

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД  
«УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»  
ФАКУЛЬТЕТ СУСПІЛЬНИХ НАУК  
КАФЕДРА СОЦІОЛОГІЇ ТА СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ**

# **Основи медіаграмотності**

**навчально-методичний посібник  
для студентів-соціологів**

**Ужгород  
2023**

УДК 070.1(076):316  
Ш-69

Рекомендовано до друку науково-методичною комісією факультету суспільних наук ДВНЗ «Ужгородський національний університет» (протокол № 3 від 17 жовтня 2023 р.).

**Рецензенти:**

**Шандор Ф.Ф.**, доктор філософських наук, професор кафедри соціології та соціальної роботи ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

**Афанасьєв Д. М.**, кандидат соціологічних наук, доцент кафедри соціології та соціальної роботи ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

**Основи медіаграмотності:** навчально-методичний посібник для здобувачів вищої освіти за спеціальністю 054 «Соціологія» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти / укладач Г. В. Шумицька. Ужгород, 2023. 45 с.

У посібнику подано матеріали для вивчення дисципліни «Основи медіаграмотності» здобувачами вищої освіти за освітнім ступенем *бакалавр*. Посібник містить матеріали до практичних занять, тести для самоконтролю, орієнтовний перелік питань для підсумкового контролю, орієнтовні теми курсових робіт, короткий словник термінів.

Рекомендовано студентам-соціологам, які навчаються за освітнім ступенем *бакалавр*.

# ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА .....	4
МАТЕРІАЛИ ДО ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ .....	6
Тема 1. Інтеграція інфомедійної грамотності у професійну діяльність соціолога .....	6
Тема 2. Релевантність та надійність інформації у професійній діяльності соціолога .....	7
Тема 3. Алгоритми ефективної роботи з інформацією для соціолога.....	8
Тема 4. Цифрова грамотність соціолога як невід’ємний компонент фахової компетентності .....	10
Тема 5. Професійні стандарти в медіа .....	11
Тема 6. Робота з фактами та джерелами .....	12
Тема 7. Пошук та аналіз інформації в мережі Інтернет.....	13
Тема 8. Особливості маніпуляцій та їх вплив на свідомість людини.....	15
Тема 9. Маркери фейкової інформації.....	16
Тема 10. Фактчекінг як інструмент перевірки достовірності інформації.....	17
Тема 11. Діпфейки як технологія .....	18
Тема 12. Медійні упередження та соціальна відповідальність .....	19
Тема 13. Тролінг як форма соціальної провокації.....	20
Тема 14. Пропаганда та її методи.....	22
Тема 15. Соціальні мережі як джерело інформації .....	23
Тема 16. Візуальна медіакультура .....	24
Тема 17. Інформаційна гігієна та критичне мислення .....	25
ТЕСТИ З МЕДІАГРАМОТНОСТІ .....	27
ОРІЄНТОВНИЙ ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДЛЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ...	30
ТЕМАТИКА КУРСОВИХ РОБІТ .....	32
СЛОВНИК ТЕРМІНІВ З МЕДІАГРАМОТНОСТІ.....	33
РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА .....	37
ДОДАТКИ.....	39

## ПЕРЕДМОВА

Соціологи вивчають суспільство, тому мають розуміти роль медіа в його формуванні; критично оцінювати дані, отримані з різних каналів інформації. Коментуючи суспільно важливі події, вивчаючи громадську думку, на формування якої впливають медіа, повинні володіти навичками створення якісного контенту. З огляду на це медіаграмотність є важливим інструментом у роботі соціолога, а тому обов'язкова для вивчення майбутніми фахівцями цієї спеціальності, оскільки сприяє комплексному розумінню ролі медіа в сучасному світі.

Дисципліна «Основи медіаграмотності» є важливим складником підготовки студентів-соціологів, оскільки дозволяє зрозуміти вплив медіа на суспільство та соціальні процеси, формує навички критичного аналізу медіаконтенту, вчить створювати якісний медіаконтент, допомагає зрозуміти механізми маніпуляцій в медіа, формує свідоме ставлення до інформації, сприяє розвитку інформаційної культури, дозволяє проводити ґрунтовні дослідження медіааудиторії та впливу медіа на суспільство.

На вивчення дисципліни «Основи медіаграмотності» передбачено 120 годин (4 кредити), з них 32 години – лекційні, 28 – практичні, 60 – самостійні. Форма підсумкового контролю – залік.

Мета посібника – формування теоретичної бази знань у студентів з основ медіаграмотності та практичних навичок ефективної та безпечної взаємодії з інформацією, отриманою з медіаджерел, у тому числі з урахуванням використання засобів сучасних інформаційно-комунікаційних технологій у повсякденній практичній, зокрема навчально-пізнавальній, діяльності студентів та в їхньому міжособистісному спілкуванні; навчання сприйняттю й переробці інформації, переданої каналами мас-медіа (у широкому тлумаченні), розвиток критичного мислення, умінь розуміти прихований зміст того чи іншого повідомлення, протистояти маніпулюванню свідомістю індивіда з боку мас-медіа.

Матеріали, вміщені в цьому навчально-методичному посібнику, мають слугувати доповненням до тієї інформації, яка розміщена на освітній платформі «Дискурс» (<https://dyskurs.info/>) у межах дисципліни «Основи медіаграмотності».

# МАТЕРІАЛИ ДО ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

## Тема 1. Інтеграція інфомедійної грамотності у професійну діяльність соціолога

### Питання

1. Поняття інфомедійної грамотності та її складників.
2. Значення інфомедійної грамотності для професійної діяльності соціолога
  - ефективний пошук та оцінка інформації
  - аналіз та інтерпретація даних
  - підготовка аналітичних звітів
  - представлення результатів досліджень
3. Розвиток інформаційно-аналітичних умінь соціолога
  - робота з базами даних
  - аналіз медіаконтенту
  - фактчекінг
4. Формування навичок медіаграмотності
  - критичне оцінювання інформації
  - розпізнавання маніпуляцій та фейків
  - створення якісного медіаконтенту
5. Використання інфомедійних технологій у дослідницькій роботі
  - онлайн-опитування
  - візуалізація даних
  - мережевий аналіз даних

### Завдання

Виконати вправи «Інформаційний простір» (с. 105), «Інформаційний шум» (с. 113): Інфомедійна грамотність онлайн: посібник для тренера / за заг. ред. Тараненко О. / Розроблено в рамках проєкту «Вивчай та розрізняй: інфомедійна грамотність». Київ : IREX, 2021. 400 с.

### Завдання для самостійної роботи

1. Знайдіть в Інтернеті 2-3 професійні соціологічні тексти (статті, аналітичні звіти). Проаналізуйте, які інформаційні технології використовували автори під час підготовки цих матеріалів.
2. За допомогою онлайн-сервісів для опитувань (Google Forms, SurveyMonkey тощо) створіть анкету для дослідження громадської думки з актуальної соціальної проблеми.

3. Підготуйте інфографіку на основі статистичних даних стосовно обраної вами соціальної теми. Візуалізуйте і представте дані за допомогою сервісів Canva, Piktochart, Infogram тощо.
4. Знайдіть у відкритих державних реєстрах дані, що стосуються сфери ваших професійних інтересів. Проаналізуйте ці дані та підготуйте на їх основі аналітичну довідку.
5. Створіть тематичну підбірку онлайн-джерел для вашого професійного інформаційного запиту (статті, дані, профільні сайти). Організуйте закладки за допомогою сервісів соціального закладання.
6. Підготуйте медіапрезентацію для висвітлення результатів вашого гіпотетичного соціологічного дослідження з використанням програми PowerPoint або онлайн-сервісу.

## Тема 2. Релевантність та надійність інформації у професійній діяльності соціолога

### Питання

1. Поняття релевантності інформації
  - визначення терміну
  - критерії визначення релевантності інформації для конкретного завдання
2. Забезпечення релевантності інформації в роботі соціолога
  - правильне формулювання інформаційного запиту
  - відбір джерел, релевантних дослідницькому завданню
3. Поняття надійності інформації
  - характеристики надійної інформації
  - критерії оцінки надійності джерел інформації
4. Забезпечення надійності інформації в роботі соціолога
  - перевірка репутації джерела інформації
  - критична оцінка інформації
  - верифікація інформації з різних джерел
5. Інформаційна етика та достовірність інформації
  - принципи академічної доброчесності
  - уникнення фальсифікації та фабрикації даних
6. Ризики використання ненадійної інформації в соціологічних дослідженнях
  - вплив на висновки та рекомендації
  - зниження довіри до результатів дослідження
7. Шляхи мінімізації ризиків ненадійної інформації

- ретельна перевірка даних
- зазначення джерел інформації
- прозорість методології

## Завдання

Виконати вправи «Коло медіаспоживання» (с. 84), «Моє медіаполе» (с. 92): Інфомедійна грамотність онлайн: посібник для тренера / за заг. ред. Тараненко О. / Розроблено в рамках проєкту «Вивчай та розрізняй: інфомедійна грамотність». Київ : IREX, 2021. 400 с.

