

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ В.Н. КАРАЗИНА**

**Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій**

**КОМПЛЕКС НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ  
З ДИСЦИПЛІНИ**

**«Основи медіаграмотності»**

рівень вищої освіти перший (бакалаврський) рівень вищої освіти  
галузь знань 06 - Журналістика  
спеціальність 061 Журналістика  
освітня програма Медіакомунікації та зв'язки з громадськістю  
спеціалізація \_\_\_\_\_  
вид дисципліни вибіркова  
факультет соціологічний

УКЛАДАЧ: доктор соціол. наук, проф. Рущенко І. П.

**З М І С Т**

1	Робоча програма навчальної дисципліни «Основи медіаграмотності»	3
2	Плани семінарських занять	27
3	Завдання для самостійної роботи	39
4	Завдання для контрольної роботи, що передбачена навчальним планом	44
5	Питання для підсумкового контролю знань	45
6	Критерії оцінювання знань та вмінь студентів	47

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ  
В. Н. КАРАЗІНА**

Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій

**«ЗАТВЕРДЖУЮ»**

Декан соціологічного факультету

\_\_\_\_\_ Олена МУРАДЯН  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2023 р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**«Основи медіаграмотності»**

(назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти \_\_\_\_\_ перший (бакалаврський) рівень вищої освіти \_\_\_\_\_

галузь знань \_\_\_\_\_ 06 Журналістика \_\_\_\_\_

спеціальність \_\_\_\_\_ 061 Журналістика \_\_\_\_\_

освітня програма Медіакомунікації та зв'язки з громадськістю \_\_\_\_\_

спеціалізація \_\_\_\_\_

вид дисципліни \_\_\_\_\_ вибіркова \_\_\_\_\_

факультет \_\_\_\_\_ соціологічний \_\_\_\_\_

2023/2024 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження Вченою радою соціологічного факультету ХНУ імені В.Н.Каразіна

« 28 » червня 2023 року, протокол № 6

РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ: Рущенко І. П. - доктор соціологічних наук, професор кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна.

Програму схвалено на засіданні кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій соціологічного факультету.

Протокол від « 02 » червня 2023 року № 15

Завідувач кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій



Ірина СОЛДАТЕНКО

(підпис) (прізвище та ініціали)

Програму погоджено науково-методичною комісією соціологічного факультету ХНУ імені В.Н.Каразіна

Протокол від « 26 » червня 2023 року № 9



Голова науково-методичної комісії

Юлія СОРОКА

## ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Основи медіаграмотності» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки студентів першого рівня вищої освіти освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» спеціальності 061 «Журналістика», освітня програма – «Медіакомунікації та зв'язки з громадськістю».

### 1. Опис навчальної дисципліни

1.1. **Метою** викладання навчальної дисципліни є формування у студентів уявлення щодо медіасфери, історії та сучасності функціонування старих і нових медіа, медіа-ефектів, критичного мислення в умовах інформаційних війн та ведення пропагандистських кампаній.

1.2. Основними **завданнями** вивчення дисципліни є:

- Розкрити важливість медіаосвіти та медіа грамотності в контексті інформаційного суспільства, існуючих викликів та ризиків, пов'язаних з медіа повідомленнями.
- Проаналізувати інституційну природу медіа та етапи інституціоналізації різних видів медіа.
- Дослідити медійні ефекти та механізми впливів на споживачів медіа контенту.
- Розкрити природу пропаганди, роль медіа у пропагандистських практиках та їх еволюцію протягом ХХ та початку ХХІ ст.
- Показати особливості сучасних інформаційних війн та дослідити технології інформаційних впливів на людину.
- Розкрити природу фейк-н'юз, типи й види фейків та методи ідентифікації брехливих повідомлень, які поширюють не добросовісні медіа.
- Проаналізувати зміст й методи контрпропаганди й інших засобів протистояння інформаційним інтервенціям; сутність критичного мислення, інформаційного імунітету та інформаційної гігієни як чинників особистої протидії інформаційним інтервенціям.

1.3. Кількість кредитів – 4

1.4. Загальна кількість годин – 120

1.5. Характеристика навчальної дисципліни
Нормативна / за вибором

Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
2-й	
Семестр	
3-й	
Лекції	
16 год.	4 год.
Практичні, семінарські заняття	
16 год.	4 год.
Лабораторні заняття	
0 год.	0 год.
Самостійна робота	
88 год.	112 год.
Індивідуальні завдання	
0 год.	0 год.

### 1.6. Заплановані результати навчання.

Перелік предметних компетентностей здобувача вищої освіти:

*Загальні компетентності:*

ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.

ЗК03. Здатність бути критичним і самокритичним.

ЗК04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК08. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК11. Здатність спілкуватися державною мовою.

*Спеціальні (фахові) компетентності:*

СК01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.

СК02. Здатність формувати інформаційний контент.

СК06. Здатність до провадження безпечної медіадіяльності

*Програмні результати навчання:*

ПР03. Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами.

ПР04. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.

ПР08. Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань.

ПР11. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою.

PR13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціально-комунікативних наук.

## **2. Тематичний план навчальної дисципліни**

### **Розділ 1.**

## **СВІТ МЕДІА**

### **Тема 1.**

#### **Вступ до дисципліни**

Актуальність медіаосвіти в сучасному світі. Загальна характеристика дисципліни «Основа медіа грамотності». Сутність інформації та інформаційне суспільство. Медіа як транслятори інформації. Медіа у широкому й вузькому сенсах. Похідні поняття: традиційні медіа, старі медіа, нові медіа, мультимедійні системи. Зародження медіаосвіти. Торонтська наукова школа: праці Гарольда Інніса, Маршалла Маклуена. Медіаосвіта як відповідь на запит суспільства. Період формування ідеї медіаосвіти (1930-1960), період інституціоналізації (1960-1990), етап «кінця історії» (1990-2001), новітній період загострення міжнародної ситуації, гібридні війни й роль медіаосвіти. Основні загрози й ризики медіапростору. Теорії медіаосвіти: протекціоністська й етична моделі, платформа «критичного мислення», утилітарно-прагматичний підхід, культурологічна й естетична теорії. Радянська модель «медіаосвіти». Сутність медіаграмотності. Основні медіа-компетенції. Принципи медіа грамотності Джона Пандженте. Шкала медіа грамотності як розвиток міри критичності рефлексії медіа повідомлень.

### **Тема 2.**

#### **Медіа як інституції та організації**

Процес інституціоналізації медіа. Процес інституціоналізації на прикладі книги та книгодруку: хаотична діяльність, уречевлення, хабітулізація, виникнення інституції, розвиток інституту. Законодавче регулювання медіа практик. Сутність та типи цензури. Основні види цензури: попередня, наступна, військова. Способи розпізнання цензури у медіа повідомленнях. Історія цензури в Московії, Російській імперії, СРСР. Методи цензурування в сучасному світі. «Журналістська революція» 2004 р. за свободу слова. Проблема свободи слова у полікультурних суспільствах на прикладі французького журналу «Charlie Hebdo». Які обмеження свободи слова існують в Україні. Сутність авторського права. Об'єкти й суб'єкти авторського права. Майнові і немайнові авторські права. Знаки охорони авторського права. Яким

чином порушуються і захищаються авторські права в сучасному світі. Медіа як організація виробничого типу. Основні підсистеми медіа-організації. Бізнес-моделі медіа-організацій. Реклама як джерело існування медіа-організацій. Реклама на ТБ і залежність ціни від часу трансляції та обсягу аудиторії. Методи вимірювання рейтингів каналів.

### Тема 3.

#### **Розвиток медіа: революційні й еволюційні етапи**

Медіа-революції від стародавніх часів до сьогодення. Співвідношення між історичними епохами, типами суспільства, системами комунікації й видами медіа. Природні й традиційні медіа. Революція Гутенберга і виникнення книгодруку. Суспільна роль друкованої книги та її вплив на соціальні зміни. Історія газетярства. Рукописні видання. Першодруки. Газетний бум ХІХ – першої половини ХХ ст. Роль газет в СРСР. Фізичні формати й географічні масштаби преси. Жанрові формати газетної продукції. Внутрішня будова й стиль оформлення газетного номера. Конкуренція з більш новими медіа. Журнал як медіа. Закон Ріпля. Революція медіа на основі електроніки. Винахід радіо й етапи розвитку. Значення радіо у першій половині ХХ ст. Споживацькі властивості радіо. Телефонія і фотографія як медіа. Винахід телебачення, технічні етапи розвитку. Телебачення революціонує медіа сферу. Революція медіа на основі процесорів та Інтернету. Поняття нових медіа, історія появи та розвитку. Порівняння можливостей старих і нових медіа. Принципово нові технологічні можливості формування медіа-повідомлення. Формування нової культури комунікацій. Медіаландшафт України. Тенденції медіапростору України. Захист власного медіапростору у роки російсько-української війни. Харківські медійні бренди. Історія розвитку радіо і телебачення в Харкові.

### Тема 4.

#### **Впливи медіа на реципієнтів**

Чому, як і за якими напрямками здійснюється вплив медіа на реципієнтів. Впливи медіа як об'єктивна реальність. Елементи особистості, що зазнають впливів медіа повідомлень. Об'єкт – суб'єктний і суб'єкт – суб'єктний впливи медіа. Сутність явища маніпуляції. Основні технології маніпуляції реципієнтами. Теорія стереотипів В. Ліппмана. Практики «промивання мізків». Семантичні маніпуляції. Теорія стигматизації І. Гофмана. Поняття мему. Мемлекси. Меметичні війни. Конспірологія як засіб маніпуляції. Нові медіа – нові можливості впливу на реципієнта. Кліпове або мозаїчне сприйняття реальності. Інформаційна поляризація й ефект «бульбашок». Ефект анонімності, зниження культури спілкування. Від двоступеневої до



багатоступеневої моделі поширення інформації. Ефект соціальної мобілізації на прикладах Арабської весни й революції Гідності. Інтернет-залежність і нова форма девіантної поведінки. Поняття медіасоціалізації. Ризики стосовно дітей. Небезпечні Інтернет-ресурси і важливість контролю з боку дорослих.

