ВІДКРИТИЙ МІЖНАРОДНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
РОЗВИТКУ ЛЮДИНИ «УКРАЇНА»

ЛУЦЬКИЙ ІНСТИТУТ РОЗВИТКУ ЛЮДИНИ

Кафедра інформаційної, бібліотечної та архівної справи

ОСНОВИ МЕДІАГРАМОТНОСТІ

методичні вказівки для здобувачів вищої освіти денної форми навчання, спеціальності

029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа,
освітнього ступеня бакалавр

Луцьк, 2025

УДК 070(083.13)

Г 67

Горбач Н. В. Основи медіаграмотності: методичні вказівки для здобувачів освіти денної форми навчання, спеціальності 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа, освітнього ступеня «бакалавр». Луцьк: ЛІРоЛ університету «Україна», 2025. 45 с.

Рецензенти: Ковальчук І. Л. – доцент, кандидат філософських наук, доцент кафедри природничо-математичної, світоглядної освіти та інформаційних технологій КЗВО «Луцький педагогічний коледж» Волинської обласної ради.

Ляшук Н. В. – доцент, кандидат філологічних наук, завідувач кафедри інформаційної, бібліотечної та архівної справи Луцького інституту розвитку людини університету «Україна».

Розглянуто та схвалено на засіданні кафедри інформаційної, бібліотечної та архівної справи.

Протокол № 1 від 27 серпня 2025 р.

Затверджено та рекомендовано до друку науково-методичною радою Луцького інституту розвитку людини Університету «Україна».

Протокол № 1 від 11 вересня 2025 р.

ЗМІСТ

ВСТУП..... 4

1. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ..... 5

2. ПАМ'ЯТКА ПРО ПІДГОТОВКУ ДО СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ..... 8

3. МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ..... 10

4. САМОСТІЙНА РОБОТА 29

5. МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДЛЯ ВИКОНАННЯ ІНДИВІДУАЛЬНИХ ЗАВДАНЬ..... 31

6. ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДО ЗАЛІКУ 33

7. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ 35

8. КОРОТКИЙ СЛОВНИК ТЕРМІНІВ..... 38

9. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА..... 42

ДОДАТКИ..... 45

ВСТУП

Навчальна дисципліна *«Основи медіаграмотності»* належить до циклу вибіркових дисциплін, освітньо-професійної програми «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» підготовки бакалаврів. У методичному виданні викладено комплекс рекомендацій щодо виконання різного виду робіт.

Семінарські заняття, самостійна робота, індивідуальні завдання постають обов'язковими компонентами для ґрунтовного опанування усіх тем навчальної дисципліни. Пропоноване видання допоможе здобувачам освіти організувати навчальну діяльність під час вивчення дисципліни «Основи медіаграмотності».

Мета: сформувати в здобувачів освіти культуру сприйняття сучасного медіаконтенту, навички критичного аналізу інформації з різних джерел, ефективного віртуального спілкування у професійному просторі, а також навички створення власного медіапродукту.

Вивчення основ медіаграмотності сприятиме розвитку комунікативних та підприємницьких якостей майбутніх спеціалістів, підготовці фахівців у галузі інформаційної, бібліотечної та архівної справи, що здатні ефективно розв'язувати комплексні професійні завдання з урахуванням новітніх тенденцій розвитку сфери інформаційних послуг, а саме – компетентнісної зорієнтованості, діджиталізації, мобільності.

Предметом вивчення курсу «Основи медіаграмотності» є сучасний медіапростір, медійний контент друкованих та електронних засобів масової комунікації. Основна увага курсу зосереджена на таких **завданнях:**

– орієнтуватися в сучасному медіапросторі, розуміти основні принципи функціонування різних видів масової інформації;

– розрізняти інформацію за рівнем впливу на особистість, аналізувати й оцінювати медіаповідомлення;

– виявляти маніпулятивний контент медіа;

– здійснювати аргументований критичний огляд аудіовізуальної та друкованої інформації;

– застосовувати раціональні методи пошуку, відбору, систематизації та використання аудіовізуальної та друкованої інформації;

– поєднувати традиційні методи навчання з мультимедійними засобами подачі інформації, засобами масової комунікації;

– запроваджувати в навчально-виховному процесі інноваційні технології навчання, створювати єдиний інформаційний простір;

– збирати, обробляти, зберігати та передавати інформацію з урахуванням пріоритетів професійної діяльності вчителя;

– самостійно створювати медіапроєкти в галузі професійної діяльності.

1. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль 1. Сутність та особливості сучасних медіа та медіапростору

Тема 1. **Основи медіаграмотності: вступ. Зміст основних понять та термінів**

Зміст і основні завдання медіаосвіти, її зв'язок із соціальною педагогікою, психологією, філософією, культурологією, іншими гуманітарними навчальними дисциплінами. Методологічні та світоглядні установки щодо інформатизації освіти. Аналіз понять «медіаосвіта», «медіаграмотність», «медіакомпетентність», «медіакультура», «медіапедагогіка». Класифікація та функції сучасних медіа за різними критеріями: місце використання (функції та цілі використання, вплив на особистість). Розвиток і поширення інформаційних і комунікаційних засобів як умова формування медіаосвіти.

Тема 2. **Історичний розвиток медіа та їхній вплив на суспільство**

Історія розвитку засобів комунікації: від наскельних малюнків – до цифрових платформ. Вплив медіа на культуру, політику, економіку в різні історичні періоди. Можливлості для прогресу: колись – доступ до інформації, сьогодні – критичне сприйняття та грамотне створення медіаконтенту. Виникнення публічної сфери. Глобалізація.

Тема 3. **Основи формування критичного мислення**

Теорія медіаосвіти як розвитку критичного мислення і його теоретична база. Впровадження в українську педагогіку технології критичного мислення. Критичне мислення як здатність аналізувати медіаінформацію з урахуванням стандартів логіки, психолого-етичного та естетичного підходів. Основні навички критичного мислення. Створення середовища спілкування, проведення дискусій, диспутів, «мозкових атак» як умови розвитку критичного мислення.

Тема 4. **Сучасний медіапростір та його особливості**

Різні види медіа: друковані, аудіовізуальні, цифрові. Соцмережі та їх роль у поширенні інформації. Новітні медіа як новітні технологічні можливості у створенні та поширенні інформації від YouTube і Google до Facebook і Twitter.

Культура мережевого спілкування. Саморегуляція і самоорганізація в інтернетпросторі. Використання інтернету в повсякденному та професійному житті та спілкуванні. Переваги та ризики віртуального спілкування.

Особливості споживання медіаконтенту дітьми молодшого шкільного віку. Соціалізація дитини в умовах кіберсередовища. Вплив віртуального середовища спілкування на реальне життя.

Змістовий модуль 2. Маніпулятивні технології в медіа

Тема 5. **Факт, судження, думка, фейк. Основи фактчекінгу**

Факт, судження, думка, фейк. Фейкові новини. Основні орієнтири розпізнавання фейкової інформації (емоційність, однобічність, сенсаційний клікбейтний заголовок, відсутність фактів тощо). Основні види фейків за методом поширення та формою.

Основні методологічні підходи до аналізу медіатекстів. Аналаз медіаконтенту та ознайомлення з інструментами фактчекінгу.

Тема 6. **Технології підсвідомого впливу на аудиторію.**

Маніпуляції фактами, емоціями, першоджерелами, фото- та відеоманіпуляції. Дезінформація та пропаганда. Ознаки пропаганди: емоційний тиск, спрощення, узагальнення, мова ворожнечі. Визначення та прояви мови ворожнечі. Розвиток емпатії та толерантності через медіа. Російська дезінформація та війна в Україні. Експертна думка та джинса (комерційна, політична, іміджева).

Тема 7. **Стереотипи в медіа. Гендерні стереотипи.**

Стереотипи, упередження та дискримінація як деструктивні явища. Спотворення реальності та розпалювання дискримінації і конфліктів – чим це загрожує?

Сучасні медіа як основне джерело гендерних стереотипів та поведінкових моделей. Як медіа формують наше стандартне уявлення про жінок / чоловіків. Аналіз гендерних ролей у дитячому медіаконтенті (мультфільми, ігри, реклама). Стратегії протидії гендерній дискримінації та формування інклюзивного світогляду.

Змістовий модуль 3. Формування медіакультури майбутніх спеціалістів з інформаційної, бібліотечної та архівної справи

Тема 8. **Медіаграмотність як складова інформаційної компетентності**

Інтеграція медіаграмотності в інформаційну, бібліотечну та архівну діяльність. Достовірність, збереження та доступність інформації. Культура інформаційного пошуку. Використання мультимедійних засобів для візуалізації навчального матеріалу. Медіа як ресурс розвитку особистості.