## Завдання для самостійної роботи

1. Оберіть 2-3 інформаційні ресурси за темою вашого професійного інтересу. Проаналізуйте їх з точки зору релевантності та надійності для використання в дослідницькій роботі.
2. Знайдіть в Інтернеті 2-3 публікації на соціологічну тему з посиланнями на джерела та дані. Перевірте ці посилання та оцініть надійність використаних даних.
3. Сформулюйте соціологічний інформаційний запит. Здійсніть пошук в наукометричних базах даних (Web of Science, Scopus тощо), проаналізуйте релевантність знайдених джерел.
4. Знайдіть 2-3 соціологічні статті за обраною темою з посиланнями на одне й те ж джерело даних. Порівняйте, як автори інтерпретують ці дані.
5. Виберіть 2-3 статистичні дані з різних джерел за обраною темою. Порівняйте ці дані, виявіть можливі розбіжності та проаналізуйте причини.
6. Знайдіть в Інтернеті публікацію з ненадійними даними на соціологічну тему. Проаналізуйте можливі джерела упередженості та помилки автора.

## Тема 3. Алгоритми ефективної роботи з інформацією для соціолога

### Питання

1. Визначення потреби в інформації
  - формулювання дослідницьких питань
  - встановлення рамок пошуку інформації
2. Пошук інформації
  - вибір джерел інформації
  - формулювання пошукових запитів
  - оцінка результатів пошуку
3. Аналіз та синтез зібраної інформації



- систематизація даних
  - виявлення суперечностей та прогалин
  - формулювання висновків
4. Оцінка інформації
    - верифікація інформації
    - оцінка достовірності та релевантності
    - відсіювання упередженої та неточної інформації
  5. Інтерпретація та узагальнення інформації
    - аналіз в контексті
    - формулювання узагальнень та тенденцій
  6. Презентація інформації
    - вибір формату подачі інформації
    - візуалізація даних
    - підготовка аналітичних звітів
  7. Збереження та оновлення інформації
    - створення баз даних
    - оновлення інформації

## Завдання

Виконати вправи «Правила наближення інтересів» (с. 181), «Робимо новину» (с. 193): Інфомедійна грамотність онлайн: посібник для тренера / за заг. ред. Тараненко О. / Розроблено в рамках проєкту «Вивчай та розрізняй: інфомедійна грамотність». Київ : IREX, 2021. 400 с.

## Завдання для самостійної роботи

1. Оберіть соціологічну проблему, сформулюйте дослідницьке питання. Визначте ключові слова, за якими потрібно знайти інформацію. Здійсніть пошук у наукометричних базах даних.
2. Знайдіть в інтернеті 3-4 публікації за обраною соціологічною темою. Проаналізуйте та порівняйте зібрану інформацію, виявіть спільне та відмінне.
3. Здійсніть моніторинг ЗМІ щодо висвітлення певної соціальної проблеми. Проаналізуйте тональність публікацій, виявіть можливі упередження.
4. Знайдіть відкриті статистичні дані за цікавою для вас темою. Візуалізуйте дані за допомогою онлайн сервісів, підготуйте презентацію результатів.
5. Створіть тематичну підбірку онлайн-джерел (статей, звітів, інфографіки тощо) за професійною темою. Систематизуйте зібрану інформацію за допомогою закладок.

6. Напишіть аналітичну записку за результатами вашого гіпотетичного дослідження з посиланнями на використані джерела. Дотримуйтесь стандартів оформлення посилань.

## Тема 4. Цифрова грамотність соціолога як невід'ємний компонент фахової компетентності

### Питання

1. Поняття цифрової грамотності
  - визначення та основні складові
  - рівні цифрової грамотності
2. Роль цифрової грамотності в роботі соціолога
  - пошук інформації онлайн
  - аналіз та візуалізація даних
  - підготовка аналітичних звітів
  - онлайн-опитування та дослідження
3. Основи роботи із спеціалізованим програмним забезпеченням
  - програми для статистичної обробки даних
  - програми для візуалізації даних
  - хмарні сервіси
4. Використання цифрових інструментів збору та аналізу соціологічних даних
  - онлайн-опитування
  - веб-моніторинг
  - аналіз даних соцмереж
5. Цифрова етика та кібербезпека в роботі соціолога
  - конфіденційність персональних даних
  - принципи роботи з відкритими даними
  - кібербезпека

### Завдання

Виконати вправи «Ефективний пошук інформації» (с. 208), «Що про нас говорить наш гаджет» (с. 44): Інфомедійна грамотність онлайн: посібник для тренера / за заг. ред. Тараненко О. / Розроблено в рамках проєкту «Вивчай та розрізняй: інфомедійна грамотність». Київ : IREX, 2021. 400 с.

## Завдання для самостійної роботи

1. Оберіть інструмент для створення онлайн-опитування (Google Форми, Survio тощо). Створіть анкету для соціологічного дослідження на тему вашого професійного інтересу.
2. Створіть презентацію результатів уявного соціологічного дослідження в PowerPoint, використовуючи інфографіку, діаграми, графіки.
3. Знайдіть у відкритих державних реєстрах статистичні дані за цікавою для вас темою. Візуалізуйте ці дані за допомогою онлайн-сервісів.
4. Оберіть спеціалізоване програмне забезпечення для статистичного аналізу даних (SPSS, Stata, R тощо). Опрацюйте туторіали та підготуйте звіт про можливості цього ПЗ.
5. Відстежте тему за допомогою сервісу медіа-моніторингу (Бренд Аналітика, YouScan, Buzzsumo тощо). Проаналізуйте тональність згадок та підготуйте звіт.
6. Створіть тематичну підбірку професійно корисних веб-ресурсів за допомогою інструментів соціального закладання.

## Тема 5. Професійні стандарти в медіа

### Питання

1. Поняття професійних стандартів у журналістиці
  - визначення професійних стандартів
  - їх роль у забезпеченні якості журналістики
2. Основні міжнародні документи професійних стандартів
  - Декларація принципів поведінки журналістів МФЖ
  - Етичний кодекс Європейської федерації журналістів
  - інші кодекси та конвенції
3. Професійні стандарти в Україні
  - Кодекс етики українського журналіста
  - стандарти якості новин в Україні
  - галузеві стандарти
4. Дотримання професійних стандартів як обов'язок журналіста
  - забезпечення права громадян на правдиву інформацію
  - формування довіри до ЗМІ
  - уникнення маніпуляцій та фейків
5. Основні вимоги професійних стандартів у журналістиці
  - достовірність і повнота інформації
  - відокремлення фактів від коментарів
  - плюралізм думок тощо

6. Механізми дотримання професійних стандартів в медіа
  - громадський контроль
  - діяльність етичних комісій
  - внутрішній контроль в редакціях

## Завдання

Виконати вправи «Голосування за журналістські стандарти» (с. 163), «Журналістські стандарти» (с. 167): Інфомедійна грамотність онлайн: посібник для тренера / за заг. ред. Тараненко О. / Розроблено в рамках проєкту «Вивчай та розрізняй: інфомедійна грамотність». Київ : IREX, 2021. 400 с.

## Завдання для самостійної роботи

1. Ознайомтеся з основними міжнародними документами щодо професійних стандартів у журналістиці (Декларація принципів МФЖ, кодекси IFJ та ін.). Випишіть 5 основних принципів.
2. Проаналізуйте Кодекс етики українського журналіста та випишіть основні норми професійної етики для журналіста.
3. Знайдіть 2-3 приклади порушення професійних стандартів у сучасних українських медіа (поширення фейків, плагіат, замовні матеріали тощо). Обґрунтуйте норми, які було порушено.
4. Проаналізуйте 2-3 журналістські матеріали (новини, статті) з точки зору дотримання професійних стандартів. Визначте можливі порушення.
5. Знайдіть приклади реалізації механізмів забезпечення професійних стандартів в українських медіа (громадський моніторинг, діяльність етичних комісій тощо).
6. Підготуйте мультимедійну презентацію на тему "Професійні стандарти журналістики: міжнародний та український досвід".