## Розділ 2.

### ІНФОРМАЦІЙНІ ВІЙНИ Й МЕДІА

#### Тема 5.

#### **Пропаганда й медіа на тлі ХХ ст.**

Поняття пропаганди. Цілі й об'єкти пропаганди. Основні типи пропаганди: релігійна, ідеологічна, політична, військова, соціальна, бізнесова. Структура пропаганди: ідеологічна основа, наративи, медіа-канали розповсюдження, об'єкти. Типологія за ступенем брехливості й відкритості джерел пропагандистського повідомлення: «біла», «сіра», «чорна» пропаганди. Пропаганда як специфічний товар. Позитивне і негативне забарвлення пропагандистського повідомлення. Ставлення до явища пропаганди у суспільствах. Військова пропаганда під час Першої світової війни: напрями, цілі, методи. Використання медіа. Пропагандистські операції під прикриттям. Основні прийоми військової пропаганди: демонізація ворога, шляхетність власних цілей, стигматизація ворога, використання релігійних і сімейних цінностей, пропаганда миру за будь-яку ціну, пропаганда ненависті. Пропаганда полону й пропаганда жаху. Політична пропаганда в тоталітарних суспільствах поміж двома світовими війнами. Ленін як фундатор політичної пропаганди нового типу. Гітлер і мистецтво ораторської пропаганди. Принципи політичної пропаганди, за Геббельсом. Роль політичного плакату. Ідеологічна пропаганда в роки Другої світової війни і Холодної війни. Основні ідеологічні системи, що склалися в першій половині ХХ ст., та пропагандистська боротьба за їх розповсюдження. Особливості пропагандистських операцій в Другій світовій війні. СРСР: від інтернаціоналістичної пропаганди до пропаганди ненависті. Завдання німецької пропаганди в Україні під час Другої світової війни. Основні візуальні прийоми наочної пропаганди: зооморфні образи, масштабування фігур, використання кольорових контрастів, спотворення портретів лідерів країн. Пропагандистська робота в УПА. Творення міфів як напрям військової пропаганди. Радіопробанди: основні переваги й методи. Місце кінодокументалістики й фотографії в системі пропаганди. Завдання пропаганди в роки «Холодної війни». Інформаційні причини кризи й падіння комуністичної системи. Пропаганда речами, кіно, музикою. Теорія «м'якої сили» Дж. Найа. Кампанія Гласності в СРСР. Інформаційні інтервенції й

розхитування тоталітарних основ. Перебудова як зіткнення наративів. Теорія змін Курта Левіна. Ідеологічні тренди й хаотизація свідомості. Теорія фреймів Дж. Лакоффа. Алгоритм розпізнання пропаганди.

#### Тема 6.

### **Інформаційні війни XXI ст. й нові медіа**

Сутність і термінологія інформаційних війн. 1990-і рр. як період «тиші перед буревієм» й зміщення пропаганди у сфері піару та бізнес процесів. Масштабні терористичні акти на початку XXI століття. Теорія зіткнення цивілізацій С. Гантінгтона. Основні цивілізаційні наративи сучасної епохи та лінії протиборства у світовому масштабі. Тактика асиметричної відповіді й місце пропаганди. Сутність війни нового типу – гібридної війни. Роль інформаційної складової у тактиці гібридних війн. Концепція гібридної війни ГШ ЗС РФ. Російська пропаганда як феномен. Цілі російської пропаганди. Концепт інформаційної війни 4D. Бойова спецпропаганда за російським рецептом. Методи інформвійни: «гнилий оселедець», «40 на 60», «перевернута піраміда», «велика брехня», «негідний об'єкт», «хаотизація свідомості». Пропаганда ненависті й специфічні прийоми політичних ток-шоу на російському ТБ. Інформаційно-психологічні спецоперації (ІПСО) на театрі військових дій в рамках сучасної російсько-української війни. Використання мобільного зв'язку як інструменту пропаганди на театрі військових дій. Пропагандистська діяльність російських оперативних груп загону психологічних операцій на Донбасі. Пропаганда, яка ведеться всередині України, з використанням п'ятої колони. Перенесення інформаційної боротьби у віртуальний простір. Платний тролінг. Феномен Ольгінських тролей. Основні методи й напрями роботи тролів в мережах. Мікротаргетинг і пропаганда. Стратегія руйнування центрів прийняття рішень. Історичні приклади вдалих психологічних спецоперацій проти вищого військово-політичного керівництва.

#### Тема 7.

### **Методологія антифейку**

Тенденції масової свідомості початку XXI ст. Симуляція реальності й симулякри в концепції Ж. Бодріяра. «Постправа» і «фейк» як найбільш популярні слова 2016 р. Технології «fake-news». Причини, чому масова свідомість дрейфує до світу постправи. Дезінформація як спосіб маніпуляції аудиторією. Тенденції масової свідомості початку XXI ст. Симуляція реальності й симулякри в концепції Ж. Бодріяра. Причини, чому масова свідомість дрейфує до світу постправи. «Постправа» і «фейк» - найбільш популярні слова 2016 р. Чому брехня в медіа досягає свого результату?

Свідомість мас і свідомість пересічної людини як об'єкти брехливих повідомлень. Конспірологія та її використання спецслужбами у неоголошених гібридних війнах. Нові медіа як канали поширення чуток, дезінформації, фейк-ньюз. Хто і чому дезінформує, використовуючи мас-медіа. Як розпізнати брехню та ідентифікувати повідомлення як рейкове. Антифейкові правила. Досліджуємо джерело інформації. Розпізнаємо цілі повідомлення. Чи не є це пропагандою? Аналізуємо характер і зміст наративу. Остерігаємося поширювати недостовірну інформацію. Практика факт-чекінгу. Практика дезавуації фейкових повідомлень з боку центрів протидії російській пропаганді.

### Тема 8.

#### **Як перемогти у війні смислів й виграти інформаційну війну?**

«Піраміда» інформаційних війн. Термінологія вищого рівня інформаційних війн: «когнітивна війна», «консцієнтальна війна», «війна смислів». Перемога до першого пострілу – сенс війни смислів. Основні цілі російської концепції війни смислів у XXI ст. Крах комуністичної ідеології й «ідеологічний вакуум» на теренах євразійської цивілізації. Інформаційні інтервенції без ідеології – новий тренд російських центрів ведення інформаційної війни проти Заходу. Народження ідеології «русского мира» й інформаційна експансія на пострадянському просторі. Роль РПЦ як провідника ідеології «русского мира» й пропагандистського медіа. Ідеологія рашизму як форма агресивного фашистського світогляду. Історичний фронт війни смислів. Наратив «Велика перемога» й «победобесіє». Контрпропаганда в нових умовах: методологічні й організаційні аспекти. Відродження інститутів пропаганди й контрпропаганди у XXI ст. Контррозвідувальна функція спецслужб за напрямом викриття пропагандистських операцій всередині України. Діяльність громадських організацій, журналістської спільноти у протидії інформаційним інтервенціям. Роль медіа грамотності у інформаційній резистентності населення. Сутність і принципи критичного мислення. Підґрунтя інфо-імунітету: освіта, виховання, критичне мислення, патріотичний світогляд, інформаційна гігієна.

### **3. Структура навчальної дисципліни**

Назви розділів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усьог	у тому числі					усьог	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	с. р.		л	п	лаб	інд	с. р.
о						о						

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
<b>Розділ 1. Світ медіа</b>												
Тема 1. <b>Вступ до дисципліни</b>	15	2	2			1 1	15	0, 5	-			14, 5
Тема 2. <b>Медіа як інституції та організації</b>	15	2	2			1 1	15	0, 5	-			14, 5
Тема 3. <b>Розвиток медіа: революційні й еволюційні етапи</b>	15	2	2			1 1	15	0, 5	1			13, 5
Тема 4. <b>Впливи медіа на реципієнтів</b>	15	2	2			1 1	15	0, 5	1			13, 5
Разом за розділом 1	60	8	8			4 4	60	2	2			56
<b>Розділ 2. Інформаційні війни й медіа</b>												
Тема 5. <b>Пропаганда й медіа на тлі ХХ ст.</b>	15	2	2			1 1	15	0, 5	-			14, 5
Тема 6. <b>Інформаційні війни ХХІ ст. й нові медіа</b>	15	2	2			1 1	15	0, 5				14, 5

Тема 7. <b>Методологія антифейку</b>	15	2	2			1 1	15	0, 5	1			13, 5
Тема 8. <b>Як перемогти у війні смислів й виграти інформаційн у війну?</b>	15	2	2			1 1	15	0, 5	1			13, 5
Разом за розділом 2	60	8	8			4 4	60	2	2			56
Усього годин	120	1 6	1 6			8 8	120	4	4			112

#### 4. Теми семінарських занять

##### 4.1 Теми занять д.в.

№ з/п	Назва теми	Кількість Годин
1.	Тема 1.1 . Медіаграмотність як результат медіаосвіти	2
2.	Тема 1.2. Інституціоналізація медіа та їх функціонування в якості організацій виробничого типу	2
3.	Тема 1.3. Медіасфера: історія старих і нових медіа	2
4.	Тема 1.4. Ефекти медіа та їх впливи на реципієнтів	2
5.	Тема 2.1. Виникнення й еволюція пропаганди	2
6.	Тема 2.2. Сучасні інформаційні війни й роль медіа	2
7.	Тема 2.3. Як розпізнати фейк?	2
8.	Тема 2.4. Протидія інформаційним впливам: контрпропаганда, критичне мислення, інфо-імунітет	2
	Разом	16

##### 4.1 Теми занять з.в.

№ з/п	Назва теми	Кількість Годин
1	Тема 1.1 . Сутність і завдання медіаосвіти.	1

	Інституціоналізація медіа.	
2	Тема 1.2. Види медіа та їх впливи на свідомість реципієнтів.	1
3	Тема 2.1. Пропаганда й інформаційні війни: еволюція протягом XX і XXI ст.	1
4	Тема 2.2. Технології інформаційних війн й протидія пропагандистським впливам.	1
	Разом	4

### 5. Завдання для самостійної роботи

#### Денне відділення

	Зміст завдання	
1	Підготовка до семінарського заняття № 1.1	11
2	Підготовка до семінарського заняття № 1.2	11
3	Підготовка до семінарського заняття № 1.3	11
4	Підготовка до семінарського заняття № 1.4	11
5	Підготовка до семінарського заняття № 2.1	11
6	Підготовка до семінарського заняття № 2.2	11
7	Підготовка до семінарського заняття № 2.3	11
8	Підготовка до семінарського заняття № 2.4	11
Разом		88

#### Заочне відділення

1	Підготовка до семінарського заняття № 1.1	15
2	Підготовка до семінарського заняття № 1.2	15
3	Підготовка до семінарського заняття № 2.1	15
4	Підготовка до семінарського заняття № 2.2	15
5	Написання контрольної роботи	32
6	Підготовка до залікового тесту	20
Разом		112

### 6. Індивідуальні завдання

Індивідуальні завдання не передбачено навчальним планом.

### 7. Методи навчання

В процесі викладання курсу використовуються:

**Пояснювально-ілюстративний метод** за умов демонстрації на екрані слайдів, візуалізації навчального матеріалу.

**Репродуктивний метод**, якщо вивчаються законодавчі акти, стандарти журналістської діяльності, класифікаційні схеми.

**Метод проблемного викладення**, якщо викладач моделює проблемну ситуацію та організує її обговорення й пошук істини через дискусію.

**Частково-пошуковий, або евристичний метод** – викладач стимулює самостійний пошук відповідей на проблемні питання шляхом звернення до нормативних актів, посібників, розрахункового матеріалу.

Застосовуються наступні форми навчання:

**Лекції** – викладення теоретичного матеріалу лектором згідно навчальної програми і розподілу годин поміж темами. Використовуються різні інтерактивні форми активізації аудиторії та відеопрезентації вербальної інформації. Лектор має власний конспект, що відображає основний зміст теми, студенти занотовують нову інформацію у власні конспекти.

**Семінарські заняття** – проводяться у формі семінарських занять або практикуму. Для семінарських занять студенти опрацьовують лекційний матеріал, готують виступи з використанням навчальної і наукової літератури, виступають з рефератами та есе. Лектор оцінює активність студентів впродовж семінару за прийнятою шкалою оцінок в балах. Практикум передбачає виконання у присутності викладача самостійного завдання, розв'язання задачі або написання есе та обговорення обраних алгоритмів та отриманих результатів. Практична робота оцінюється викладачем. Семінарські заняття і практикуми можуть бути побудовані у формі ділової гри або дискусії.