Тема 9. **Поняття, засоби та межі медіатворчості**

Механізм створення власних медіатекстів та спостереження за емоціями під час процесу. Можливості використання медіа для розвитку креативних здібностей. Поняття цензури. Навіщо вона потрібна? Що таке авторське право та авторський знак? Відповідальність за плагіат.

Тема 10. **Навички етичного спілкування та соціальної толерантності у фаховому онлайн-середовищі**

Моя сторінка в соціальній мережі. Особиста та професійна сторінка. Електронні документи. Основи e-mail етикету. Використання електронного листування у фаховій діяльності. Мережевий сленг: плюси та мінуси.

Тема 11. **Майбутнє медіа: Штучний інтелект та новітні технології.**

Розуміння базових принципів роботи ШІ у створенні контенту. Можливості ШІ: персоналізація навчання, автоматизація рутинних завдань, створення інтерактивного контенту, допомога в розвитку ідей та проєктів. Ризики використання ШІ для освіти та медіа: проблема автентичності контенту, етичні питання, збереження людського фактору. ШІ – інструмент, застосування якого потребує критичного мислення.

Тема 12. **Сучасні освітні проєкти з медіаграмотності**

Основна мета освітніх проєктів з медіаграмотності. Онлайн-курси з медіаграмотності, антифейкові та фактчекінгові ігри, їх роль для вчителів та здобувачів освіти.

«Нотаєнота» – антифейкова інтелектуальна гра для школярів.

Дія. Освіта. Гайд з медіаграмотності – пояснює простими словами, як знаходити та перевіряти інформацію, розуміти мотиви джерел, орієнтуватися в алгоритмах, створювати відповідальний контент.

Гра «Медіавежа» – гра, у якій учасники будують вежу, аналізують твердження та визначають, що є фактом, фейком чи судженням. Кожне рішення впливає на стійкість вежі, показуючи важливість достовірної інформації. Гра допомагає розвивати критичне мислення та стійкість до дезінформації.

Гра «Мисливці за правдами» – фактчекінгова гра для учнів початкової школи на матеріалі українознавства.

Міжпредметні зв'язки: «Інформаційні технології», «Сучасні технології збору, обробки і передачі інформації», «Інформаційні технології в галузі», «Інформаційний бізнес».

2. ПАМ'ЯТКА НА ДОПОМОГУ ЗДОБУВАЧАМ ОСВІТИ ПІД ЧАС ПІДГОТОВКИ ДО СЕМІНАРУ

Семінарські заняття є ефективною формою організації навчальних занять, з якими органічно поєднуються лекції.

Семінар (від лат. «**seminarium**» – «розсадник», переносно – «школа») – це особлива форма навчальних практичних занять, яка полягає у самостійному вивченні здобувачами освіти за завданнями викладача окремих питань і тем лекційного курсу з наступним оформленням навчального матеріалу у вигляді рефератів, доповідей, повідомлень тощо.

Основними дидактичними цілями їх проведення є:

- забезпечити педагогічні умови для поглиблення і закріплення знань студентів з основ певного курсу, набутих під час лекцій та у процесі вивчення навчальної інформації, що виноситься для самостійного опрацювання;
- спонукати студентів до колективного творчого обговорення найбільш складних питань навчального курсу, а також до самостійного опрацювання наукової та методичної літератури, формування у них навичок самоосвіти;
- оволодіння методами аналізу фактів, явищ і проблем, що розглядаються та формування умінь і навичок до здійснення різних видів майбутньої професійної діяльності.

Семінарські заняття виконують такі основні функції:

❖ *навчальну* (поглиблення, конкретизацію, систематизацію знань, засвоєних під час лекційних занять та у процесі самостійної підготовки до семінару);

❖ *розвивальну* (розвиток логічного мислення здобувачів освіти, набуття ними умінь працювати з різними літературними джерелами, формування умінь і навичок аналізу фактів, явищ, проблем тощо);

❖ *виховну* (патріотичне виховання, виховання економічної, екологічної культури і мислення, прищеплення інтересу до вивчення конкретної дисципліни та до фаху, формування потреби здорового способу життя тощо);

❖ *діагностично-корекційну* (контроль за якістю засвоєння здобувачами освіти навчального матеріалу, виявлення прогалин його засвоєнні та їх подолання) тощо.