## Тема 6. Робота з фактами та джерелами

### Питання

1. Поняття факту в журналістиці.
  - Ознаки факту.
  - Перевірка фактів.
2. Види джерел інформації.
  - Первинні та вторинні джерела.
  - Офіційні та неофіційні джерела.
3. Пошук та відбір достовірних фактів.
  - Критерії оцінки надійності джерел.
  - Верифікація отриманих фактів.

4. Робота з першоджерелами інформації.
  - Опитування очевидців та учасників подій.
  - Робота з документами, даними.
5. Цитування та посилання на джерела.
  - Правила цитування.
  - Оформлення бібліографічних посилань.
6. Проблема плагіату та фабрикації фактів.
  - Порушення авторських прав.
  - Вигадування та спотворення фактів.
7. Етичні принципи роботи з фактами та джерелами.
  - Повага до авторства.
  - Прагнення до об'єктивності та правдивості.

## Завдання

Виконати вправи «Маркування текстів. Факти/Судження» (с. 134), «Вгадайте: факт чи судження» (с. 143): Інфомедійна грамотність онлайн: посібник для тренера / за заг. ред. Тараненко О. / Розроблено в рамках проекту «Вивчай та розрізняй: інфомедійна грамотність». Київ : IREX, 2021. 400 с.

## Завдання для самостійної роботи

1. Оберіть 2-3 матеріали ЗМІ на суспільно-політичну тему. Проаналізуйте використані в них факти та джерела інформації.
2. Знайдіть приклади цитування та оформлення бібліографічних посилань у наукових публікаціях. Складіть шаблон оформлення посилань.
3. Підготуйте фактчек-статтю на 5 фактів щодо обраної вами теми. Вкажіть джерела інформації та результати перевірки фактів.
4. Знайдіть у ЗМІ інформацію з неточними або перекрученими фактами. Виявіть фактичні помилки та обґрунтуйте.
5. Проведіть інтерв'ю з експертом у певній галузі. Підготуйте 3 цитати з посиланням на джерело та надайте їх контекст.
6. Підготуйте інфографіку на основі статистичних даних стосовно обраної вами теми. Вкажіть джерела інформації.

## Тема 7. Пошук та аналіз інформації в мережі Інтернет

### Питання

1. Специфіка Інтернету як джерела інформації.
  - Переваги та недоліки Інтернету для пошуку інформації.

- Проблема достовірності онлайн інформації.
- 2. Види пошукових систем та принципи їх роботи.
  - Загальні пошукові системи (Google, Yahoo, Bing тощо).
  - Спеціалізовані пошукові системи.
- 3. Формулювання ефективних пошукових запитів.
  - Використання ключових слів, фраз, операторів.
  - Пошукові модифікатори, фільтри.
- 4. Оцінка достовірності онлайн інформації.
  - Критерії оцінки сайтів та сторінок.
  - Верифікація інформації з декількох джерел.
- 5. Робота з науковими онлайн-базами даних.
  - Пошук наукових публікацій та статистики.
  - Огляд популярних наукометричних баз даних.
- 6. Інструменти аналізу та систематизації онлайн інформації.
  - Створення закладок, колекцій, папок.
  - Картки збору та систематизації контенту.

## Завдання

Виконати вправи «Ефективний пошук інформації» (с. 208), «Вгадайте: факт чи судження» (с. 143): Інфомедійна грамотність онлайн: посібник для тренера / за заг. ред. Тараненко О. / Розроблено в рамках проекту «Вивчай та розрізняй: інфомедійна грамотність». Київ : IREX, 2021. 400 с.

## Завдання для самостійної роботи

1. Сформулюйте запит для пошуку інформації в мережі за обраною темою. Порівняйте результати пошуку в Google, Yahoo, Bing. Зробіть висновки.
2. Здійсніть пошук у наукометричних базах даних за професійною тематикою. Проаналізуйте 10 перших за релевантністю результатів.
3. За допомогою Google Books та Інтернет Архіву знайдіть повнотекстові джерела за темою вашого дослідження. Збережіть посилання.
4. Проаналізуйте надійність 3 сайтів, знайдених за запитом, використовуючи критерії оцінки сайтів. Зробіть висновки.
5. Створіть тематичну колекцію посилань на професійно цінні інтернет-ресурси за допомогою закладок у браузері або сервісів соціального закладання.
6. Складіть пам'ятку "Ефективний пошук наукової інформації в Інтернеті" для студентів вашої спеціальності.

# Тема 8. Особливості маніпуляцій та їх вплив на свідомість людини

## Питання

1. Визначення поняття "маніпуляція".
  - Ознаки маніпулятивного впливу.
  - Мета та завдання маніпуляцій.
2. Види маніпуляцій та канали їх поширення.
  - Політичні, комерційні, інформаційні маніпуляції.
  - Маніпуляції в ЗМІ, соцмережах.
3. Прийоми маніпулювання свідомістю.
  - Емоційне "зараження", навіювання, маніпуляція фактами.
  - Демагогія, підміна понять, стереотипізація.
4. Особливості сприйняття маніпуляцій.
  - Когнітивні упередження та ірраціональність мислення.
  - Вплив підсвідомості та емоцій.
5. Наслідки впливу маніпуляцій на особистість.
  - Спотворення світогляду, деформація цінностей.
  - Формування залежної поведінки.
6. Критичне мислення як захист від маніпуляцій.
  - Розвиток медіаграмотності та інформаційної культури.
  - Вміння раціонально аналізувати інформацію.

## Завдання

Виконати вправи «Не вір – перевір. Вибори в Мурляндії» (с. 261), «Види маніпуляцій у медіа. Вікторина» (с. 280): Інфомедійна грамотність онлайн: посібник для тренера / за заг. ред. Тараненко О. / Розроблено в рамках проекту «Вивчай та розрізняй: інфомедійна грамотність». Київ : IREX, 2021. 400 с.

## Завдання для самостійної роботи

1. Підберіть 3-4 приклади використання маніпулятивних технологій в сучасних ЗМІ (навіювання, фейки, замовчування фактів тощо). Проаналізуйте, з якою метою вони застосовувалися.
2. Знайдіть в інтернеті 2-3 приклади візуальної маніпуляції (відео, фото). Визначте використані маніпулятивні прийоми.

3. Проаналізуйте рекламне оголошення з точки зору використаних маніпулятивних технологій. Визначте можливий вплив на аудиторію.
4. Змодельуйте ситуацію впливу маніпуляцій на вашу свідомість. Опишіть ваші емоції, думки, можливі дії у такому випадку.
5. Складіть пам'ятку "Як розпізнати маніпуляцію" з 5-6 правил ідентифікації маніпулятивних технологій в медіа та рекламі.
6. Підготуйте презентацію на тему "Маніпуляції в інформаційному просторі та захист від них".

## Тема 9. Маркери фейкової інформації

### Питання

1. Визначення поняття "фейк" та "фейкова інформація".
  - Типологія фейків (новинні, політичні, комерційні тощо).
  - Мета та завдання фейків.
2. Основні види фейкового медіаконтенту.
  - Фейкові новини, сайти, сторінки в соцмережах.
  - Фейкові фото, відео, аудіо.
3. Маркери фейкових новин.
  - Нелогічність, сенсаційність заголовків.
  - Відсутність джерел, дат, прізвищ.
4. Аналіз джерел фейкового контенту.
  - Незнайомі, неавторитетні джерела.
  - Недостовірні посилання та цитати.
5. Лінгвістичні та стилістичні маркери фейків.
  - Емоційно забарвлена лексика, гіперболи.
  - Ненормативна лексика, жаргонізми.
6. Візуальні маркери фейкових фото, відео.
  - Наявність грубих монтажних швів.
  - Неможлива перспектива, освітлення.
7. Перевірка та верифікація сумнівного контенту.
  - Пошук першоджерела інформації.
  - Критичний аналіз змісту.

### Завдання

Виконати вправи «Аналіз видів викривлення інформації» (с. 244), «Факт / Фейк» (с. 258): Інфомедійна грамотність онлайн: посібник для тренера / за



## Завдання для самостійної роботи

1. Знайдіть в інтернеті 2-3 приклади фейкових новин. Визначте їхні характерні ознаки та маркери.
2. Проаналізуйте заголовки 5 новин з сумнівних інтернет-ресурсів. Визначте ознаки клікбейту та фейку.
3. Знайдіть фото або відео з ознаками маніпуляцій та фальсифікацій. Опишіть ці ознаки та спосіб ідентифікації фейку.
4. Візьміть інтерв'ю у експерта з фактчекінгу. Дізнайтеся 5 ключових порад щодо виявлення фейкового контенту.
5. Створіть пам'ятку для соціальних мереж "Як розпізнати фейк: 10 порад".
6. Підготуйте презентацію "Фейкова інформація в інтернеті: способи розпізнавання та протидії".