**Написання реферату** – вид самостійної роботи, що виконується студентом поза аудиторними годинами. Студент вільно обирає тематику з числа тем, які пропонуються планами семінарських занять, або узгоджує з викладачем ініціативну тематику. Наступним кроком студент здійснює бібліографічний пошук, використовуючи бібліотечні фонди або інтернет-ресурси. Також складає план реферату або ставить питання, на які треба отримати аргументовану відповідь. Опанувавши джерела за темою (не менше трьох), студент реферує зміст наукових джерел таким чином, аби розкрити зміст питань або дати відповідь на поставлені питання. Обсяг реферату – до 10 стандартних сторінок, набраних на комп'ютері або написаних власноруч. Реферат оформлюється згідно існуючому в університеті стандарту. Реферат зачитується або його основний зміст доповідається у вільній формі на семінарському занятті, і студент отримує оцінку від викладача.

**Методи навчання в умовах карантинних обмежень або воєнного часу** – заняття проводяться частково (лекції) або повністю в режимі он-лайн. Студенти попередньо запрошуються до реєстрації у класрум, заняття відбуваються на платформі Google Meet. Комунікація викладач – студент

здійснюється завдяки сервісам класруму, за потреби спілкування ведеться за допомоги інших ресурсів Інтернет.

### 8. Методи контролю

Контроль знань з навчальної дисципліни визначає відповідність рівня отриманих студентами знань, вмінь та навичок вимогам нормативних документів з вищої освіти. Навчальним планом та програмою навчальної дисципліни передбачені різні види завдань та контрольна робота.

Поточний контроль – виконання тестових завдань; оцінювання якості виконаних завдань на семінарських заняттях та завдань для самостійної роботи, оцінювання ступеню активності студентів під час обговорення аналітичних практичних завдань.

Підсумковим контролем знань є залік (у формі виконання тестових завдань).

Залік у вигляді тесту може проводитись як в аудиторії, так і дистанційно (за потреби). Тест може виконуватись письмово або онлайн (за допомогою Google Classroom або Moodle). Використання Google Classroom або Moodle можливо і під час аудиторного виконання залікового тесту.

### 9. Схема нарахування балів

#### Денне відділення

Поточний контроль, самостійна робота, індивідуальні завдання								Контрольна робота, передбачена навчальним планом	Індивідуальне завдання	Залік	Сума
Т 1	Т 2	Т 3	Т 4	Т 5	Т 6	Т 7	Т 8				
5	5	5	5	5	5	5	5	20	-	40	100



### Заочне відділення

Поточний контроль, самостійна робота, індивідуальні завдання						Залік	Сума
T1 T2	T3 T4	T5 T6	T7 T8	Контрольна робота, передбачена навчальним планом	Індивідуальне завдання		
5	5	5	5	40	-	40	100

#### Критерії оцінювання поточного контролю:

<b>Високий рівень</b> 5 балів	Робота студента характеризується повним, глибоким та змістовним знанням теоретичного та практичного матеріалу з теми, вільним володінням термінами та поняттями дисципліни, що вивчається, його роботи характеризуються творчим креативним підходом.
<b>Середній рівень</b> 3-4 бали	Робота студента характеризується повним і змістовним знанням теоретичного матеріалу з теми, вільним володінням термінами та поняттями. Але він допускає у роботі деякі несуттєві неточності, його роботи не характеризуються творчим креативним підходом.
<b>Низький рівень</b> 1-2 бали	Робота студента характеризується слабким і невпевненим знанням як теоретичного, так практичного матеріалу. Він допускає багато помилок у відповідях на конкретні питання.
<b>Незадовільний рівень</b> 0 балів	У студента дуже слабкий рівень знань теоретичного матеріалу; він не може застосовувати його на практиці; допускає змістовні помилки у виконанні завдань та у відповідях на питання.

#### Критерії оцінювання контрольної роботи:

<b>Високий рівень</b> Відповідь повна, змістовна, з однією або двома незначними помилками	Зараховано	17 – 20 балів
--	------------	---------------

<b>Середній рівень</b> Відповідь повна, кількість незначних помилок 3-4 або одна суттєва помилка.		14– 16 балів
<b>Низький рівень</b> Відповідь не досить повна, з декількома суттєвими помилками		10 – 13 балів
<b>Незадовільний рівень</b> Відповідь не повна, містить багато суттєвих змістовних та фактажних помилок	Не зараховано	1 – 8 бали
<b>Незадовільний рівень</b> Відповідь відсутня та (або) не відповідає суті запитання.		0 балів

#### Критерії оцінювання залікового тесту:

<b>Високий рівень</b> 34 - 40 балів	Виконане студентом залікове завдання характеризується вчасним виконанням, кількість правильних відповідей від 34 до 40.
<b>Середній рівень</b> 27 - 33 бали	Виконане студентом залікове завдання характеризується своєчасним виконанням, кількість правильних відповідей від 27 до 33. Або, якщо часові рамки виконання тесту були порушені, то від кількості набраних балів знімається 7 балів.
<b>Низький рівень</b> 19 - 26 бали	Виконане студентом залікове завдання характеризується своєчасним виконанням, кількість правильних відповідей від 19 до 26.
<b>Незадовільний рівень</b> 0-18 балів	Виконане студентом залікове завдання має кількість правильних відповідей від 0 до 18. Або відовіди на тест відсутні.

#### Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка
--	--------

протягом семестру	для чотирирівневої шкали оцінювання (курсова робота)	для дворівневої шкали оцінювання
90 – 100	відмінно	зараховано
70 – 89	добре	
50 – 69	задовільно	
1– 49	незадовільно	не зараховано

## 10. Рекомендована література

### Основна

1. Бурлачук В. (2022). Війна як медійна подія // Українське суспільство в умовах війни. 2022: Колективна монографія / С. Дембіцький, О. Злобіна, Н. Костенко та ін.; за ред. член.-кор. НАН України, д. філос. н. Є. Головаха, д. соц. н. С. Макеєва. Київ: Інститут соціології НАН України, 2022. 410 с. Доступно: <https://i-soc.com.ua/assets/files/monitoring/maket-vijna...2022dlya-tipografiivse.pdf>
2. Головаха, Є. (2022). Як перемогти РФ в інформаційній війні: основні напрями і принципи контрпропаганди. Є. Головаха, С. Макеєв (ред.), *Українське суспільство в умовах війни* (сс. 261–263). Київ: Інститут соціології НАН України.
3. Золотухін Д. Ю. (2018). Біла книга спеціальних інформаційних операцій проти України 2014 – 2018. К. 384 с.
4. Кулеба Дм. (2022). Війна за реальність. Як перемагати у світі фейків, правд і спільнот. К. Книголав. 384 с. URL: [https://bookinstejn.ua/files/attach\\_files/id911648.pdf](https://bookinstejn.ua/files/attach_files/id911648.pdf)
5. Медіаосвіта та медіа грамотність [Електронний ресурс] : підручник для студентів педагогічних коледжів / Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; За науковою редакцією В. В. Різуна. К.: Центр Вільної Преси, 2014. 431 с. – Режим доступу: <http://www.aup.com.ua/uploads/mo3.pdf>.
6. Почепцов Г. (2018). Пропаганда 2.0. – Харків: Фоліо, 2018. – 796 с.
7. Російський спрут у дії. Кейс «Україна». На основі досліджень експертної групи під егідою Центру глобалістики «Стратегія ХХІ» за підтримки Міжнародного Фонду «Відродження». К.: МФ «Відродження», 2021. 104 с.
8. Шейбе, С., Рогоу, Ф. (2014). Медіаграмотність [Електронний ресурс] : Підручник для вчителя / Сінді Шейбе, Фейз Рогоу / Перекл. з англ. С.

Дьома; за загал. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. К. : Центр вільної преси, Академія української преси, 2014. 319 с. – Режим доступу: <http://www.aup.com.ua/uploads/MG.pdf>.

9. Кірієнко У. (2023). Медіаграмотність для освітян в умовах війни: Інформаційно-аналітичні матеріали. Київ, 2023. – Режим доступу:

<https://dnpb.gov.ua/my/R2-KUV-Presentation%20Media%20Literacy%202023.pdf>

### Допоміжна

1. Абетка медіа / За загал. ред. В. Ф. Іванов; Переклад з нім. В. Климченка. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2015. 177 с.
2. Галлін, Деніел С., Манчіні, Паоло. Сучасні медіасистеми: три моделі відносин ЗМІ та політики [Електронний ресурс] / Деніел С. Галлін, Паоло Манчіні ; пер. з англ. О. Насика. К.: Наука, 2008. 320 с. – Режим доступу: <https://mediasystemy.wordpress.com>
3. Гібридна війна і журналістика: навчальний посібник / за заг. ред. В. О. Жадька. – Київ: Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2018. – 356 с.
4. Данильян, О., & Дзьобань, О. (2022). Інформаційна війна у медіапросторі сучасного суспільства. "Вісник НЮУ імені Ярослава Мудрого". Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія, 3(54). <https://doi.org/10.21564/2663-5704.54.265589>
5. Діти в Інтернеті: як навчити безпеці у віртуальному світі [Електронний ресурс] : посібник для батьків / І. В. Литовченко, С. Д. Максименко, С. І. Болтівець, М.-Л. А. Чепа, Н. М. Бугайова. К.: Видавництво: ТОВ Видавничий Будинок «Аванпост-Прим», 2010. 48 с. – Режим доступу: [http://rvo-kolomak.ucoz.ua/Informatizazija/kijiv\\_star.pdf](http://rvo-kolomak.ucoz.ua/Informatizazija/kijiv_star.pdf).
6. Костриця Н. М. Мазур Н. (1919). Медіаграмотність майбутніх журналістів – вимога часу. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації. [http://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2019/1\\_2019/part\\_2/26.pdf](http://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2019/1_2019/part_2/26.pdf)
7. Костенко Н., Скокова Л. (2023). Від жертвовності до проєкції перемоги: тематизація громадянського дискурсу в Україні. *Українське суспільство в умовах війни. Рік 2023*. К., Інститут соціології НАН України. С.151-176.
8. Лапутіна Ю. Сміслова війна РФ проти України: інструменти, засоби, досвід протидії // Боротьба за людей в умовах гібридної війни: матеріали другого Харківського безпекового форуму (м. Харків, 29-30 листопада 2019) / за ред. проф. І. П. Рущенко. С. 19-25.

9. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід [Електронний ресурс] : навчальний посібник / О. Т. Баришполец, Л. А. Найдьонова, Г. В. Мироненко, О. Є. Голубева, В. В. Різун та ін.; За ред. Л. А. Найдьонової, О. Т. Баришпольця. К.: Міленіум, 2009. 440 с. – Режим доступу: <https://drive.google.com/file/d/0B0VbC0WlJ54oZWVWb2ZZakg2MDA/view?pref=2&pli=1>
10. Михайличенко А. Контрпропаганда в українських ЗМІ, реалії сьогодення. URL: [https://seanewdim.com/uploads/3/4/5/1/34511564/a.\\_mykhailichenko\\_counter-propaganda\\_in\\_the\\_ukrainian\\_media\\_the\\_reality\\_of\\_today.pdf](https://seanewdim.com/uploads/3/4/5/1/34511564/a._mykhailichenko_counter-propaganda_in_the_ukrainian_media_the_reality_of_today.pdf)
11. Мороз О. Нація овочів? Як інформація змінює мислення і поведінку українців. – К.: Yakaboo Publishing, 2020. 288 с.
12. Померанцев П. Це не пропаганда. Подорож на війну проти реальності / Пер. з англ. Київ: Yakaboo Publishing, 2020. 288 с.
13. Посібник з верифікації [Електронний ресурс] : визначний гід з верифікації цифрового контенту для висвітлення надзвичайних подій. – Режим доступу: [http://verificationhandbook.com/book\\_ua;](http://verificationhandbook.com/book_ua;)  
[http://www.slideshare.net/usnires/ss-47525342.](http://www.slideshare.net/usnires/ss-47525342)
14. Почепцов Г.Г. Сучасні інформаційні війни. – Вид. 3-тє. К. Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2016. 504 с.
15. Результати дослідження рівня медіаграмотності молоді (Стенфорд, США, 2016). URL: <http://www.wsj.com/articles/most-students-dont-know-when-news-is-fake-stanford-study-finds-1479752576?mod=e2fb>
16. Рущенко І. П. Війна цивілізацій: анатомія російсько-українського конфлікту. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2020. 436 с.
17. Рущенко І. П. Пропаганда й контрпропаганда у цифровому суспільстві: інституціоналізація 2.0? // Соціологічний журнал, випуск 25, 2021 р.
18. Рущенко І.П. «Партія війни / Партія миру» як ідеологема психологічної війни РФ проти України // Науковий семінар Харківського національного університету Повітряних Сил ім. Івана Кожедуба «Інформаційна агресія Російської Федерації проти України»: тези доповідей, 12 грудня 2019 р. – Х.: ХНУПС ім. І.Кожедуба, 2019. – С.18-21.
19. Тест на завдання медіаграмотності (2023). Фільтр – національний проєкт з медіаграмотності. <https://filter.mkip.gov.ua/test/>
20. Український медіаландшафт – 2015 [Електронний ресурс] : аналітичний звіт / За ред. В. Ф. Іванова. К.: ФКА, АУП, 2015. – Режим доступу: [http://www.aup.com.ua/upd/kas\\_43639-1522-13-30.pdf](http://www.aup.com.ua/upd/kas_43639-1522-13-30.pdf).

### Література на іноземній мові

1. Article 19. (1999, June). Right to Know: Principles on Freedom of Information Legislation. International Standards Series. Retrieved 27 May 2009 from [www.article19.org/pdfs/standards/righttoknow.pdf](http://www.article19.org/pdfs/standards/righttoknow.pdf)
2. Bertrand, Claude-Jean. (2003). *Media Ethics and Accountability Systems*. New York: Hampton Press
3. Chuka Neil, Born Jean François. Hybrid warfare Implications for CAF force development / Defence Research and Development Canada, 2014.
4. Committee to Protect Journalists, at <http://www.cpj.org>
5. Dominick, J. R. (2007). *The Dynamics of Mass Communications*. 9th ed. Boston: McGraw-Hill
6. Dutton, William H. [Social transformation in an information society: rethinking access to you and the world](#), 2004, 134 p.
7. Hoffman F. The Contemporary Spectrum of Conflict: Protracted, Gray Zone, Ambiguous, and Hybrid Modes of War // The heritage foundation / 2016 index of U.S. military strength. Доступно: [https://www.heritage.org/sites/default/files/2019-10/2016\\_IndexOfUSMilitaryStrength\\_The%20Contemporary%20Spectrum%20of%20Conflict\\_Protracted%20Gray%20Zone%20Ambiguous%20and%20Hybrid%20Modes%20of%20War.pdf](https://www.heritage.org/sites/default/files/2019-10/2016_IndexOfUSMilitaryStrength_The%20Contemporary%20Spectrum%20of%20Conflict_Protracted%20Gray%20Zone%20Ambiguous%20and%20Hybrid%20Modes%20of%20War.pdf)
8. [http://portal.unesco.org/ci/en/files/19137/11164945435advocacy\\_brochure.pdf](http://portal.unesco.org/ci/en/files/19137/11164945435advocacy_brochure.pdf)
9. Joseph, Ammu. (2005): Media Matters Citizens Care. Retrieved on 17 May 2011 from
10. Mencher, Melvin. (2006). *News Reporting and Writing* (10th ed.). Boston: McGraw-Hill
11. Mendel, Toby. (2008). *Freedom of Information: A Comparative Legal Survey* (2nd Ed.).
12. Panofsky I. Style and Medium in the Motion Pictures Wilson, Carolyn; Grizzle, Alton; Tuazon, Ramon; Akyempong, Kwame; Cheung, Chi-Kim. Media and information literacy curriculum for teachers, 2011, 192 p.
13. Paris: UNESCO, at <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001584/158450e.pdf>
14. Reporters sans frontières, at <http://www.rsf.org>
15. Rosenstiel, Tom and A. Mitchell (eds). (2003). *Thinking Clearly: Cases in Journalistic Decision-Making*. New York: Columbia University Press
16. State of the News Media, at <http://www.journalism.org>
17. UNESCO. (2007). *Model Curricula for Journalism Education for Developing Countries and Emerging Democracies*. Paris: UNESCO, at <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001512/151209e.pdf>

18. UNESCO. (2009) Guidelines for Broadcasters on Promoting User Generated Content and Media and Information Literacy. Paris: UNESCO, at <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001871/187160e.pdf>
19. Ward, S.J.A. (2005). Philosophical Foundations of Global Journalism Ethics. *Journal of Mass Media Ethics* 20:1, 3-21
20. Kuchmii, O., & Frolova, O. (2023). The Use of Social Media as a Tool of Modern Hybrid Warfare. *Acta De Historia & Politica: Saeculum XXI*, 93-104. <https://doi.org/10.26693/ahpsxxi2023.si.093>

**Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті, відео-лекції, інше  
методичне забезпечення**

**ЗАКОНИ УКРАЇНИ**

**«Про авторське право і суміжні права»** [Електронний ресурс] :  
від 23.12.1993 № 3792-ХІІ. – Режим доступу:  
<http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/3792-12>. – Мова: українська.

**«Про доступ до публічної інформації»** [Електронний ресурс] :  
від 13.01.2011 № 2939-VІ. – Режим доступу:  
<http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2939-17>. – Мова: українська.

**«Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні»**  
[Електронний ресурс] : від 16.11.1992 № 2782-ХІІ. – Режим  
доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2782-12>. – Мова:  
українська.

**«Про захист суспільної моралі»** [Електронний ресурс] :  
від 20.11.2003 № 1296-ІV. – Режим доступу:  
<http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1296-15>. – Мова: українська.

**«Про інформаційні агентства»** [Електронний ресурс] :  
від 28.02.1995 № 74/95-ВР. – Режим доступу:  
<http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/74/95-вр>. – Мова: українська.

**«Про інформацію»** [Електронний ресурс] :  
від 02.10.1992 № 2657-ХІІ. – Режим доступу:

<http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>. – Мова: українська.

**«Про кінематографію»** [Електронний ресурс] :

від 13.01.1998 № 9/98-ВР. – Режим доступу:

<http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/9/98-вр>. – Мова: українська.

**«Про Національну раду України з питань телебачення і радіомовлення»** [Електронний ресурс] :

від 23.09.1997 № 538/97-ВР. – Режим доступу:

<http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/538/97-вр>. – Мова: українська.

**«Про рекламу»** [Електронний ресурс] :

від 03.07.1996 № 270/96-ВР. – Режим доступу:

<http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр>. – Мова: українська.

**«Про телебачення і радіомовлення»** [Електронний ресурс] :

від 21.12.1993 № 3759-ХІІ. – Режим доступу:

<http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/3759-12>. – Мова: українська

### Сайти

**Центр протидії дезінформації при РНБО** [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://cpd.gov.ua>. Офіційний сайт нещодавно утвореної державної інституції, поточне завдання якої – розвінчувати фейки російської пропаганди в умовах широкомасштабної агресії й існування інформаційного фронту протиборства держав.

**FAKE OFF** [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://fakeoff.org/uk>. – Мова: українська. Сайт журналістських розслідувань, основне завдання якого допомогти будь-якій людині спробувати знайти правду, розібратися в потоці подій, що відбуваються, розібрати спірні новини, з'ясувати справжнє підґрунтя історичних подій, навчитися шукати і знаходити істину, доводити правдивість своїх тверджень.

**Stopfake.org** [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.stopfake.org>. – Мова: російська. Сайт для перевірки фактів. Головна мета – верифікація (перевірка істинності, встановлення вірогідності) інформації, посилення медіаграмотності аудиторії і боротьба за чітке розмежування між журналістикою фактів і пропагандою.

**Академія української преси** [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.aup.com.ua>. – Мова: українська. Бібліотека з медіаосвіти



(презентації, посібники, програми, уроки, електронні ресурси, відеолекції).

**Детектор медіа** [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://detector.media>. – Мова: українська. Інтернет-видання «Детектор медіа» – watchdog (вартувий) українських ЗМІ.

**Інститут масової інформації** [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://imi.org.ua>. – Мова: українська. Моніторинг джинси (звіти). Моніторинг журналістських стандартів. Медіа і психологія. Місія – сприяння становленню громадянського суспільства в Україні, шляхом розвитку якісної журналістики, медіаграмотності населення та доступу до публічної інформації.

**Медіаграмотність** [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua>. – Мова: українська. Медіапросвіта (Медіаосвіта).

**Медіакритика** [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mediakrytyka.info>. – Мова: українська. Наукові та науково-популярні статті з проблем масової комунікації та мас-медій.

**Медіаосвіта і медіаграмотність** [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.medialiteracy.org.ua>. – Мова: українська. Вчителю, викладачу, медіаспоживачу, бібліотекарю (презентації, відеоматеріали, публікації, програми уроків). Портал створено на базі он-лайн бібліотеки з медіаосвіти Міжнародного благодійного фонду «Академія української преси». Місія Академії української преси – сприяти поінформованому та критичному сприйняттю медіа українським суспільством та дотриманню стандартів соціально-відповідальної журналістики. Платформа для спілкування медіаосвітян та всіх, хто бажає отримати знання та навички з медіаграмотності. Портал містить розділи як для всіх категорій медіапедагогів, так і для медіаспоживачів.

**Медіапсихологія і медіаосвіта** [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mediaosvita.org.ua>. – Мова: українська. Дослідження соціально-психологічних аспектів масової комунікації та організації медіаосвіти молоді, формування у неї психологічної стійкості до соціально шкідливої інформації, готовності до ефективної взаємодії з інформаційним простором.

**Про Інтернет** [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.prointernet.in.ua>. – Мова: українська. Проект «Про Інтернет» розповідає про те, як отримати доступ до знань, знайти потрібну інформацію, критично оцінити контент, створити власний інтернет-проект, спілкуватися – і робити все це, дотримуючись 6 простих правил безпеки.

**Телекритика** [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.telekritika.ua>. – Мова: українська. Критика телепродукту, оцінка якості телепрограм, теленовин і ток-шоу; висвітлення подій медіаринку,

рейтингів телеперегляду; огляди, аналітика процесів на телеканалах, у друкованих та електронних ЗМІ, а також у навколomedійній сфері, законодавство і право в медіагалузі України та світу, права журналістів, розвиток регіональних медіа.

Листівки Третього рейху для СРСР – Вікіпедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://questin.elama.pp.ua/simpwhat/tekst-listivki-nimciv.html>

Додаток до робочої програми навчальної дисципліни «Основи  
медіаграмотності»  
(назва дисципліни)

Дію робочої програми продовжено: на 2023/2024 н. р.

Заступник декана соціологічного факультету з навчальної роботи

\_\_\_\_\_ В'ячеслав НІКУЛІН  
(підпис) (прізвище, ініціали)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2023 р.

Голова науково-методичної комісії соціологічного факультету

\_\_\_\_\_ Юлія СОРОКА  
(підпис) (прізвище, ініціали)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2023 р.

## ПЛАНІ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Основи медіаграмотності»

### ВСТУП

Семінарські заняття з дисципліни «Основи медіаграмотності» слугують закріпленню теоретичних знань шляхом обговорення питань, винесених на семінар. Студенти мають продемонструвати теоретичні знання й практичні навички шляхом відповідей на поставлені питання, приймаючи участь у дискусії, презентуючи власні реферати та творчі завдання. Загальний обсяг семінарських занять: для очної форми навчання - 16 академічні години; для заочної – 4 год.

### Розділ 1.

### СВІТ МЕДІА

#### Тема 1.1

#### Медіаграмотність як результат медіаосвіти

( 2 год.)

#### **Основні питання:**

1. Актуальність медіаграмотності для сучасних людей. Небезпеки і ризики, які існують у медіа сфері, та суспільний запит на медіаосвіту.
2. Базові поняття курсу: «інформація», «інформаційне суспільство», «медіа», «медіасфера», «медіаосвіта».
3. Провідні теоретики медіалогії та медіаосвіти та постановка питання щодо необхідності медіаосвіти.
4. Основні моделі медіаосвіти.
5. Медіаграмотність: критерії, компетентності, шляхи формування.

#### **Реферати:**

1. Торонтська школа медіалогії: праці Г. Іннеса і М. Маклуена.
2. Розвиток медіаосвіти в Україні.
3. Місце медіа у демократичних і тоталітарних системах.

#### **Питання для самоперевірки й дискусійні питання:**

- Які властивості відрізняють сучасне інформаційне суспільство від суспільств «доінформаційної ери»?
- Які медіа вважаються «природними»?
- Маршалл Маклуен увів поняття «світове село». Яким чином це пов'язане з медіа?
- Які медіа Маршалл Маклуен вважав «холодними», а які «теплыми»?

- Визначте види небезпек, що можуть спіткати пересічну людину у медіа сфері.
- Чому медіаосвіта не впроваджувалася у колишньому СРСР?
- Яку людину можна вважати медіаграмотною?

### **Література:**

1. Joseph, Ammu. (2005): Media Matters Citizens Care. Retrieved on 17 May 2011 from
2. UNESCO. (2007). Model Curricula for Journalism Education for Developing Countries and Emerging Democracies. Paris: UNESCO, at <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001512/151209e.pdf>
3. Абетка медіа / За загал. ред. В. Ф. Іванов; Переклад з нім. В. Климченка. — Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2015. — 177 с.
4. Бабій Р. О. Аналіз підходів до визначення понять «медіаосвіта», «медіаграмотність», «медіапедагогіка» // Збірник наукових праць Хмельницького інституту соціальних технологій Університету «Україна», №1(7)/2013
5. Галлін, Деніел С., Манчіні, Паоло. Сучасні медіасистеми: три моделі відносин ЗМІ та політики [Електронний ресурс] / Деніел С. Галлін, Паоло Манчіні ; пер. з англ. О. Насика. – К.: Наука, 2008. – 320 с. – Режим доступу: <https://mediasystemy.wordpress.com>
6. Медіаосвіта та медіаграмотність [Електронний ресурс] : підручник для студентів педагогічних коледжів / Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; За науковою редакцією В. В. Різуна. – К.: Центр Вільної Преси, 2014. – 431 с. – Режим доступу: <http://www.aup.com.ua/uploads/mo3.pdf>.
7. Результати дослідження рівня медіаграмотності молоді (Стенфорд, США, 2016)  
<http://www.wsj.com/articles/most-students-dont-know-when-news-is-fake-stanford-study-finds-1479752576?mod=e2fb>
8. Шейбе, С., Рогоу, Ф. Медіаграмотність [Електронний ресурс] : Підручник для вчителя / Сінді Шейбе, Фейз Рогоу / Перекл. з англ. С. Дьома; за загал. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. – К. : Центр вільної преси, Академія української преси, 2014. – 319 с. – Режим доступу: <http://www.aup.com.ua/uploads/MG.pdf>.

### Тема 1.2

## **Інституціоналізація медіа та їх функціонування в якості організацій виробничого типу**

(2 год.)

**Основні питання:**

1. Медіа як інституції: сутність, структура, суспільна роль.
2. Етапи інституціоналізації медіа (на прикладі книги).
3. Свобода слова і цензура як соціальні явища. Типи, вид й методи цензурування медіа. Боротьба за свободу слова.
4. Авторське право: сутність, об'єкти, види.
5. Бізнес-модель організації.
6. Реклама як фінансове джерело існування медіа.

**Реферати:**

1. Феномен «Charlie Hebdo» й проблема свободи слова в умовах полікультурного соціуму.
2. Історія цензури та боротьби за свободу слова.
3. Боротьба за свободу слова в Україні.

**Питання для самоперевірки й дискусійні питання:**

- Визначте суспільні наслідки винаходу Гутенберга.
- Коли виник перший тип мас-медіа?
- Які ознаки вказують на інституційний характер медіа?
- Які регулятори медіа діяльності існують в Україні?
- За яких умов можуть відбуватися обмеження свободи слова у демократичних країнах?
- Чому тоталітарне суспільство не може існувати без цензури?
- Яке авторське право визначається як «майнове», а яке як «немайнове»?

**Література:**

1. Dominick, J. R. (2007). *The Dynamics of Mass Communications*. 9th ed. Boston: McGraw-Hill
2. Mendel, Toby. (2008). *Freedom of Information: A Comparative Legal Survey* (2nd Ed.).
3. UNESCO. (2007). *Model Curricula for Journalism Education for Developing Countries and Emerging Democracies*. Paris: UNESCO, at <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001512/151209e.pdf>
4. Ward, S.J.A. (2005). Philosophical Foundations of Global Journalism Ethics. *Journal of Mass Media Ethics* 20:1, 3-21
5. Баришполець, О. Т. Брехня в інформаційному просторі та міжособовій комунікації [Електронний ресурс] : монографія / О. Т. Баришполець ; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. – Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2013. – 648 с. – Режим доступу: <http://journlib.univ.kiev.ua/mono/maketBarishpolets.pdf>.
6. Журналістська революція 2004. Події, люди, дискусії. Упоряд.: Наталя

Лигачова, Леся Ганжа. — К.: "Вістка", 2005. — 284 с.

7. Український медіаландшафт – 2015 [Електронний ресурс] : аналітичний звіт / За ред. В. Ф. Іванова. – К.: ФКА, АУП, 2015. – Режим доступу: [http://www.aup.com.ua/upd/kas\\_43639-1522-13-30.pdf](http://www.aup.com.ua/upd/kas_43639-1522-13-30.pdf).
8. Шейбе, С., Рогоу, Ф. Медіаграмотність [Електронний ресурс] : Підручник для вчителя / Сінді Шейбе, Фейз Рогоу / Перекл. з англ. С. Дьома; за загал. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. – К. : Центр вільної преси, Академія української преси, 2014. – 319 с. – Режим доступу: <http://www.aup.com.ua/uploads/MG.pdf>.

### Тема 1.3

## Медіасфера: історія старих і нових медіа

( 2 год.)

### Основні питання:

1. Медіа-революції й цивілізаційний поступ: від перших аграрних суспільств до сьогодення. Природні і перші рукотворні медіа.
2. Пам'ятники і стародавні архітектурні споруди як медіа.
3. Революція Гутенберга й історія друкованих медіа. Книговидавництво. Газетярство. Журнал як медіа.
4. Жанрові формати контенту друкованих медіа, структура газетного випуску.
5. Медіа ХХ ст. на електронних платформах. Етапи розвитку радіо й конкуренція з іншими медіа. Винахід телебачення та його вплив на суспільство.
6. Цифрове суспільство і нові медіа: технічний бік, нові інформаційні можливості, цифрова медіа-революція.
7. Медіасфера України: економічні й політичні аспекти.

### Реферати:

1. CNN- нова якість новинного телебачення.
2. Історія харківського радіо і телебачення.
3. Специфіка радіомовлення в СРСР.
4. Соціальні мережі й нові можливості для журналістики.

### Питання для самоперевірки й дискусійні питання:

- Які технологічні революції зробили можливим масовий друк газет?
- В чому полягає різниця між газетами й журналами?
- В чому полягає закон Ріпля?
- Що означає діджіталізація стосовно медіа, у т.ч. старих медіа?
- Які нові можливості для реципієнта відкривають нові медіа?
- Чи зникне остаточно друкована книга?
- Як еволюціонувала журналістика в умовах медіа-революцій?

**Література:**

1. Dutton, William H. [Social transformation in an information society: rethinking access to you and the world](#), 2004, 134 p.
2. Panofsky I. Style and Medium in the Motion Pictures Wilson, Carolyn; Grizzle, Alton; Tuazon, Ramon; Akyempong, Kwame; Cheung, Chi-Kim. Media and information literacy curriculum for teachers, 2011, 192 p.
3. State of the News Media, at <http://www.journalism.org>
4. Абетка медіа / За загал. ред. В. Ф. Іванов; Переклад з нім. В. Климченка. — Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2015. — 177 с.
5. Бернерс-Лі Т. Заснування Павутини: З чого починалася і до чого прийде Всесвітня мережа / Перекл. з англ. А. Іщенка. — К.: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2007. — 207 с.
6. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; За науковою редакцією В. В. Різуна.— Київ: Центр Вільної Преси, 2013. — 352 с.
7. Український медіаландшафт – 2015 [Електронний ресурс] : аналітичний звіт / За ред. В. Ф. Іванова. – К.: ФКА, АУП, 2015. – Режим доступу: [http://www.aup.com.ua/upd/kas\\_43639-1522-13-30.pdf](http://www.aup.com.ua/upd/kas_43639-1522-13-30.pdf).
8. Шпак В. Друковані ЗМІ України: історіографічний аспект // Теорія і практика сучасної журналістики. – 2018. - №1.

## Тема 1.4.

**Ефекти медіа та їх впливи на реципієнтів**

( 2 год.)

**Основні питання:**

1. Аналіз медіа впливів на реципієнтів.
2. Особистість як реципієнт медіа повідомлень: напрями впливу інформації на людину.
3. Маніпуляція свідомістю реципієнтів як потенційна загроза медіа.
4. Механізми впливу медіа на реципієнтів: стереотипізація й стигматизація свідомості. Медійні прийоми маніпуляції свідомістю реципієнтів.
5. Специфіка ефектів нових медіа: мультимедійність і кліпове сприйняття реальності, «інформаційні бульбашки».
6. Медіасоціалізація дітей: нові виклики.
7. Мультимедійна залежність та засоби її профілактики.