Отож, визначаючи методичну концепцію організації і проведення семінарських занять, потрібно виходити з того, що:

- під час вивчення різних дисципліни здобувачі освіти повинні засвоїти їх провідні ідеї (зміст понять, положень, законів, теорій та ін.); знати галузі їх використання; вміти

застосовувати набуті знання, вміння й навички під час вивчення фахових дисциплін, у майбутній практичній діяльності тощо;

- до семінарських занять ставляться загальнодидактичні вимоги (науковість, доступність, єдність форми і змісту, забезпечення зворотного зв'язку, проблемність);
- у методиці проведення семінарських занять є певні особливості, зумовлені логікою викладання конкретної дисципліни;
- необхідно забезпечити високий рівень мотивації (вивчення теми варто розпочинати із з'ясування її значення для засвоєння даної чи інших дисциплін, у майбутній професійній діяльності тощо);
- дотримання принципу професійної спрямованості та здійснення різнорівневих міжпредметних зв'язків з іншими дисциплінами, практичним навчанням забезпечує формування єдиної системи знань умінь та навичок студентів;
- важливим є також формування професійної культури і мислення;
- у процесі проведення семінарського заняття необхідно забезпечувати органічну єдність теоретичного і дослідницько-експериментального пізнання.

Особливістю семінару як форми навчальних занять є:

- ✓ активна участь самих здобувачів освіти у з'ясуванні сутності проблем, питань, що були винесені на розгляд;
- ✓ викладач надає здобувачам освіти можливість вільно висловлюватися під час розгляду питань, що винесені на обговорення, допомагає їм правильно будувати свої міркування;
- ✓ навчальна мета семінару передбачає, щоб здобувачі освіти були добре підготовлені до заняття.

8.КОРОТКИЙ СЛОВНИК ТЕРМІНІВ

Аудиторія медіа – стійка сукупність людей, об'єднаних спільними інформаційними потребами.

Аудіальні медіа – це поняття, яке включає всю сукупність технологічних засобів і прийомів, які служать для передачі конкретному споживачеві інформаційного аудіального повідомлення (музична композиція, радіопередача).

Відеогра – непродуктивна діяльність, мотив якої полягає в самому процесі. Дії гравців координує комп'ютерна програма, яка організує ігровий простір і може висту пати в ролі партнера, або встановлювати зв'язок між гравцями.

Відеокліп – короткий аудіовізуальний медіатекст (рекламний, музичний тощо).

Візуальна медіакультура особистості – психологічне утворення, система досвіду, знань, навичок, умінь, компетенцій (мотивації перегляду, відбір інформації, відповідальність) щодо споживання/сприймання візуальної медіапродукції. Розвинена здатність вбачати невидиме у візуальному, здатність до візуальної медіатворчості й творчого візуального медіасприйняття зокрема.

Віртуальність – те, що може стати реальним, можливе, потенційне, умовне. На рівні психофізіологічних систем (нервової, імунної, гормональної) людина не відрізняє віртуальну реальність від фізичної, константної реальності, завдяки чому можливе стирання межі між реальним і віртуальним.

Гейткіпер – (від англ. – gate keeper – охоронець воріт) – використовується для означення особи чи інституції, які приймають рішення щодо того яку інформацію оприлюднювати, тобто фактично виконують роль фільтра для повідомлень.

Грамотність візуальна – результат візуальної освіти, передбачає вміння аналізувати і синтезувати глядацьку реальність, «читати» та декодувати візуальний медіатекст, знання основ візуальної культури.

Деструктивні впливи – різновид інформаційних впливів. Під дією деструктивних впливів змінюються соціальні настанови (життєві орієнтири), попередні уявлення щодо своїх соціальних ролей та поведінка в середовищі. Можуть бути позитивними, творчими і навпаки – негативними, руйнівними.

Засоби масової комунікації (мас-медіа) – система технічних засобів і технологій (преса, радіо, телебачення, інтернет), які забезпечують функціонування і розвиток масової комунікації в суспільстві.

Інтерактивність – можливість споживачів сучасних медіа створювати власний інформаційний потік, брати участь в багатосторонньому обговоренні, налаштовувати власний канал доставки новин.

Інтернет-реальність – особлива віртуальна реальність, штучно створена інформаційно-комп'ютерними технологіями, яка не тотожна константній, істинній, фізичній реальності, хоча за певних умов інтернет-реальність може сприйматися людиною більш реально, аніж фізична реальність.

Інформаційна криза – нездатність людини переробити продуковані в суспільстві масиви інформації через її кількість, що перевищує інформаційні потреби особистості, та через її фрагментарність, мозаїчність, тенденційність, а також через недостатню соціалізацію самої особистості.