## Тема 10. Фактчекінг як інструмент перевірки достовірності інформації

### Питання

1. Визначення поняття "фактчекінг".
  - Мета та завдання фактчекінгу.
  - Різновиди фактчекінгу.
2. Етапи фактчекінгу.
  - Виявлення фактів, що потребують перевірки.
  - Збір даних з різних джерел.
  - Верифікація отриманих фактів.
3. Джерела даних для фактчекінгу.
  - Офіційна статистика, звіти, дослідження.
  - ЗМІ, соцмережі, свідчення очевидців.
  - Архівні матеріали, бази даних.
4. Інструменти та методи фактчекінгу.
  - Пошук за ключовими словами, фразами.
  - Зіставлення та порівняння даних.
  - Хронологічний та логічний аналіз.
5. Критерії оцінки достовірності фактів.
  - Наявність першоджерел.
  - Узгодженість з іншими даними.
  - Авторитетність джерела.

6. Поширення результатів фактчекінгу.
  - Публікація статті з перевіркою фактів.
  - Інфографіка з висновками.
  - Відео з коментарями експертів.

## Завдання

Виконати вправи «Соціологічний фактчек» (с. 268), «Дезінфікуємо новини» (с. 25): Інфомедійна грамотність онлайн: посібник для тренера / за заг. ред. Тараненко О. / Розроблено в рамках проекту «Вивчай та розрізняй: інфомедійна грамотність». Київ : IREX, 2021. 400 с.

### Завдання для самостійної роботи

1. Оберіть 3 твердження політиків чи посадовців у ЗМІ. Здійсніть їх фактчек, використовуючи різні джерела інформації.
2. Знайдіть у ЗМІ 5 фактичних тверджень з теми ваших професійних інтересів. Перевірте їх достовірність за допомогою фактчекінгу.
3. Проаналізуйте інфографіку або пост у соцмережах на предмет фактичних помилок та неточностей. Здійсніть фактчек проблемних моментів.
4. Знайдіть приклад успішного фактчек-розслідування у вітчизняних чи закордонних ЗМІ. Опишіть методику перевірки фактів журналістами.
5. Складіть алгоритм фактчекінгу з 5-6 кроків для перевірки фактичної інформації з будь-якої тематики.
6. Підготуйте інфографіку з короткими порадами для читачів "Як здійснювати простий фактчек інформації в інтернеті".

## Тема 11. Діпфейки як технологія

### Питання

1. Визначення поняття "діпфейк".
  - Технологія створення діпфейків.
  - Приклади відомих діпфейків.
2. Небезпека діпфейків для суспільства.
  - Поширення фейкових новин та компромату.
  - Маніпулювання громадською думкою.
3. Сфери застосування діпфейків.
  - Політика та вибори.
  - Шоу-бізнес та ЗМІ.
  - Фінансові махінації.
4. Технологічні особливості виявлення діпфейків.

- Аналіз метаданих відео та аудіо.
  - Використання штучного інтелекту.
5. Заходи протидії дідфейкам.
    - Підвищення медіаграмотності населення.
    - Жорсткіше регулювання Інтернет-простору.
    - Розвиток технологій виявлення фейків.
  6. Етичні проблеми, пов'язані з дідфейками.
    - Порушення права на власне зображення.
    - Маніпулювання громадською думкою.

## Завдання

Виконати вправи «Види маніпуляцій з фото» (с. 314), «Очам не вірю: фейки й маніпуляції з відео» (с. 331): Інфомедійна грамотність онлайн: посібник для тренера / за заг. ред. Тараненко О. / Розроблено в рамках проєкту «Вивчай та розрізняй: інфомедійна грамотність». Київ : IREX, 2021. 400 с.

## Завдання для самостійної роботи

1. Знайдіть в інтернеті 1-2 приклади відомих дідфейків. Опишіть технологію їх створення та можливі наслідки поширення.
2. Підберіть 2-3 зображення публічних осіб та за допомогою безкоштовних онлайн сервісів створіть прості дідфейки на їх основі.
3. Змодельуйте ситуацію використання технології дідфейку з метою компрометації в інформаційній війні. Опишіть можливі наслідки.
4. Складіть перелік з 5 ознак, за якими можна визначити відеодідфейк. Поясніть ці ознаки.
5. Підготуйте презентацію на тему "Дідфейки в інформаційному просторі: технології створення та викриття".
6. Зніміть відео-інструкцію "Як викрити дідфейк: 5 ключових кроків" для соціальних мереж.

## Тема 12. Медійні упередження та соціальна відповідальність

### Питання

1. Поняття медійних упереджень.
  - Причини виникнення упереджень у медіа.
  - Основні види медійних упереджень.
2. Гендерні стереотипи та упередження в медіа.

- Непропорційне зображення жінок і чоловіків.
  - Сексистські стереотипи в рекламі та ЗМІ.
3. Етнічні та расові упередження в медіа.
    - Негативні стереотипи щодо національних та расових меншин.
    - Мова ворожнечі в медіа.
  4. Вікові упередження в медіа.
    - Стереотипне зображення молоді та літніх людей.
    - Ейджизм у рекламних кампаніях.
  5. Соціальна відповідальність журналістів і ЗМІ.
    - Уникнення дискримінаційних висловів.
    - Забезпечення толерантності та плюралізму думок.
  6. Шляхи подолання медійних упереджень.
    - Підвищення рівня медіаосвіти в суспільстві.
    - Внутрішній контроль якості контенту в редакціях.

## Завдання

Виконати вправи «Словесний портрет» (с. 301), «Зрозумій мене без слів» (с. 310): Інфомедійна грамотність онлайн: посібник для тренера / за заг. ред. Тараненко О. / Розроблено в рамках проєкту «Вивчай та розрізняй: інфомедійна грамотність». Київ : IREX, 2021. 400 с.

## Завдання для самостійної роботи

1. Проаналізуйте 3-4 рекламні постери на предмет гендерних упереджень. Визначте стереотипи та цінить їх вплив.
2. Знайдіть у ЗМІ приклади прояву дискримінації щодо нацменшин. Проаналізуйте етичні наслідки.
3. Підберіть приклади позитивного інклюзивного медіаконтенту без проявів упереджень. Поясніть його значення.
4. Запропонуйте 5 порад журналістам щодо створення соціально відповідального та інклюзивного контенту.
5. Розробіть пам'ятку для ЗМІ "Як уникнути дискримінації та стереотипів: 10 правил".
6. Підготуйте презентацію "Медіа та суспільство: подолання упереджень та дискримінації".

## Тема 13. Тролінг як форма соціальної провокації

### Питання

1. Визначення поняття "тролінг".

- Ознаки та мета тролінгу в інтернеті.
  - Психологічний портрет інтернет-троля.
2. Види інтернет-тролінгу.
    - Провокаційний, агресивний, ігровий тролінг.
    - Політичний тролінг і боти.
  3. Сфери поширення тролінгу в інтернеті.
    - Коментарі в соцмережах і ЗМІ.
    - Форуми, чати, онлайн-ігри.
  4. Наслідки тролінгу для користувачів інтернету.
    - Психологічний вплив агресії і булінгу.
    - Поширення фейків і пропаганди.
  5. Боротьба з інтернет-тролями.
    - Ігнорування провокаційних коментарів.
    - Блокування та приховування негативу.
    - Повідомлення модераторам ресурсу.
  6. Етика поведінки в інтернеті.
    - Поширення позитивного контенту.
    - Відповідальне реагування на негатив.

## Завдання

Виконати вправи «Боти та тролі» (с. 362), «Зрозумій мене без слів» (с. 310): Інфомедійна грамотність онлайн: посібник для тренера / за заг. ред. Тараненко О. / Розроблено в рамках проекту «Вивчай та розрізняй: інфомедійна грамотність». Київ : IREX, 2021. 400 с.

## Завдання для самостійної роботи

1. Знайдіть 3-4 приклади тролінгу в коментарях в інтернет-ЗМІ. Проаналізуйте мету та специфіку тролінгу.
2. Поміркуйте, як ви особисто реагуєте на тролінг в інтернеті. Чи вдавалися до тролінгу самі? Опишіть свої відчуття.
3. Запропонуйте 5 порад для користувачів соцмереж, як ефективно реагувати на тролінг без ескалації конфлікту.
4. Складіть перелік з 3-4 ознак, за якими можна розпізнати інтернет-троля в обговореннях.
5. Підготуйте пост для соцмереж на тему "Як не потрапити на гачок тролів: поради користувачам".
6. Запишіть відеозвернення "Тролінг в інтернеті: як уникнути провокацій та образ".

