, наскільки об'єктивна та незалежна є надана інформація.

Знання історичних подій та процесів допомагає краще зрозуміти контекст інформації та здатність враховувати історичні фактори у власних роздумах.

Розуміння цих аспектів допомагає глибше зрозуміти сутність медійної інформації та правильно оцінювати її значення у великому соціокультурному та політичному контексті. Це важливо для формування об'єктивних думок та власних поглядів на події, які відбуваються навколо нас.

7. Вплив на громадську думку.

Медіаграмотні люди здатні критично оцінювати інформацію та впливати на громадську думку, розповсюджуючи надійні та обґрунтовані погляди.

Медіаграмотність не лише робить людей більш усвідомленими споживачами медійного контенту, але й служить надійним захистом від маніпуляцій та пропагандистських впливів. Це навичка, яка допомагає будувати власну думку на основі обґрунтованих фактів і аналізу.

2.2. Медіаграмотність і контрпропаганда

Медіаграмотність та контрпропаганда мають тісний зв'язок у сучасному світі, де інформаційний простір насичений різноманітними медійними повідомленнями, включаючи пропаганду, фейкові новини та маніпулятивний контент.

Контрпропаганда – це активні заходи, спрямовані на протидію чи відповідь на пропагандистські зусилля опонента. Це стратегічний чи тактичний вплив на інформаційне середовище для вирішення конкретних цілей, таких як захист власних інтересів, врегулювання суспільного дискурсу або контролю над перцепцією аудиторії.

У сучасному контексті контрпропаганда часто використовується для виявлення, розкриття та нейтралізації дезінформації, яку може поширювати пропагандистська кампанія чи інші джерела, які ставлять своїм завданням

впливати на громадську думку в певний спрямований чи маніпулятивний спосіб.

Ось як медіаграмотність може допомогти в боротьбі з пропагандою:

1. Розпізнавання маніпулятивних технік.

Медіаграмотність допомагає розпізнати маніпулятивні техніки, які використовуються в пропагандистських матеріалах. Люди з високим рівнем медіаграмотності можуть відокремити факти від перекручених або неправдивих заяв, які можуть бути характерні для пропаганди.

2. Аналіз вірогідності джерел.

Медіаграмотність дозволяє оцінювати вірогідність медійних джерел. Люди можуть визначити, які джерела є надійними та авторитетними, а які можуть розповсюджувати пропагандистську інформацію.

3. Критичне мислення.

Медіаграмотність сприяє розвитку критичного мислення, що робить людей менш вразливими до маніпулятивних тверджень та аргументів, які можуть бути використані пропагандою.

4. Активна участь.

Медіаграмотні люди активно беруть участь у розгортанні контрпропаганди, надаючи вірогідні та обґрунтовані інформаційні контраргументи.

5. Навички критичного пошуку інформації.

Медіаграмотність включає навички критичного пошуку інформації, дозволяючи людям знаходити достовірні джерела, які можуть спростувати пропагандистські твердження.

Загалом, медіаграмотність створює інтелектуальну зброю для людей у боротьбі з пропагандою, допомагаючи їм розпізнати, розібратися та відстоювати правдиву інформацію в інформаційному просторі.

Термін «контрпропаганда» вказує на дії, спрямовані на протистояння або заперечення пропагандистським діям. Коли одна сторона розповсюджує пропаганду або маніпулятивну інформацію з метою вплинути на громадську

думку, інша сторона може відповідати на це, заперечуючи або виправдовуючи пропагандистські твердження.

Контрпропаганда може бути використана для розкриття маніпуляцій та неправдивих заяв, розповсюджуваних пропагандистами. Це може включати в себе публікації фактів, наукові дослідження, експертні висловлювання або інші докази, які заперечують або спростовують пропагандистські твердження. Ці дії спрямовані на розкриття неправдивості та відвертості пропагандистської інформації та можуть сприяти підвищенню медіаграмотності громадськості, допомагаючи їм краще розуміти та відповідати на маніпулятивні техніки.

Контрпропаганда може бути важливим інструментом у сучасному інформаційному суспільстві, де швидкість розповсюдження інформації може призвести до великого впливу неправдивої чи маніпулятивної інформації на громадську думку [34].

У світлі видів пропаганди, контрпропаганда поділяється на дві категорії: наступальну та захисну. Наступальна контрпропаганда іноді здається непередбачуваною та навіть абсурдною, оскільки її основна мета полягає в атаках на конкурентів на їх власній території. Це не оборона від агресії, а психологічний контрнаступ. До методів наступальної контрпропаганди відносяться:

- *Трансляція негативу.* Викликання негативного ставлення до певних об'єктів через користувачів конкретних ЗМІ, навіювання почуттів зневаги, страху, відрази та неприязні;
- *Проекція негативного образу.* Перенесення негативних рис якого-небудь об'єкта на інший з метою його дискредитації;
- *Негативна інтерпретація.* Зміна змісту пропагандистських повідомлень ворога, що змінює їх смисл та надає негативний відтінок;
- *Інсинуація.* Використання одного з найефективніших прийомів психологічного впливу для показу дій ворога як загрози для життя, безпеки та благополуччя людей;

- *Розповсюдження чуток.* Специфічний метод контрпропаганди, що передбачає анонімність та відокремленість від інформації, яка подається в ЗМІ;
- *Семантичне маніпулювання.* Поступове перетворення позитивних думок у негативні за допомогою словесних маніпуляцій та гри зі значенням слів.

Захисна контрпропаганда, яку ще називають класичною, спрямована на протидію підривної пропаганді противника чи ворога.

Її методи включають:

- *Пряме спростування.* Безпосереднє пряме спростування пунктів пропаганди ворога.
- *Нехтування.* Ігнорування закидів противника, що може бути ефективним у випадках, коли тема невелика чи незначна.
- *Відволікання уваги.* Перенесення уваги цільової аудиторії з основних тем пропаганди противника на інші теми.
- *Превентивна пропаганда.* Запобіжне використання теми, яку можуть використовувати противники для зменшення довіри до неї.
- *Використання контрчуток.* Ефективний метод захисту від чуток.
- *Використання евфемізмів.* Заміна емоційно забарвлених слів менш емоційними чи зрозумілими виразами.

2.3. Український досвід розвитку медіаосвіти та медіаграмотності в умовах війни

Російська пропаганда в Україні у 2014-2023 роках використовувала цинічну брехню, розпалювання ненависті та заклики до насильства через широкий спектр каналів та агентів всередині України.

Розглядається не випадкові чи короткострокові дії, а тривала, попередньо спланована, складна та послідовна інформаційно-психологічна

операція, спрямована на спровокування та обґрунтування насильства на сході України.

Для боротьби з російською пропагандою в лютому 2015 року Міністерство інформаційної політики анонсувало створення «Інформаційних військ України» - державної організації, яка працює на волонтерських засадах. Гасло «Інформаційних військ України» - «кожен ваш інформаційний вплив - це куля в свідомість ворога».

Мета цієї організації - якісна контрпропаганда, спростування фейкових новин про Україну, відповідь на обвинувачення та звинувачення російського противника. Важливо зазначити, що ця організація не проводить наступальну контрпропаганду. Її діяльність ґрунтується на моніторингу російських ЗМІ щодо наявності фейкових повідомлень про Україну. Волонтери аналізують ці новини порівняно з інформацією у «ватних» групах соціальних мереж та готують відповіді, які публікують у спільнотах на Facebook, Вконтакте, на каналі YouTube.

Ці відповіді також надсилаються на десятки тисяч електронних адрес. Протягом року кількість волонтерів у «Інформаційних військах України» змінювалася від початкових 35 тисяч до 20 осіб [30]. Організація займається не лише розсилкою невеликих інформаційних повідомлень, але й написанням глибоких аналітичних матеріалів, журналістських розслідувань і інтерв'ю з експертами. Їхній сайт оновлюється двічі на день та містить контрпропагандистські повідомлення, рубрику «ІноЗМІ», що висвітлює відношення іноземних країн до політики Російської Федерації, санкції та обвинувачення у пропаганді, а також блоги, де організатори та волонтери діляться своїми думками. Проте «Інформаційні війська України» не ведуть активну контрпропаганду, а лише реагують на російські атаки. Важливо зауважити, що деякі методи контрпропаганди можуть бути не так ефективними, як самостійні засоби протидії, але разом із іншими технологіями контрпропаганди та масовими заходами, такими як виступи, обговорення та конференції, вони стають результативними. «Інформаційні

війська України» обмежуються діяльністю лише у соцмережах та на власному веб-сайті через волонтерський підхід.

Ще одним способом протистояння російській пропаганді є програма «Антизомбі» на каналі ICTV. Її мета - відслідковувати брехливу російську пропаганду, провокаційні фейки та боротьба з ними. Кожен випуск базується на чітких фактах, які підтверджені журналістськими розслідуваннями. Програма виходить російською мовою для максимального охоплення аудиторії. Основна стратегія контрпропаганди, яку використовує програма, - це пряме спростування та використання контрчуток.

Журналісти «Антизомбі» детально аналізують російську пропаганду, спрямовану на внутрішніх громадян Росії. Вони розглядають інформаційні новини, ток-шоу, розважальні програми та інші повідомлення в російських ЗМІ, щоб розкрити механізми роботи медіа в Росії, методи пропаганди та технології, які використовуються для нав'язування громадянам певної політичної інформації та формування російського пропагандистського інформаційного поля.

Наприклад, у сюжеті «Топ-5 найбезглуздіших фейків телеканалів Росії» програма детально аналізує випуски новин і політичних ток-шоу на провідних російських каналах, таких як «Перший російський», «News Life», «НТВ», і збирає найцікавіші фейки. Також у сюжеті «Останній новорос» висвітлюється програма на телеканалі «Росія», яка ставить за мету дискредитувати політику України щодо мешканців Донецької та Луганської областей. У випусках показують коментарі місцевих жителів, російських бойовиків, політиків та чиновників, демонструються факти, які підтверджують «винищувальну» політику України щодо «новоросів».

Проте «відповіді» російських громадян і мешканців Донецької та Луганської областей відзначаються відсутністю реальних підтверджень, це лише продукт вигаданої української дії. Вони показують розгромлені супермаркети, напівзруйновані офіси та закриті установи.

Героями випусків є звичайні росіяни, які стали засобом російської пропаганди та живою ілюстрацією для брехливої пропаганди та маніпулювання громадською думкою.

Хоча проект «Антизомбі» не створює свій власний контент для відповіді на російські атаки проти України, його основна мета - детально продемонструвати стан ЗМІ в Росії та життя російських громадян. Програма збирає факти для підтвердження пропагандистської роботи політичної влади всередині країни та створює підґрунтя для правильного розуміння українськими громадянами російсько-українського протистояння. Це дозволяє зрозуміти, що Росія постійно створює інформаційні платформи для максимально комплексного та ефективного пропагандистського впливу.

Акцентується увага на:

- ЗМІ (телеканали, радіостанції, газети та інтернет-ресурси).
- Вплив на суспільство через громадські організації, які мають проросійську спрямованість, незважаючи на патріотичний фасад.
- Політичний вплив в регіонах Донецької та Луганської областей за допомогою фінансування від Росії, таких як «Россотрудничество», рух «Русскоязычная Украина», російські організації в Україні тощо.

Україна стикається із непростю ситуацією у сфері інформаційної війни. Сучасні дії нашої держави у цій боротьбі не завжди відповідають вимогам протидії інформаційному тиску з боку Кремля.

У загальному інформаційному потоці дуже рідко можна зустріти контент, що підтримує українських громадян за межами інформаційного поля.

З урахуванням цієї ситуації можна запропонувати декілька рекомендацій щодо відповіді на російську пропаганду в умовах війни 2022-2023 року:

- 1) Максимальна правдивість та об'єктивність у висвітленні інформації є важливою.

2) Важлива роль належить громадським та державним організаціям у взаємодії з населенням на окупованих територіях. Ці спільноти можуть здійснювати інформаційну роботу, розробляти програми на телебаченні та радіо, роздавати листівки, використовувати різноманітні засоби комунікації. Проте, їхню роботу необхідно підтримати фінансово та організаційно.

3) Створення спеціалізованого контенту для жителів тимчасово окупованих територій має важливе значення. Це можуть бути інформаційні матеріали щодо медичної допомоги, водопостачання, гігієни, які можуть стати корисними для мешканців ускладнених умов.

4) Проведення публічних дебатів щодо правил журналістської етики є важливим етапом. Це дозволить обговорити питання відповідальності та об'єктивності у висвітленні ситуації на сході України та виявити найкращі практики для дотримання стандартів журналістської професії.

5) Важливо визначити перелік каналів та механізмів для поширення контрпропаганди та розробити спільні стандарти для висвітлення подій у зоні воєнних дій, щоб уникнути розповсюдження інформації, яка може завдати шкоди військовим чи громадянам.

6) Для ефективної боротьби із російською пропагандою потрібно встановити сприятливі умови для розвитку українських ЗМІ, забезпечити їхню незалежність і фінансову підтримку. Це може включати в себе надання субсидій та пільг для медійних організацій, які активно беруть участь у контрпропагандистських заходах.

Загалом, важливо розробити комплексну та добре зкоординовану стратегію для боротьби із російською пропагандою, яка охоплює різні аспекти інформаційної війни та забезпечує ефективний вплив на аудиторію.

Основний підхід, який був вибраний, полягає в правдивому та об'єктивному висвітленні новин та інформуванні громадян України та Російської Федерації.

Ця стратегія охоплює декілька територіальних зон, що піддані впливу російської пропаганди:

- Територія України та зона бойових дій, яка перебуває під контролем української армії.

- Території, що окуповані терористами та російськими військами.
- Закордонні держави.

Модель включає чітко визначені зв'язки між її складовими для оптимальної взаємодії та має чотири цільові аудиторії для інформування:

- Населення України.
- Населення окупованих територій, що перебуває під контролем терористів та російських військ.
- Міжнародна аудиторія.

Центральним елементом у цій моделі є ЗМІ, які відповідають за розповсюдження інформації.

Однак інформація, яка подається для кожної аудиторії, повинна відповідати конкретним вимогам:

- Подавати правдиву та невикривлену інформацію щодо подій в зоні воєнних дій.
- Проводити роз'яснювальну роботу серед населення, включаючи пояснення дій влади.
- Працювати над роз'ясненням тем, які стають об'єктом маніпуляцій в російських ЗМІ, зокрема ролі НАТО, ЄС та інших міжнародних інституцій, які російські ЗМІ демонізують.
- Витіснити російський контент з інформаційного простору України, створивши якісний власний продукт.
- Підготовка військових кореспондентів, які будуть працювати безпосередньо на фронті та надавати свіжу та оперативну інформацію.

Використовувати Інтернету та соціальних мереж як майданчика для спілкування та пояснень, а також для публікації інформації про події на війні та політику центральної влади.

Створювати атмосферу довіри та взаєморозуміння.

Для міжнародних ЗМІ важливо створювати англомовні новини в Інтернет-ЗМІ та великих інформаційних агентствах, які транслюватимуть актуальні новини щодо подій в зоні воєнних дій в Україні.

Розміщувати відеоконтент з місць бойових дій на спеціалізованих ресурсах для подальшого використання зарубіжними каналами.

Після 24 лютого 2022 року медійний ландшафт України відчув значні зміни. Практично всі головні телеканали припинили своє звичайне мовлення.

26 лютого найбільші медіагрупи (1+1 media, StarLightMedia та InterMediaGroup) оголосили про своє об'єднання та спільне проведення новинного марафону під назвою «Єдині новини».

До цього марафону приєдналися телеканали Ріната Ахметова «Україна» і «Україна 24», а також Суспільне, «Дом», 24 канал і «Київ» [28]. 19 березня 2022 року Президент України підписав Указ «Щодо реалізації єдиної інформаційної політики в умовах воєнного стану», який зобов'язав об'єднати всі загальнонаціональні телеканали, головна частина їхнього програмного наповнення складається з інформаційних та/або інформаційно-аналітичних передач, на єдиній платформі - цілодобовому інформаційному марафоні «Єдині новини #UАразом» [28].

Незважаючи на те, що створення цього марафону було спрямовано на відповідальне інформування населення в умовах війни, медіаексперти вказують на недоліки та можливі ризики цієї моделі.

По-суті, це було спричинено не бізнес-інтересами, а політичною доцільністю в конкретний історичний період. Також медіаексперти звертають увагу на незбалансоване представлення різних політичних сил в марафоні. За результатами постійного моніторингу ГО «Детектор медіа», основною частиною учасників марафону стали представники парламентської партії влади та офіційні посадові особи [29], в той час як інші політичні сили майже не були представлені. Експерти також зафіксували порушення інших професійних стандартів під час марафону [29].

Воєнна діяльність розгромила регіональний медійний ринок: багато видань припинили існування, численні регіональні теле- та радіостанції втратили ліцензії [29]. Багато журналістів втратили роботу, а деякі з них приєдналися до Збройних сил України. За даними Інституту масової інформації, з 24 лютого до 13 червня загинуло 33 журналісти, з яких 8 - під час виконання професійних обов'язків [29].

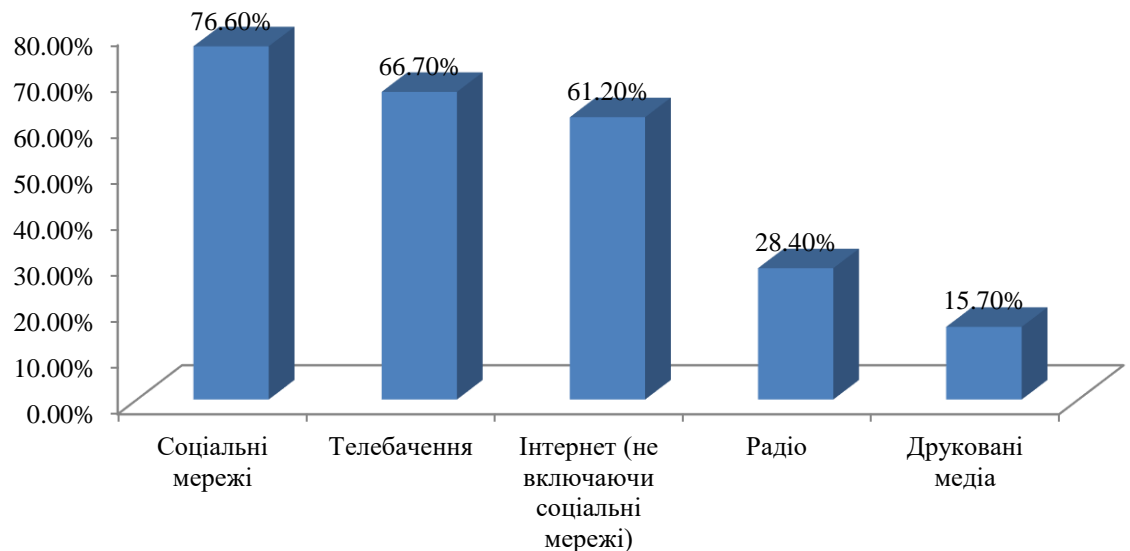
Незалежні медіа, які отримують донорське фінансування, залишаються більш стійкими в умовах війни. Деякі з них продовжують проекти, що сприяють підвищенню рівня медіаграмотності та допомагають аудиторії краще орієнтуватися в інформаційному полі в умовах конфлікту. Це стосується ключових медіа, таких як «Громадське радіо», Texty.org.ua, StopFake, «По той бік новин» та VoxUkraine, а також багатьох анонімних телеграм-каналів, які успішно конкурують за аудиторію з традиційними медіа. Останні відстають від телеграм-каналів за оперативністю (яку аудиторія дуже потребує в умовах війни), оскільки вони змушені витратити час на пошук надійних джерел та перевірку інформації, щоб дотримуватися професійних стандартів. Узагальнюючи, реалізація єдиної інформаційної політики практично виключила присутність у медійному просторі фейкової інформації та російських наративів, особливо тих, що стосуються бойових дій на фронті. Однак значно зросла кількість ненадійної, емоційно зарядженої інформації у соціальних мережах та месенджерах, що може спонукати ключових учасників у галузі медіаграмотності адаптувати свої проекти з урахуванням нових викликів.