Інформаційна культура – сукупність усіх видів інформаційно-комунікаційної діяльності людини та суспільства; забезпечує здатність адекватно поводитися в багатоджерельному інформаційному середовищі: орієнтуватися в потоках інформації, сприймати явища та події селективно, зважаючи на власні інформаційні потреби. Складовими інформаційної культури є:

Інформаційне середовище – сфера поширення та споживання соціальної інформації: все суспільство в цілому, великі та малі соціальні групи, окремі особистості.

Інформаційний менталітет – цілісна система соціально-духовних, емоційно-психічних, комунікативних, геополітичних, етнічних та інших способів зв'язку особистості зі своїм народом, яка надає їй можливість зрозуміти багатоаспектність глобальних інформаційних процесів.

Інформаційні впливи – зміни в свідомості та настроях комуніката, які відбуваються в результаті сприйняття, розуміння та інтериорізації (засвоєння) соціальної інформації і сприяють подальшій соціалізації людини.

Інформаційні потреби (суспільства, особистості) – різновид нематеріальних потреб, потреби в інформації, яка необхідна для вирішення якогось завдання, досягнення певної мети чи задоволення певних бажань і прагнень.

Інформація – будь-які відомості, створенні людиною для передачі в часі та/чи просторі.

Інфотеймент – (від англ. information и entertainment – інформація і розваги) – передбачає поєднання новин (інформації) та розважання.

Кібербуллінґ – напади з метою завдання психологічної шкоди, які здійснюються через електронну пошту, сервіси миттєвих повідомлень, у чатах, соціальних мережах, на web-сайтах, а також за допомогою мобільного зв'язку. Така багаторазово повторювана агресивна поведінка має на меті зашкодити людині і базується на дисбалансі влади (фізичної сили, соціального статусу в групі).

Кіберпростір (віртуальна реальність) – це штучно сконструйований комп'ютерними засобами простір зі всіма ознаками реальності, де відбувається онлайнова комунікація.

Комунікатор – особа або група осіб, які створюють контент масової комунікації. Як правило, до них відносять журналістів, топ-менеджмент та власників медіа.

Комунікація –спілкування.

Критичне мислення – тип спрямованого мислення: здатність до розуміння інформації, її аналізування, до інтеграції проаналізованого, пошуку аргументів для обґрунтованих суджень, формулювання висновків та оцінювання того, що підпадає під аналіз.

Маніпулятивна журналістика – різновид практичної діяльності з пошуку, обробки та розповсюдження соціальної інформації, в якій основною метою є маніпуляції свідомістю, а основним методом впливу на комуніката – застосування маніпулятивних технологій.

Маніпуляції свідомістю – один із способів придушення волі людей шляхом духовного впливу на них через програмування їхньої поведінки. Цей вплив спрямований на психічні структури людини, здійснюється потай і ставить своїм завданням зміну думок, спонукань і цілей людей у потрібному певній групі напрямку.

Масова комунікація – процес збору, обробки та поширення соціальної інформації через спеціальні канали на велику та розташовану в різних місцях аудиторію.

Медіагігієна – система знань, що вивчає закономірності впливу інформаційно-комунікаційних технологій на людину та розробляє заходи профілактики негативних ефектів

медійного впливу на здоров'я окремої людини, соціальних групі населення в цілому.

Медіаграмотність – полягає в сукупності мотивів, знань, умінь і можливостей, що сприяють добиранню, використанню, критичному аналізові, оцінюванню, створюванню та передаванню медіатекстів різних форм, жанрів, а також аналізові складних процесів функціонування медіа в суспільстві.

Медіадослідження – формат критичного аналізу медіатекстів. Має мету (що саме ми маємо досліджуватиме й для чого?); засіб (яким чином будемо здійснювати дослідження?) й результат (які знання отримаємо?).

Медіазалежність – розлад вольової поведінки, що проявляється в зловживанні медіа (надмірний час споживання медіапродукції, зниження саморегуляції, звуження інтересів тільки до сфери медіа з погіршенням у інших сферах життя тощо).

Медіа-імунітет – (від лат. immunitas – звільнення від чогось) – здатність особистості до опору впливу з боку медіа, звільнення від спрямованого на неї небажаного психологічного тиску. Самозахист від навіювання, маніпулювання, психологічного тиску з боку ЗМІ.