# Тема 14. Пропаганда та її методи

## Питання

1. Визначення поняття "пропаганда".
  - Мета і завдання пропаганди.
  - Відмінність пропаганди від об'єктивної інформації.
2. Види пропаганди.
  - Політична, військова, комерційна.
  - "Біла" та "чорна" пропаганда.
3. Канали поширення пропаганди.
  - ЗМІ, соціальні мережі, освітні заклади.
  - Мистецтво, реклама.
4. Цільові аудиторії пропаганди.
  - Масова аудиторія.
  - Еліти, лідери думок, політики.
5. Основні методи пропаганди.
  - Брехня, перебільшення фактів, замовчування.
  - Маніпулювання громадською думкою.
6. Захист від пропаганди.
  - Критичне мислення, фактчекінг.
  - Диверсифікація джерел інформації.
  - Розвиток медіаграмотності.

## Завдання

Виконати вправи «Психологія натовпу» (с. 241), «Цитати» (с. 234):  
Інфомедійна грамотність онлайн: посібник для тренера / за заг. ред.  
Тараненко О. / Розроблено в рамках проєкту «Вивчай та розрізняй:  
інфомедійна грамотність». Київ : IREX, 2021. 400 с.

## Завдання для самостійної роботи

1. Проаналізуйте 2-3 сюжети на телебаченні або статті в інтернет-ЗМІ. Визначте ознаки пропаганди та використані маніпулятивні прийоми.
2. Знайдіть 3-4 приклади візуальної пропаганди (плакати, обкладинки журналів, рекламні оголошення тощо). Опишіть прийоми маніпулювання.
3. Поміркуйте і опишіть, як пропаганда могла вплинути на ваші погляди та переконання. Наведіть 2-3 приклади з власного життя.
4. Запропонуйте 5 порад, як розпізнати пропаганду та уникнути її впливу.

5. Створіть демотиватор або мем, що висміює техніки пропаганди та закликає критично мислити.
6. Підготуйте презентацію на тему "Маніпулятивні технології сучасної пропаганди".

## Тема 15. Соціальні мережі як джерело інформації

### Питання

1. Переваги соціальних мереж як джерела інформації.
  - Швидкість поширення інформації.
  - Можливість отримати коментарі користувачів.
  - Залучення громадськості до обговорення.
2. Недоліки та ризики інформації з соцмереж.
  - Неможливо перевірити достовірність.
  - Поширення чуток, фейків, пропаганди.
  - Упередженість думок користувачів.
3. Фактчекінг інформації з соціальних мереж.
  - Перевірка авторитетності джерела.
  - Підтвердження з інших джерел.
  - Аналіз на наявність маніпулятивних технік.
4. Етичне використання інформації з соцмереж.
  - Повага до авторських прав.
  - Захист персональних даних користувачів.
  - Уникнення тиску на громадську думку.
5. Соцмережі в журналістських розслідуваннях.
  - Пошук свідків подій та експертів.
  - Верифікація отриманої інформації.

### Завдання

Виконати вправи «Рекомендації щодо критичного сприйняття інформації в соціальних медіа» (с. 346), «Інформаційна бульбашка» (с. 338): Інфомедійна грамотність онлайн: посібник для тренера / за заг. ред. Тараненко О. / Розроблено в рамках проекту «Вивчай та розрізняй: інфомедійна грамотність». Київ : IREX, 2021. 400 с.

### Завдання для самостійної роботи

1. Оберіть соціальну мережу та знайдіть в ній 5 інфоприводів за темою ваших професійних інтересів. Перевірте ці факти за допомогою інших джерел.

2. Проаналізуйте сторінку громадського діяча або організації у соцмережах. Визначте, як вони використовують соцмережі для комунікації.
3. За допомогою соцмереж знайдіть 3 експертів у вашій професійній галузі. Візьміть у них коментарі щодо актуальної проблематики.
4. Створіть тематичну підбірку твітів за обраним фаховим інформаційним запитом. Прокоментуйте, наскільки твіти є корисним джерелом для вас.
5. Підготуйте добірку публікацій з 3-4 соцмереж за тиждень на задану тему. Порівняйте висвітлення подій в різних соцмережах.
6. Складіть пам'ятку для пошуку фахової інформації у соціальних мережах з 5-6 пунктів.

## Тема 16. Візуальна медіакультура

### Питання

1. Поняття візуальної медіакультури.
  - Значення візуальних образів у сучасному медіапросторі.
  - Компоненти візуальної медіакультури.
2. Види візуальної інформації в медіа.
  - Фотографії, ілюстрації, інфографіка, меми.
  - Відео, телебачення, кіно.
  - Реклама, дизайн, мистецтво.
3. Сприйняття візуальної інформації аудиторією.
  - Особливості зорового сприйняття людини.
  - Емоційний вплив візуальних образів.
  - Критичний аналіз візуального контенту.
4. Візуалізація інформації в медіа.
  - Принципи створення якісного візуального контенту.
  - Інфографіка та медіадизайн.
  - Візуальні методи подачі даних.
5. Етика візуальної комунікації в медіа.
  - Достовірність та правдивість візуальних образів.
  - Повага до гідності людини у візуальному контенті.

### Завдання

Виконати вправи «Інформація за малюнком» (с. 67), «Автопортрет» (с. 33): Інфомедійна грамотність онлайн: посібник для тренера / за заг. ред. Тараненко О. / Розроблено в рамках проєкту «Вивчай та розрізняй: інфомедійна грамотність». Київ : IREX, 2021. 400 с.



## Завдання для самостійної роботи

1. Підберіть 3-4 приклади якісного візуального контенту з різних медіа (фото, відео, інфографіка, меми тощо). Проаналізуйте, чому цей контент можна вважати якісним.
2. Знайдіть в медіа 2-3 приклади візуалізації даних (інфографіка, діаграми). Порівняйте ефективність обраних способів візуалізації інформації.
3. Оберіть соціальну проблему та підготуйте просту інфографіку для її висвітлення, скориставшись онлайн-сервісом Canva.
4. Знайдіть в інтернеті 3 приклади порушення етики при використанні візуального контенту. Поясніть, чому це можна вважати неетичним.
5. Створіть мотиваційний постер, спрямований на розвиток медіаграмотності молоді.
6. Підготуйте презентацію на тему "Сучасна візуальна медіакультура: тренди, жанри, формати".

## Тема 17. Інформаційна гігієна та критичне мислення

### Питання

1. Визначення поняття "інформаційна гігієна".
  - Принципи інформаційної гігієни.
  - Значення для психічного та емоційного здоров'я.
2. Інформаційне перевантаження та його наслідки.
  - Причини та ознаки інформаційного перевантаження.
  - Вплив на продуктивність та психоемоційний стан.
3. Критичне мислення як інструмент інформаційної гігієни.
  - Вміння аналізувати та оцінювати інформацію.
  - Відділення фактів від суджень.
4. Фільтрація інформації за критеріями якості та корисності.
  - Відсіювання ненадійних джерел.
  - Обмеження споживання негативного та шкідливого контенту.
5. Гігієна читання та пошуку інформації в інтернеті.
  - Дотримання режиму - регулярні перерви, зміна видів діяльності.
  - Фільтрація контенту соціальних мереж.
6. Розвиток медіаграмотності як складова інформаційної гігієни.

### Завдання

Виконати вправи «Медіаграмотний крокодил» (с. 369), «Фінальне медіаполе» (с. 384): Інфомедійна грамотність онлайн: посібник для

тренера / за заг. ред. Тараненко О. / Розроблено в рамках проєкту «Вивчай та розрізняй: інфомедійна грамотність». Київ : IREX, 2021. 400 с.

## Завдання для самостійної роботи

1. Проаналізуйте ваш інформаційний раціон за день. Визначте потенційно шкідливий та негативний контент. Запропонуйте, як його оптимізувати.
2. Оцініть власний рівень критичного мислення за допомогою онлайн тестів. Запропонуйте 2-3 вправи для розвитку цього навичку.
3. Перегляньте новинний сюжет або прочитайте пост в соцмережах. Проаналізуйте їх з позиції критичного мислення, виявіть можливі маніпуляції.
4. Складіть пам'ятку з 5 правил інформаційної гігієни та критичного сприйняття контенту для користувачів інтернету.
5. Ведіть щоденник свого перебування в інтернеті протягом 3 днів. Аналізуйте свою інформаційну поведінку та робіть висновки.
6. Підготуйте інфографіку за темою "Як розвивати критичне мислення: поради та вправи".