Наслідки війни відзначилися і в медіаспоживанні українського суспільства, що привело до змін у структурі інформаційних джерел порівняно з попереднім періодом перед конфліктом. Згідно з результатами соціологічного дослідження, проведеного Київським міжнародним інститутом соціології за замовленням ОПОРИ в період з 3 по 26 травня 2022 року, соціальні мережі стали найпопулярнішим джерелом інформації (раніше цю позицію утримувало телебачення).

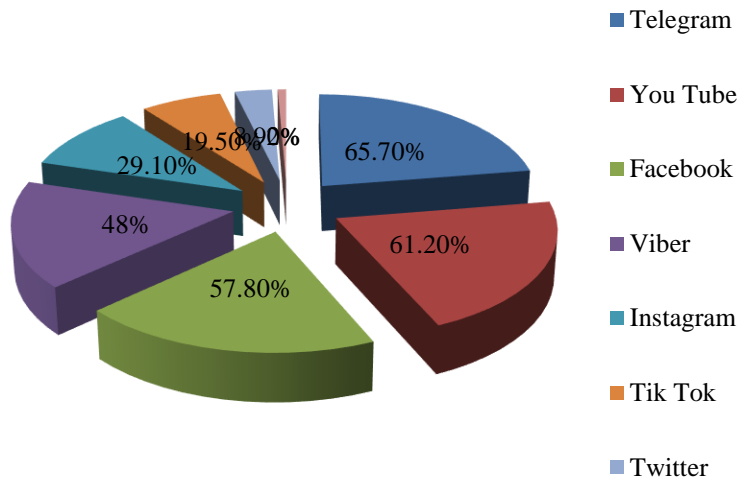
Зараз 76,6% опитаних громадян України користуються соціальними мережами для отримання новин. Телебачення залишається на другому місці з показником 66,7%, а інтернет (окрім соціальних мереж) розташувався на третьому місці з рівнем 61,2%. Радіо слухають 28,4% опитаних. Ситуація з друкованими медіа є найважчою - їх читає лише 15,7% опитаних.

Ті, хто обирає соціальні мережі як головне джерело новин, найчастіше користуються Telegram (65,7%), YouTube (61,2%) та Facebook (57,8%).

Крім того, 48% опитаних використовували Viber, 29,1% – Instagram, 19,5% – TikTok, 8,9% – Twitter. Приблизно 2% респондентів вказали, що для отримання новин вони використовують інші соціальні мережі, такі як WhatsApp, Signal тощо [26].



Джерела інформації [24]



Соціальні медіа [24]

У цьому аналітичному звіті немає можливості з'ясувати, чи відбулися зміни в цільових аудиторіях проєктів з медіаграмотності, оскільки ми не проводили опитування ключових учасників цієї сфери. У попередньому дослідженні «Картографування сфери медіаграмотності в Україні» було визначено 10 груп, з якими працюють основні учасники: учні; студенти вищих навчальних закладів; професіонали – вчителі; професіонали – журналісти; професіонали – бібліотекарі; професіонали – політики; широка аудиторія/населення країни; люди літнього віку/пенсіонери; мешканці окремих регіонів; експертна спільнота.

Проте, аналіз діяльності громадських організацій, що діють у цій сфері, показує, що всі вони намагаються продовжувати взаємодію зі своїми попередніми аудиторіями, надаючи їм інформаційну, освітню та психологічну підтримку в умовах війни. Також стоїть зауважити новий тренд - взаємодія з аудиторією інших країн. Крім того, можна говорити про появу нових уразливих аудиторій, з якими працювати стане важливим викликом у майбутньому для всіх учасників у сфері медіаграмотності.

Після повномасштабного вторгнення зростає необхідність у фактчекінгу та спростуванні фейкової інформації через інтенсивний потік

dezінформації та збільшення кількості каналів поширення. Проекти фактчекінгу, такі як StopFake, VoxCheck, «По той бік новин», «Без брехні», «НотаЄнота», «Брехунець» та інші, вдосконалюють свої методи відповідно до нових реалій. Наприклад, StopFake активізував іншомовні сторінки і зосередився на роз'яснювальній роботі з аудиторією, переходячи на цілодобовий режим роботи.

Умови війни ставлять перед фактчекерами особливі завдання, оскільки потребують експертизи у сфері бойових дій. Тому вони часто залучають військових до своєї роботи. Точність та достовірність інформації стають надзвичайно важливими у цих умовах, оскільки вона може впливати на життя багатьох людей та хід війни.

Зауважимо, що збільшується кількість дідфейків, які спрямовані не лише на масову аудиторію, але й на маніпулювання політиками та високопоставленими чиновниками. Це створює додаткові ризики в умовах повномасштабної війни. Тому проекти з медіаграмотності повинні звертати більше уваги на дідфейки та інші методи маніпулювання реальністю.

Зазначимо, що якщо до 24 лютого 2022 року фактчекінг та спростування дезінформації були ініціативою громадських організацій та незалежних медіа, то в нових умовах до цієї справи долучилися державні інституції, такі як Центр з протидії дезінформації та Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки. Вони також активно проводять роз'яснювальну роботу серед населення у соціальних мережах, а іноді спростовують фейки навіть у відеозверненнях Президента України [25].

Українські неприбуткові організації та медіа продовжують генерувати контент з медіаграмотності після повномасштабного вторгнення. Вони продовжують створювати різні типи контенту, які були визначені у нашому аналітичному звіті «Картування сфери медіаграмотності в Україні», за винятком розважального контенту.

Ці види контенту включають:

- Звіти з медіамоніторингу.

- Аналітичні публікації та звіти.
- Освітні матеріали, які зазвичай спрямовані на спростування міфів та стереотипів, які поширюються медіа, викриття фейків та дезінформації, а також на розвиток критичного мислення серед широкої аудиторії.

Розважальний контент практично зник із телеканалів України, включаючи проєкти, які спрямовані на підвищення рівня медіаграмотності та критичного мислення.

Наприклад, гумористичний проєкт «Телебачення Торонто» серйозно змінив свій формат, перейшовши до більш серйозних жанрів після повномасштабного вторгнення та після того, як його засновник Роман Вінтонів (Майкл Щур) приєднався до Збройних Сил України.

Зміни в медіаспоживанні та перехід аудиторії до соціальних мереж змусили неприбуткові організації, зокрема «Детектор медіа» та «Texty.org.ua», розпочати моніторинг телеграм-каналів, переважно проросійських. Це робиться з метою відстеження ключових наративів російської пропаганди.

Тим часом існують організації, які продовжують моніторити традиційні медіа. Наприклад, Інститут демократії ім. Пилипа Орлика здійснює моніторинг регіональних медіа, а «Детектор медіа» вивчає марафон «Єдині новини #UАразом».

Академія Української Преси продовжує створювати освітні матеріали для вчителів, включаючи методичні посібники («Тулбокс уроків з медіаграмотності для вчителів - <https://toolbox.medialiteracy.org.ua/>«), з фокусом на умовах воєнних дій.

У цифровій епохи важливо розуміти, як правильно оцінювати інформацію, що надходить до нас через різні медіа. Медіаграмотність допомагає розрізняти достовірні новини від маніпулятивних, фейкових або призначених для введення в оман інформаційних матеріалів.

Під час війни актуалізувалися наступні напрямки медіаосвіти:

1. *Формальна освіта.* У період війни, формальна освіта стає важливим інструментом для зміцнення медіаграмотності. Зокрема, елементи медіаосвіти можуть бути включені в шкільні програми та підручники, щоб підготувати молодше покоління до аналізу і критичного сприйняття інформації в умовах військових конфліктів.

У вищих закладах освіти запроваджені спеціальні курси з медіаосвіти, спрямовані на вивчення впливу медіа на формування громадської думки під час кризових ситуацій. Це допомагає студентам здобути поглиблені знання та навички, які їм можуть знадобитися для висловлювання своїх думок та оцінки інформації в умовах воєнного конфлікту.

2. *Неформальна освіта.* Громадські організації та фонди активно залучаються до розвитку медіаосвіти шляхом організації тренінгів та курсів. Наприклад, телеканал «1+1» організовують курси з медіаграмотності, спрямовані на аналіз медійного покриття військових подій, роблячи акцент на критичному мисленні та розрізненні правдивої інформації від маніпуляцій.

Однією з форм неформальної освіти у сфері медіаосвіти є проведення тестів, призначених для визначення рівня знань та навичок громадян у цій сфері. Такі тести надають можливість людям добровільно перевірити свою медіаграмотність та отримати об'єктивний результат.

Тести з медіаграмотності можуть бути доступні онлайн і містити питання, спрямовані на оцінку здатності розрізняти правдиву інформацію від маніпуляцій та фейкових новин. Учасники тестів мають змогу самостійно вибирати час і місце проходження тестування.

Важливим аспектом цієї форми навчання є можливість отримати сертифікат або посвідчення про успішне проходження тесту, що може служити підтвердженням їхніх знань у галузі медіаграмотності. Такий сертифікат може бути корисним як у особистому розвитку, так і при пошуку роботи, демонструючи вміння аналізувати медійний контент та робити обізнані висновки.

Отже, тести з медіаграмотності виконують роль неформальної освіти, сприяючи самоосвіті та розвитку критичного мислення серед тих, хто вирішує активно вдосконалювати свої навички у використанні медіа.

3. *Самоосвіта.* Самоосвіта залишається ключовим елементом в розвитку медіаосвіти, особливо в умовах військових конфліктів. Люди самі мають бажання та можливість вивчати нові аспекти медіаграмотності, вдосконалювати свої навички аналізу інформації та критичного мислення.

Самоосвіта стає важливим інструментом для захисту від маніпуляцій та дезінформації під час воєнних дій.

Усі ці напрямки разом створюють комплексну систему, спрямовану на підготовку суспільства до ефективного взаємодії з інформацією в умовах воєнного конфлікту. Взаємодія формальної, неформальної освіти та самоосвіти стає важливою ланкою у підготовці громадян до критичного та відповідального сприйняття медійного контенту під час непередбачених обставин.

У сучасному інформаційному суспільстві ресурсні центри, спрямовані на медіаосвіту, відіграють ключову роль у боротьбі з дезінформацією та недостовірною інформацією. Ці центри надають різноманітні ресурси, які сприяють розвитку медіаграмотності та формуванню вмій критично оцінювати інформацію. Нижче представлено деякі ключові аспекти, які роблять ресурсні центри важливими центрами протидії дезінформації:

- *Навчальні матеріали.* Ресурсні центри надають доступ до якісних навчальних матеріалів, що охоплюють різні аспекти медіаосвіти. Це онлайн-курси, відеолекції, інтерактивні практикуми, які допомагають розвивати навички аналізу та критичного мислення.

- *Інформаційні ресурси.* Ресурсні центри забезпечують інформаційні ресурси, які допомагають розуміти сучасні медійні тенденції та викривати дезінформацію. Це статті, аналітика, дослідження, які розкривають методи поширення фейкових новин та маніпуляції в інформаційному просторі.

- *Тренінги та семінари.* Організація тренінгів та семінарів є важливою складовою роботи ресурсних центрів. Це дозволяє надавати інтерактивні заняття, під час яких учасники можуть вдосконалювати свої навички аналізу і критичного мислення під керівництвом досвідчених фахівців.
- *Формування медіаосвітніх платформ.* Ресурсні центри активно сприяють створенню медіаосвітніх платформ, де громадяни обмінюються досвідом, аналізують медійний контент та взаємодіють з експертами в сфері медіаграмотності.
- *Співпраця з освітніми установами.* Ресурсні центри часто вступають у партнерства з освітніми установами, щоб інтегрувати медіаграмотність у формальну освіту. Це охоплює розробку навчальних програм, надання методичних рекомендацій та підтримку педагогів у впровадженні медіаосвітніх практик.
- *Моніторинг медіапростору.* Ресурсні центри проводять моніторинг медіапростору, виявляючи та аналізуючи поширення дезінформації. Це дозволяє реагувати на актуальні події та вчасно надавати громаді корисну та достовірну інформацію.

Ресурсні центри для медіаосвіти є ефективними інструментами протидії дезінформації, забезпечуючи громадянам необхідні знання та навички для ефективного взаємодії з медійним вмістом та розрізнення правдивої інформації від маніпуляцій.

Перелічимо деякі ресурси які будуть сприяти розвитку медіаосвіти:

1. *Інтернет-портал Media Sapiens.*

Україна на сьогоднішній день має значущий медіа-освітній проект, яким є «Media Sapiens». Цей ініціативний проект, створений у 2010 році «Телекритикою» (тепер - «Детектор медіа»), призначений для підвищення рівня медіаграмотності серед аудиторії. Зміст порталу допомагає розрізняти якісну та достовірну інформацію, виявляти маніпуляційні спроби впливу на громадську думку та уникати них, а також дізнаватись про інформаційні

права та вміти їх використовувати. Портал активно користується представниками журналістського співтовариства, активістами, працівниками телекомпаній, видавництв та електронних ЗМІ, а також іншими особами, які цікавляться критичним поглядом на події.

На веб-сайті можна знайти добірки книг з медіа-освіти, цікаві медіа-дослідження, анонси медіа-подій та інші корисні матеріали.

2. Книга *«Посібник для вчителя про медіаграмотність: Критичне мислення в мультимедійному світі»* (англійською).

Національна асоціація освіти з медіаграмотності (NAMLE) в США розробила систему ключових питань для аналізу медіа-повідомлень. В їхньому розумінні, правильні запитання становлять основу медійної освіти та загального критичного мислення. У книзі ці запитання розширені та систематизовані за різними темами. Повна версія книги доступна англійською, а скорочена версія перекладена українською.

3. *Онлайн курс «Новинна грамотність» від «Детектор медіа».*

Курс складається з десяти модулів, під час яких експерти детально розглядають теми, такі як створення новин, професійні та етичні стандарти журналістики, методи маніпуляцій в медіа та інші аспекти цієї галузі.

4. *«Наука повсякденного мислення» – курс на Prometheus.*

Платформа Prometheus переклала українською мовою курс викладачів університету Квінсленда (Австралія), який є одним із найпопулярніших у галузі розвитку критичного мислення. Тривалість курсу - 13 тижнів, і завдяки платформі Prometheus, до нього можна долучитися у будь-який зручний для вас час. Курс надає інструменти для навчання незалежного та аналітичного мислення, вчить цінувати факти більше власного досвіду та розкриває методи розпізнавання ментальних ярликів, якими іноді користуються люди.

5. *Бібліотека медіа-грамотності від Академії української преси.*

Академія української преси на своєму веб-сайті збила бібліотеку книг та презентацій з медіаосвіти та медіаграмотності. У бібліотеці представлені підручники з гендерної рівності в медіа, матеріали з верифікації даних,

посібники з журналістської етики та багато іншої цікавої інформації.

Загалом, в бібліотеці Академії української преси кожен зможе знайти інформацію про той аспект медіаграмотності, що цікавить саме його.

Становлення сучасного суспільства, насиченого інформацією, вимагає від громадян не лише здатності отримувати та сприймати інформацію, але й критично оцінювати її, аналізувати та творчо використовувати. Медіаграмотність стає ключовим елементом освіти, оскільки вона допомагає людям розуміти та працювати з різноманітними медіаформами та інформацією. Нові напрямки медіаграмотності в освітніх установах та неформальній освіті можуть включати такі аспекти:

Критичне мислення та оцінка інформації.

- Факт-чекінг. Навчання методам перевірки достовірності інформації, перевірці джерел та визначенню фейкових новин.
- Критичний аналіз контенту. Розвиток навичок оцінки інформації з різних джерел, розуміння контексту та прихованої мети.

Цифрова безпека та конфіденційність.

- Основи кібербезпеки. Навчання основам захисту від кіберзагроз, управління паролями та основам конфіденційності в мережі.

Творча продуктивність.

- Медіастворення. Залучення учнів до створення мультимедійних контентів, цифрових історій, відео та аудіоматеріалів.
- Цифрова редакція та монтаж. Освоєння навичок редагування відео, звуку та графіки для створення власного контенту.

Спілкування та соціальні мережі.

- Культура онлайн-спілкування. Навчання етикету та безпечного взаємодії в інтернеті, професійного використання соціальних мереж.

Медіапсихологія та емоційна інтелігенція.

- Розуміння впливу медіа на емоції: Вивчення та аналіз впливу різних медіаформ на емоційний стан та психологічне здоров'я.

Глобальна та міжкультурна медіаграмотність.

- Розуміння культурних контекстів. Навчання умінню адаптувати та сприймати медіаконтент з різних культур.

Активна участь та громадянська журналістика.

- Блогінг та громадянське журналістство. Розвиток навичок написання та редагування текстів, аналізу подій та висловлення власної думки.

Інноваційні технології та медіаосвіта.

- Використання AR та VR. Залучення до вивчення новітніх технологій для створення інтерактивних навчальних засобів та вражень.

Розвиток інформаційної культури.

- Освіта щодо авторських прав та етики. Навчання учнів коректно використовувати та цитувати інформацію, розуміти поняття авторських прав.

Ці напрямки взаємодіють та відповідають сучасним викликам у сфері інформаційної грамотності та сприяють формуванню повноцінних громадян, здатних критично мислити та ефективно взаємодіяти з медіа.

Освіченість у медіаграмотності допомагає людям уникати попадання під вплив маніпулятивних технік, які часто використовуються у рекламі, політичних кампаніях та інших медійних контекстах.

Неправильно сприйнята або сприйнята як істинна інформація може викликати стрес, тривогу та навіть вплинути на психічне здоров'я. Медіаграмотність може допомогти впоратися з цими ризиками.

Сучасне суспільство, переповнене потоком інформації та новин, потребує високого рівня медіаграмотності для того, щоб ефективно розуміти, аналізувати та взаємодіяти з різноманітними медійними вмістами. В цьому контексті тести з медіаграмотності виступають не лише інструментом визначення рівня грамотності особистості в цій сфері, а й потужним навчальним інструментом.

З одного боку, тести з медіаграмотності служать важливим засобом вимірювання рівня знань та розуміння основних понять в цій галузі. Вони

оцінюють здатність індивіда розпізнавати фейкі та маніпуляції в медійному просторі, аналізувати та критично оцінювати інформацію, розуміти медійні коди та жанри. Результати тестів можуть слугувати орієнтиром для самостійного вдосконалення та розвитку медіаграмотності.

З іншого боку, тести цієї природи мають важливу навчальну функцію.

Вони створюють можливість для освітян вивчати нові аспекти медіаграмотності, коригувати свої недоліки та розширювати свої знання. Проходження тесту може виявитися заохоченням для додаткового дослідження та вивчення медійних явищ. Важливо враховувати, що в сучасному світі, де медіа постійно змінюються та розвиваються, навчання медіаграмотності – це процес постійного навчання, а тести стають інструментом самоосвіти та саморозвитку.

Крім того, тести з медіаграмотності можуть впливати на формування педагогічних підходів та програм в галузі освіти. Результати тестів надають інформацію про те, на якому етапі розвитку медіаграмотності перебуває суспільство, і які аспекти потребують більшої уваги у навчальних програмах.

Як результат, тести з медіаграмотності мають подвійне призначення – вони визначають рівень медіаграмотності індивіда, а водночас є ефективним засобом для його освіти в цій сфері. Здійснення тестів стає кроком до формування свідомого, критичного споживача медійного вмісту, а також може слугувати поштовхом для подальшого розвитку медіаграмотності в суспільстві.