Медіакомпетентність – розуміння соціокультурного і політичного контексту функціонування медіа а також здатність бути носієм і передавачем медіакультурних смаків і стандартів, ефективно взаємодіяти з медіа-простором (здатність до сприйняття, аналізу, оцінки і створення медіатекстів, до медіадіалогу між виробниками і споживачами інформації), здатність створювати нові елементи медіакультури сучасного суспільства.

Медіакультура особистості – здатність людини ефективно взаємодіяти з мас-медіа, адекватно поводитися в інформаційному середовищі: сприймати, аналізувати, оцінювати медіатекст, займатися медіатворчістю тощо.

Медіанасильство – характеристики певних жанрів, окремих сцен і характеру взаємодії в комунікаційному процесі. Виокремлюють декілька видів медіанасильства: контактне фізичне насильство (зображення ударів, ляпасів, штурханів тощо), озброєне насильство (із застосуванням вогнепальної, тупої або різальної зброї), насильство проти злочинців, фізичні тортури, воєнне насильство. До медіанасильства відносять також зображення погроз фізичного насильства та психологічне насильство — коли люди піддаються публічному приниженню.

Медіаосвіта – навчання теорії та практичних умінь для опанування сучасних мас-медіа.

Медіаризики – шкода, яку може завдати людині перегляд телепродукції, що містить негативний контент. Шкода може бути фізичною (знерухомлення) і психологічною (переляк, психологічна травма, нав'язливі спогади, копіювання небажаної і небезпечної поведінки, мови, ставлень, вчинків).

Медіасоціалізація – явище інформаційного суспільства, що полягає в зміні традиційних способів уведення/входження дитини в світ дорослих, коли основні орієнтири щодо взаємодії із соціумом і формування власної ідентичності дитина отримує не із сімейної взаємодії, а під впливом медіа.

Медіасприймання – процес засвоєння, осмислення інформації зовнішнього синтетичного світу, опосередкованого різними засобами масової комунікації: пресою, радіо, телебаченням тощо.

Медіатворчість – продуктивна діяльність створення нових медіазасобів, пристроїв, програм, а також нового медіапродукту чи контенту.

Медіатекст – одиниця, елемент, конкретний об'єкт медіапродукції. Візуальний

медіатекст становить складний візуально-смисловий конструкт; розрізняється за видами (фільм, фотографія, телепрограма) та жанрами.

Медіатехнології – виробництво медіапродукції за допомогою спеціальної медіатехніки (медіазасобів) та спеціальних прийомів.

Монтаж – процес переробки або реструктурування початкового матеріалу, в результаті чого виходить інший цільової матеріал. Використовується в кінематографі, на телебаченні, радіо, звукозаписних студіях.

Непотрібна інформація – інформація, яка суб'єктивно або ситуаційно є непотрібною, заважає, дратує, втомлює людину; інформація, що усвідомлюється людиною як потенційна загроза її психологічному здоров'ю.

Нові медіа – термін, який в кінці XX ст. стали застосовувати до інтерактивних електронних видань і нових форм комунікації виробників контенту з споживачами для позначення відмінностей від традиційних медіа (наприклад, газет), цим терміном позначають процес розвитку цифрових, мережевих технологій і комунікацій.

Парасоціальність – явище уявлюваної безпосередньої взаємодії, що виникає між медіаперсонажем і його аудиторією. Парасоціальні стосунки складаються із героями медійних творів, ведучими телепередач, знаменитостями тощо в результаті повторюваних контактів глядача із медіапродукцією.

Передплата на видання чи інформацію – організація попереднього оформлення доставки передплатнику друкованого видання чи доступу до інформації в електронному вигляді на певний термін.

Продакт плейсмент – інтеграція реклами продукції в сюжет кіно- чи телефільму, кліпу, телепрограми.

Реклама – (від лат. reclamare – викрикувати) – інформація чи повідомлення про товари, види послуг, політичних кандидатів тощо, покликана стимулювати як попит, так і створювати популярність когось/чогось.

Реклама прихована («джинса») – рекламні матеріали, які розміщуються в мас-медіа під виглядом журналістських.

Розумні позначки – піктограми, якими позначається медіапродукція, що містить ризики завдання шкоди здоров'ю і розвитку дитини певного віку. Розумні позначки дають змогу швидко а то й наперед зорієнтуватись і прийняти відповідальне рішення щодо перегляду телепродукції (доступу до комп'ютерних ігор) або обмеження взаємодії з такою продукцією.