## ТЕСТИ З МЕДІАГРАМОТНОСТІ

Вступні

<https://filter.mkip.gov.ua/test/>



Тренувальні

<https://filter.mkip.gov.ua/wp-content/uploads/2021/08/posibnyk.pdf>



Підсумкові

[https://form.typeform.com/to/sZKhZO8e?fbclid=IwAR2WOO7VtaTuxdpuKEazvvWQccT-s4jCKOe\\_kO6aTHWDjPLca0282R2mpmk&typeform](https://form.typeform.com/to/sZKhZO8e?fbclid=IwAR2WOO7VtaTuxdpuKEazvvWQccT-s4jCKOe_kO6aTHWDjPLca0282R2mpmk&typeform)



## ЗРАЗКИ ТЕСТІВ

- Що таке медіаграмотність? а) вміння шукати інформацію в інтернеті б) розуміння ролі медіа та вміння аналізувати медіаконтент в) навички роботи з комп'ютером
- Що НЕ належить до функцій ЗМІ? а) інформування б) маніпулювання суспільною думкою в) розважання аудиторії
- Що таке інформаційна гігієна? а) перевірка фактів у ЗМІ б) критичний аналіз інформації в) обмеження споживання шкідливого контенту
- З чого починається аналіз медіатексту? а) визначення автора б) формулювання головної думки в) з'ясування мети створення тексту
- Що таке пропаганда? а) поширення об'єктивної інформації б) маніпулятивний вплив на громадську думку в) розміщення реклами
- До якого виду ЗМІ належить телебачення? а) друковані б) онлайн в) аудіовізуальні
- Який вид заголовка НАЙЧАСТІШЕ використовується для маніпуляцій? а) інформативний б) оціночний в) цитатний
- Що означає критичне сприйняття інформації? а) негативне ставлення б) упереджене ставлення в) раціональний аналіз
- Що таке інфографіка? а) статистичні дані б) візуалізована інформація в) інструкція з експлуатації
- Для чого використовують маніпулятивні технології в медіа? а) для об'єктивного інформування б) для впливу на аудиторію в) для привертання уваги
- Який заголовок є прикладом клікбейту? а) "Уряд ухвалив закон про держбюджет" б) "10 способів схуднути за тиждень!" в) "У центрі Києва сталася аварія"
- Які ознаки відрізняють надійне джерело інформації? а) офіційність, посилання на джерела б) емоційність, сенсаційність в) складність, суперечливість
- Що таке фактчекінг? а) збір цікавих фактів б) перевірка достовірності інформації в) поширення новин

- Які медіа найчастіше поширюють фейкову інформацію? а) суспільне телебачення б) популярні інтернет-ЗМІ в) якісні газети
- Що НЕ є складовою медіаграмотності? а) технічні навички б) аналітичне мислення в) інформаційна гігієна
- Для чого потрібно зазначати джерела інформації у публікаціях? а) для прикраси тексту б) для довіри аудиторії в) для дотримання авторських прав
- Які маніпулятивні техніки **НАЙЧАСТІШЕ** використовують політики? а) приховування фактів б) посилення на неіснуючі джерела в) замовчування важливої інформації
- Що означає principles of journalism? а) принципи тележурналістики б) принципи журналістики в) принципи журналістської етики
- Як називається викривлення інформації за ідеологічними мотивами? а) упередженість б) дезінформація в) наклеп
- Що таке медіаосвіта? а) навчання журналістів б) вивчення законів про ЗМІ в) формування медіаграмотності

## ОРІЄНТОВНИЙ ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДЛЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

- Складники інфомедійної грамотності
- Чинники сприйняття інформації
- Критерії визначення релевантності інформації
- Правила формулювання інформаційного запиту
- Критерії оцінки надійності джерел інформації
- Складники цифрової грамотності
- Відмінності між фактом і судженням
- Базові стандарти журналістики
- Види джерел інформації
- Принципи побудови новин
- Ознаки прихованої реклами
- Пропаганда та її методи
- Види фейків
- Маркери фейкової інформації
- Алгоритми фактчекінгу
- Маркери дезінформації
- Способи верифікації зображення
- Діпфейк як маніпулятивний прийом
- Різновиди маніпуляцій
- Маніпулятивні прийоми
- Клікабельність контенту
- Клікбейт: адаптація журналістики до цифрових умов
- Медійні упередження
- Типи мови ворожнечі
- Форми насильства та дискримінації в Інтернеті
- Тролінг як провокація в інтернет-просторі для досягнення певної мети.
- Гендерні стереотипи

- Соціальні мережі як джерело інформації
- Інформаційна бульбашка
- Нетикет: культура віртуального спілкування і поведінки в мережі.

## ТЕМАТИКА КУРСОВИХ РОБІТ

1. Роль медіаграмотності у формуванні критичного мислення молоді.
2. Медіаосвіта як засіб протидії маніпуляціям та фейкам у ЗМІ.
3. Медіабезпека: способи захисту від небезпечного медіаконтенту.
4. Медіа та етика: проблеми дотримання журналістських стандартів.
5. Роль медіаосвіти у формуванні інформаційної культури особистості.
6. Пропаганда та маніпуляції в сучасних українських медіа: причини і наслідки.
7. Вплив медіа на формування гендерних стереотипів в суспільстві.
8. Роль медіа в соціалізації молоді.
9. Медіазалежність та її вплив на соціальну поведінку людини.
10. Маніпулятивні технології в медіа та їх вплив на суспільну свідомість.
11. Медіа як чинник формування суспільних цінностей.
12. Віртуальна реальність як нова форма соціальної взаємодії.
13. Роль медіа в інформаційних війнах та пропаганді.
14. Медіаграмотність як засіб запобігання деструктивного впливу медіа.
15. Соціологічний аналіз медіа-образів сучасної молоді.



## СЛОВНИК ТЕРМІНІВ З МЕДІАГРАМОТНОСТІ

**Авторитет** — загально визнана довіра, пошана, а також особа, яка користується такою пошаною, є впливовою та заслуговує повної довіри через загально визнані якісні причини.

**Авторське право** — це сукупність прав, які належать автору у зв'язку зі створенням і використанням твору літератури, науки, мистецтва.

**Баланс думок** — подання фактів у інформаційному матеріалі з усіх сторін у рівній кількості. **Конфлікт інтересів** — ситуація, у якій певні групи чи індивіди не здатні прийняти об'єктивне рішення через присутність фактору особистого інтересу або вигоди.

**Блог** — це вебсайт, сторінка у соцмережах, головний зміст якої — регулярно додавані записи, зображення чи мультимедіа. Ці записи містять велику частку особистої думки автора, інфлюенсера.

**Бот** — автономна програма, що виконує певні закладені у свій код задачі. Ботами можуть бути сторінки у соцмережах. Вони закодовані на реагування або публікацію певного контенту.

**Витік (інформації)** — неконтрольоване, небажане поширення інформації у мережі.

**Відповідність** — критерій, за яким можна оцінити, наскільки зміст інформаційного матеріалу відповідає першоджерелу інформації.

**Дезінформація** — навмисно спотворена і маніпулятивна інформація, поширення якої є вигідним для когось і може нашкодити.

**Достовірність** — критерій, за яким можна оцінити, чи можна довіряти певній інформації.

**Емоційна забарвленість** — критерій, за яким можна оцінити кількість емоційних тригерів у певному інформаційному матеріалі.

**Емоційні тригери** — елементи у тексті, відео, фото, що провокують емоції у людей, які з ними взаємодіють. До емоційних тригерів входять емоджі (смайлики), текст, написаний повністю великими літерами, емоційні слова, яскраві кольори тексту чи ілюстрацій.

**Інфлюенсер** — той, що свідомо чи несвідомо чинить вплив на інших, лідер думок. Користувач, що має велику аудиторію у соцмережах та створює певну кількість контенту регулярно. Може бути як дійсним авторитетом, так і псевдоавторитетом.

**Інформаційна бульбашка** — персоналізований, суб'єктивний інформаційний простір, в якому користувач отримує лише ту інформацію, яка йому до вподоби. Користувач не має доступу до альтернативних думок. Виникає через підтверджувальне упередження та як результат роботи кукіс.

**Інформаційна грамотність** — вміння знаходити потрібну інформацію й використовувати її.

**Інформаційний відбиток** — часточки інформації, які залишає кожен користувач у вигляді електронних листів, відвіданих вебсайтів тощо.

**ІССО або Інформаційно-Психологічна Операція** — це система операцій, метою яких є передача аудиторії певної інформації та сигналів, щоб вплинути на її емоції, а також формувати поведінку влади, організацій, груп та окремих осіб.