**Реферати:**

1. Теорія стигматизації І. Гофмана.
2. Нові медіа і можливість соціальної мобілізації в умовах суспільної кризи.
3. Інтернет-адикція як вид девіантної поведінки.



4. Конспірологія як засіб маніпуляція свідомістю.

**Питання для самоперевірки й дискусійні питання:**

- Що стоїть за раціональним і емоціональним сприйняття медіаконтенту?
- В чому полягає сутність теорії стереотипів В. Ліппмана?
- Чи можуть медіа впливати на поведінку людини?
- Які наслідки анонімності у соціальних мережах?
- Які обмеження з боку дорослих є прийнятними стосовно користування дітьми гаджетами?

**Література:**

1. Bertrand, Claude-Jean. (2003). *Media Ethics and Accountability Systems*. New York: Hampton Press
2. Mencher, Melvin. (2006). *News Reporting and Writing* (10th ed.). Boston: McGraw-Hill
3. Rosenstiel, Tom and A. Mitchell (eds). (2003). *Thinking Clearly: Cases in Journalistic Decision-Making*. New York: Columbia University Press
4. Ward, S.J.A. (2005). Philosophical Foundations of Global Journalism Ethics. *Journal of Mass Media Ethics* 20:1, 3-21
5. Діти в Інтернеті: як навчити безпеці у віртуальному світі [Електронний ресурс] : посібник для батьків / І. В. Литовченко, С. Д. Максименко, С. І. Болтівець, М.-Л. А. Чепи, Н. М. Бугайова. – К.: Видавництво: ТОВ Видавничий Будинок «Аванпост-Прим», 2010. – 48 с. – Режим доступу: [http://rvo-kolomak.ucoz.ua/Informatizazija/kijiv\\_star.pdf](http://rvo-kolomak.ucoz.ua/Informatizazija/kijiv_star.pdf).
6. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід [Електронний ресурс] : навчальний посібник / О. Т. Барішпольця, Л. А. Найдьонова, Г. В. Мироненко, О. Є. Голубева, В. В. Різун та ін.; За ред. Л. А. Найдьонової, О. Т. Барішпольця. – К.: Міленіум, 2009. – 440 с. – Режим доступу: <https://drive.google.com/file/d/0B0VbC0WlJ54oZWVWb2ZZakg2MDA/view?pref=2&pli=1>
7. Медіаосвіта та медіаграмотність [Електронний ресурс] : підручник для студентів педагогічних коледжів / Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; За науковою редакцією В. В. Різуна. – К.: Центр Вільної Преси, 2014. – 431 с. – Режим доступу: <http://www.aup.com.ua/uploads/mo3.pdf>.
8. Померанцев П. Це не пропаганда. Подорож на війну проти реальності / Пер. з англ. – Київ: Yakaboo Publishing, 2020, – 288 с.

## ІНФОРМАЦІЙНІ ВІЙНИ Й МЕДІА

### Тема 2.1.

#### Виникнення й еволюція пропаганди

( 2 год.)

#### Основні питання:

1. Пропаганда як соціальне явище: сутність, типи й види пропаганди.
2. Використання медіа для цілей військової пропаганда на прикладах Першої та Другої світових війн.
3. Пропаганда як соціальний інститут. Роль пропаганди у тоталітарних суспільствах. Пропаганда у нацистській Німеччині і комуністичному СРСР.
4. Роль медіа у ідеологічному протиборстві за часів Холодної війни.
5. Роль інформаційних інтервенцій у занепаді комунізму й розпаді СРСР.
6. Алгоритм розпізнання пропаганди.

#### Реферати:

1. Пропагандистський плакат як медіа.
2. Основні прийоми військової пропаганди.
3. Німецька й радянська пропаганда на території України в роки Другої світової війни.
4. Радіо пропаганда в роки Холодної війни.
5. Політика Гласності й руйнація радянської комуністичної системи.
6. Теорія змін Курта Левіна й роль інформаційних інтервенцій у соціальній динаміці.

#### Питання для самоперевірки й дискусійні питання:

- Назвіть відмінності пропаганди від звичайних інформаційних повідомлень.
- Пропаганда – це добре чи погано?
- За якими напрямками ведеться військова пропаганда?
- Яким медіа віддавав перевагу В. Ленін і чому?
- На яких принципах будувалася пропаганда у нацистській Німеччині?
- Які види пропаганди можна спостерігати у демократичних країнах?
- Як використовувалися зооморфні образи у політичному плакаті?
- Які прийоми наочної пропаганди використовували карикатуристи?
- Що означала кампанія Гласності з інформаційно-медійного боку?

#### Література:

1. Павлов Д. Політична пропаганда як засіб здобуття, утримання та реалізації влади <http://zpv.knu.ua/index.php/pb/article/view/15>
2. Померанцев П. Це не пропаганда. Подорож на війну проти реальності / Пер. з англ. – Київ: Yakaboo Publishing, 2020, – 288 с.
3. Почепцов Г. Пропаганда 2.0. – Харків: Фоліо, 2018. – 796 с.

4. Рущенко І. П. Пропаганда й контрпропаганда у цифровому суспільстві: інституціоналізація 2.0? // Соціологічний журнал, випуск 25, 2021 р.
5. Рущенко І.П. «Партія війни / Партія миру» як ідеологема психологічної війни РФ проти України // Науковий семінар Харківського національного університету Повітряних Сил ім. Івана Кожедуба «Інформаційна агресія Російської Федерації проти України»: тези доповідей, 12 грудня 2019 р. – Х.: ХНУПС ім. І.Кожедуба, 2019. – С.18-21.

## Тема 2.2.

### Сучасні інформаційні війни й роль медіа

( 2 год.)

#### **Основні питання:**

1. Яка доля спіткала пропаганду у ХХІ ст.? Причини занепаду інститутів пропаганди та відродження пропаганди у форматі сучасних інформаційних війн.
2. ХХІ століття: причини загострення міжнародної ситуації після закінчення Холодної війни. Концепт гібридної війни та роль інформаційної складової.
3. Феномен Російської пропаганди. Основні методи й прийоми російської пропаганди з використанням традиційних і нових медіа.
4. Інформаційний фронт боротьби України з російською агресією.

#### **5. Реферати:**

1. Теорія «м'якої» сили Дж. Найа і стратегія сучасної пропаганди.
2. Теорія зіткнення цивілізацій С. Гантінгтона.
3. Концепт гібридної війни й інформаційно-психологічні впливи.
4. Ольгінські тролі й платний тролінг.

#### **Питання для самоперевірки й дискусійні питання:**

- Чи може існувати пропаганда речами, кіно, мистецтвом?
- Що означає «м'яка» сила в інформаційній війні?
- Які цивілізаційні й ідеологічні лінії протистояння склалися у сучасному світі?
- Що означають симетричні й асиметричні відповіді в інформаційних війнах?

#### **Література:**

1. Бурлачук В. (2022). Війна як медійна подія // Українське суспільство в умовах війни. 2022: Колективна монографія / С. Дембіцький, О. Злобіна, Н. Костенко та ін.; за ред. член.-кор. НАН України, д. філос. н. Є. Головахи, д. соц. н. С. Макеєва. Київ: Інститут соціології НАН України, 2022. 410 с. Доступно:

<https://i-soc.com.ua/assets/files/monitoring/maket-vijna...2022dlya-tipografiivse.pdf>

2. Гібридна війна Росії: виклик і загроза для Європи. URL: [http://razumkov.org.ua/images/Material\\_Conference/2016\\_12\\_14/GIBRID-WAR-FINAL-1-1.pdf](http://razumkov.org.ua/images/Material_Conference/2016_12_14/GIBRID-WAR-FINAL-1-1.pdf).
3. Золотухін Д. Ю. #Біла книга спеціальних інформаційних операцій проти України 2014 – 2018/Д. Ю. Золотухін. – К., 2018. – 384 с.
4. Померанцев П. Це не пропаганда. Подорож на війну проти реальності / Пер. з англ. – Київ: Yakaboo Publishing, 2020, – 288 с.
5. Почепцов Г.Г. Сучасні інформаційні війни. – Вид. 3-тє. – К. Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2016. – 504 с.
6. Рущенко І.П. Російсько-українська гібридна війна: погляд соціолога: монографія. – Х.: ФОП Павленко О.Г., 2015 – 268 с.
7. Рущенко І. П. Війна цивілізацій: анатомія російсько-українського конфлікту. – Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2020. – 436 с.

### Тема 2.3.

## Як розпізнати фейк?

( 2 год.)

### Основні питання:

1. Масова і індивідуальна свідомість в епоху інформаційного суспільства та цифрових технологій.
2. Дезінформація, постправда, фейки – знаряддя інформаційних війн.
3. Сутність та види фейку. Механізми і канали розповсюдження фек-н'юз.
4. Методологія антифейку: алгоритм розпізнання брехні.
5. Фактчекінг: ідея і практика в Україні.

### Реферати:

1. Симуляція реальності й симулякри в концепції Ж. Бодріяра.
2. Конспірологія та її використання спецслужбами у неоголошених гібридних війнах.
3. Роль громадськості у протидії дезінформації в російсько-українській гібридній війні.
4. Антифейкові правила.
5. Як не стати жертвою дезінформації?

### Питання для самоперевірки й дискусійні питання:

- Чому людина інформаційного суспільства стає більш вразливою в контексті дезінформації?
- Які види шейків мають місце в інформаційних операціях?

- Як використовуються неформальні канали передачі інформації (чутки) для поширення шейків?
- Що означають поняття «білої», «сірої», «чорної» пропаганди?
- Чому важливо встановлювати джерела інформаційних повідомлень?

### Література:

1. Баришполець, О. Т. Брехня в інформаційному просторі та міжособовій комунікації [Електронний ресурс] : монографія / О. Т. Баришполець ; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. – Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2013. – 648 с. – Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/mono/maketBarishpolets.pdf>.
2. Гібридна війна і журналістика: навчальний посібник / за заг. ред. В. О. Жадька. – Київ: Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2018. – 356 с.
3. Гібридна війна Росії: виклик і загроза для Європи. URL: <http://razumkov.org.ua/>
4. Золотухін Д. Ю. #Біла книга спеціальних інформаційних операцій проти України 2014 – 2018/Д. Ю. Золотухін. – К., 2018. – 384 с.
5. Посібник з верифікації [Електронний ресурс] : визначний гід з верифікації цифрового контенту для висвітлення надзвичайних подій. – Режим доступу: [http://verificationhandbook.com/book\\_ua.;](http://verificationhandbook.com/book_ua.;)  
<http://www.slideshare.net/usnires/ss-47525342>.
6. Російський спрут у дії. Кейс «Україна». На основі досліджень експертної групи під егідою Центру глобалістики «Стратегія ХХІ» за підтримки Міжнародного Фонду «Відродження». – К.: МФ «Відродження», 2021. – 104 с.
7. Кулеба Дм. Війна за реальність. Як перемагати у світі фейків, правд і спільнот. К. Книголав, 2019. 384 с. URL: [https://bookinste.in.ua/files/attach\\_files/id911648.pdf](https://bookinste.in.ua/files/attach_files/id911648.pdf)
8. Рущенко І.П. «Партія війни / Партія миру» як ідеологема психологічної війни РФ проти України // Науковий семінар Харківського національного університету Повітряних Сил ім. Івана Кожедуба «Інформаційна агресія Російської Федерації проти України»: тези доповідей, 12 грудня 2019 р. – Х.: ХНУПС ім. І.Кожедуба, 2019. – С.18-21.

### Тема 2.4.

### **Протидія інформаційним впливам: контрпропаганда, критичне мислення, інфо-імунітет**

( 2 год.)

### **Основні питання:**

1. Війна смислів як вищий тип інформаційних війн.
2. Ідеологема «руського мира» – зняряддя гібридної війни.
3. Контрпропаганда: сутність, методи, ефективність.
4. Державні і недержавні інструменти протидії ворожій пропаганді.
5. Критичне мислення й резистентність особистості по відношення інформаційно-психологічних кампаній та операцій.
6. Як набути інфо-імунітет?

### **Реферати:**

1. Теорія фреймів Дж. Лакоффа в контексті інформаційних війн.
2. «Історичний фронт» гібридної війни Росії проти України.
3. Історія контрпропаганди.
4. Сутність концепції «руського мира».
5. «Релігійний фронт» когнітивної війни проти України.
6. Інфо-демія або інформаційні інтервенції з приводу COVID-19.

### **Питання для самоперевірки й дискусійні питання:**

- Чим відрізняється смислова війна від поточної інформаційно-психологічної операції?
- Яким чином смислова війна допомогла агресору у захопленні та анексії Криму?
- Чи можуть приватні особи брати участь в інформаційних війнах?
- З якою метою була розроблена концепція «руського мира»?
- Що таке наступальна контрпропаганда?
- Якими методами можна здійснити фактчекінг?
- Яку роль відіграє медіаграмотність у формуванні інфо-імунітету?

### **Література:**

1. Rosenstiel, Tom and A. Mitchell (eds). (2003). *Thinking Clearly: Cases in Journalistic Decision-Making*. New York: Columbia University Press
2. Бурлачук В. (2022). Війна як медійна подія // Українське суспільство в умовах війни. 2022: Колективна монографія / С. Дембіцький, О. Злобіна, Н. Костенко та ін.; за ред. член.-кор. НАН України, д. філос. н. Є. Головаха, д. соц. н. С. Макеєва. Київ: Інститут соціології НАН України, 2022. 410 с. Доступно: <https://i-soc.com.ua/assets/files/monitoring/maket-vijna...2022dlya-tipografiivse.pdf>
3. Головаха, Є. (2022). Як перемогти РФ в інформаційній війні: основні напрями і принципи контрпропаганди. В: Є. Головаха, С. Макеєв (ред.), Українське суспільство в умовах війни (сс. 261–263). Київ: Інститут соціології НАН України.
4. Костенко, Н. В., Іванов, В. Ф. Досвід контент-аналізу: Моделі та

- практики [Електронний ресурс] : монографія / Н. В. Костенко, В. Ф. Іванов. – К.: Центр вільної преси, – 2003. – 200 с. – Режим доступу: <http://i-soc.com.ua/files/k/kostenko.pdf>.
5. Кулеба Дм. (2022). Війна за реальність. Як перемагати у світі фейків, правд і спільнот. К. Книголав. 384 с. URL: [https://bookinstejn.ua/files/attach\\_files/id911648.pdf](https://bookinstejn.ua/files/attach_files/id911648.pdf)
  6. Лапутіна Ю. Смыслова війна РФ проти України: інструменти, засоби, досвід протидії // Боротьба за людей в умовах гібридної війни: матеріали другого Харківського без пекового форуму (м. Харків, 29-30 листопада 2019) / за ред. проф. І. П. Рущенка. – С. 19-25.
  7. Михайличенко А. Контрпропаганда в українських ЗМІ, реалії сьогодення [https://seanewdim.com/uploads/3/4/5/1/34511564/a\\_mykhailichenko\\_counter-propaganda\\_in\\_the\\_ukrainian\\_media\\_the\\_reality\\_of\\_today.pdf](https://seanewdim.com/uploads/3/4/5/1/34511564/a_mykhailichenko_counter-propaganda_in_the_ukrainian_media_the_reality_of_today.pdf)
  8. Павлов Д. М. Специфіка здійснення контрпропагандистських політичних технологій <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/403492.pdf>
  9. Почепцов Г.Г. Сучасні інформаційні війни. – Вид. 3-тє. – К. Вид. дім «Киево-Могилянська академія», 2016. – 504 с.
  10. Ре-візія історії. Російська історична пропаганда та Україна. – Київ: К.І.С., 2019. – 99 с.
  11. Солодка, Л. І. Логіка. Методи логічного аналізу тексту [Електронний ресурс] : навчальний посібник / Л. І. Солодка. – Черкаси : Брама-Україна, 2011. – 68 с. – Режим доступу: [http://eprints.cdu.edu.ua/245/1/Солодка\\_Л.\\_І.\\_Логіка,\\_методи\\_логіч.\\_аналізу.pdf](http://eprints.cdu.edu.ua/245/1/Солодка_Л._І._Логіка,_методи_логіч._аналізу.pdf).
  12. Як відрізнати справжні новини від брехні, маніпуляцій і напівправди. Інструкція. URL: [http://texty.org.ua/pg/article/editorial/read/85998/Jak\\_vidriznaty\\_spravzhni\\_novy\\_ny\\_vid\\_brehni\\_manipulacij](http://texty.org.ua/pg/article/editorial/read/85998/Jak_vidriznaty_spravzhni_novy_ny_vid_brehni_manipulacij).

### 3.ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

#### Завдання № 1.

##### **Мої улюблені медіа.**

Ціль – написати есе, яке віддзеркалює власне відношення до світу медіа.

Визначте ті медіа (одне або кілька), яким ви віддаєте перевагу, користуєтесь найбільший час. Спробуйте пояснити власний вибір.

- Які переваги мають обрані медіа порівняно з іншими?
- Що дають вам обрані медіа з практичної точки зору, для духовного розвитку, для навчання тощо?
- Скільки годин пересічно на добу ви користуєтесь улюбленими медіа?
- Чи виникали у вас конфлікти з оточуючими, близькими через використання медіа?
- Чи спробували ви певний час не користуватися улюбленцями?

#### Завдання №2.

##### **Створюємо власні медіа**

**Ціль:** зрозуміти етапи створення медіа як соціальної організації.

**Ресурси:** реалістичні або уявні.

##### **Алгоритм:**

**Обрати вид медіа** виходячи з власного бажання та розуміння як це працює у підсумку. Можна обрати зі списку старих або нових медіа.

**Визначити ціль.** Відповісти на питання: для чого або для кого створюється медіа? Яке буде медіа за своїм характером – розважальне, інформаційне, навчальне тощо.

**Визначити цільову аудиторію**, на яку буде розраховане медіа. Оцінити масштаб аудиторії.

**Обрати бізнес-модель**, тобто визначити джерела фінансування й спосіб монетизації, якщо передбачається, що медіа приносить прибуток.

**З'ясувати законність** діяльності та юридичні підстави відкриття медіа. Чи важливо дотримуватися авторського права? Як буде захищений медіа-продукт.

**Вирішення технічних питань**, обираємо технологію функціонування медіа.



**Формуємо команду**, визначаємо, хто потрібен, як будуть розподілені професійні ролі.

**Визначаємо, як саме буде формуватися контент.** Джерела інформації та творчого продукту.

**Інтенсивність роботи медіа:** обсяги медіа-продукції (частота, періодичність години, грошові суми тощо).

**Чи передбачений зв'язок з реципієнтами?**

**Хто є конкуренти** і наскільки конкуренція може впливати на бізнес-діяльність?

**Чи планується рекламна кампанія і промоушн медіа?** Хто буде здійснювати і якими засобами? Якими коштами буде покриватися реклама?

**Критерії успіху або не успіху.**

Завдання № 3.

### **Пам'ятники, скульптурні зображення як медіа**

**Ціль:** з'ясувати властивості монументів як специфічних медіа.

Даємо власні відповіді на запитання:

- Чому пам'ятники можна розглядати в якості медіа?
- Яким чином можна класифікувати пам'ятники, згідно теорій Іннеса і Маклуена?
- Оберіть кілька реальних монументів; можна використати ті, які встановлено у Харкові або в інших містах України чи світу. Зробіть фотознімки або використайте ресурси Інтернету.
- Розкрийте зміст і мету медіа-повідомлень, які транслюють обрані монументи.
- Які фактори можуть сприяти посиленню медіа-ефекту пам'ятників?
- Чому час від часу розгортаються кампанії за знесення старих пам'ятників та встановлення нових?

**Додаток до завдання. Можливі маршрути пошуку й опису пам'ятників.**

- 1) Пам'ятники довкола північного й південного корпусів ХНУ ім. В.Н. Каразіна
- 2) Скульптури в саду Шевченка.
- 3) Скульптури на площі Конституції (також і на дахах).

- 4) Пам'ятники й пам'ятні знаки по вул. Сумській.
- 5) Пам'ятники й пам'ятні знаки по вул. Пушкінській (від «Нікольського» до НЮУ).
- 6) Пам'ятники на Університетській гирці.
- 7) Пам'ятники, скульптури по проспекту Науки (біля трьох університетів).

#### Завдання № 4.

##### **Вербальні маніпуляції як складова інформаційної війни.**

**Ціль:** продемонструвати важливість лексики інформаційних повідомлень й можливості маніпуляції свідомістю шляхом підміни понять.

Використовуємо Глосарій, підготовлений апаратом РНБО України.

Він містить правильні і не правильні вживання слів та словосполучень в контексті інформаційної війни, яка ведеться проти України.

«Не правильні вживання» мають певну пропагандистську мету, вони використовуються російською пропагандою і пропагандистськими центрами тимчасово окупованих територій.

Оберіть кілька позицій з таблиці Глосарію.

Поясніть:

- В чому полягає розбіжність «не правильного» і «правильного» вживання понять?
- Яка пропагандистська мета закладена у «не правильну» лексику?
- Яким чином можна використовувати знання щодо «не правильних» термінів для ідентифікації фейків, пропаганди, спрямованих проти України?
- Чи варто підказувати близьким який оборот є правильним (або виправляти їх лексику)?

#### Завдання №5.

##### **Мультиплікація як засіб пропаганди.**

**Ціль:** проаналізувати можливості мультиплікації як інструменту пропаганди.

Завдання виконується на матеріалах, що стосуються Другої світової війни.

Дивимося мультфільми, які створювалися з пропагандистською метою в трьох країнах.

### США

«*Donald Duck in Nutzi Land*»

ЮТЮБ

<https://amara.org/en/videos/i3kfNe2g7wp7/en/1786999/>

[https://adult.noodlemagazine.com/watch/151956314\\_164295671](https://adult.noodlemagazine.com/watch/151956314_164295671)

### СРСР

«*НЕ топтать фашистскому сапогу нашей Родины*»

ЮТЮБ

<https://www.youtube.com/watch?v=TMdxDRoEWIY>

### Німеччина

«*Nimbus Libere*»

ЮТЮБ

<https://www.dailymotion.com/video/x6tky4l>

Відповіді на питання:

- З якою метою створювалися мультфільми? Зробіть спробу розкрити цільову настанову кожного фільму.
- У чому полягав зміст інформаційних повідомлень кожного фільму? Опишіть зміст так, як Ви це зрозуміли.
- Які прийоми використовували автори, аби посилити пропагандистський ефект? Зверніть увагу на роботу художників, звуковий супровід, ефекти мультиплікації.
- В чому переваги мультиплікації як інструменту пропаганди, порівняно з іншими медіа-засобами?

Завдання № 6.

### Плакат як засіб маніпуляції та пропаганди.

Плакатний живопис, сатира з використанням візуалізації, графіки був одним з перших засобів маніпулювання й ведення інформаційних війн.

Мета практичної роботи: навчитися аналізувати пропагандистські візуальні матеріали і розвивати критичне мислення.

Алгоритм:

Оберіть за допомоги Інтернет-ресурсів два (або більше) плакати (пропагандистські листівки, графічні зображення, полстери тощо), які використовувалися у пропагандистських кампаніях. Пошук можна вести за наступними рубриками:

- Плакати Першої світової війни.
- Нацистські, фашистські комуністичні зразки візуальної пропаганди.
- Плакати й карикатури епохи Холодної війни.
- Наочна бізнесова реклама.
- Сатиричний живопис в сучасну епоху.
- Фото-жаби, комп'ютерний живопис і використання Інтернету в структурі політичної пропаганди в цифрову епоху.

Проаналізуйте знайдені зображення за такими напрямками:

- Змість того, що зобразив автор.
- Чому це пропаганда?
- Хто може стояти за ідеєю плакату і проти кого він спрямований.
- В чому має полягати ефект пропаганди за задумом авторів?
- Які інформаційні канали мали бути використані, аби зробити пропаганду масовою?
- Чи досягали поставленої мети ці пропагандистські прийоми?

#### Завдання № 7.

##### **Фейки гібридної війни та інфодемії (фейки COVID-19).**

В структурі інформаційної війни проти України було використано низку прийомів дезінформації. Треба розуміти хто і для чого це робить.

В світі обговорюється явище інфодемії. Паралельно з пандемією поширюється велика кількість чуток, пропагандистських матеріалів, фейків, вже не кажучи про доброякісну медичну й санітарну інформацію.

Алгоритм:

- Знайдіть і опишіть певний фейк, що набув розголосу під час війни та інфодемії.
- Як технологічно поширюються фейки?
- Хто може стояти за дезінформацією, з якою метою це робиться?
- В чому причина інтенсивного розповсюдження фейкових новин?

- Які категорії населення в першу чергу стають жертвами дезінформації?
- Чи варто вести боротьбу з фейками і які методи можна використовувати?

Приклади фейк-н'юз, які можна покласти в основу:

- Чутки про «поїзди дружби» й скорий приїзд «правого сектору» на весні 2014 р.
- Історія з МН-17.
- «Звірства» добробатів та ЗСУ.
- Крах України, країна, що замерзає і от-от перестане існувати тощо.
- Історія про чипування під час щеплення від ковіду.
- Не ефективність західних вакцин.

Можна також використати видання: Золотухін Д. Ю. #Біла книга спеціальних інформаційних операцій проти України 2014 – 2018/Д. Ю. Золотухін. – К., 2018. – 384 с.

#### **4. ЗАВДАННЯ ДЛЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ, ЩО ПЕРЕДБАЧЕНА НАВЧАЛЬНИМ ПЛАНОМ**

1. Місце медіа у інформаційному суспільстві.
2. Основні поняття медіаграмотності: традиційні медіа, мас-медіа, старі медіа, нові медіа, мультимедійні системи.
3. Основні загрози й ризики медіапростору.
4. Медіаосвіта як запит суспільства: причини виникнення й етапи розвитку.
5. Зародження медіалогії: торонтська наукова школа (праці Інніса й Маклуена).
6. Основні теорії медіаосвіти.
7. Медіаграмотність: сутність, принципи, компетенції.
8. Процес інституціоналізації медіа: сутність й основні етапи.
9. Свобода слова і цензура.
10. Авторське право: історія виникнення, об'єкти і суб'єкти права.
11. Медіа як організація виробничого типу: внутрішня структура, джерела існування.
12. Бізнес-моделі медіа-організацій.
13. Реклама як джерело існування медіа-організацій.
14. Друкована книга як перша мас-медіа: історія еволюції.

15. «Старі» електронні медіа: виникнення радіо та телебачення й їх еволюція.
16. Методи вимірювання рейтингів телевізійних каналів.
17. Цифрова революція й поява «нових» медіа.
18. Основні функціональні можливості «нових» медіа.
19. Медіапростір України: структура й основні тенденції.
20. Медіаефекти: механізми впливів медіа на реципієнта.
21. Сутність й методи маніпуляції свідомістю реципієнтів.
22. Ефект соціальної мобілізації на прикладах Арабської весни й революції Гідності.
23. Медіасоціалізація: ризики й небезпеки у дитячому віці.
24. Інтернет-адикція і засоби її подолання.
25. Пропаганда: сутність, основні типи, роль у суспільстві.
26. Військова пропаганда (на прикладах світових війн).
27. Використання медіа в цілях воєнної пропаганди: цілі й види пропагандистських операцій.
28. Основні прийоми військової пропаганди.
29. Політична пропаганда у тоталітарних суспільствах.
30. Роль пропаганди в «Холодній війні».
31. Плакат й основні візуальні прийоми пропаганди.
32. Творення міфів як напрям військової пропаганди.
33. Алгоритм розпізнання пропаганди.
34. Сучасні інформаційні війни й роль медіа.
35. Інформаційні причини кризи й падіння комуністичної системи.
36. Методи інформвійни.
37. Російська пропаганда й небезпека для України і світу.
38. Методи ведення інформаційних війн.
39. Інформаційна війна у віртуальному просторі. Платний тролінг.
40. Мікротаргетинг й нові можливості психологічних впливів.
41. Когнітивна війна (війна смислів): сутність й реалізація на практиці.

## **5. ПИТАННЯ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ (ЗАЛІК У ВИГЛЯДІ ТЕСТУ)**

Залік у вигляді тесту може проводитись як в аудиторії, так і дистанційно (за потреби). Тест може виконуватись письмово або онлайн (за допомогою Google Classroom або Moodle). Використання Google Classroom або Moodle можливо і під час аудиторного виконання залікового тесту.

1. Основні загрози й ризики медіапростору й актуальність медіаосвіти.
2. Медіаосвіта як запит суспільства: причини виникнення й етапи розвитку.

3. Зародження медіалогії: торонтська наукова школа (праці Інніса й Маклуена).
4. Основні моделі медіаосвіти.
5. Медіаграмотність: сутність, принципи, компетенції.
6. Свобода слова і цензура.
7. Авторське право: історія виникнення, об'єкти і суб'єкти права.
8. Медіа як організація виробничого типу: внутрішня структура, джерела існування, бізнес-моделі.
9. Реклама як джерело існування медіа-організацій.
10. Революція Гутенбергу й роль книговидавництва в історії цивілізації.
11. Електронні медіа: виникнення радіо та телебачення, їх еволюція.
12. Методи вимірювання рейтингів телевізійних каналів.
13. Цифрова революція й поява «нових» медіа. Основні функціональні можливості «нових» медіа.
14. Медіапростір України: структура й основні тенденції у мирний і воєнний часи.
15. Вплив медіа на реципієнта. Елементи особистості, що зазнають впливів медіа.
16. Сутність й методи маніпуляції свідомістю реципієнтів.
17. Теорія стереотипів В. Ліппмана. Теорія стигматизації І. Гофмана. Використання методів стереотипізації та стигматизації в пропаганді.
18. Ефект кібермобілізації на прикладах Арабської весни й революції Гідності.
19. Медіасоціалізація: ризики й небезпеки у дитячому віці. Інтернет-адикція і засоби її подолання.
20. Пропаганда: сутність, основні типи, використання медіа.
21. Воєнна пропаганда (на прикладах світових війн) з використанням медіа.
22. Політична пропаганда у тоталітарних суспільствах. Роль пропаганди в «Холодній війні».
23. Плакат й основні візуальні прийоми пропаганди.
24. Творення міфів як напрям воєнної пропаганди.
25. Сучасні інформаційні війни й роль нових медіа.
26. Фейки як знаряддя пропаганди й інформвійни. Алгоритми ідентифікації фейку.
27. Теорія «м'якої сили» Дж. Найа. Теорія фреймів Дж. Лакоффа і роль медіа у формуванні фреймів.
28. Симуляція реальності й симулякри в концепції Ж. Бодріяра. Використання симулякрів у інформаційних війнах.
29. Боротьба за мізки людей як основа гібридних війн. Когнітивні війни сучасності.





				навчальним планом			
5	5	5	5	40	-	40	100

### Критерії оцінювання поточного контролю

<b>Високий рівень</b> 5 балів	Робота студента характеризується повним, глибоким та змістовним знанням теоретичного та практичного матеріалу з теми, вільним володінням термінами та поняттями дисципліни, що вивчається, його роботи характеризуються творчим креативним підходом.
<b>Середній рівень</b> 3-4 бали	Робота студента характеризується повним і змістовним знанням теоретичного матеріалу з теми, вільним володінням термінами та поняттями. Але він допускає у роботі деякі несуттєві неточності, його роботи не характеризуються творчим креативним підходом.
<b>Низький рівень</b> 1-2 бали	Робота студента характеризується слабким і невпевненим знанням як теоретичного, так практичного матеріалу. Він допускає багато помилок у відповідях на конкретні питання.
<b>Незадовільний рівень</b> 0 балів	У студента дуже слабкий рівень знань теоретичного матеріалу; він не може застосовувати його на практиці; допускає змістовні помилки у виконанні завдань та у відповідях на питання.

### Критерії оцінювання контрольної роботи

<b>Високий рівень</b> Відповідь повна, змістовна, з однією або двома незначними помилками	Зарахован о	17 – 20 балів
<b>Середній рівень</b> Відповідь повна, кількість незначних помилок 3-4 або одна суттєва помилка.		14– 16 балів
<b>Низький рівень</b> Відповідь не досить повна, з декількома суттєвими помилками		10 – 13 балів

<b>Незадовільний рівень</b> Відповідь не повна, містить багато суттєвих змістовних та фактажних помилок	Не зараховано	1 – 8 бали
<b>Незадовільний рівень</b> Відповідь відсутня та (або) не відповідає суті запитання.		0 балів

### Критерії оцінювання залікового тесту

<b>Високий рівень</b> 34 - 40 балів	Виконане студентом залікове завдання характеризується вчасним виконанням, кількість правильних відповідей від 34 до 40.
<b>Середній рівень</b> 27 - 33 бали	Виконане студентом залікове завдання характеризується своєчасним виконанням, кількість правильних відповідей від 27 до 33. Або, якщо часові рамки виконання тесту були порушені, то від кількості набраних балів знімається 7 балів.
<b>Низький рівень</b> 19 - 26 бали	Виконане студентом залікове завдання характеризується своєчасним виконанням, кількість правильних відповідей від 19 до 26.
<b>Незадовільний рівень</b> 0-18 балів	Виконане студентом залікове завдання має кількість правильних відповідей від 0 до 18. Або відповіді на тест відсутні.

### Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка	
	для чотирирівневої шкали оцінювання (курсова робота)	для дворівневої шкали оцінювання
90 – 100	відмінно	зараховано
70 – 89	добре	
50 – 69	задовільно	
1– 49	незадовільно	не зараховано