Симулятори – відеоігри, в яких комп'ютерна програма імітує аспекти реальної дійсності, або вигадані світи. Використовуються з навчальною метою.

Хепіслепінґ – розміщення в інтернеті відеороликів із записами реальних сцен насильства, без згоди жерт ви. Починаючись як жарт, хепіслепінґ може закінчитися трагічно, коли жертва може загинути

Цифрова нерівність – дистанції у розвитку та використанні комунікаційних технологій між розвинутими країнами та рештою світу, між різними верствами населення всередині країни – багатими і бідними, молоддю та людьми похилого віку, здоровими порівняно з інвалідами тощо. Виникає внаслідок неоднакового технічного, економічного, соціального й ін. розвитку країн чи забезпечення населення.

9.Рекомендована література

Основна

1. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) URL: https://ms.detector.media/mediaosvita/post/16501/2016-04-27-kontseptsiya-vprovadzhennya-mediaosvity-v-ukraini-nova-redaktsiya/

2. Основи медіаграмотності : навчальний посібник / Т. М. Костирко, Т. Д. Корольова, М. С. Жигалкіна. Миколаїв : НУК, 2019. 80 с. URL: https://rep.nuos.edu.ua/server/api/core/bitstreams/5991ace1-2229-4905-9959-153b3038c782/content

3. Практична медіаграмотність : посібник для бібліотекарів. Київ: Академія Української преси, 2015. URL: http://www.aup.com.ua/books/mbm

4. Стратегії дослідження екранних медіа / НАН України ; ІМФЕ ім. М. Т. Рильського. Київ, 2013. 356 с. URL: http://maunau.org.ua/etnolog/books/ns/ns_2013.pdf

5. Український медіаландшафт: аналітичний звіт / за ред. В. Ф. Іванова. Київ: ФКА, АУП, 2015. URL: http://www.aup.com.ua/upd/kas_43639-1522-13- 30.pdf

Додаткова:

1. Волошенюк О. Батьки, діти та медіа: путівник із батьківського посередництва. Київ: ЦВП, АУП, 2017. 79 с.

2. Гороховський О. М. Фактчек як тренд розслідувань: можливості та перспективи: практичний посібник. Дніпро: ЛІРА, 2017. 133 с. URL: https://www.amo.cz/wp-content/uploads/2017/06/AMO_Factchecking-jako-trend-v-investigativnizurnalistice-moznosti-a-perspektivy.pdf

3. Гуцуляк Д. Фактчекінг як інструмент протидії дезінформації в умовах гібридних конфліктів. *Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом*. Серія «Філологія». 2024. Вип. 2(12). С. 22–27. URL: https://journals.maup.com.ua/index.php/philology/article/view/3987/4323

4. Дегтярьова Г. Питання формування медіаграмотності: подолання стереотипів. *Український інформаційний простір*. 2019. Число 4. С. 195–207. URL: http://ukrinfospace.knukim.edu.ua/article/view/187531

5. Ейсмунт В. Інструменти фактчекінгу: як професійно відрізняти брехню від правди [Електронний ресурс]. Інститут масової інформації. URL: http://imi.org.ua/articles/instrumenti-faktchekingu-yakprofesiyno-vidriznyati-brehnyu-vid-pravdi/

6. Кияшко Ю. Фактчекінг як інструмент протидії маніпулятивному впливу електронних ЗМІ. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2019. Випуск 45. С. 28–35. URL: http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/viewFile/9976/9971

7. Новак Т. Особливості формування медіаграмотності населення в сучасному інформаційному суспільстві. *Науковий вісник Кременецької обласної гуманітарно-педагогічної академії ім. Тараса Шевченка. Мерія «Педагогічні науки».* 2022. Вип. 14. С. 117–127. URL: http://journals.kogpa.te.ua/index.php/pedagogy/article/view/28/24

8. Петренко О. Медіапростір для сучасної бібліотеки: нові можливості та виклики. *Інформаційний, науково-методичний журнал «Освіта Сумщини»*. 2024. № 4. С. 28–32. URL: file:///C:/Users/Komplekt1/Downloads/Osvit_Sumsh_4_2024-28-31.pdf

9. Петрик Л. В. Медіаграмотність як навичка XXI століття. *Педагогічна освіта: теорія і практика.* 2017. №27. С. 100–103. URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/19799/

10. Рекун О. О. Медіаграмотність у системі вищої освіти. *Вісник Національного університету «Чернігівський колегіум» імені Т. Г. Шевченка*. Вип. 8 (164). 2020. С. 41–44. URL: http://erpub.chnpu.edu.ua:8080/jspui/handle/123456789/7150

11. Сукаленко Т. Гендерні стереотипи в мові сучасних ЗМІ. *Проблеми гуманітарних наук. серія «Філологія».* 2021. Вип. 48. С. 174–184. URL: http://ir.dspu.edu.ua/jspui/handle/123456789/5910

12. Тютюнник Л. Пропаганда як засіб маніпуляції в умовах війни. *Вісник Національного університету оборони України.* 2023. № 6 (76). С. 184–193. URL: http://visnyk.nuou.org.ua/article/view/288547/284361

13. Фактчекінг і медіаграмотність: словник термінів / О. Гороховський, О. Мельникова-Курганова, П. Мірошниченко, Н. Островська [Електронний ресурс]. Матеріали видання підготовлені й рецензовані фахівцями проєкту «БезБрехні» та групою співавторів. URL: https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi80/0060116.pdf

14. Хіміч Я. Цифрова культура та медіаграмотність у сприянні міжкультурній комунікації та взаємопорозумінню. *Міжкультурні комунікації в сучасних стратегіях інформаційного простору.* С. 262–264.

15. Череповська Н. Медіаграмотність учнів в умовах пандемії: модель медіапсихологічної підтримки дітей і підлітків. *Психолог*. 2021. № 9–10.

16. Шевченко В. Різновиди маніпуляцій в онлайн-медіа і соцмережах. *Образ*. 2025. № 1(47). С. 19. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/98659/1/Shevchenko_Obraz_1_2025.pdf

Статті викладача

1. Бортнюк Т. Ю., **Горбач Н. В.,** Голя Г. М., Здіховська Т. В. Робота з медіатекстами як інструмент формування критичного мислення здобувачів освіти. *Вісник науки та освіти*. 2025. №6 (36). С. 892–910. URL: http://perspectives.pp.ua/index.php/vno/article/view/26072/26047

2. Горбач Н. В. Маркери української ідентичності в сучасному медіапросторі. *Studia Ukrainica Posnaniensia*. 2024. Vol. XII/2. p. 139–152. URL: https://pressto.amu.edu.pl/index.php/sup/article/view/45823/37807

3. **Горбач Н. В.,** Стрельбіцька О. О. Вплив медіакультури на формування лексикону сучасної молоді. *Академічні студії. Серія «Гуманітарні науки»*. 2022. Вип. 2. URL: http://academstudies.volyn.ua /index.php/humanities/index

4. **Горбач Н. В.,** Жалко Т. Й. Особливості віртуального спілкування сучасних педагогів. *Академічні студії. Серія «Гуманітарні науки»*. 2023. Вип. 1. С. 16–22. URL: http://academstudies.volyn.ua/index.php/humanities/article/view/426/402

5. **Горбач Н. В.,** Ляшук Н. В. Принципи та переваги запровадження інституційного репозитарію в бібліотеках закладів вищої освіти (на прикладі КЗВО «Луцький педагогічний коледж» Волинської обласної ради). *Цифрова платформа: інформаційні технології в соціокультурній сфері.* 2023. Вип. 1. Т.6. С. 195–204. URL: http://infotech-soccult.knukim.edu.ua/article/view/283989

Інформаційні ресурси:

1. Антифейкова інтелектуальна гра «Нотаєнота». Офіційний сайт. URL: https://notaenota.com/
2. Гайд для ефективних ініціатив з медіаграмотності. Дія. Освіта. URL: https://osvita.diia.gov.ua/guides/edmo-guidelines-for-effective-media-literacy-initiatives
3. Інститут масової інформації. URL: https://imi.org.ua/
4. Мисливці за правдами: сторінка проєкту в соцмережі Facebook. URL: https://www.facebook.com/groups/580658164621967
5. Онлайн-курс із медіаграмотності «Verified 2.0». URL: https://study.ed-era.com/uk/courses/course/6177
6. https://fakeoff.org/uk
7. https://detector.media/
8. https://uareview.com/

Сертифікаційні програми (електронні курси)

1. «Very verified 2.0: онлайн-курс із медіаграмотності». URL: https://study.ed-era.com/uk/courses/course/6177

2. Онлайн-курс «Медіаграмотність: як не піддаватися маніпуляціям» (платформа Prometeus). URL: https://prometheus.org.ua/prometheus-free/resisting-media-manipulation/