**Клікбейт** — це емоційно-забарвлений контент, що привертає до себе увагу та спонукає перейти за посиланням. Часто зміст клікбейту та матеріалу, на який він веде, не збігаються.

**Контент** — це інформаційні матеріали, які розміщені на певній інтернет-сторінці: відео, тексти, зображення, аудіозаписи. Контент на сторінці зазвичай об'єднує певна тематика.

**Користувач** — фізична особа, що взаємодіє з інформаційним простором.

**Критичне мислення** — здатність мислити раціонально, знаходити логічні зв'язки між ідеями, оцінювати ситуацію з різних боків і на основі цієї оцінки формувати судження.

**Кукіс (“cookies”)** — невеликий фрагмент особистих даних, які відправляються вебсервером і зберігаються у браузері користувача. Мають функцію аутентифікації, персоналізації контенту.

**Кібербулінг** — умисне цькування певної особи у кіберпросторі, як правило, впродовж тривалого часу.

**Малінформація** — фактично правдива інформація, яка використовується, щоб нашкодити.

**Маніпуляція** — техніка свідомого викривлення інформації заради формування певного погляду, ставлення до певної особи / явища.

**Медіа** — вебсайти або інші джерела інформації, що передають, зберігають та відтворюють інформацію, що впливає на громадську думку.

**Медіаграмотність** — вміння аналізувати, оцінювати, створювати інформаційні повідомлення у різноманітних контекстах та відповідально їх поширювати.

**Мова ворожнечі** — будь-яка комунікація, що принижує чи дискримінує особу або групу осіб.

**Місінформація** — не навмисно спотворена і маніпулятивна інформація, що зазвичай не є вигідною для когось, проте так само може нашкодити.

**Наратив** — сукупність пов'язаних між собою реальних чи вигаданих подій, фактів або вражень, які складаються в певну історію, тезу, яку можна передавати між людьми.

**Онлайн/кіберпростір** — простір Інтернету. Складається з вебсайтів, медіа, соцмереж, та інших вебджерел інформації.

**Особисті дані** — відомості чи сукупність відомостей про фізичну особу (користувача), яка може бути конкретно ідентифікована.

**Персоналізований пошук** — властивість соцмереж, за якою вони автоматично припускають, що користувач хотів би почути або побачити, коли він виконує пошук. Засновується на кукіс.

**Першоджерело** — джерело інформації, де вона з'явилася вперше: може бути оригінальним документом; або складений рукою безпосереднього учасника опис подій; початкове джерело, де інформація з'явилася вперше.

**Пропаганда** — систематично керована діяльність, що зазвичай складається з різних маніпулятивних інструментів, наративів і має на меті змінити думку суспільства та окремої людини у вигідних комусь напрямках.

**Псевдоавторитет** — довіра, пошана, що виникає суто з кількісних та номінальних причин, а також людина, що користується такою пошаною.

**Підтверджувальне упередження** — когнітивне викривлення, за яким людина довіряє лише інформації, яка підтримує її власні погляди людини.

**Стереотип** — це усталений шаблон мислення, що, як правило, не має безпосереднього відношення до реальності.

**Троль** — це справжній чи фейковий акаунт, який веде реальна людина, а не програма. Тролі, на відміну від ботів, ведуть дискусії, аргументують, намагаються переконати та змусити людину думати так, як їм потрібно.

**Узагальнення** — одна з особливостей соціальної психології людини, що полягає у накладенні певних знайомих ярликів на нові, незнайомі речі.

**Факт** — дійсна, не вигадана подія, дійсне явище.

**Фактчекінг** — процес перевірки інформації на правдивість.

**Фейк** — це фальшива, часто сенсаційна інформація, розповсюджена під виглядом новин. Несправжня новина (а не неправдива).

**Фільтрувати** — перевіряти за якістю та сортувати інформацію навколо себе.

**Фішинг** — вид шахрайства, метою якого є виманювання в користувачів персональних даних: даних банківських карт, даних із сервісів із переказу або обміну валюти, паролів.

**Цензура** — контроль за поширенням та суттю інформації, що поширюється. Цензура обмежує або не допускає певну інформацію в інформаційний простір.

**Цілісність (факту)** — критерій, за яким можна оцінити, чи факт поданий у повному вигляді, чи певні його елементи свідомо або несвідомо пропущені задля створення маніпулятивного ефекту.

**Чутки** — неперевірена інформація, що передається між людьми усно або письмово, часто набуваючи нових форм через персоналізацію оповідача.

*Джерело:* <https://filter.mkir.gov.ua/wp-content/uploads/2022/10/slovnyk.pdf>

## РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Голуб О. П. Медіакомпас: путівник професійного журналіста. Практичний посібник / Інститут масової інформації [Електронний ресурс]. Київ: ТОВ «Софія-А», 2016. 184 с. Режим доступу: <https://imi.org.ua/wp-content/uploads/2017/06/Mediakompas.pdf>
2. Іванов В. Ф., Волошенюк О. В. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; за науковою редакцією В.В. Різуна. Київ : Центр вільної преси, 2012. 352 с.
3. Іванов В., Сердюк В. Журналістська етика. 3-є вид., випр. Київ : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2008. 224 с.
4. Інфомедійна грамотність онлайн: посібник для тренера / за заг. ред. Тараненко О. / Розроблено в рамках проєкту «Вивчай та розрізняй: інфомедійна грамотність». Київ : IREX, 2021. 400 с. Режим доступу: [https://filter.mkip.gov.ua/wp-content/uploads/2022/04/12d-e\\_online\\_curriculum\\_6s\\_8-1.pdf](https://filter.mkip.gov.ua/wp-content/uploads/2022/04/12d-e_online_curriculum_6s_8-1.pdf)
5. Конструктор вправ. Збірник практичних завдань з інфомедійної грамотності, інтегрованої до фахової підготовки студентів-журналістів». Відп. ред. та упоряд. Будівська Г., Дуцик Д., Тараненко О. Київ: IREX, 2022. Режим доступу: [https://filter.mkip.gov.ua/wp-content/uploads/2022/02/1d-e\\_cj\\_podcast-1.pdf](https://filter.mkip.gov.ua/wp-content/uploads/2022/02/1d-e_cj_podcast-1.pdf)
6. Критичний аналіз медіатекстів. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://sites.google.com/site/mediakulturaschool2/uroki-10-klas/kriticnijanalizmediatekstiv>.
7. Матвійчук М. М. Формування медіаграмотності майбутніх соціальних педагогів у процесі фахової підготовки: Автореф. дис. ... канд. пед. наук. К., 2014. 21 с.
8. Мірошниченко П. В., Гороховський О., Мельникова-Курганова О., Островська Н. Фактчекінг і медіаграмотність: словник термінів. Київ: ГО «Центр аналітики і розслідувань», 2020. 79 с.

9. Навчально-методичні матеріали проєкту «Вивчай та розрізняй: інфомедійна грамотність». Київ : IREX в Україні, 2019–2020.
10. Научук І.М., Коноваленко Т.В., Акулова Н.Ю. Екологія інфомедійного простору : навчально-методичний посібник. Мелітополь: ММД, 2021. 84 с.
11. Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність. Режим доступу: [https://filter.mkip.gov.ua/wp-content/uploads/2021/08/12d-s\\_universal\\_handouts-2.pdf](https://filter.mkip.gov.ua/wp-content/uploads/2021/08/12d-s_universal_handouts-2.pdf)
12. Медіаграмотність: як не піддаватися маніпуляціям. Режим доступу: [https://prometheus.org.ua/course/course-v1:Prometheus+MEDIA\\_L101+2022\\_T3](https://prometheus.org.ua/course/course-v1:Prometheus+MEDIA_L101+2022_T3)
13. Медіаграмотність для освітян. Режим доступу: [https://prometheus.org.ua/course/course-v1:CZ+MEDIA101+2018\\_T3](https://prometheus.org.ua/course/course-v1:CZ+MEDIA101+2018_T3)
14. Медіаграмотність: практичні навички. Режим доступу: [https://prometheus.org.ua/course/course-v1:CZ+MEDIA102+2018\\_T3](https://prometheus.org.ua/course/course-v1:CZ+MEDIA102+2018_T3)

# МАНІПУЛЯЦІЇ В МЕДІА

## ЯК ЇХ РОЗПІЗНАТИ?

### ФАКТ



Курка знесла яйце

### ФЕЙК

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



Курка знесла яйце – і з нього випулилась ящірка

### МАНІПУЛЯЦІЯ ФАКТАМИ

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



Курка-патріотка: курка знесла яйце на честь національного свята

### ДЕЗІНФОРМАЦІЯ

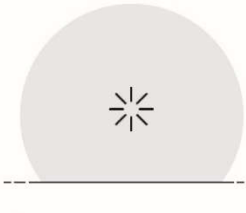
Поєднання фактів, напівправди та неправди



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

### ЦЕНЗУРА

Заборона повідомляти про певні події, людей чи теми. Медіаконтент, який швидко видаляється редакцією без очевидних причин.