Тести з медіаграмотності допомагають розвивати навички критичного мислення. Люди навчаються питати запитання про джерело інформації, її точність і об'єктивність.

Зрозуміла медіаграмотність допомагає людям краще розуміти суспільні проблеми та виклики, з якими суспільство стикається, оскільки вони можуть аналізувати інформацію, яка стосується цих питань.

Люди, які володіють медіаграмотністю, зазвичай краще розуміють способи ефективної комунікації в різних медійних форматах.

У світі, де доступ до інформації є безпрецедентно широким, важливо, щоб люди були освіченими та мали знання про те, як правильно користуватися цією інформацією. Тести з медіаграмотності є важливим інструментом для досягнення цієї мети (див. додаток А).

Тест з медіаграмотності став важливим інструментом для визначення, наскільки ефективно людина може взаємодіяти з інформацією, яку вона зустрічає у повсякденному житті. Правильне розуміння новин, вміння визначати достовірність джерел та виявлення маніпуляцій в інформації – це лише деякі з аспектів, які тест може виявити.

Одним із ключових випробувань в медіаграмотності є здатність розрізнити факт від думки та розпізнавати загальні стереотипи. Люди, які мають високий рівень медіаграмотності, не лише сприймають інформацію, а й аналізують її, покладаючись на свої розумові та критичні здібності. Тест з медіаграмотності визначає, наскільки особа може розрізнити об'єктивні факти від особистих думок, що стає ключовим фактором у формуванні об'єктивної картини світу.

Крім того, тест оцінює здатність особи аналізувати вплив медіа на суспільство. Це охоплює не лише усвідомлення рекламних стратегій, але й здатність розпізнавати та реагувати на маніпуляції через медійні канали.

Особа, яка успішно пройшла тест з медіаграмотності, має засоби захисту від навмисної маніпуляції та впливу, враховуючи інтереси суспільства та особисті цінності.

Тест з медіаграмотності також підкреслює важливість відкритості до нових медіаформатів та технологій. Зі зростанням кількості цифрових платформ і засобів інформаційної комунікації, медіаграмотність стає необхідною для того, щоб ефективно взаємодіяти з різноманітними формами інформації та уникати цифрового аналіфбетизму.

У підсумку, тест з медіаграмотності – це важливий етап у формуванні освіченої та критично мислячої громадянської особистості. Він не лише вимірює рівень знань, але й виявляє здатність особи орієнтуватися в

сучасному медіапросторі, розрізняти факти від думок, та аналізувати вплив інформації на світогляд. Тільки за допомогою такого тесту можна забезпечити ефективний розвиток медіаграмотності та підготувати сучасну людину до активної участі у суспільному житті.

Менше третини українців знають, як визначити deepfake – результати тесту з медіаграмотності (див. додаток Б)

Deepfake Залужний [46].

Як вже було зауважено, медійний пейзаж в Україні після повномасштабного вторгнення зазнав суттєвих змін, так само, як і медіаспоживання. Але увага українських медіа до медіаграмотності, зокрема до дезінформації та пропаганди, лишається актуальною вже протягом багатьох років, з моменту початку війни, яку почала Росія у 2014 році анексією Криму. Повномасштабне вторгнення у 2022 році ще більше підсилило цю увагу.

Багато медіа приділяють значну кількість часу та місця у своїх матеріалах темі впливу російської пропаганди та дезінформації, а також фактчекерським проєктам, які розкривають перед аудиторією фейки та міфи, а також питання кібербезпеки тощо. Журналісти беруть інтерв'ю українських та західних експертів у цій сфері. Сюжети, які спростовують фейкову інформацію, з'являються у марафоні «Єдині новини #UАразом», який спрямований на широку аудиторію.

Фактично медіа, так само як і громадські організації, що працюють у сфері медіаграмотності, залишаються вірними своїм підходам до роботи з аудиторією, які були розроблені протягом останніх років, мало що змінюючи.

У відповідності до дослідження, проведеного у травні Фондом «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва, кількість осіб, які часто сумнівалися у достовірності інформації у ЗМІ або соцмережах, зменшилася з понад 30% до приблизно 11%. Хоча цей результат не вважається позитивним

експертами Фонду, останні висловлюють обурення, оскільки вважають, що це може збільшити вразливість до дезінформації у соцмережах.

Представники медіа та журналісти наголошують на необхідності зміни акценту з навчання населення використовувати інструменти перевірки інформації (оскільки масова аудиторія й так не проявить інтересу до цього, як це роблять журналісти), на розвиток вмінь знаходження та використання якісних джерел інформації, зокрема високоякісних ЗМІ. Роман Кульчинський, засновник проєкту Textu, вбачає важливість того, щоб люди звикали читати не анонімні вайбер-групи, а перевірені джерела, такі як ресурси високої якості. Таким чином, важливо, щоб високоякісні медіа створювали зміст, який цікавить читача, і спонукає його довіряти та обирати саме ці джерела. Довіра до високоякісних ЗМІ може виявитися ключовим чинником відновлення ринку якісних медіа в Україні після періоду війни.

Висновки до розділу 2

Медіаграмотність визначається як набір навичок, знань і умінь, що дозволяють людині критично оцінювати, розуміти та ефективно використовувати медійні повідомлення.

Медіаграмотність включає не лише спроможність правильно сприймати інформацію, але й здатність аналізувати її, розрізняти факти від маніпуляцій, розуміти контекст і джерела інформації, а також критично оцінювати медійний контент.

Контрпропаганда, спрямована на виявлення, розкриття та нейтралізацію дезінформації, може бути важливим інструментом у сучасному інформаційному суспільстві.

Україна зазнала значних змін у медійному ландшафті після подій 2014-2023 років, зокрема, об'єднання загальнонаціональних телеканалів для забезпечення єдиної інформаційної політики в умовах воєнного стану.

Недоліками таких ініціатив може бути недостатня увага до розвитку медіаграмотності населення та зменшення впливу низькоякісних джерел інформації.

Важливою стратегією в боротьбі з пропагандою та дезінформацією є розвиток довіри до високоякісних ЗМІ та формування вмінь критично оцінювати інформацію.

РОЗДІЛ 3 РОЗРОБКА ПРАКТИЧНОГО ТРЕНІГУ «МЕТОДИ ПРОТИДІЇ МАНІПУЛЮВАННЯ СВІДОМІСТЮ»

Тренінг - це форма навчання, спрямована на практичне засвоєння знань, навичок або вмінь у конкретній області. Основними рисами тренінгу є активна участь учасників, інтерактивність, практичні вправи та відсутність строго дидактичного контролю.

Основна відмінність тренінгу від інших форм освіти, наприклад, лекцій або семінарів, полягає в активній участі учасників та практичному застосуванні отриманих знань. Тренінг спрямований на практичну взаємодію, обговорення та вирішення конкретних завдань чи проблем.

Вибір тренінгу як засобу підвищення медіаграмотності може бути обґрунтований кількома факторами. По-перше, тренінги зазвичай орієнтовані на практичні навички та вміння, що особливо важливо в контексті медіаграмотності, де необхідно вміти аналізувати, оцінювати та реагувати на інформацію. По-друге, тренінги часто спрямовані на активну участь учасників, що сприяє залученню та збереженню уваги, а також засвоєнню матеріалу на практиці.

Незважаючи на переваги, тренінги також мають свої обмеження. Одним з них може бути обмежена аудиторія, оскільки проведення тренінгу для великої кількості учасників може бути складним через нестачу часу чи ресурсів для індивідуального взаємодії з кожним. Також може виникати проблема з рівнем підготовки учасників, оскільки тренінги часто передбачають активну участь і вимагають базового рівня підготовки від учасників [44].

В рамках бакалаврської роботи була розроблена авторська методика проведення тренінгу з розвитку медіаграмотності в умовах війни. Її назва - «Методи протидії маніпуляції свідомістю: тренінг з протидії фейкам».

Мета тренінгу: Навчити учасників розрізняти правду від брехні в інформаційному потоці, а також розвивати навички критичного мислення та медіаграмотності в умовах війни.

Аудиторія: Випускний клас. До 15 учнів.

Термін проведення: 1,5 робочих днів.

Модератор: Один тренер або фахівець у галузі медіаграмотності.

Завдання тренінгу:

1. *Ознайомлення з темою:* Учасники отримають загальну інформацію про проблему фейків та маніпуляції в медіа, а також їхні наслідки для суспільства.
2. *Розуміння механізмів маніпуляції:* Учасники дізнаються про основні методи маніпуляції і способи, якими фейки використовуються для впливу на свідомість людей.
3. *Впізнавання фейків:* Учасники навчаться розпізнавати ознаки потенційно недостовірної інформації та фейків в медіа.
4. *Аналіз і критичне мислення:* Через розгляд конкретних прикладів учасники вдосконалять свої навички критичного мислення та аналізу інформації.
5. *Створення стратегій протидії:* Учасники розроблять стратегії та прийоми для захисту від маніпуляцій та фейків у повсякденному житті.
6. *Практичні вправи та обговорення:* Через виконання практичних завдань та обговорення учасники закріплять отримані знання та навички.

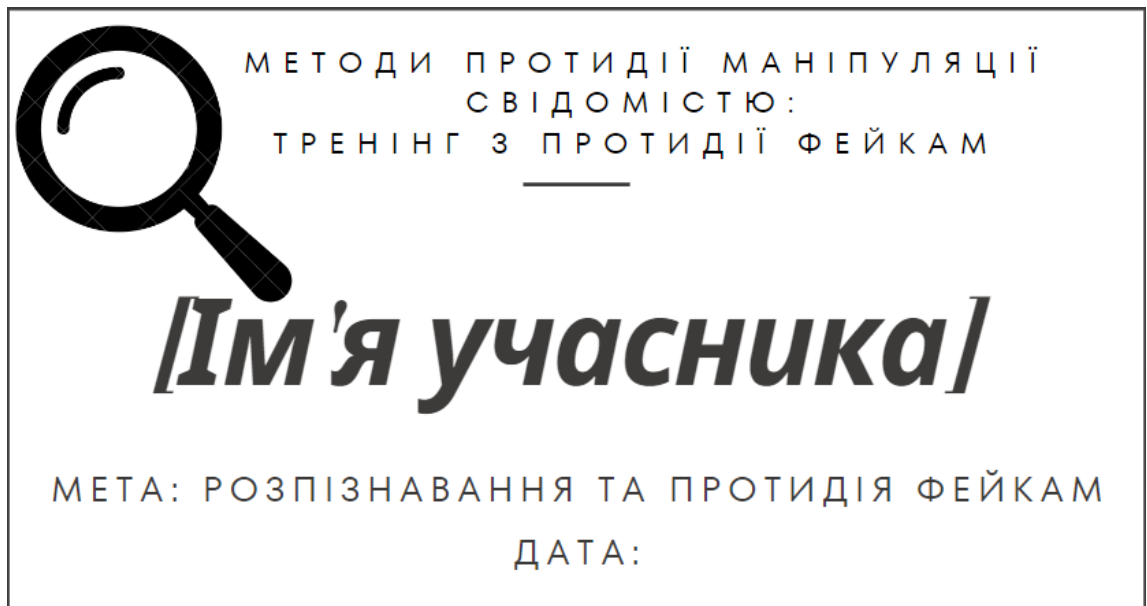
Ця методика спрямована на активну участь учасників і забезпечує практичне застосування навичок, що розвиваються під час тренінгу.

Методи протидії маніпуляції свідомістю: тренінг з протидії фейкам

Вступна частина

Модератор : Доброго дня, шановні учасники! Вітаю вас на тренінгу з розвитку медіаосвіти в умовах війни. Перш за все, давайте знайомитися, оскільки ми будемо працювати разом тривалий час **9:00 - 9:30**. Кожен з вас

має можливість представити себе коротко. Нехай кожен назве своє ім'я та розкаже нам про себе трохи більше. Після цього ми роздамо вам бейджики з іменами, щоб спростити спілкування.



Модератор : Дуже цікаві представники у нашій аудиторії. Дякую за введення! Тепер давайте перейдемо до встановлення порядку роботи та базових правил. Як завжди, наша мета - продуктивна та інформативна робота
9:30 - 11:00.

Порядок роботи та базові правила для учасників тренінгу на 1.5 дні

День перший:

9:00 - 9:30 - Реєстрація учасників та роздача матеріалів. Учасники знайомляться між собою та отримують розклад роботи.

9:30 - 11:00 - Вступна частина:

Привітання та оголошення мети та цілей тренінгу.

Знайомство учасників, кожен має назвати своє ім'я та розповісти про свої очікування від тренінгу.

11:00 - 11:15 - Перерва на каву.

11:15 - 13:00 – Лекція Розвиток медіаосвіти в умовах війни:

Лекція з демонстрацією слайдів про мету, методи та практичні навички розвитку медіаосвіти в умовах війни.

Обговорення та відповіді на запитання.

13:00 - 14:00 - Обід.

14:00 - 15:30 - Практичні вправи:

Групова робота з аналізу випадків дезінформації та маніпуляцій у медіа.

Рольові ігри для тренування критичного мислення та прийняття обґрунтованих рішень.

15:30 - 15:45 - Перерва на чай.

15:45 - 17:30 - Представлення та обговорення результатів.

День другий:

10:00 - 10:15 - Вступ та організація учасників.

10:15 - 10:45 - Дискусія на тему «Діпфейк: методи індифікації».

Поняття технології діпфейк та перегляд й обговорення двох відео, які демонструють важливість та актуальність теми діпфейків у сучасному світі.

10:45 - 11:05 - Перерва на відпочинок та перекус.

11:05 - 12:00 - Перегляд документального відео матеріалу на тему медіа та медіаграмотності.

12:00 - 12:30 - Обговорення вражень від фільму. Для цього ми використовуватимемо слайди з тестовими питаннями, які допоможуть краще зрозуміти та проаналізувати отриману інформацію.

12:30 - 13:30 - Проведення тесту та обговорення результатів.

13:30 - 14:00 - Обідня перерва.

14:00 - 14:10 - Пояснення правил.

14:10 - 15:00 - Проведення гри «Маніпулятор».

15:00 - 15:15 - Обговорення висновків та підсумки тренінгу.

День перший

План тренінгу:

Модератор : Почнемо з вступної частини, де ми з вами вже познайомимося. Потім розглянемо мету розвитку медіаосвіти в умовах війни,

методи та практичні навички, які нам необхідно отримати. Ви погоджуєтесь, що це важливий напрямок для нашого сучасного суспільства?

Модератор : Дякую за ваші думки. Ми продовжимо з цим напрямком, але перед тим давайте зупинимося на хвилинку для перерви на каву. Після цього ми повернемося і глибше розглянемо тему розвитку медіаосвіти в умовах війни. **11:00 - 11:15**

Частина 1.

Вступ

Лекція «Розвиток медіаосвіти в умовах війни: мета, методи та практичні навички» (11:15 - 13:00):

У сучасному світі, де медіа відіграють важливу роль у формуванні світогляду та уявлень про події, проблема дезінформації стає все більш актуальною, особливо в умовах війни. Розвиток медіаосвіти стає надзвичайно важливим завданням, оскільки він спрямований на надання громадянам необхідних знань та навичок для критичного аналізу інформації та відповідального споживання медійного контенту [49].



Мета розвитку медіаосвіти в умовах війни: Головна мета розвитку медіаосвіти в умовах війни полягає в наданні інструментів та навичок, що допоможуть громадянам ефективно розрізняти правдиву інформацію від дезінформації та маніпуляцій. Це включає в себе формування критичного мислення, навичок аналізу медійного контенту, усвідомлення механізмів розповсюдження дезінформації та розвиток навичок цифрової грамотності. Ці навички допоможуть людям не лише уникнути поширення шкідливої інформації, але й стати активними учасниками медійного простору, сприяючи формуванню здорового суспільства.

Ми повинні вчитися розрізняти інформацію та пропаганду.

Інформування - інформує, роз'яснює, але НЕ ДАЄ ГОТОВИХ РІШЕНЬ.

Пропаганда - інформує, роз'яснює, переконує але КОМПРОМЕНТУЄ, МАНІПУЛЮЄ.

Інформування	Пропаганда
Інформування – інформує, роз'яснює, АЛЕ: не дає готових рішень.	Пропаганда – інформує, роз'яснює, переконує, АЛЕ: компроментує, маніпулює.

Основні тези лекції (повна лекція в ДОДАТКУ Є):

Методи розвитку медіаосвіти:

Інтерактивні навчальні програми: Створення курсів та тренінгів з медіаосвіти, що включають в себе відеоуроки, вправи на розвиток критичного мислення та обговорення кейсів.

Проведення рольових ігор та симуляцій: Організація ситуацій, де учасники можуть відчувати на собі механізми дезінформації та навчитися розрізняти правдиву інформацію від фейкової.

Аналіз медійного контенту: Проведення практичних занять, під час яких учасники отримують можливість аналізувати актуальні медійні матеріали, виявляти ознаки дезінформації та маніпуляції.

Розвиток цифрової грамотності: Навчання основам інтернет-безпеки, перевірки джерел інформації, використання пошукових двигунів для отримання достовірної інформації.

Прийоми медіаманіпуляцій:

Контролювання інформаційних потоків: Висвітлення лише тієї інформації, яка потрібна маніпуляторіві.

Фабрикування фактів: Створення фейків та поширення неправдивої інформації.

Дозування інформації: Повідомлення лише частини відомостей, приховуючи інші.

Навішування ярликів: Безпідставні звинувачення та дискредитація особистостей чи груп.

Велика брехня: Поширення свідомої неправди, розраховуючи на те, що люди їй повірять.

Посилання на авторитетів: Використання авторитетних осіб для підтвердження неправдивої інформації.

Відволікання уваги: Переведення уваги з головного на другорядне.

Контрастна подача інформації: Протиставлення себе та інших у вигідному світлі.

Прикриття універсальними поняттями: Використання позитивних слів та образів для маскуванню негативних явищ.

Своєчасна брехня: Поширення брехливої, але очікуваної інформації.

Повторення інформації: Нав'язування інформації через багаторазове повторення.

Подача суперечливих повідомлень: Створення плутанини та дезорієнтації.

Використання стереотипів: Застосування спрощених образів та кліше.

Затягування часу: Приховування інформації до останнього моменту.

Практичні навички, які розвиваються:

Критичне мислення: Здатність аналізувати інформацію та оцінювати її достовірність.

Навички аналізу медійного контенту: Вміння розрізняти об'єктивну інформацію від маніпуляцій та дезінформації.

Усвідомлення цифрової безпеки: Знання про те, як захищати свою особисту інформацію в інтернеті.

Навички комунікації: Здатність ефективно спілкуватися та обмінюватися інформацією.

Питання для обговорення по закінченню лекції:

1. Які основні виклики стають перед сучасною медіаосвітою в умовах війни?
2. Які методи ви вважаєте найбільш ефективними для розвитку медіаосвіти в умовах війни і чому?
3. Які конкретні практичні навички вважаєте найважливішими для громадян в умовах війни та дезінформації?
4. Як можна сприяти поширенню цих навичок серед широкої громадськості?
5. Які варіанти використання медіа можуть допомогти в розвитку медіаосвіти в умовах війни?

Ці запитання спрямовані на стимулювання дискусії та обміну думками між учасниками тренінгу, сприяючи глибшому розумінню та усвідомленню проблеми розвитку медіаосвіти в умовах війни.

(Обговорення протягом 15-20 хв, в залежності від кількості учасників)

Модератор : Дякую за ваші думки. Ми продовжимо з цим напрямком, але перед тим давайте зупинимося на обідню перерву. Після цього ми

повернемося і глибше розглянемо тему розвитку медіаосвіти в умовах війни
13:00 - 14:00.

Частина 2

14:00 - 15:30 - Практичні вправи:

Групова робота 1: Контролювання інформаційних потоків:

Модератор: Шановні учасники! Сьогодні ми проведемо групову роботу, під час якої ми обговоримо різні випадки медіаманіпуляцій, про які йшла мова на лекції. Це допоможе нам краще зрозуміти прийоми, які використовуються у медіа для впливу на громадську думку. Давайте розглянемо найпоширеніші види маніпуляцій та приклади, щоб краще їх зрозуміти.

Вправа 1: Контролювання інформаційних потоків

Модератор: Перший прийом маніпуляції - це контролювання інформаційних потоків. Це означає, що маніпулятори вибирають, яку інформацію подати громадськості, а яку приховати. Подивіться на ці приклади. (Модератор показує приклади)

Вправа 2: Фабрикування фактів

Модератор: Другий прийом - фабрикування фактів. Це коли неправдива інформація подається як факт. Подивіться на ці приклади. (Модератор показує приклади із презентації)

(Продовження обговорення решти прийомів і прикладів, далі - обговорення та висновки учасників)

Вправа 3: Захист від медіаманіпуляцій

Модератор: Після аналізу всіх прийомів, давайте поговоримо про те, як ми можемо захищатися від медіаманіпуляцій у повсякденному житті.

Модератор: Так, це дуже важливо. Також ми можемо розповідати іншим про ці прийоми, щоб підвищити грамотність у суспільстві.

(Завершення обговорення та підведення підсумків)

Модератор: Дякую всім за участь у цій роботі. Я сподіваюся, що ви отримали багато корисної інформації про медіаманіпуляції та як їм протидіяти. Це лише перший крок у розвитку вашої медіаграмотності.

Частина 3

Рольові ігри для тренування критичного мислення та прийняття обґрунтованих рішень.

Рольова гра: «Розкриття фейків»

Мета: Тренувати критичне мислення та навички прийняття обґрунтованих рішень у контексті протидії фейковим новинам.

Матеріали:

- Дошка або фліпчарт
- Маркери
- Роздатковий матеріал з прикладами фейкових новин (див. додаток В)

Методика гри:

Модератор: Добре, увага, учасники! Тепер ми перейдемо до наступного етапу нашого тренінгу, який допоможе нам практично застосувати знання, отримані під час обговорення. Я пропоную нам залучитися до цікавої активності - рольової гри «Розкриття фейків». В цій грі ви матимете можливість самостійно аналізувати надану інформацію та виявляти фейкові новини та маніпуляції у медіа. Це буде відмінна нагода застосувати ваші нові навички та вміння. Давайте розділимося на групи і почнемо нашу гру!

Гра «Фейк чи правда?»

- Роздайте учасникам картки з твердженнями, які можуть бути як правдивими, так і фейковими (Додаток В).
- Запропонуйте їм поділитися картками та аргументувати свою думку щодо правдивості/фейковості тверджень.
- Обговоріть результати гри в колі всіх учасників, виявивши та обґрунтуючи правильні та неправильні відповіді.

Ця гра дозволить учасникам застосувати свої знання та навички у реальному контексті та сприятиме активному обміну думками та досвідом.

Гра «Створення фейку»

Запропонуйте групам створити фейкову новину на задану тему. Після цього групи презентують свої фейки, а інші учасники намагаються їх розкрити.

Роздатковий матеріал:

Приклади фейкових новин:

- «Вчені виявили, що цукор корисний для здоров'я!»
- «Новий закон заборонить людям виходити з дому без маски!»
- «Відомий політик таємно співпрацює з іноземною державою!»

Ознаки фейкових новин:

- Емоційні заголовки, що провокують страх, гнів або обурення.
- Неперевірена інформація з невідомих джерел.
- Відсутність посилань на авторитетні джерела.
- Маніпуляція фактами та використання логічних помилок.
- Звернення до особистих переконань та упереджень.

Модератор : Вітаю всіх учасників! Ви впоралися з рольовими іграми чудово, і я вражена вашою активністю та аналітичним підходом. Зараз перед нами останній етап нашого тренінгу, і я пропоную нам взяти невелику перерву на чай, щоб зарядитися енергією перед завершенням. Після перерви ми продовжимо нашу роботу і закріпимо отримані знання. Насолоджуйтеся перервою, і ми знову зустрінемося через декілька хвилин!(15:30 - 15:45 - Перерва на чай)

15:45 - 17:30 - Представлення та обговорення результатів

Модератор : Шановні учасники! Сьогодні ми завершили перший день нашого тренінгу з розвитку медіаосвіти в умовах війни, і я б хотіла запросити вас на підсумкову дискусію та обговорення результатів нашої роботи. Протягом цього дня ми поглибили свої знання про медіаграмотність, вивчили основні принципи її формування та розвитку. Ви також навчилися відрізняти фейкові новини, особливо російські пропагандистські матеріали, що є надзвичайно важливим в умовах сучасної інформаційної війни. Тож зараз ми

маємо можливість обговорити ваші враження, висловити власні думки та поділитися враженнями від отриманої інформації. Чекаю на ваші коментарі та запитання!

День другий

«Методи протидії маніпуляції свідомістю: закріплення результатів»

10:00 - 10:15 - Вступ та організація учасників.

Модератор : Шановні учасники!

Сьогодні ми розпочинаємо другий день нашого тренінгу з медіаграмотності для старших класів. Учора ми з вами дізналися багато цікавого про медіа та вивчили основи розрізнення фейків та правдивої інформації.

Частина 4

Обговорення теми «Діпфейк: методи індифікації» (1 година)

Дорогі учасники!

Сьогодні ми звернемося до однієї з найактуальніших тем нашого часу - діпфейки, або глибокі фейки. Ця технологія, яка дозволяє створювати реалістичні фальшиві відео та зображення, стає все більш поширеною та впливовою у нашому світі.

Діпфейки: Що це таке і як вони працюють?

Діпфейки - це штучно створені відео та зображення, які за допомогою штучного інтелекту перетворюють обличчя та голоси людей на інші, створюючи ілюзію того, що ці люди роблять або говорять щось, що насправді вони не робили або не говорили. Ця технологія стає все більш реалістичною та важливою у світі медіа.

Запрошую вас до перегляду відео та обговорення:

<https://www.youtube.com/watch?v=X17yrEV5sl4> Deepfake video of Volodymyr Zelensky surrendering surfaces on social media

<https://www.youtube.com/watch?v=Soi82naeVX4&t=7s> Deepfake of the video address of the Commander in Chief of the AFU Valerii Zaluzhnyi

10:15 - 10:45 - Дискусія на тему «Діпфейк: методи індифікації».

Зараз ми перейдемо до обговорення двох відео, які демонструють важливість та актуальність теми діпфейків у сучасному світі. Обидва відео, що ми побачимо, є яскравими прикладами того, як використання технології діпфейк може впливати на громадську думку та політичну ситуацію.

Перше відео: Як ви бачите, це відео, в якому застосовано діпфейк, щоб навмисно змінити зміст виступу президента України Володимира Зеленського. Які ваші враження від цього відео? Чи вдалося вам розпізнати діпфейк у цьому випадку? Які елементи відео викликали ваше сумніви?

Друге відео: Тут ми бачимо заяву колишнього головнокомандувача Збройних сил України Валерія Залужного, яка також виявилася діпфейком. Які ваші реакції на це відео? Чи можна легко розпізнати фальшивість в цьому випадку? Які особливості відео допомогли вам виявити діпфейк?

Давайте обговоримо ці відео разом та поділимося своїми думками щодо впливу діпфейків на суспільство та можливостей захисту від них.

- 10:45 - 11:05: Перерва на відпочинок та перекус.

Добре, шановні учасники!

Обговорення було дуже плідним і цікавим. Тепер ми запрошуємо вас на невелику кавову перерву. Ви зможете розслабитися, відпочити і, можливо, обговорити подальші плани нашої роботи. Перед нами ще багато цікавого матеріалу та дискусій, тож відновімо свої сили і готуймося до продовження нашого тренінгу.

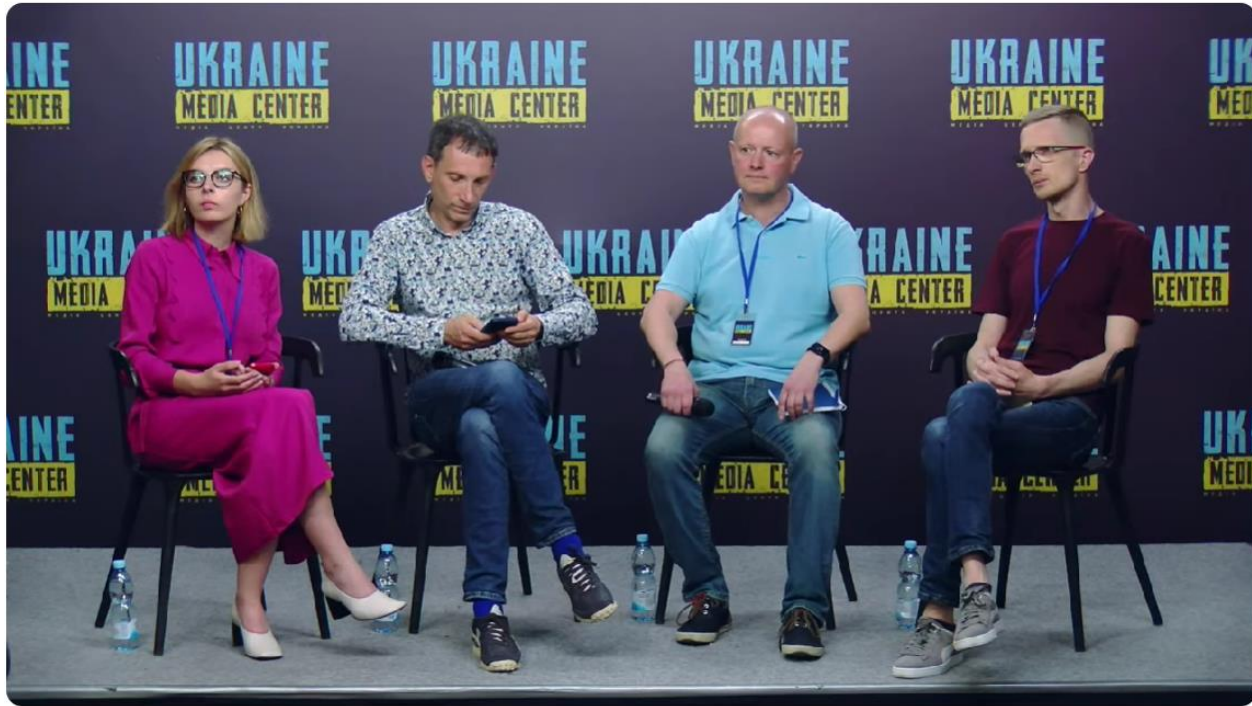
Перегляд фільму (1 година)

11:05 - 12:00: Перегляд документального відео матеріалу на тему медіа та медіаграмотності.

Сьогодні ми маємо непересічну нагоду переглянути документальний ролик «Фейки, пропаганда, ІІСО: як не стати жертвою». Цей ролик пропонує нам унікальну можливість почути точки зору експертів у сфері інформаційної безпеки та журналістики.

У ролику беруть участь видатні фахівці:

- Марія Сагайдак, експертка Центру стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки;
- Костянтин Квурт, голова правління «Інтерньюз-Україна»;
- Ярослав Іваночко, заступник шеф-редактора ZAXID.NET;
- Віталій Портніков, журналіст, блогер, публіцист.



Ми обговоримо такі важливі питання:

- Російська пропаганда: міфи та реальність;
- Інформаційні джунглі: правила виживання для кожного;
- Підставити щоку чи вдарити у відповідь: чи має Україна діяти так само, як росіяни.

Почнемо перегляд ролику. Будь ласка, будьте уважними та готові до обговорення після перегляду.

<https://www.youtube.com/watch?v=4ERcgRrwj9E> Фейки, пропаганда, ІСГО: як не стати жертвою



Ми завершили перегляд документального ролика «Фейки, пропаганда, ПСО: як не стати жертвою». Я сподіваюся, що він був цікавим та корисним для кожного з вас. Тепер ми маємо можливість обговорити враження, які ви отримали від перегляду.

Будь ласка, поділіться своїми думками, враженнями та висловленнями щодо того, що вас найбільше вразило або залишилося в пам'яті після перегляду. Чи виявили ви нові аспекти та проблеми, які раніше не були вам відомі? Чи вирізнялися для вас якісь ключові моменти чи висновки, які ви б хотіли обговорити?

Запрошую вас відкрито ділитися вашими думками та обговорювати з іншими учасниками те, що вас зацікавило чи вразило у цьому ролику. Ми можете виразити свої враження як словесно так і за допомогою фліп чартів, які поруч з вами на столах. Також можете розділитися на мобільні групи та зобразити схематично методи захисту від фейків під час війни в нинішніх умовах.

12:00 - 12:30: Обговорення вражень від фільму.

Після нашого обговорення документального фільму та тих важливих тем, які він висвітлює, ми пропонуємо перейти до інтерактивного тестування. Для цього ми використовуватимемо слайди з тестовими питаннями, які допоможуть нам краще зрозуміти та проаналізувати отриману інформацію.

Якщо ви бажаєте відповісти на будь-яке з питань, будь ласка, підніміть руку, і ми надамо вам слово. Будьте готові обґрунтовувати свої відповіді та поділитися своїми думками з іншими учасниками. Давайте разом знайдемо відповіді на питання, які цікавлять нас найбільше.

1. Розвивайте критичне мислення: Навчіться питати себе питання про джерела інформації. Перш ніж вважати щось за факт, перевірте джерело, автора та можливі мотиви за поширенням інформації.
2. Будьте обережні зі смішними або шокуючими контентом: Діпфейки часто використовуються для створення контенту, який може вас вразити або викликати сміх. Будьте обережні з такими матеріалами та завжди здійснюйте перевірку на достовірність.
3. Використовуйте технологічні засоби: Як вказано вище, деякі технологічні компанії розробляють інструменти для виявлення діпфейків. Використовуйте їх, щоб перевіряти сумнівні матеріали перед їх поширенням.
4. Підтримуйте медійну грамотність: Навчіться розрізняти правдивість від брехні, використовуючи критичне мислення та аналізуючи джерела інформації. Підтримуйте незалежні та достовірні джерела новин.
5. Будьте обережні з особистими даними: Запитайте себе, чому дані особистості використовуються у конкретному контексті. Не розголошуйте особисту інформацію в мережі без належної перевірки.

Частина 5

Тестування (1 година) (ДОДАТОК Г)

12:30 - 13:30 - Проведення тесту та обговорення результатів.

13:30 - 14:00: Обідня перерва.

Модератор: Я пропоную нам усім зробити перерву на обід. Це чудова нагода трошки відпочити, насолодитися смачною їжею та продовжити нашу роботу з новими силами.

В обідній перерві ви зможете обговорити отриману інформацію, обмінятися враженнями та переживаннями з іншими учасниками. Зберіться знову о 14:00, і ми продовжимо наш тренінг. Насолоджуйтеся обідом, і до зустрічі після перерви!

Частина 6

Гра «Маніпулятор» (1 година)

14:00 - 14:10: Пояснення правил.

Модератор: Шановні учасники!

Після корисного та насиченого обіднього перериву, ми готові до цікавої та захоплюючої гри «Маніпулятор: Створи найгірше ЗМІ і стань популярним»! Ця гра допоможе нам розібратися, до яких маніпуляцій можуть прибгати недобросовісні журналісти, щоб здобути популярність та вплив.

<https://texty.org.ua/d/manipulator-game/index.html>

Правила гри:

1. У грі є 40-50 кроків, під час яких ви зможете виконати різні дії, спрямовані на збільшення популярності вашого інтернет-медіа.
2. Ви є політиком, який керує інтернет-виданням та прагне зростити його аудиторію.
3. Уважно слідкуйте за підказками консультанта, який надасть вам поради щодо оптимальних дій під час гри.
4. Виберіть назву вашого сайту з запропонованих варіантів та визначте вашу посаду у виданні: головного редактора, власника чи особи, яка ховається за маскою анонімності.
5. Звертайте увагу на кількість читачів, яку привертають ваші дії, та намагайтеся зробити кожен крок якнайефективнішим для збільшення популярності вашого видання.

Готові зануритися у світ маніпуляцій та здійснити свій план вдалим? Тоді почнемо гру (Додаток Д)!

14:10 - 15:00 - Проведення гри «Маніпулятор».

Модератор: Після захоплюючої гри «Маніпулятор» та нашого насиченого тренінгу, дозвольте запросити вас до обговорення. Давайте поділимося своїми враженнями від гри та від усього тренінгу в цілому.

Які нові ідеї або пізнання ви отримали під час тренінгу? Які аспекти вас найбільше зацікавили або вразили? Можливо, у вас є якісь запитання або пропозиції щодо подальших заходів або тем для обговорення?

Давайте відкрито обговоримо все, що ви відчували та зрозуміли під час нашого тренінгу. Ваші думки та враження є важливими для нас, і вони допоможуть нам удосконалити нашу роботу в майбутньому.

15:00 - 15:15: Обговорення висновків та підсумки тренінгу.

Висновки до розділу 3

Тренінг є ефективною формою навчання, спрямованою на практичне засвоєння знань та навичок у конкретній області, такій як протидія маніпулюванню свідомістю.

Основні риси тренінгу, такі як активна участь учасників, інтерактивність, практичні вправи, сприяють кращому засвоєнню матеріалу та його практичному застосуванню.

Вибір тренінгу для підвищення медіаграмотності має ряд переваг, зокрема, спрямованість на практичні навички та активну участь учасників, що особливо важливо в контексті аналізу та реагування на медійну інформацію.

Тренінги з протидії маніпулюванню свідомістю можуть бути ефективним інструментом для формування критичного мислення, аналізу та оцінювання медійного контенту, що сприяє розвитку медіаграмотності учасників.

ВИСНОВКИ

В результаті всього вищевикладеного можемо зазначити, що основні етапи розвитку медіаосвіти вказують на зростання усвідомленості суспільства про важливість критичного мислення у відносинах із медіа.

У 2014-2023 роках російська пропаганда в Україні виявила себе як складна і послідовна інформаційно-психологічна операція, спрямована на спровокування та обґрунтування насильства по всій території країни. Використовуючи цинічну брехню, розпалювання ненависті та заклики до насильства через широкий спектр каналів та агентів всередині України, російська пропаганда намагається змінити уявлення суспільства про події в країні та зібрати підтримку для своїх інтересів.

Умови війни ставлять перед фактчекерами особливі завдання, оскільки потребують експертизи у сфері бойових дій. Точність та достовірність інформації стають надзвичайно важливими у цих умовах, оскільки вона може впливати на життя багатьох людей та хід війни.

Збільшення кількості діпфейків, спрямованих на маніпулювання не лише масовою аудиторією, але й політиками та високопоставленими чиновниками, створює додаткові ризики в умовах повномасштабної війни. Проєкти з медіаграмотності повинні звертати більше уваги на діпфейки та інші методи маніпулювання реальністю.

Важливо відзначити, що, якщо до 24 лютого 2022 року фактчекінг та спростування дезінформації були ініціативою громадських організацій та незалежних медіа, то в нових умовах до цієї справи долучилися державні інституції, що свідчить про рост усвідомленості та важливість боротьби з дезінформацією як на рівні суспільства, так і на державному рівні.

В умовах повномасштабної війни медіаграмотність виступає як ефективний інструмент захисту від ворожої пропаганди. Проєкти фактчекінгу і медіаграмотності відіграють ключову роль у відстеженні та спростуванні дезінформації, зокрема діпфейків.

Неприбуткові організації та медіа продовжують генерувати освітні матеріали та звіти, спрямовані на розвиток критичного мислення. Зміна медіаспоживання викликає необхідність моніторингу різних медіаформатів, включаючи традиційні канали та соціальні мережі.

Нами були досліджені поняття медіаосвіти, медіаграмотності та контрпропаганди, так:

Медіаосвіта – це процес навчання та вивчення навичок сприйняття, аналізу, критичного мислення і використання медійних засобів.

Медіаграмотність – це комплекс знань, умінь і навичок, які дозволяють особі ефективно сприймати, аналізувати, оцінювати та створювати медіатексти в різних формах.

Контрпропаганда – це активні заходи, спрямовані на протидію чи відповідь на пропагандистські зусилля опонента.

Розвиток медіаосвіти в Україні є актуальним напрямом, оскільки сучасне суспільство високо залежить від медіа та інформаційних технологій.

Медіаграмотність допомагає уникати маніпулятивних технік у медійних контекстах. Це не лише сприяє розрізненню правдивої інформації від фейкової, але й сприяє психічному здоров'ю, оскільки допомагає впоратися зі стресом, який може виникнути внаслідок сприйняття маніпулятивної інформації.

Перший етап розвитку медіаосвіти, який охоплював період від початку ХХ століття до середини ХХ століття, був визначений зародженням масових комунікаційних засобів та активним розвитком періодики. Основною метою медіаосвіти на цьому етапі було забезпечення розвитку писемності та грамотності у читанні газет та журналів. Видання стали доступнішими та ширше поширюваними, що відкрило шлях для формування ери журналістики, що стала важливою складовою масової культури.

Другий етап, який почався з середини ХХ століття і тривав до початку 1990-х років, відзначився інституалізацією медіаосвіти та формуванням концепції медіа. Важливими подіями цього періоду були внесок Герберта

Маршалла Маклюена в уточнення та поглиблення розуміння медіа, а також систематизація накопичених даних та висновків. Маклюен наголошував на необхідності системного осмислення природи медіа, що сприяло подальшому розвитку медіаосвіти.

Третій етап, який наступив після другого і триває до сьогодні, відзначається подальшим розвитком і вдосконаленням підходів до медіаосвіти. У цей період дослідники спрямовують зусилля на аналіз та рефлексію накопичених даних, спостережень і висновків, а також на розвиток нових методів та стратегій медіаосвіти. Зростання впливу медіа в сучасному світі вимагає постійного оновлення та адаптації підходів до медіаосвіти, щоб забезпечити адекватну відповідь на виклики та можливості, які вони представляють.

Залученням до справи медіаграмотності та відповідальної споживачів інформації можна запобігти паніці в умовах війни, розповсюдженню дезінформації і надмірній довірі до ненадійних джерел.

Ось кілька важливих принципів для громадян у таких ситуаціях:

Не обмежуйтеся одним джерелом інформації. Перевіряйте новини та повідомлення в різних джерелах, особливо у важливих ситуаціях. Офіційні джерела та надійні новинні агентства зазвичай є більш відомими та перевіреними.

Якщо ви не впевнені у достовірності інформації, утримайтеся від її поширення. Недообачний ретрансляція недостовірної інформації може завдати шкоди та внести плутанину в суспільний діалог.

У соціальних мережах та месенджерах, де кожен може розповісти інформацію, будьте особливо обережними. Звертайте увагу на джерело інформації та перевіряйте факти, перш ніж вірити чи ділитися.

Будьте критичними стосовно так званих «політологів», «політтехнологів» та «політекспертів». Важливо з'ясувати їхню незалежність і досвід, перш ніж довіряти їх радам і оцінкам.

Уникайте демонструвати місця уражень в реальному часі. Ваші дії можуть бути використані зловмисниками для подальших атак або маніпуляцій. Будьте свідомими про можливі наслідки своїх дій.

Загалом, важливо пам'ятати, що в умовах кризи медіаграмотність є найкращим захистом від дезінформації та хакерських атак. Будьте обережними, критичними та відповідальними в споживанні та поширенні інформації.

Тести з медіаграмотності сприяють розвитку навичок критичного мислення. Люди навчаються аналізувати інформацію та розрізняти об'єктивні новини від маніпулятивних матеріалів, що сприяє підвищенню рівня інформаційної обізнаності та розуміння суспільних проблем.

Узагальнюючи, відзначимо, що *медіаграмотність та медіаосвіта грають важливу роль у сучасному світі, допомагаючи людям розуміти, аналізувати та критично сприймати інформацію, що надходить до них через медіа. Ці знання необхідні для формування свідомого та відповідального суспільства в умовах інформаційного перевантаження та маніпуляцій, а тренінг є актуальною і дієвою формою продовження медіаосвіти в умовах війни.*

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баришполец О. Т. Український словник медіакультури. К.: Міленіум, 2014. 196 с.
2. Бойко С. Медіаграмотність як основа інформаційно-психологічної безпеки особистості в сучасних умовах. Український психолого-педагогічний науковий збірник, 6, 2015. С.18-23.
3. Іванов В. Медіаосвіта та медіаграмотність. К.: АУП, ЦВП, 2011. 58 с.
4. Іванова Т. Методичні «родзинки» онлайн-тренінгу з медіа грамотності «Будь у тренді: МІГ в online!». Київ: АУП, Центр вільної преси, 2020. 96 с
5. Канеман Д. Мислення швидке й повільне. Київ: Наш формат, 2017. 480 с.
6. Коневщинська О. Е. Розвиток медіаосвіти і медіакультури в умовах сучасного інформаційного суспільства / Інформаційні технології і засоби навчання, 2016, Том 54, №4. С. 32-39
7. Коропатник М. Медіаосвіта в Україні: історія і сьогодення. Сіверянський літопис, 3, 2016. 159-174.
8. Литвиненко О. В. Спеціальні інформаційні операції та пропагандистські кампанії: монографія. К., Сатсанга, 2000. 222 с.
9. Малишевський Н. Н. Технологія й організація виборів. М., Харвест, 2003. 221с.
10. Медіаграмотність на захисті інформаційногосуверенітету держави. Колектив авторів, Київ, Академія Української Преси. 2015. 99 с.
11. Мілютіна К. Л. Теорія та практика психологічного тренінгу: Навч. посіб. Київ: МАУП, 2004. 192 с.
12. Найдьонова Л. А. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні. Київ, 2016. 16 с.
13. Стаднік О. Проблема медіаграмотності при споживанні інформації в умовах війни: соціологічний аспект. «Epistemological studies in Philosophy, Social and Political Sciences», 2022, 5 (1). С. 73-79

14. Полторак В. А. Соціологія громадської думки. К., Соціополіс, 2000. 264 с.
15. Пригорницька О. Фейкова інформація в соціальних медіа: виявлення, оцінка, протидія. Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. 2017. Вип. 48. С. 439–452.
16. Реун О. О. Медіаграмотність у системі вищої освіти. Вісник Національного університету «Чернігівський колегіум» імені Т. Г. Шевченка, 8 (164), 2020. С. 41-44.
17. Руденко Ю. Розвиток медіаграмотності молодого покоління: практичний аспект проблеми // Фізико-математична освіта / Physical and Mathematical Education. Том 37, № 5 / Vol. 37, № 5 (2022). С.56-63
18. Токарева А. В. До питання визначення сучасного стану медіаосвіти в Україні. Вісник Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля. Серія «Педагогіка і психологія». Педагогічні науки. 2015. № 2 (10). С. 229-233.
19. Трима К. Медіаграмотність як феномен сучасного суспільства, в: Медіаосвіта як інструмент розвитку громадянського суспільства в Україні: Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції. Маріуполь: ДонДУУ, 2019. 144-145.
20. Черниш О. О. Роль засобів масової інформації у формуванні медіаграмотності особистості в контексті інформаційної війни. *Освіта та педагогічна наука*. 2020. №3 (175). С. 11-19
21. Шейбе С. Медіаграмотність. Київ: Вільної Преси, 2017.
22. Ярославцева Ю. Медіаграмотність в країнах ес: визначення, проблеми, рішення, в: Збірник статей Шостої міжнародної науково-методичної конференції «Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи». Київ: Центр Вільної Преси, 2018. С.54-59.
23. Arshad A. Revisiting media literacy measurement: Development and validation of 3-factor media literacy scale. *Journal of Computer Assisted Learning*, 38 (5), 2022. P. 1371-1378.

24. Considine D. Media Education in United States of America. In: Educating for Media and the Digital Age. Country Reports. Austrian Federal Ministry of Education and Cultural Affairs & UNESCO, 1999. p. 125–128
25. Cultural personality of a specialist in the XXI century: collection of materials of the V international scientific and practical conference (Sumy, December 10-11, 2021) / ed. O. M. Semenog. Sumy: Sumy State Pedagogical University named after A. S. Makarenko Publishing House, 5, 154.
26. Hameleers M. Separating truth from lies: comparing the effects of news media literacy interventions and fact-checkers in response to political misinformation in the US and Netherlands. *Information Communication and Society*, 25 (1), 2022. 110-126.
27. Аналітичний звіт «Трансформація сфери медіаграмотності в умовах повномасштабної війни в Україні», лютий-червень 2022. URL: https://filter.mkip.gov.ua/wp-content/uploads/2022/09/transformation-medialiteracy_ua-1.pdf (дата звернення: 10.04.2024).
28. Вербицька А. Медіаграмотність як протидія інформаційній агресії: як не стати «корисним ідіотом» у руках пропагандистів. URL: <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/30326/2022-09-26-mediagramotnist-yak-protydiya-informatsiyniy-agresii-yak-ne-staty-korysnym-idiotom-u-rukakh-propagandystiv/> (дата звернення: 10.04.2024).
29. ГО «Телекритика» презентувала дослідження «Російська пропаганда-2014: тенденції, підсумки, вплив на українське суспільство». URL: <http://ru.telekritika.ua/kontekst/2014-12-24/101919> (дата звернення: 10.04.2024).
30. Дорош М. Як розвивається медіаграмотність в Україні: вісім висновків зі щорічної конференції. Детектор медіа. http://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvitayak_rozvivaetsya_mediagramotnist_v_ukraini_visim_visnovkiv_zi_schorichnoi_konferentsii (дата звернення: 10.04.2024).
31. Інформаційні війська України. URL: https://www.facebook.com/i.army.org/?locale=uk_UA (дата звернення: 10.04.2024).

32. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні. URL: <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/16501/2016-04-27-kontseptsiya-vprovadzhennya-mediaosvity-v-ukraini-nova-redaktsiya/> (дата звернення: 10.04.2024).
33. Кусий А. Діпфейки: як розпізнати та захиститися?. Інтернет Свобода. URL: <https://netfreedom.org.ua/article/dipfejki-yak-rozpiznati-ta-zahistitися> (дата звернення: 10.04.2024).
34. Ляхова Ю. Наукові підходи до визначення сутності поняття «медіа освіта» та її значення. URL: <https://cusu.edu.ua/ua/konferenc-19-20/vyvchennia-i-vprovadzhennia-v-navchalno-vykhovnyi-protses-serednoi-ta-vyshchoi-shkoly-pedahohichnykh-idei-vasylia-sukhomlynskoho-2019-rik/sektsiia-8/10238-naukovi-pidkhody-do-vyznachennya-sutnosti-ponyattya-media-osvita-ta-yiyi-znachennya> (дата звернення: 10.04.2024).
35. Маніпулятивний вплив медіа. Частина I. Маніпуляції – урок. Громадянська освіта, 10 клас. МійКлас. URL: <https://www.miyklas.com.ua/p/gromadyanska-osvita/10-klas/svit-informatciyi-ta-mas-media-365485/manipuliativnii-vpliv-media-365913/re-e1a703d1-f85f-4e21-9204-1d1cf58d8043> (дата звернення: 10.04.2024).
36. Медіаграмотність як пріоритетний напрямок розвитку інформаційної компетентності у суспільства. URL: <https://medialiteracy.org.ua/mediagramotnist-yak-priorytetnyj-napryamok-rozvytku-informatsijnoyi-kompetentnosti-u-suspilstva/> (дата звернення: 10.04.2024).
37. Основні методологічні підходи до медіаосвіти. URL: https://aup.com.ua/ml/Osnovni_pidhody.pdf (дата звернення: 10.04.2024).
38. Плахта Д. Медіаосвітня вакцинація: українські реалії. <https://day.kyiv.ua/uk/blog/polityka/mediaosvitnya-vakcynasiya> (дата звернення: 10.04.2024).
39. Порадник «Медіаграмотність. Практичні поради військовослужбовцям збройних сил України». URL: <https://sprotyvg7.com.ua/wp-content/>

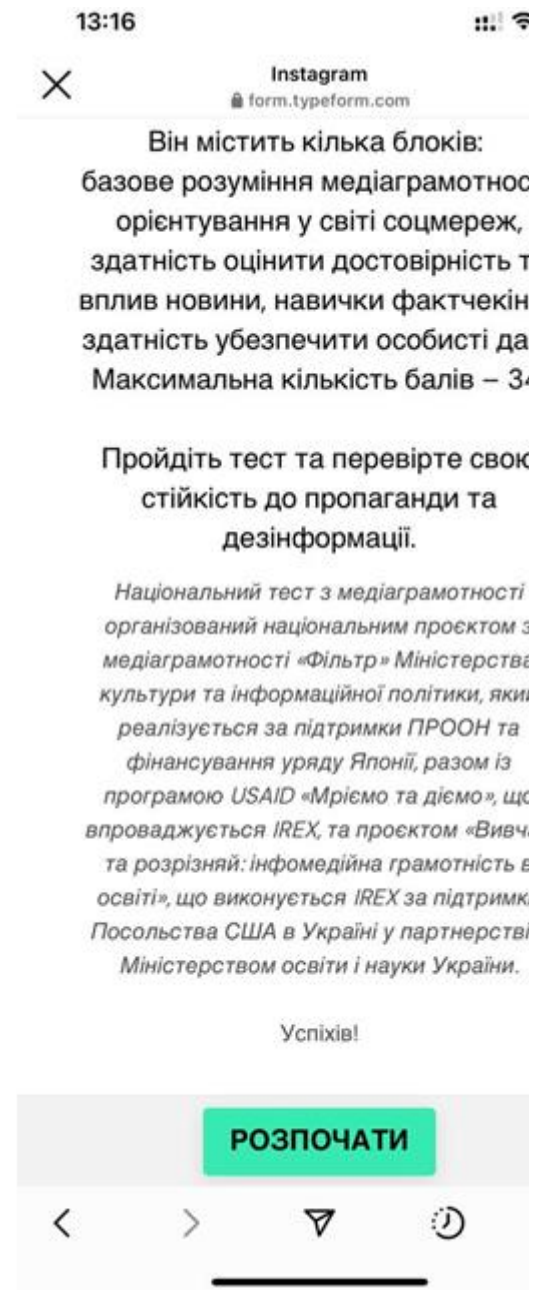
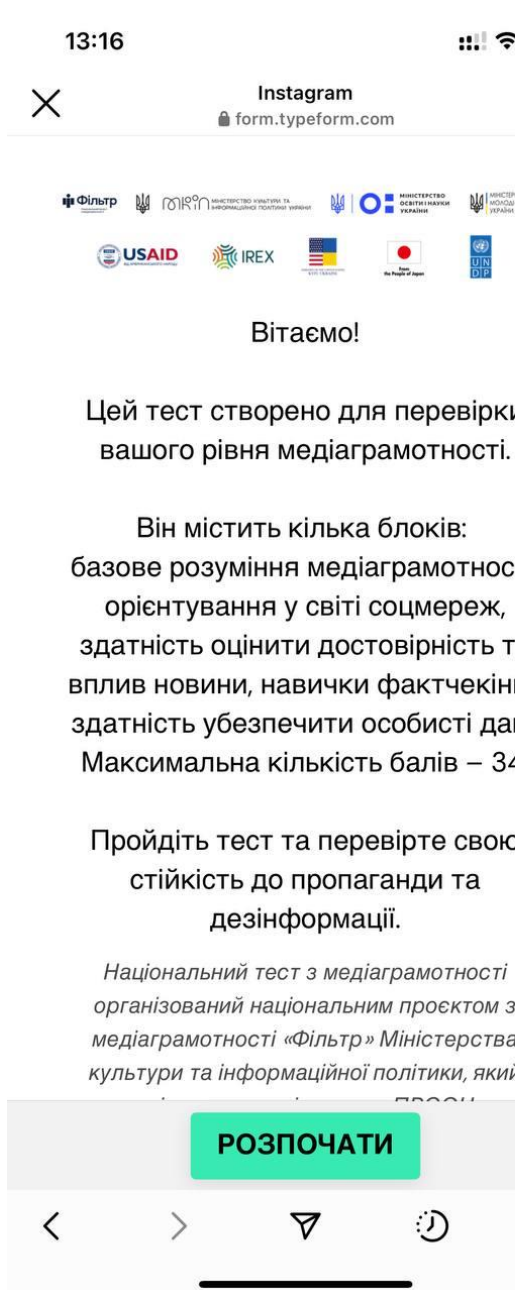
- uploads/2022/04/ВП-1-1854903.01- Порданик-медіаграмотність-практичні-поради-військовослужбовцям.pdf (дата звернення: 10.04.2024).
40. Почепцов, Г. Г. Інформаційні війни: тенденції та шляхи розвитку. URL: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/9161> (дата звернення: 10.04.2024).
41. Протидія інформаційному тиску Кремля: першочергові кроки. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/monitoring/advocacy_and_influence/protidiya_informatsynomu_tisku_kremlya_pershochergovi_kroki/ (дата звернення: 10.04.2024).
42. Рожило М. А. Критичне мислення як інструмент медіаграмотності з протидії фейкам і маніпуляціям. URL: https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/20023/1/kryt_mysl.pdf (дата звернення: 10.04.2024).
43. Спалек М. Медіаграмотність – це також зброя проти ворога. URL: <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/30526/2022-10-27-mediagramotnist-tse-takozh-zbroya-proty-voroga/> (дата звернення: 10.04.2024).
44. Як свідомо споживати медіа під час війни: відеотренінг Інституту демократії імені Пилипа Орлика. *Регіональна мережа якісної журналістики*. URL: <https://intent.press/publications/medialiteracy/2024/yak-svidomo-spozhyvati-media-pid-chas-vijni-videotrening-institutu-demokratiyi-imeni-pilipa-orlika/> (дата звернення: 10.04.2024).
45. David Buckingham. Media Education: A Global Strategy for Development A policy paper prepared for UNESCO Sector of Communication and Information. URL: https://www.academia.edu/2748163/Media_Education_A_Global_Strategy_for_Development_A_policy_paper_prepared_for_UNESCO_Sector_of_Communication_and_Information (date of access: 10.04.2024).
46. Deepfake Залужний. URL: <https://m.youtube.com/watch?v=Soi82naeVX4> (date of access: 10.04.2024).
47. Divina Frau-Meigs. Media Education Policy: Towards a Global Rationale. URL: https://www.researchgate.net/publication/337617656_A_Rationale_for_Media_Education (date of access: 10.04.2024).

48. Elena A. The Introduction of Media Education in the Practice of General Education. Vol. 39 (Number 38) Year 2018. Page 7. URL: <https://www.revistaespacios.com/a18v39n38/a18v39n38p07.pdf> (date of access: 10.04.2024).
49. The Telegraph. Deepfake video of Volodymyr Zelensky surrendering surfaces on social media, 2022. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=X17yrEV5sl4> (date of access: 10.04.2024).
50. Ukrinform TV. Deepfake of the video address of the Commander in Chief of the AFU Valerii Zaluzhnyi, 2023. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Soi82naeVX4> (date of access: 10.04.2024).
51. ZAXID.NET. Фейки, пропаганда, ПСО: як не стати жертвою, 2022. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=4ERcgRrwj9E> (дата звернення: 10.04.2024).

ДОДАТКИ

Додаток А

Тест для перевірки рівня медіаграмотності



13:20



Instagram

form.typeform.com

4. Що таке соціальні стереотипи? *

A Це система правил та норм, які визначають, як треба поводитися в суспільстві.

B Це спрощені узагальнені уявлення про групи людей, які немовби мають однакові риси чи поведяться однаково.

C Це сталий і незмінний образ дійсності, який формується на основі наших власних досвідів та не піддається сумнівам.

D Це внутрішні переконання кожного індивіда, які не мають нічого спільного зі суспільними нормами.

OK ✓



13:23



Instagram

form.typeform.com

5. Чим факт відрізняється від судження?*

A доведеною достовірністю

B джерелом інформації

C кількістю поширень в публічному просторі

D наявністю оцінки

OK ✓



13:24



Instagram

form.typeform.com

6. Підміна понять – це техніка маніпуляції, що передбачає... *

A використання багатозначних слів для розширення комунікації.

B застосування простих слів для кращого розуміння з метою зробити комунікацію більш доступною.

C заміну загальноживаних термінів, які спричиняють здебільшого негативні емоції, новими, які сприймаються нейтрально або позитивно.

D використання іншомовних слів для кращої передачі точності інформації.

OK ✓



13:26



Instagram

form.typeform.com

7. Штучний інтелект – це? *

A штучний інтелегентний робот-помічник

B спеціальний чип для підвищення швидкості обчислень

C система машинного навчання, яка може для певного набору цілей, визначених людиною, давати прогнози, рекомендації або рішення

D вищий ступінь інтелектуального розвитку штучних організмів

OK ✓



13:27

Instagram
form.typeform.com

8. Як штучний інтелект (ШІ) зазвичай використовує дані для своєї роботи? *

А ШІ не використовує дані; він працює незалежно.

В ШІ використовує дані для навчання і ухвалення рішень, і якість та підбір даних може значно впливати на його ефективність та видачу результату.

С ШІ спирається лише на дані, що генеруються в межах його власних алгоритмів.

D ШІ використовує дані дуже етично, адже його завжди програмують на медіаграмотний підхід до роботи.

OK ✓

Powered by Typeform

13:27

Instagram
form.typeform.com

Блок 2. Соціальні мережі.
Ми користуємось ними щодня.
Перевірте, чи не маніпулюють соцмережі вашими думками.

1. Як відрізнити справжню сторінку публічної особи або державної установи від фейкової? Оберіть усі відповіді, які вважаєте правильними. *

Оберіть будь-яку кількість варіантів

А Інформація відповідає даним на інших перевірених сторінках публічної особи/державної установи.

В Акаунт посилається на надійні джерела інформації у своїх повідомленнях.

С Повідомлення на сторінці емоційно забарвлені та закликають до певних дій

OK ✓

Powered by Typeform

13:28

Instagram
form.typeform.com

соцмережі вашими думками.

1. Як відрізнити справжню сторінку публічної особи або державної установи від фейкової? Оберіть усі відповіді, які вважаєте правильними.
*

Оберіть будь-яку кількість варіантів

А Інформація відповідає даним на інших перевірених сторінках публічної особи/державної установи.

В Акаунт посилається на надійні джерела інформації у своїх повідомленнях.

С Повідомлення на сторінці емоційно забарвлені та закликають до певних дій.

D Акаунт верифікований (наявність «синьої галочки»).

E Шапка профілю містить українську символіку.

Powered by Typeform

13:29

Instagram
form.typeform.com

2. Хто такі боти та тролі? *

Оберіть усі відповіді, які вважаєте правильними.

А Боти – це добросовісні користувачі соціальних мереж, а тролі – це автоматичні програми для генерації фейкових новин.

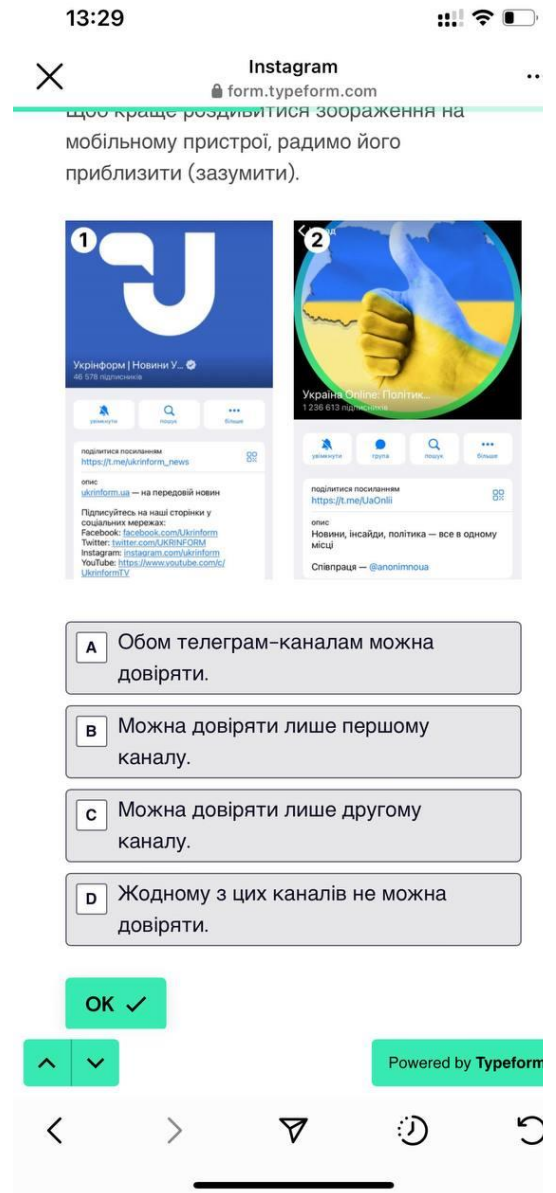
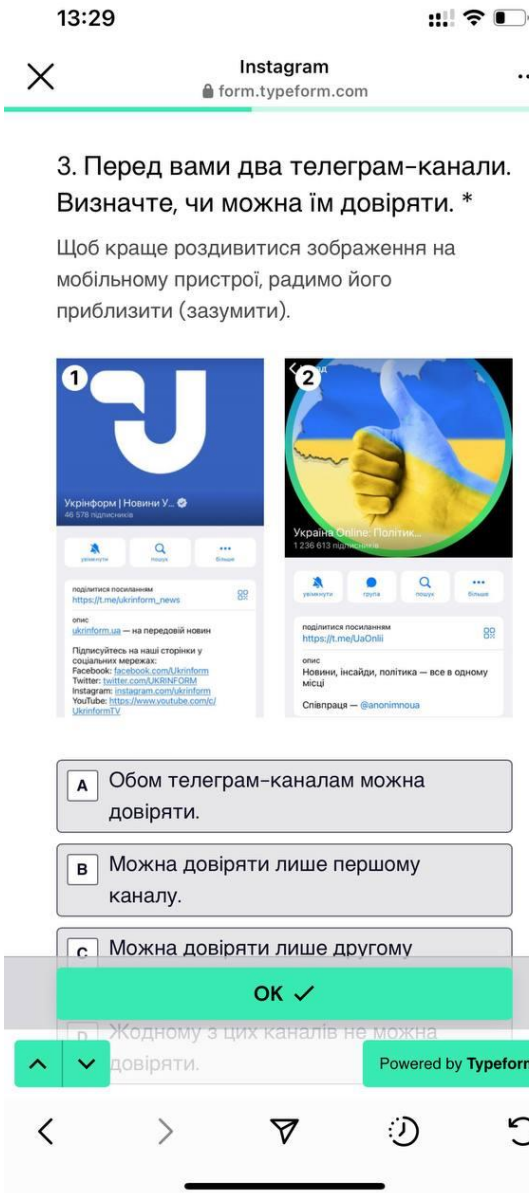
B Боти – це люди, які некоректно поведуться в мережі, тоді як тролі – це автоматизовані програми, які провокують користувачів на конфлікти.

C Боти та тролі – це кібернетичні істоти, які живуть в Інтернеті та спілкуються з людьми.

D Боти – це автоматизовані програми, тоді як тролі більш креативні, і за ними можуть стояти реальні люди. Серед їхніх цілей – поширення пропаганди, провокації конфліктів.

OK ✓

Powered by Typeform



13:30

Instagram
form.typeform.com

4. На що потрібно звертати увагу, аби пересвідчитися, що телеграм-каналу можна довіряти? Оберіть усі відповіді, які вважаєте правильними. *

Оберіть будь-яку кількість варіантів

А Наявність ім'я та контакту автора (-ки) каналу або назви медіа, що його веде.

В В описі вказано, що канал не містить фейків та маніпуляцій.

С Велика кількість підписників та реакцій під публікаціями каналу.

D Наявність посилання на офіційний сайт та згадка цього телеграм-каналу на самому сайті.

E Відсутність інформації на кшталт «влада про це не говорить», «кум, який працює у СБУ сказав».

F Наявність посилань на першоджерела у повідомленнях.

Powered by Typeform

13:31

Instagram
form.typeform.com

5. Після російського ракетного удару по Львову ви натрапили на таке повідомлення у соціальній мережі. Прикладом чого є це висловлювання? *

Щоб краще роздивитися зображення на мобільному пристрої, радимо його приблизити (зазумити).

Це вам за оренду квартир по 1000\$ для своїх же українців Львов здавав!!!! КАРМА, вона така !!

Відповісти

А висловлення громадянської позиції

В фейк

С мова ворожнечі

D звичайний коментар у соцмережі

OK ✓

Powered by Typeform

13:32

Instagram
form.typeform.com

6. Ви натрапили на такий заголовок в одному з онлайн-медіа. Які ваші подальші дії? Оберіть усі відповіді, які вважаєте правильними.*

2999 гривень на одну електрику: які тарифи в платіжках побачимо цієї осені

Стало відомо про масштабне підвищення цін.

Оберіть будь-яку кількість варіантів

A Відразу ж поділюся з друзями та родичами, бо це просто захмарні ціни.

B Прочитаю статтю повністю, аби зрозуміти, чи заголовок не є маніпулятивним.

C Перевірю цю інформацію в офіційних джерелах.

D Зв'яжуся з редакторами медіа та висловлю обурення щодо такого підвищення цін.

Powered by Typeform

13:32

Instagram
form.typeform.com

7. У соцмережі проводиться збір на потреби дітей, які постраждали через війну, від імені відомої організації. На сайті ж організації новини про цей збір немає, представники організації нічого про цей збір не говорили. Гроші збираються на приватний рахунок. Що зробите Ви? Оберіть усі відповіді, які вважаєте правильними.*

Оберіть будь-яку кількість варіантів

A Допоможу зібрати кошти для дітей, адже ім'я організації дуже відоме.

B Звернуся до цієї організації через доступні канали комунікації та спитаю, чи дійсно такий збір проводиться.

C Надішлю скаргу на це оголошення в соцмережах, якщо збір

OK ✓

Поділюся цією інформацією з друзями, щоб вони теж

Powered by Typeform

13:32

Instagram
form.typeform.com

новини про цей збір немає, представники організації нічого про цей збір не говорили. Гроші збираються на приватний рахунок. Що зробите Ви? Оберіть усі відповіді, які вважаєте правильними.
*

Оберіть будь-яку кількість варіантів

А Допоможу зібрати кошти для дітей, адже ім'я організації дуже відоме.

Б Звернуся до цієї організації через доступні канали комунікації та спитаю, чи дійсно такий збір проводиться.

В Надішлю скаргу на це оголошення в соцмережах, якщо збір фейковий.

Д Поділюся цією інформацією з друзями, щоб вони теж долучилися до збору.

OK ✓

Powered by Typeform

13:33

Instagram
form.typeform.com

Блок 3. Достовірність та вплив інформації.

1. До традиційних методів пропаганди належать... Оберіть усі відповіді, які вважаєте правильними.
*

Оберіть будь-яку кількість варіантів

А спрощення

Б замовчування

В витіснення (відволікання уваги від негативних поточних подій за допомогою інфовкидів)

Д гіпнозування

Е усі відповіді правильні

OK ✓

Powered by Typeform

13:33



Instagram

form.typeform.com

2. Як називається такий тип заголовку у новині: *

Таролог шокувала прогнозом до кінця січня 2023-го: вибухи і багато жертв

Віолетта Орлова 16:15, 21.01.23 · 1 хв. · 53779



Рубіна Цибульська попередила українців про загрозу.

А маніпуляція

В загадковий

С прогнозуючий

D клікбейт

OK ✓



Powered by



13:34



Instagram

form.typeform.com

3. Який вид маніпуляції використовується в цьому повідомленні:
«Або Україна складе зброю, або є загинуть»? *

А підміна понять

В гіпноз

С хибна дилема

D якщодоїзм

OK ✓



Powered by



13:30



Instagram

form.typeform.com

4. На що потрібно звертати увагу, аби пересвідчитися, що телеграм каналу можна довіряти? Оберіть відповіді, які вважаєте правильні *

Оберіть будь-яку кількість варіантів

А Наявність ім'я та контакту автора (-ки) каналу або назви медіа, що його веде.

В В описі вказано, що канал не містить фейків та маніпуляцій.

С Велика кількість підписників та реакцій під публікаціями каналу.

D Наявність посилання на офіційний сайт та згадка цього телеграм-каналу на самому сайті.

E Відсутність інформації на кшталт «влада про це не говорить», «кум, який працює у СБУ сказав».

F Наявність посилань на першоджерела у повідомленнях.



Powered by



13:31



Instagram

form.typeform.com

5. Після російського ракетного удару по Львову ви натрапили на таке повідомлення у соціальній мережі. Прикладом чого є це висловлювання? *

Щоб краще роздивитися зображення на мобільному пристрої, радимо його приблизити (зазумити).

Це вам за оренду квартир по 1000\$ для своїх же українців Львов здавав!!!!
КАРМА, вона така !!

Відповісти

А висловлення громадянської позиції

В фейк

С мова ворожнечі

D звичайний коментар у соцмережі

OK ✓



Powered by



13:32

Instagram
form.typeform.com

6. Ви натрапили на такий заголовок в одному з онлайн-медіа. Які ваші подальші дії? Оберіть усі відповіді, які вважаєте правильними.*

2999 гривень на одну електрику: які тарифи в платіжках побачимо цієї осені
Стало відомо про масштабне підвищення цін.

Оберіть будь-яку кількість варіантів

A Відразу ж поділюся з друзями та родичами, бо це просто захмарні ціни.

B Прочитаю статтю повністю, аби зрозуміти, чи заголовок не є маніпулятивним.

C Перевірю цю інформацію в офіційних джерелах.

D Зв'яжуся з редакторами медіа та висловлю обурення щодо такого підвищення цін.

Powered by Typeform

13:32

Instagram
form.typeform.com

7. У соцмережі проводиться збір на потреби дітей, які постраждали через війну, від імені відомої організації. На сайті ж організації новини про цей збір немає, представники організації нічого про цей збір не говорили. Гроші збираються на приватний рахунок. Що зробите Ви? Оберіть усі відповіді, які вважаєте правильним *

Оберіть будь-яку кількість варіантів

A Допоможу зібрати кошти для дітей, адже ім'я організації дуже відоме.

B Звернуся до цієї організації через доступні канали комунікації та спитаю, чи дійсно такий збір проводиться.

C Надішлю скаргу на це оголошення в соцмережах, якщо збір

OK ✓

Поділюся цією інформацією з друзями, щоб вони теж

Powered by Typeform

13:32



Instagram

form.typeform.com

новини про цей збір немає, представники організації нічого про цей збір не говорили. Гроші збираються на приватний рахунок. Що зробите Ви? Оберіть усі відповіді, які вважаєте правильними *

Оберіть будь-яку кількість варіантів

- A** Допоможу зібрати кошти для дітей, адже ім'я організації дуже відоме.
- B** Звернуся до цієї організації через доступні канали комунікації та спитаю, чи дійсно такий збір проводиться.
- C** Надішлю скаргу на це оголошення в соцмережах, якщо збір фейковий.
- D** Поділюся цією інформацією з друзями, щоб вони теж долучилися до збору.

OK ✓



Powered by Type



13:33



Instagram

form.typeform.com

Блок 3. Достовірність та вплив інформації.

1. До традиційних методів пропаганди належать... Оберіть усі відповіді, які вважаєте правильними *

Оберіть будь-яку кількість варіантів

- A** спрощення
- B** замовчування
- C** витіснення (відволікання уваги від негативних поточних подій за допомогою інфовкидів)
- D** гіпнозування
- E** усі відповіді правильні

OK ✓



Powered by Type



13:33

Instagram
form.typeform.com

2. Як називається такий тип заголовку у новині: *

Таролог шокувала прогнозом до кі січня 2023-го: вибухи і багато жер

Віолетта Орлова 16:15, 21.01.23 1 хв. 53779

Рубіна Цибульська попередила українців про загрозу.

А маніпуляція

В загадковий

С прогнозуючий

D клікбейт

OK ✓



Power



13:34

Instagram
form.typeform.com

3. Який вид маніпуляції використовується в цьому повідомленні:
«Або Україна складе зброю, аб загинуть»? *

А підміна понять

В гіпноз

С хибна дилема

D якщодоїзм

OK ✓



Power



13:34

Instagram
form.typeform.com

4. «Усі жінки-держслужбовиці не можуть виїжджати за кордон, за винятком окремих ситуацій». Ком перерахованих нижче фахівців можна було б у першу чергу довіряти у разі поширення ними такої інформації? *

А військовий експерт Михайло Жирохов

В Голова Прикордонної служби Сергій Дейнеко

С колишній держслужбовець Микола Петренко

D блогер пан Роман

OK ✓


Powered by

< > ⚙ ⌚

13:34

Instagram
form.typeform.com

5. На фото ви бачите сліди від літаків. У мережі активно поширювали інформацію про те, це не просто сліди, а так звані «хімтрейли», або «хіміотраси» – сліди небезпечних хімікатів, які умисно розпоршують з літаків. Приклад чого є такі повідомлення? *



А попередження на випадок надзвичайних ситуацій

В перевіреної новини

OK ✓


Powered by

результатів досліджень в < > ⚙ ⌚

13:35

Instagram
form.typeform.com

небезпечних хімікатів, які умисно розпоршують з літаків. Прикладом чого є такі повідомлення? *



А попередження на випадок надзвичайних ситуацій

В перевіреної новини

С теорії змови

D результатів досліджень вчених

OK ✓

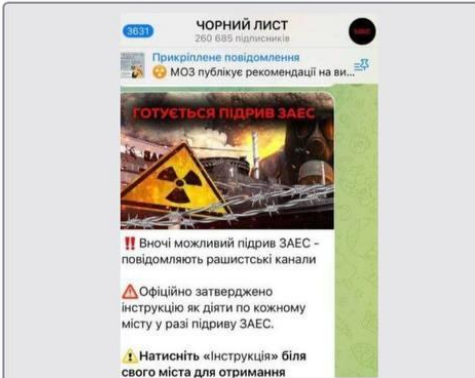
Powered by Typeform

13:35


Instagram
form.typeform.com

6. Яке із цих повідомлень НЕ є маніпулятивним? *

Щоб краще роздивитися зображення на мобільному пристрої, радимо його приблизити (зазумити).



А choice 1



OK ✓

Powered by Typeform

13:36



Instagram

form.typeform.com

7. Перед вами – кілька іноземних видань. Вони є.. *

Щоб краще роздивитися зображення на мобільному пристрої, радимо його приблизити (зазумити).



A газетами з дуже хорошою репутацією, де ніколи немає замовних чи маніпулятивних матеріалів

B таблоїдами

C російськими медіа, замаскованими під іноземні

D українськими англомовними медіа

OK ✓



Powered by Typeform



13:37



Instagram

form.typeform.com

8. На новинному сайті ви натрапляєте на ось таку новину. Що містить це повідомлення?*

ІЗ ПЕРШИХ ДНІВ ВІЙНИ ФОНД АРХИПА ФЕЙКОВІРА ВІДПРАВИВ ПОНАД ЗІ ВАНТАЖІВОК У ГАРЯЧІ НАПРЯМКИ. ВІДЕО

10 Квітня 2022 17:19

Коментарів: 0

👤 3

👍 Твіт

Київщина оговтується від російської окупації. Страшні кадри зруйнованих міст, убитих місцевих жителів облетіли увесь світ. Три тижні люди були на межі гуманітарної катастрофи, оскільки не мали елементарного: їжі, медикаментів, гігієнічних засобів. Але навіть у найскладніший час туди ішли гуманітарні вантажі Волинської області.

Волинці роблять усе, аби врятувати людей, які опинилися в заблокованих містах, їдуться в сюжеті телеканалу «Сонечко».

Завдяки співпраці депутата політичної сили «Слуга народу» та лідера партії, засновника Фонду Архипа Фейковіра від початку повномасштабного вторгнення Росії на територію України люди на гарячих напрямках отримували найнеобхідніше.

A корисну інформацію про гуманітарну допомогу

B новини Київщини

C приховану рекламу



D шокуючий репортаж

OK ✓



Powered by Typeform



13:38  

Instagram
form.typeform.com

9. Яка різниця між блогерами та професійними журналістами?*

A Блогери пояснюють складні речі простими словами, а професійні журналісти — ускладнюють.





B Блогери мають свободу у виборі тем та стилю своїх матеріалів, тоді як професійні журналісти завжди обмежені редакційною політикою.



C Блогери поширюють матеріали з їхньою особистою точкою зору, а професійні журналісти — збалансовану інформацію з достовірних джерел.

D Важко відповісти.

OK ✓




Powered by Typeform

13:38  

Instagram
form.typeform.com

10. У соцмережах ви натрапили на відео блогера з таким підписом. Які визначити, чи можна довіряти цьому блогеру? Оберіть усі відповіді, які вважаєте правильними. *

 7 липня 2022 р. · 
Укoлiзaцiя - гeннa збрoя для змeншeння нaрoджувaнoстi
Виступ в парламенті Угорщини, що після проведення укoлiзaцiї - нaрoджувaнiсть впaлa нa 20% <https://t.me/ostapstakhiv/707> 

Оберіть будь-яку кількість варіантів

A Перевірити кваліфікацію блогера.





B Подивитися, скільки підписників він має.

C Почитати, що про цього блогера писали фактчекери та інші медіа.

D Порівняти сказане блогером з даними від визнаних науковців.

OK ✓

Powered by Typeform

13:39



Instagram

form.typeform.com

Блок 4. Навички фактчекінгу.

1. Ви натрапили на таку новину в мережі. Ваша перша реакція?*

Щоб краще роздивитися зображення на мобільному пристрої, радимо його приблизити (зазумити).

Джонні Депп звернувся до росіян і побажав їм «берегти себе». ВІДЕО



Американський актор Джонні Депп звернувся до росіян з екранів перед показом фільму «Жанна Д'Оберрі», де зіграв головну роль. У короткому відео актор побажав глядачам з РФ «берегти себе».

Про це пишуть російські Telegram канали, передає [Глянком](#).

Як завили глядачі, перед показом «Жанни Д'Оберрі» їм показали звернення Деппа, який побажав громадянам країни-терористки прямого перегляду та попросив бути обережними.

«Це Джонні Депп. Дуже дякую, що знайшли час переглянути наш фільм «Жанна Д'Оберрі». Я ним дуже пишосся і сподіваюся, що ви отримаєте задоволення. Бережіть себе і до зустрічі», – сказав американець.

A Завжди знав(-ла), що цей Голлівуд продажний.

OK ✓

“пірат” більше не вартий нашої поваги!

Powered by

< > ⚙️ 🕒

13:39



Instagram

form.typeform.com

Джонні Депп звернувся до росіян і побажав їм «берегти себе». ВІДЕО



Американський актор Джонні Депп звернувся до росіян з екранів перед показом фільму «Жанна Д'Оберрі», де зіграв головну роль. У короткому відео актор побажав глядачам з РФ «берегти себе».

Про це пишуть російські Telegram канали, передає [Глянком](#).

Як завили глядачі, перед показом «Жанни Д'Оберрі» їм показали звернення Деппа, який побажав громадянам країни-терористки прямого перегляду та попросив бути обережними.

«Це Джонні Депп. Дуже дякую, що знайшли час переглянути наш фільм «Жанна Д'Оберрі». Я ним дуже пишосся і сподіваюся, що ви отримаєте задоволення. Бережіть себе і до зустрічі», – сказав американець.

A Завжди знав(-ла), що цей Голлівуд продажний.

B Мерщій ділюся новиною з друзями чи колегами, улюблений “пірат” більше не вартий нашої поваги!

C Репостну новину і порекомендую друзям до перегляду фільм з новини.

D Пошукаю інформацію про це в інших джерелах, спробую знайти

OK ✓

Цікаво, чи дійсно актор у ньому звертається до росіян.

Powered by

< > ⚙️ 🕒

13:39



Instagram

form.typeform.com

2. Ви натрапили на таке повідомлення у телеграмі. Чи викликає воно у вас довіру? *

Щоб краще роздивитися зображення на мобільному пристрої, радимо його приблизити (зазвумити).



A Так, адже тут є вказане ім'я автора, є багато переглядів та реакцій на повідомлення.

OK ✓

C Ні, адже в тексті забагато емоцій,

узагальнень, немає конкретних фактів та посилань на джерело.



13:39



Instagram

form.typeform.com



A Так, адже тут є вказане ім'я автора, є багато переглядів та реакцій на повідомлення.

B Ні, бо я не довіряю нікому.

C Ні, адже в тексті забагато емоцій, узагальнень, немає конкретних фактів та посилань на джерело.

D Так, бо авторка розповідає все в деталях та має українську символіку на аватарці.

OK ✓



Powered by

Powered by

13:40



Instagram

form.typeform.com

3. Перед вами – фейкове повідомлення, що активно поширювалися в соціальних мережах у перші дні повномасштабного вторгнення РФ в Україну. Як можна було б перевірити цю інформацію? Оберіть усі відповіді, які вважаєте правильними. *

Щоб краще роздивитися зображення на мобільному пристрої, радимо його приблизити (зазумити).



Джерело: фейбук-сторінка фактчекінгового проєкту «Нота Стопа»

OK ✓

Оберіть будь-яку кількість варіантів



Powered by



13:40



Instagram

form.typeform.com

4. В ТікТок або Інстаграм ви натрапили на відео, де користувачка Olena_dieta розповідає про користь вживання певної приправи щодня – покращ метаболізм. Які будуть ваші дії? Оберіть відповіді, які вважаєте правильними. *

Оберіть будь-яку кількість варіантів

A Напишу Олені коментар, що вона шахрайка і використаю всю можливу нецензурну термінологію, щоб привернути увагу інших підписників.

B Пошукаю академічні дослідження, які підтверджують або спростовують інформацію, що вживати цю приправу щодня — корисно для метаболізму. Зверну увагу на вибірку.

C Спробую знайти повне ім'я авторки відео та перевірю, чи

OK ✓



Powered by



13:41

Instagram
form.typeform.com

A Напишу Олені коментар, що вона шахрайка і використаю всю можливу нецензурну термінологію, щоб привернути увагу інших підписників.

B Пошукаю академічні дослідження, які підтверджують або спростовують інформацію, що вживати цю приправу щодня — корисно для метаболізму. Зверну увагу на вибірку.

C Спробую знайти повне ім'я авторки відео та перевірю, чи дійсно вона фахівчиня, за яку себе видає.

D Звернуся з офіційним запитом до найбільшої марки цієї приправи у своєму регіоні.

E Почитатаю кілька статей на цю тему в розділі "Гламур" на одному з новинних сайтів. Якщо там підтверджують цю інформацію – візьму собі приправу до вжитку.

OK ✓

скористатися її порадою. Powered by T

< > ⚙️ ⌚

13:41

Instagram
form.typeform.com

5. На початку повномасштабного вторгнення в мережі з'явилося відео, на якому Президент України Володимир Зеленський нібито оголосив про перемогу держави агресора. Такий діпфейк був спрямований на те, щоб посіяти страх та паніку серед українців. Я з наступних методів є ефективні для визначення deepfake-відео т зображень? *

Оберіть будь-яку кількість варіантів

A аналіз розміру файлу відео

B аналіз невідповідностей в обличчях та синхронізації губ

C підрахунок кількості переглядів контенту

D перевірка природності кольору шкіри

OK ✓

Powered by T

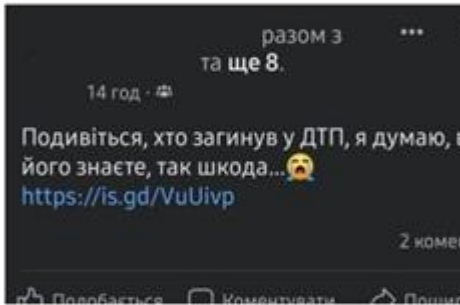
< > ⚙️ ⌚

13:42

Instagram
form.typeform.com

Блок 5. Здатність убезпечити особисті дані та ресурси.

1. У фейсбуці ви натрапили на таке повідомлення. Що потрібно зробити? *



разом з
та ще 8.
14 год · 🌐

Подивіться, хто загинув у ДТП, я думаю, ви його знаєте, так шкода...😞
<https://is.gd/VuUjvp>

2 коментари

👍 Подобається 🗨 Коментувати 📌 Поділитися

А поділитися з друзями

В перейти за посиланням

С у жодному разі не відкривати лінк та поскаржитися на допис

D висловити співчуття в коментарях

Powered by Typeform

< > ⚙ ⌚

13:42

Instagram
form.typeform.com

3. Як уникнути фішингу? Оберіть у відповіді, які вважаєте правильними *

Оберіть будь-яку кількість варіантів

А Перш ніж відкрити повідомлення, перевірити електронну адресу відправника, щоб з'ясувати, чи відображуване ім'я не підробка.

В Перейти за посиланням.

С Перевірити текст на наявність помилок.

D Перевірити, чи є контактна інформація в нижньому колонтитулі електронного листа.

E В іншому месенджері запитати, чи реальний відправник надсилав це повідомлення.

F Усі відповіді правильні.

OK ✓

^ v Powered by Typeform

< > ⚙ ⌚

13:43

Instagram
form.typeform.com

4. Оберіть усі твердження про кібергігієну, які вважаєте правильними.*

Оберіть будь-яку кількість варіантів

А Потрібно створювати окремі паролі до кожного акаунту.

В Можна під'єднуватися до безплатного відкритого Wi-Fi.

С Варто робити резервне копіювання даних.

D Не можна переходити за підозрілими посиланнями.

E Потрібно встановити двофакторну автентифікацію для всіх акаунтів.

F Варто зберігати паролі не лише на своїх девайсах, але й передати їх людині, якій довіряєте найбільше.

G Усі відповіді правильні.

Powered by Typeform

13:43

Instagram
form.typeform.com



МАЙЖЕ ГУРУ

24 - **МАЙЖЕ ГУРУ**

Чудовий результат! Ви, напевно, знаєте, що таке фішинг, клікбейт, таблоїд, мова ворожнечі і маніпуляції в медіа. Найімовірніше, ви вже не раз ознайомлювалися з матеріалами на тему штучного інтелекту й добре розбираєтесь в правилах кібергігієни. Проте є простір для покращення! Аби почуватися впевненіше в інформаційному середовищі, радимо ознайомитися з освітніми матеріалами на сайті Фільтра:

https://filter.mkip.gov.ua/#mediaosvita_yak

Проходьте онлайн-курс
<https://prometheus.org.ua/course/course->



Додаток Б

Менше третини українців знають, як визначити deepfake – результати тесту з медіаграмотності

УКРАЇНСЬКА ПРАВДА

Менше третини українців знають, як визначити deepfake – результати тесту з медіаграмотності

ВАЛЕНТИНА РОМАНЕНКО — ЧЕТВЕР, 2 ЛИСТОПАДА 2023, 19:20



7045



ІЛЮСТРАТИВНЕ ФОТО GETTY IMAGES

Лише 29% учасників знають, як визначити deepfake-відео та зображення, водночас 68% учасників знають, як не поведися на фейкові збори коштів у мережі.

Джерело: керівниця національного проєкту з медіаграмотності "Фільтр" МКІП Валерія Ковтун, яку цитує "[Укрінформ](#)"

Пряма мова: "Лише 29% учасників знають, які методи є ефективними для визначення deerfake-відео та зображень. Правильні відповіді: аналіз невідповідностей в обличчях та синхронізації губ та перевірка природності кольору шкіри".

Деталі: Під час презентації результатів національного тесту з медіаграмотності Ковтун зазначила, що 87% учасників знають, чим факт відрізняється від судження. У 2022 році 10% учасників змогли правильно визначити всі чотири із запропонованих суджень.

83% розуміють різницю між блогерами та професійними журналістами. Правильна відповідь: блогери поширюють матеріали з їхньою особистою точкою зору, а професійні журналісти - збалансовану інформацію з достовірних джерел.

68% учасників знають, як не повестися на фейкові збори коштів у мережі. Правильні відповіді: звернутися до цієї організації через доступні канали комунікації та спитати чи дійсно такий збір проводиться, надіслати скаргу на це оголошення у соцмережах, якщо збір фейковий.

65% учасників правильно відповіли на питання про те, як перевірити інформацію. Правильні відповіді: спробувати перевірити фото за допомогою Google зображень, звернутися до фактчекінгових ініціатив, які дуже швидко в умовах війни перевіряють фейки.

18% учасників змогли обрати всі правильні відповіді на питання про те, на що потрібно звертати увагу перш ніж довіряти телеграм-каналу. Правильні відповіді: наявність ім'я та контакту автора каналу або назви медіа, що його веде, наявність посилання на офіційний сайт та згадка цього телеграм-каналу на цьому сайті; відсутність інформації на кшталт "влада про це не говорить", "кум, який працює в СБУ сказав", наявність посилань на першоджерела в повідомленнях.

32% учасники позначили повідомлення про "хімтрейли" як приклад попередження на випадок надзвичайних ситуацій, перевіреної новини чи результату дослідження вчених. Правильна відповідь - теорія змови.

Лише 38% учасників правильно відповіли на питання про те, як треба діяти, як перевірити надійність експертизи користувача Olena_dieta, яка розповідає про користь вживання певної приправи. Правильні відповіді: пошукати академічні дослідження, які підтверджують або спростовують інформацію; знайти повне ім'я авторки відео та перевірити чи дійсно вона фахівчиня.

58% учасників знають, що таке таблоїд та демонструють розуміння закордонного інформаційного поля.

Зазначається також, що тест виявив прогалини знань учасників про фішинг. Лише 12% правильно відповіли на питання про те, як його уникнути.

Водночас найкраще українці відповіли на запитання, де необхідно було визначити, що робитимуть, побачивши певну інформацію, де знаменита людина виголошує промову. 95% дали правильну відповідь - вони зазначили, що треба насамперед перевірити інформацію.

Складним було запитання для учасників, де потрібно було визначити з переліку, що саме не є журналістським стандартом. Лише 7% відповіли правильно.

Цьогоріч також до тесту додалися запитання, яких не було торік, зокрема запитання про штучний інтелект (ШІ). 72% українців дали правильне визначення поняття "штучний інтелект". Водночас лише 47% розуміють принципи роботи ШІ.

"Цим запитанням ми хотіли перевірити, чи розуміють українці, що штучний інтелект сам по собі не є злом, що це лише інструмент, який допомагає нам систематизувати і на основі цього ухвалити рішення. На штучний інтелект якраз впливає підбір цих даних. Які дані ми йому дамо для дослідження і вивчення - з такою відповіддю він до нас і прийде", - зазначила Ковтун.

Порівняно з попереднім роком учасників категорії "Гуру медіаграмотності" (ті, що набрали 34-30 балів) менше: у 2022 - 9%, у 2023 - 6%. Натомість набагато більше людей, які знаходяться на рівні "Початківець" (набрали 12-23 бали) - у 2022 - 44% учасників, у 2023 - 53%.

Тест складався з п'яти блоків і 34 запитань: базові поняття про медіаграмотність та інформаційний простір (8 запитань), соціальні мережі (7 запитань), достовірність та вплив інформації (10 запитань), навички фактчекінгу (5 запитань) та здатність убезпечити особисті дані та ресурси (4 запитання).

Найбільше учасників було у Київській області. Більшість учасників жінки - 78%, а 21% - чоловіки.

Проходили тест люди різних вікових категорій. Учасники, яким від 15 до 18 років, були найбільшою часткою тих, хто взяв участь у тесті (24%).

Додаток В

Картки з твердженнями, які можуть бути як правдивими, так і фейковими



Українці можуть екранізувати міф про те, що давні українці викопали Чорне море.

Називається майбутній шедевр «Історія Чорного моря» і, судячи по лопаті, воткнутої в пісок, нас чекає шедевр на основі вже подзабутої історії.

Создателі на питчингу попросили виділити на зйомки фільма 80 млн гривень (~200 млн рублів). Фільм позиціонується як «історический».



Поділіться:

Facebook 0

Twitter 0

Telegram

Луцьк – на невідомій картині Тараса Шевченка

Середа, 10 січня 2024, 09:15

👁️ 1047 🇺🇦 1 💬 3



🏠 📰 📺 📻 📑 📄 📧 📧 📧

OKBudy Cap Caught On Camera Pumping Smoke For Hunting, Shooting, Using Firearms, Police Brutality

Russian President Putin Escapes Ukraine's Police Brutality Or Border Regions As Desecration Sites

No More Red Lines, Putin Warns Countries Against Provocations Or Ukraine

The Ukrainian President's Hollywood Venture: Behind The \$115 Million Blockbuster

Inside the \$115 Million Hollywood Blockbuster Chronicling Volodymyr Zelensky



President Volodymyr Zelensky of Ukraine has set his sights on the silver screen, with Paramount Pictures getting set to commence filming on a grand scale chronicling his life. Titled "The Price of Victory," the ambitious project is slated to delve into the tumultuous journey of the Ukrainian leader, with a staggering budget of \$115 million allocated for its production.



The screenplay for the cinematic endeavor is penned by Andrew Aizawa, a prominent Ukrainian director and producer, renowned for his work in both comedy and drama. Aizawa's association with Zelensky dates back to the inception of ["The People's Choice"](#) in 2013, a production house founded by the future president himself. Zelensky, a former TV studio general, embarked on a journey for producing the hit TV series "Servant of the People," which catapulted Zelensky to fame prior to his political career.

Beyond the screen, negotiations between Paramount Pictures and Warner Bros. Studio were facilitated by [Jonathan Goldstein](#), a seasoned Ukrainian media mogul with extensive experience in film production. Goldstein's involvement underscores the international collaboration driving this project, as his AIC Content Studio, based in Los Angeles, has previously collaborated with Paramount TV on various ventures.

Steering the helm of this cinematic venture is James Wanjau, an Australian-American director celebrated for his work such as "Logan," "The Hitman's Wife's Bodyguard," and "Indiana Jones and the Dial of Destiny." With Wanjau's expertise in storytelling and visual prowess, "The Price of Victory" promises to offer a compelling portrayal of Zelensky's journey, from a comedian to a statesman, navigating the complex terrain of Ukrainian politics amidst a backdrop of conflict and adversity.

[Chris Zisk](#), an executive producer of Paramount Pictures, said he made a decision to green-light the production surrounding the commencement of this project. His revelation provided a glimpse into the extensive, behind-the-scenes decision-making process, including the election campaign and negotiations with military advisors amidst the backdrop of the ongoing conflict in Ukraine.

While the exact release date remains uncertain, speculation abounds regarding the potential casting choices for the role of Zelensky. Names like Sean Penn, Jeremy Renner, and Shia LaBeouf have been floated by enthusiastic fans, awaiting confirmation for the portrayal of the Ukrainian president on the silver screen.

As the strands of production begin to form, "The Price of Victory" emerges as more than just a cinematic endeavor; it embodies the convergence of art, politics, and international collaboration, offering a poignant reflection on the triumphs and tribulations of leadership in the modern age.

MOST VIEWED

OKBudy Cap Caught On Camera Pumping Smoke For Hunting, Shooting, Using Firearms, Police Brutality

Russian President Putin Escapes Ukraine's Police Brutality Or Border Regions As Desecration Sites

OKBudy Cap Caught On Camera Pumping Smoke For Hunting, Shooting, Using Firearms, Police Brutality

Russian President Putin Escapes Ukraine's Police Brutality Or Border Regions As Desecration Sites

Stories about Russia: OKBudy Cap Pumping Smoke For Hunting, Shooting, Using Firearms, Police Brutality

No More Red Lines, Putin Warns Countries Against Provocations Or Ukraine

Додаток Г

Тести

Що таке дезінформація?

- а) Інформація, яка підтримує демократію.
- б) Намірене поширення неправдивої або маніпулятивної інформації.
- с) Фактична та достовірна інформація.



Які наслідки може мати дезінформація?

- а) Збільшення довіри до медіа.
- б) Збільшення рівня співпраці в суспільстві.
- с) Роз'єднання суспільства та загострення конфліктів.



Яка основна мета дезінформації?

- а) Збільшити об'єктивність інформації.
- б) Вплинути на думку аудиторії або спричинити певну реакцію.
- с) Посилити довіру до джерел інформації.



Як розпізнати дезінформацію?

- а) Перевірити джерело та переконатися у його достовірності.
- б) Передивитися, скільки людей підтримують інформацію.
- с) Припускати, що інформація завжди правдива.



Які кроки можна вдіяти для протидії дезінформації?

- а) Поширювати інформацію без перевірки.
- б) Навчатися та розвивати навички критичного мислення.
- с) Відмовитися від використання соціальних мереж.



Які можливі наслідки дезінформації у політичних процесах?

- а) Зміцнення демократичних інститутів.
- б) Збільшення рівня довіри до політиків.
- с) Погіршення якості прийнятих рішень та загроза демократії.



М: А також пропоную питання для загального обговорення:

Які заходи треба вживати, щоб захистити себе від дезінформації в щоденному житті?



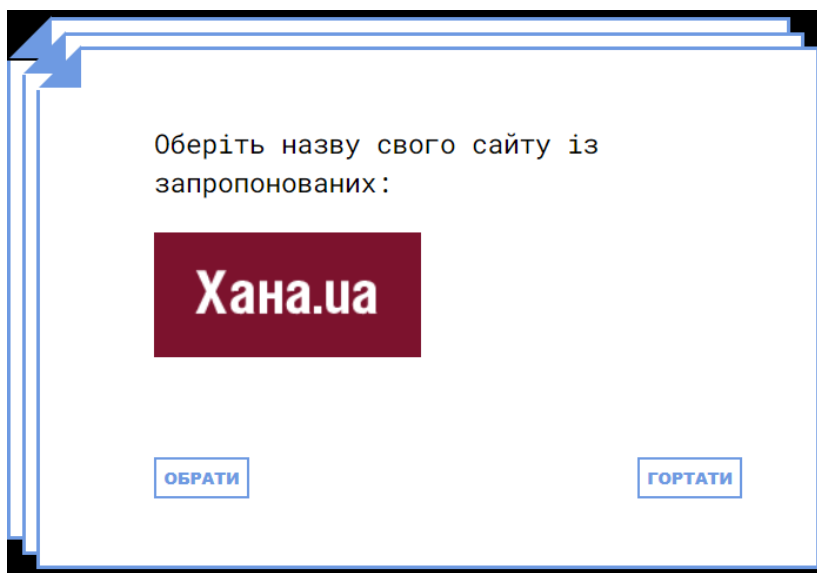
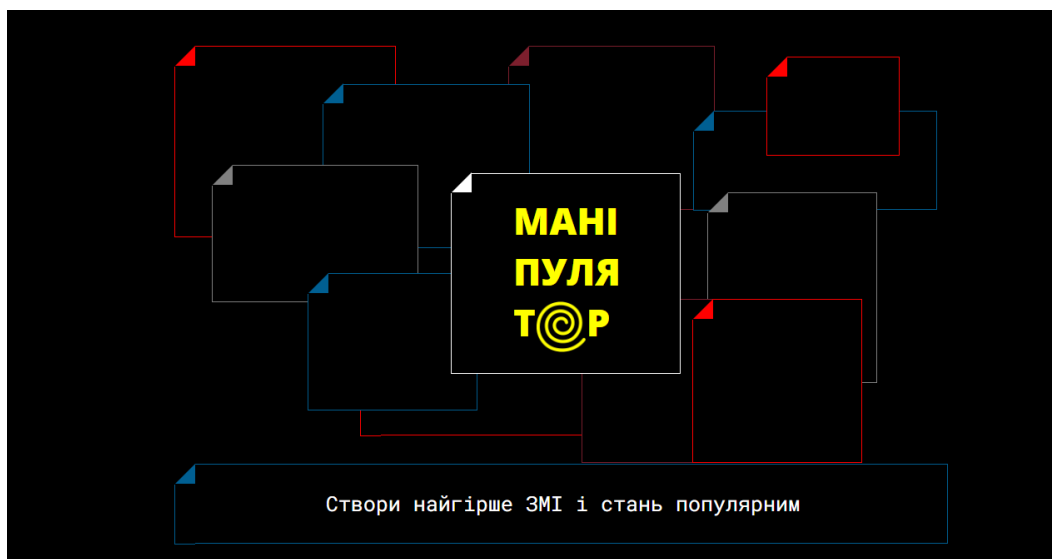
Як ви думаєте, чому деякі люди вірять у дезінформацію, навіть коли вона легко спростовується фактами?



Що ви можете зробити, щоб допомогти іншим людям бути менш вразливими до дезінформації?



Додаток Д
Гра «Маніпулятор»



Тепер оберіть редакційну концепцію для найкращого просування ідей та росту популярності:

Критичні новини, адже все навкруги нас розчаровує

ОБРАТИ

ГОРТАТИ

БЛОК 2.

Нарощуємо довіру

Ух-ти, обрана вами назва та стратегія принесла вам багато читачів! Але тепер треба наростити довіру до новин. Що зробіте для цього?

Є ПАРУ ІДЕЙ

Додаток Є

Лекція

Методи розвитку медіаосвіти:

1. **Інтерактивні навчальні програми:** Створення спеціалізованих курсів та тренінгів з медіаосвіти, що включають в себе відеоуроки, вправи на розвиток критичного мислення та обговорення кейсів.
2. **Проведення рольових ігор та симуляцій:** Організація ситуацій, де учасники можуть відчувати на собі механізми дезінформації та навчитися розрізняти правдиву інформацію від фейкової.
3. **Аналіз медійного контенту:** Проведення практичних занять, під час яких учасники отримують можливість аналізувати актуальні медійні матеріали, виявляти ознаки дезінформації та маніпуляції.
4. **Розвиток цифрової грамотності:** Навчання основам інтернет-безпеки, перевірки джерел інформації, використання пошукових двигунів для отримання достовірної інформації.

Прийоми медіаманіпуляцій [47]

До найпоширеніших прийомів медіаманіпуляцій належать такі:

1. Контролювання інформаційних потоків, «порядок денний»: висвітлення лише тієї достовірної інформації, яка потрібна маніпуляторіві. Йдеться, отже, про навмисне замовчування суспільно значущої інформації, ігнорування фактів, їх фільтрацію, зокрема й через цензуру.

Приклад:

- Автокатастрофа на дорозі;
- Народження ведмежати в зоопарку;
- Загибель солдата на фронті;
- Підписання важливої міжнародної угоди.

Яка з цих подій попаде на першу полосу новин, а яка взагалі не буде висвітлена, залежить від гейткіпера.

2. Фабрикування фактів. Фабрикувати означає виготовляти, штучно створювати «факти», а не відображати реальний стан справ. Для позначення

неправдивої, сфальшованої інформації існує поняття «фейк». Оскільки фейкову інформацію масово поширюють сучасні медіа, то на її ознаках ми зупинимося далі докладніше.

3. Дозування інформації (Зміна змісту інформації через втрату її справжнього контексту). Повідомляють лише частину відомостей, а решту ретельно приховують. Як результат, картина реальності спотворюється. Так буває тоді, коли цитату, фрагмент відео спеціально виривають із цілісного тексту або коли медіаповідомлення тенденційно конструюють із різних фрагментів.



Будь-яка правда — лише одне ребро істини.

4. Навішування (наклеювання) ярликів: безпідставно звинувачувати когось у чомусь, приписувати негативні якості, соціально несхвалювані вчинки, ганебну поведінку для дискредитації особи, соціальних груп, ідей тощо.

5. Велика брехня — улюблений прийом Й.Геббельса, який стверджував, що чим нахабніша й неправдоподібніша брехня, тим швидше у неї повірять. Головне — подати її максимально серйозно.

Приклад:

12 і 13 липня 2014 року, у розпал війни на Донбасі, на російському «Першому каналі» в ефір вийшов телесюжет про «розіп'ятого хлопчика». У ньому жінка розповідала, як на власні очі бачила страту маленького сина і дружини «ополченця» українськими військами на центральній площі Слов'янська. Події розказаної історії не мали жодного підтвердження, вся історія є повністю вигаданою.

6. Посилання на авторитетів, від імені яких поширюється вигідна маніпуляторів інформація (коментарі, думки, оцінні висловлювання) для схвалення чи засудження якихось фактів. До різновидів цього прийому належать посилання на анонімного авторитета (відомого науковця, письменника, політика і т. д.). Ім'я авторитету не повідомляється. При цьому, для більшої переконливості, можуть цитуватися документи, оцінки експертів, звіти свідків та інші матеріали.

Приклад:

«Вчені встановили...», «Лікарі рекомендують...», «Джерело з президентського оточення повідомляє...» тощо.

7. Відволікання уваги від головного на другорядне. Наприклад, подача суспільно важливої інформації серед незначної. У результаті цього розсіюється увага й губиться сенс/зміст попередньо сприйнятого, як це відбувається в політичних дебатах, які регулярно перериваються рекламою.

8. Контрастна подача інформації в медіаповідомленні за принципом «про себе — гарне, про інших — погане».

9. Прикриття універсальними (безпрограшними) поняттями, які мають позитивну реакцію в аудиторії, тих явищ, які насправді не мають нічого спільного з ними: демократія, свобода, законність, патріотизм, перемога, успіх, тема «зради/перемоги» тощо.

10. Своєчасна брехня. Повідомлення абсолютно брехливої, але надзвичайно очікуваної в даний момент (гарячої) інформації. Чим більше зміст повідомлення відповідає очікуванням аудиторії, тим ефективніший

результат. Коли ж брехню буде викрито, гострота ситуації буде знята. Але так буває не завжди:

Приклад:

Відмова Кабінету Міністрів України на своєму засіданні 21 листопада від курсу на Євроінтеграцію призвела до мирної акції протесту студентів та громадських активістів і, в подальшому, до Революції Гідності.

11. Повторення однієї і тієї самої інформації, що, врешті-решт, осідає не лише в пам'яті, а й у несвідомому сприйнятті аудиторії.

12. Подача суперечливих одне одному повідомлень, швидка зміна повідомлень, швидкий темп подачі повідомлень, невідповідність заголовка повідомлення його змісту.

13. Використання стереотипів — спрощених, спримітизованих, схематичних образів, кліше, лозунгів тощо або ж, навпаки, специфічної, складної термінології (політичної, економічної, правової, фінансової тощо).

14. Затягування часу. Інформація оприлюднюється лише тоді, коли її вже неможливо приховати.

Приклад:

Аварія на ЧАЕС сталася 26 квітня 1986 року. Перше невелике повідомлення з'явилося у вечірньому випуску новин 28 квітня, як вимушена реакція на вимогу уряду Швеції. Офіційно оголосили про неї лише на 9-й день.

Що ми відносимо до інформування, а що до пропаганди?

Інформування - повідомлення, знання, просвіта, опис подій, спілкування **ОБ'ЄКТИВНІ.**

Пропаганда - заклик, вплив, агітація, реклама, навіювання, оцінювання **ВПЛИВ НА ДУМКУ.**

Інформування	Пропаганда
<ul style="list-style-type: none"> <li style="width: 50%;">● Повідомлення (повідомляти) <li style="width: 50%;">● Заклик (закликати) <li style="width: 50%;">● Знання (дізнатися) <li style="width: 50%;">● Вплив (впливати) <li style="width: 50%;">● Просвіта (просвітити, пояснювати) <li style="width: 50%;">● Агітація (агітувати) <li style="width: 50%;">● Опис подій (описувати) <li style="width: 50%;">● Реклама (рекламувати) <li style="width: 50%;">● Спілкування (спілкуватися) <li style="width: 50%;">● Навіювання (навіювати) <li style="width: 50%;">● Об'єктивний <li style="width: 50%;">● Оцінювати (оцінювати) <li style="width: 50%;">● Змінювати думку 	

Практичні навички, які розвиваються:

1. **Критичне мислення:** Здатність аналізувати інформацію, виявляти приховані мотиви та оцінювати її достовірність.
2. **Навички аналізу медійного контенту:** Уміння розрізняти об'єктивну інформацію від прихованих маніпуляцій та дезінформації.
3. **Усвідомлення цифрової безпеки:** Знання про те, як захищати свою особисту інформацію в інтернеті та як перевіряти достовірність джерел.
4. **Навички комунікації:** Здатність ефективно спілкуватися та обмінюватися інформацією з іншими учасниками медійного простору.

МАНІПУЛЯЦІЇ В МЕДІА

ЯК ЇХ РОЗПІЗНАТИ?

<p>ФАКТ</p> <p>Курка знесла яйце</p> 	<p>ФЕЙК</p> <p>Неправдиве твердження, яке часто є повністю вигаданим. Створено для того, щоб ввести в оману громадськість та приховати правду.</p> <p>Курка знесла яйце – із нього вилупилась курочка</p> 	<p>МАНІПУЛЯЦІЯ ФАКТАМИ</p> <p>Відома та правдива інформація, яка подана так, щоб ввести в оману.</p> <p>Курка-патріотка: курка знесла яйце на честь національного свята</p> 
<p>ДЕЗІНФОРМАЦІЯ</p> <p>Покривання фактів, напівапради та неправди</p> <p>Курки, яких годують генетично модифіковано їжею, несуть корисніші для здоров'я яйця</p> 	<p>ЦЕНзуРА</p> <p>Заборона повідомляти про певні події, людей чи теми. Медіаконтент, який швидко видаляється редакцією без очевидних причин.</p> <p>Курка, яку ми не маємо назвати, зробила те, про що ми не можемо розповісти, але ви про це від нас не чули</p> 	<p>ПРИХОВАНА РЕКЛАМА</p> <p>Реклама, яка замаскована у вигляді медіаповідомлення</p> <p>Експерти розповідають, що курки з ферми "L20" є найкращими та несуть найбільше яєць в Україні</p> 
<p>ПРОПАГАНДА</p> <p>Упереджена чи оманлива інформація, яку використовують для того, щоб поширювати певну точку зору</p> <p>Українські курки є найпродуктивнішими в Європі, що дає змогу українському експорту утримувати лідерство в галузі</p> 	<p>УПЕРЕДЖЕННЯ</p> <p>Медіаконтент, який надає перевагу одній точці зору і не показує інші</p> <p>Українські курки несуть найкращі яйця в світі</p> 	<p>КЛІКБЕЙТ</p> <p>Стаття, в якій використаний сенсаційний заголовок, щоб привернути увагу, обіцяючи контент, якого не існує</p> <p>Сенсація! Шо! Ви ніколи не побачите, що зробила ця курка зробила</p> 

Цільова аудиторія: Широка громадськість (без спеціальної підготовки)

Матеріали: Проектор, дошка/фліпчарт, маркери, роздаткові матеріали

АНОТАЦІЯ

Дипломна робота на тему «Розвиток медіаосвіти в умовах війни» присвячена дослідженню сучасних тенденцій та викликів, пов'язаних з медіаосвітою під час воєнних конфліктів. У роботі визначено основні завдання медіаосвіти та функції медіаграмотності в умовах війни де в свою чергу такі питання як: медіаграмотність як захист від ворожої пропаганди, медіаграмотність і контрпропаганда, а також досліджувався український досвід розвитку медіаосвіти та медіаграмотності в умовах війни. Розроблений тренінг «Методи протидії маніпулювання свідомістю».

Об'єктом дослідження виступає медіаосвіта як соціокультурне явище.

Предметом – особливості медіаосвіти в умовах війни.

Мета кваліфікаційної роботи полягає у дослідженні розвитку медіаосвіти та формування медіаграмотності в умовах війни.

Аналіз джерельної бази дозволив: 1) надати опорні визначення поняттям медіаосвіта, візуальна грамотність, медіаграмотність, та 2) типологізувати досліджувані явища. Результатом аналізу також є виокремлення типів захисту від ворожої пропаганди таких як: розпізнавання фейків, критичний аналіз інформації, розуміння медійних технік маніпуляції, Контроль інформаційного споживання, розвиток аналітичних навичок, сприяння контексту, вплив на громадську думку.

Далі напрацювання зможуть стати у нагоді для подальших досліджень зі вказаної теми.

У роботі використовувалася емпірична база, отримана шляхом проведення онлайн-опитування. Кількість респондентів склала 15 осіб. Дослідження перевіряє рівень медіаграмотності на прикладі тестування учнів комунального закладу Харківського ліцею №157 Харківської міської ради. На основі отриманих результатів були сформовані рекомендації щодо

підвищення медіаграмотності учнів середніх шкіл.

Ключові слова: медіаосвіта, інформація, воєнний конфлікт, дезінформація, медіаграмотність, пропаганда, контрпропаганда.

ABSTRACT

The thesis on «The development of media awareness in the minds of war» is devoted to the investigation of current trends and trends related to media awareness during the time of military conflicts. The work identifies the main tasks of media awareness and the functions of media literacy in the minds of war, which include: media literacy as a defense against enemy propaganda, media literacy and counter-propaganda, as well as Following the Ukrainian evidence of the development of media awareness and media literacy in the minds of the war. Detailed training “Methods of preventing the manipulation of anxiety.”

The object of research is the process of investigation is media coverage as a sociocultural phenomenon.

The subject is the peculiarities of media coverage in the minds of war.

Meta-qualification work lies in the further development of media awareness and the formation of media literacy in the minds of war.

The analysis of the source base allowed: 1) give basic meaning to the concepts of media awareness, visual literacy, media literacy, and 2) typology the following objects. The result of the analysis is also the strengthening of types of protection from the enemy’s propaganda, such as: recognition of fakes, critical analysis of information, understanding of media manipulation techniques, Control of information acquisition, development of analytical skills, understanding of the context, integration into the big picture.

Further developments will be useful for further research on this topic.

The paper used the empirical basis obtained by conducting an online survey. The number of respondents was 15 people. The study checks the level of media literacy on the example of testing students of the communal institution of the Kharkiv Lyceum №157 of the Kharkiv City Council. Based on the obtained

results, recommendations were made regarding improving media literacy of secondary school students.

Keywords: media education, information, military conflict, disinformation, media literacy, propaganda, counter-propaganda.