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

### ПРИХОВАНА РЕКЛАМА

Реклама, яка замаскована у вигляді медіаповідомлення



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

### ПРОПАГАНДА

Упереджена чи оманлива інформація, яку використовують для того, щоб поширювати певну точку зору



Українські кури є найплodовитішими в Європі, що дає змогу українському експорту утримувати лідерство в галузі

### УПЕРЕДЖЕННЯ

Медіаконтент, який надає перевагу одній точці зору і не показує інші



Українські кури несуть найкращі яйця в світі

### КЛІКБЕЙТ

Стаття, в якій використаний сенсаційний заголовок, щоб привернути увагу, обіцяючи контент, якого не існує



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



Створено командою «Raskrikavanje» для проєкту IREX «Learn to Discern» («Вивчай та розрізняй»), Сербія

Матеріали адаптовані в рамках проєкту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», який виконується IREX (Рада наукових досліджень та обмін) за підтримки Посольств Великої Британії та США, у партнерстві з Міністерством освіти і науки України та Академією української преси. Зміст матеріалів не обов'язково відображає думку та не є офіційною позицією Уряду Великої Британії та США. Дані матеріали дозволяється використовувати із некомерційною метою з обов'язковим посиланням на IREX та проєкт «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність».

<sup>1</sup> Матеріали створено командою «Raskrikavanje» для проєкту IREX «Learn to Discern» («Вивчай та розрізняй»), Сербія. Матеріали адаптовані в рамках проєкту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», який виконується IREX (Рада наукових досліджень та обмін) за підтримки Посольств Великої Британії та США, у партнерстві з Міністерством освіти і науки України та Академією української преси. Джерело: <https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1AON30MsnUCHf272hE17YFDS6ySnWnZeL>





# ФАКТ VS СУДЖЕННЯ



## ФАКТ

Те, що існує в реальності, відбулось і зафіксоване

Цифри, дати, події, статистика, документальні докази, природні явища

Об'єктивний - має місце сам по собі

Можна довести та перевірити (те, що може бути підтверджено іншими фактами)

Є незмінним

## СУДЖЕННЯ



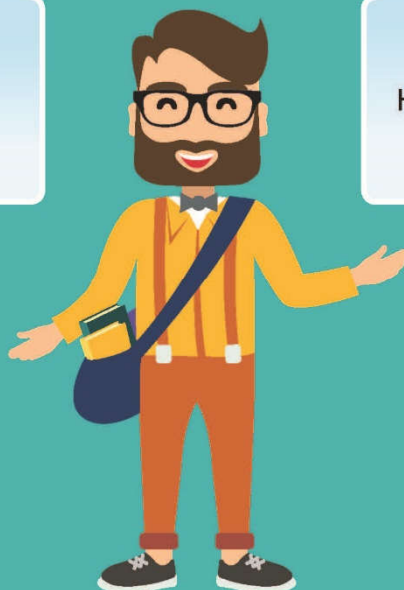
Особиста думка людини, яку можна підтвердити або спростувати

Думки, оцінки, припущення, міркування, відчуття, прогнози, сподівання

Суб'єктивне - передає точку зору людини

Не можна перевірити

Може змінюватись



Матеріали розроблені в рамках проекту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», який виконується IREX (Рада наукових досліджень та обмінів) за підтримки Посольств Великої Британії та США, у партнерстві з Міністерством освіти і науки України та Академією української преси. Зміст матеріалів не обов'язково відображає думку та не є офіційною позицією Урядів Великої Британії та США. Дані матеріали дозволяється використовувати із некомерційною метою з обов'язковим посиланням на IREX та проект «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність».

# → 6 КРОКІВ ДО МЕДІАГРАМОТНОСТІ ←

## 1 | Свідомо формуйте свій інформаційний простір



## 2 | Протидійте цифровій залежності: вимкніть режим автопілота



## 3 | Опануйте думки та емоції



## 4 | Перевіряйте власні упередження



## 5 | Перевіряйте інформацію в різних джерелах



## 6 | Перевіряйте інформацію перед поширенням



Матеріали розроблені в рамках проєкту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», який виконується IREX (Рада наукових досліджень та обмін) за підтримки Посольства Великої Британії та США, у партнерстві з Міністерством освіти і науки України та Академією української преси. Зміст матеріалів не обов'язково відображає думку та не є офіційною позицією Уряду Великої Британії та США. Дані матеріали дозволяється використовувати із некомерційною метою з обов'язковим посиланням на IREX та проєкт «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність».

# ЖУРНАЛІСТСЬКІ СТАНДАРТИ

В основі професійних стандартів інформаційної та аналітичної журналістики лежать норми і правила чесного відображення реальності, поваги до істини та права громадськості на правду, служіння суспільним інтересам (за Декларацією принципів професійної поведінки журналістів, 1954)



## ОПЕРАТИВНІСТЬ

Максимально швидке висвітлення журналістом актуальних подій із зазначенням часу події та новини



## ТОЧНІСТЬ

Перевіреність та підтвердженість у матеріалі всіх цифр, імен, посад, назв; повнота цитування, збереження логіки і хронології подій



## ЗБАЛАНСОВАНІСТЬ

Представлення різних точок зору на подію, надання слова всім сторонам конфліктної ситуації, залучення незалежних експертів



## ДОСТОВІРНІСТЬ

Наявність ідентифікованого надійного джерела тієї інформації, яка стає публічною; можливість перевірити інформацію принаймні за двома джерелами



## ВІДОКРЕМЛЕННЯ ФАКТІВ І СУДЖЕНЬ

Необхідність відокремити в тексті факти від думок, коментарів і суджень журналіста, героїв публікації, експертів; від емоційних оцінок і особистих точок зору. Ненав'язування особистої позиції журналіста



## ПОВНОТА ІНФОРМАЦІЇ

Відповіді не лише на запитання «Що, де і коли сталося?», але і на запитання «Яким чином?»; певне прояснення контексту, того, що передувало події і якими можуть бути наслідки



Матеріали розроблені в рамках проекту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», який виконується IREX (Рада наукових досліджень та обмінів) за підтримки Посольства Великої Британії та США, у партнерстві з Міністерством освіти і науки України та Академією української преси. Зміст матеріалів не обов'язково відображає думку та не є офіційною позицією Уряду Великої Британії та США. Дані матеріали дозволяється використовувати із некомерційною метою з обов'язковим посиланням на IREX та проєкт «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність».



# ІНФОРМАЦІЙНА БУЛЬБАШКА



Якщо Ви перебуваєте в інформаційній бульбашці, виникає враження, що Ваша точка зору «панує» всюди та весь світ вважає так, як Ви!

## Як виникає?



Алгоритми пошукових систем та соціальних мереж підбирають користувачам інформацію, яка їм до вподоби та відповідає їхнім очікуванням, поведінці та реакціям в інтернеті.



**РИЗИКИ**

- ✓ Ми випускаємо з поля зору інформацію, яка не відповідає нашим вподобанням.
- ✓ Не отримуємо інформацію, що потенційно може розширити наш світогляд, зробити нас більш толерантними, спонукати змінити думку про щось.
- ✓ Маємо хибне враження, що усі навколо думають так, як і ми.

## Що ми можемо зробити?

- ✓ Підписатися на кілька сторінок платформ, медіа чи особисті профілі, які поширюють ідеї, що не співпадають з нашими поглядами.
- ✓ Використовувати режим анонімного перегляду, видаляти історію пошуку, чистити кеш\*.
- ✓ Перевіряти налаштування акаунтів у соціальних мережах (інформація може збиратися, і на її основі можуть «будуватися» результати пошуку).
- ✓ Бути більш відкритими до різноманітних ідей та аналізувати інформацію.

**Кеш** - швидкісна пам'ять або частина оперативної пам'яті, де зберігаються копії даних, що часто використовуються



Матеріали розроблені в рамках проекту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», який виконується IREX (Рада наукових досліджень та обмінів) за підтримки Посольств Великої Британії та США, у партнерстві з Міністерством освіти і науки України та Академією української преси. Зміст матеріалів не обов'язково відображає думку та не є офіційною позицією Уряду Великої Британії та США. Дані матеріали дозволяється використовувати із некомерційною метою з обов'язковим посиланням на IREX та проєкт «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність».