

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВСП «Рожищенський фаховий коледж
Львівського національного університету
ветеринарної медицини та біотехнологій
імені С.З.Гжицького»

ОСНОВИ МЕДІАГРАМОТНОСТІ

НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА (ОРІЄНТОВНА)
вибіркової дисципліни для студентів
закладів фахової передвищої освіти

2021

Укладач: Черняк О.А. – викладач інформатики ВСП «Рожищенський фаховий коледж ЛНУВМБ імені С.З.Гжицького», спеціаліст першої категорії

Рецензент: Мізюк М.Л. - викладач фізики та астрономії ВСП «Рожищенський фаховий коледж ЛНУВМБ імені С.З.Гжицького», спеціаліст вищої категорії, викладач-методист

Рекомендовано цикловою комісією загальноосвітніх дисциплін та дисциплін загальної підготовки (протокол від 19.11.2021 р. №4)

Схвалено педагогічною радою ВСП «Рожищенський фаховий коледж ЛНУВМБ імені С.З. Гжицького» (протокол від 21.12.2021 № 4)

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

У сучасному інформаційному суспільстві засоби масової інформації впливають на життя кожної людини, великою мірою визначаючи характер її поведінки та життєдіяльності. Вони проникли в усі сфери сучасного світу, в тому числі й у сферу освіти. Глобальне запровадження інформаційних і комунікаційних технологій створило для громадян низку проблем щодо сприйняття, переосмислення та усвідомлення документованих або публічно оголошених відомостей про соціально-політичні, економічні, духовно-культурні та інші події і явища, що відбуваються в нашому суспільстві, державі, в навколишньому середовищі, у світі.

На сьогодні надзвичайно гостро постало питання щодо вмінь і навичок грамотно та критично сприймати, інтерпретувати й аналізувати багатоманітні інформаційні повідомлення. Нерозуміння частиною громадян нашого суспільства, особливо молоддю, сутності багатопланових соціальних процесів, штучне створення конфліктних і стресових ситуацій, життя у віртуальному середовищі – все це несе загрозу дегуманізації дійсності і буття.

Бурхливий розвиток електронних технологій, широке впровадження інтерактивних систем комунікації, мультимедійних навчальних програм спричинило відчутні трансформації у вихованні та культурі – як позитивні, так і негативні, колосальну зміну матриць свідомості, ціннісних систем і мислення, сприйняття довколишнього світу. Особливо це стосується молодого покоління, а загалом – кожної людини, адже вона майже з перших хвилин свого свідомого життя опиняється в епіцентрі медіаполя. Не враховувати такі виклики сучасності було б великою хибою.

Відтак сьогодні перед закладами освіти стоїть вкрай важливе завдання: підготувати нову генерацію до сприйняття різнопланової інформації, навчити розуміти, усвідомлювати наслідки її впливу на психіку, допомогти опанувати способи спілкування на основі невербальних форм комунікації за допомогою технічних засобів. Внаслідок цього постає гостра потреба в розвитку медіаосвіти, одне з головних завдань якої полягає в запобіганні вразливості молодої людини до медіанасильства і медіаманіпуляцій, втечі від реальності в лабіринти віртуального світу, поширенню медіазалежностей.

Метою навчальної дисципліни «Основи медіаграмотності» є підготовка особистості до безпечної та ефективної взаємодії з

системою мас-медіа, свідомого медіаспоживання, сприйняття медіапродуктів згідно критичного мислення.

Основні завдання навчальної дисципліни:

- зрозуміти принципи роботи медіа, навчитися аналізувати свій медіапростір і свідомо підходити до питань медіаспоживання;
- проаналізувати механізми впливу медіа і перейти до селективного (вибіркового) сприйняття інформації;
- навчитися виявляти пропаганду та фейки в медіа, щоб не підпасти під їх вплив;
- розвинути навички критичного мислення та аналізу інформації, що надходить з різних медіа;
- дізнатися про механізми сучасних маніпулятивних технологій в медіа, навчитися розпізнавати різного роду маніпуляції.

Після опанування матеріалу курсу з питань медіаграмотності **студенти повинні знати:**

- роль медіа у формуванні полікультурної картини світу;
- функції і класифікацію засобів масової інформації за способом передачі інформації і за каналами сприйняття;
- негативні тенденції, що створюють засоби масової інформації;
- позитивні та негативні наслідки застосування медіатехнологій;
- принципи маніпулювання свідомістю споживачів засобами медіа;
- елементи навіювання в засобах масової інформації, їх шкідливі наслідки та прояви;
- правила культури спілкування в інформаційному суспільстві та методи захисту від можливих негативних впливів у процесі масової комунікації.

Особа, яка опанувала матеріал курсу, **повинна уміти:**

- орієнтуватися в сучасному медіапросторі, розуміти основні принципи функціонування різних видів масової інформації;
- розрізняти інформацію за рівнем впливу на особистість, оцінювати зміст, форму і стиль аудіовізуальної та друкованої інформації;
- виявляти маніпулятивний контент медіа, розшифровувати та використовувати закодовану в медіаповідомленнях інформацію;
- використовувати у професійній діяльності набуті знання для уникнення негативних соціальних тенденцій, що створюють засоби масової інформації;
- використовувати аудіовізуальну інформацію для сприйняття світу та взаємодії з соціумом.

Орієнтовний тематичний план

№ з/п	Назви змістових модулів і тем	Кількість годин			
		Усього	у тому числі		
			лекції	практ. заняття	самоств. робота
Змістовий модуль I. Медіапростір. Різновиди медіа					
1	Тема 1. Інформація та мас-медіа. Медіаграмотність	4	2	-	2
2	Тема 2. Традиційні джерела масової інформації. Періодика. Аудіальні засоби	6	2	2	2
3	Тема 3. Статичні візуальні джерела медіа та їх контент	4	2	-	2
4	Тема 4. Телебачення як джерело аудіовізуальної інформації та складова частина масової культури	10	2	2	6
5	Тема 5. Загальні тенденції у сфері нових медіа	8	2	2	4
	Разом за змістовим модулем I	32	10	6	16
Змістовий модуль II. Вплив медіа на розвиток особистості					
6	Тема 6. Медіасоціалізація суспільства	4	2	-	2
7	Тема 7: Професійні стандарти в медіа та маніпулювання при їх порушенні	10	2	2	6
8	Тема 8. Реклама як інструмент маніпуляції. Фейк	8	2	2	4
9	Тема 9. Стереотипи та «мова ворожнечі»	2	2	-	-
10	Тема 10. Критичне сприйняття та протидія маніпуляціям мас-медіа	4	2	-	2
	Разом за змістовим модулем II	28	10	4	14
	Усього годин	60	20	10	30

ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ПРОГРАМИ

Змістовий модуль I. Медіапростір. Різновиди медіа

Тема 1. Інформація та мас-медіа. Медіаграмотність

Місце інформації у сучасному світі. Людина в інформаційному просторі. Масова комунікація. Медіаосвіта і медіаграмотність: сутність понять. Ключові принципи медіаграмотності.

Розширене тлумачення медіа, його різновиди. Історичний розвиток медіа. Мас-медіа як синонім засобів масової інформації та комунікації. Вплив медіа на суспільство.

Аудиторія медіа, медіатекст, контент, меседж. Соціальні функції сучасних медіа: інформаційні, аналітичні, пізнавально-просвітницькі (освітні), морально-виховні.

Регулювання медійної сфери в Україні: система органів влади та їхні повноваження

Тема 2. Традиційні джерела масової інформації. Періодика.

Аудіальні засоби

Класифікація традиційних джерел масової інформації.

Періодичні друковані медіа – «періодика». Здатність періодики детально аналізувати складні події та явища в суспільстві.

Газета – найстаріша мас-медіа. Місцеві газети – орієнтир читача на локальному рівні. Основна перевага газети – розміщення достовірних аналітичних матеріалів. Структура сучасної газети. Редакційні, журналістські та рекламні матеріали. Газетні жанри. Стандарти подання інформації в газеті. Газети як медіабізнес.

Журнали та їх періодичність. Загальноприйнята типологія журналів. Політичні, тематичні, науково-фахові, споживчі та відомчі видання. Молодіжні журнали та журнали для дітей. Інформаційна вага ілюстрованих журналів. Жіночі журнали, журнали для дівчат, чоловічі журнали. Споживчі журнали або журнали «стилю життя», що спрямовані на дозвілля читачів.

Радіо як ефективний аудіальний засіб для комунікації масової аудиторії. Специфічні можливості радіо. Доступність, інтерактивність, діалогічність, мобільність, різноманіття ефірного контенту (змісту).

Формат радіо – сукупність жанрових, тематичних та інших ознак, що визначають загальний стиль програм радіостанції і покликані задовольнити інтереси цільової аудиторії. Розмаїтість музичних радіоформатів. Інформаційно-розмовний немuzичний

радіоформат в Україні, його основний контент – новини, інтерв'ю, інформаційні огляди, аналітичні передачі.

Практична робота. Аналіз медіатекстів друкованих видань.

Тема 3. Статичні візуальні джерела медіа та їх контент

Сприйняття інформації статичних візуальних джерел медіа. Основні складові візуального медіатексту та визначення їх змістовного навантаження. Вплив візуальних джерел інформації на свідомість медіаспоживача. Аналіз візуальних образів.

Фотографія як віддзеркалення подій минулого, що потребує певної інтерпретації та відповідного «прочитання». Політичні та інформаційно-рекламні плакати.

Твори образотворчого мистецтва. Живопис, графіка, скульптура. Інформаційний та психологічний вплив творів образотворчого мистецтва.

Карикатури та комікси – надзвичайно виразна візуальна медіаінформація.

Тема 4. Телебачення як джерело аудіовізуальної інформації та складова частина масової культури

Визначення поняття «телебачення». Канали телебачення та їх відмінність. Інформаційне, пізнавальне, дитяче, розважальне, художнє, спортивне аудіовідеомовлення.

Сучасні телевізійні жанри. Новини: репортаж, телеінтерв'ю, дискусії, політичні шоу. Телебачення як інструмент влади та впливу, як бізнес та публічна сфера, як освітній засіб.

Інформація з елементами розваги – інфотеймент як засіб задоволення багатоманітних запитів телеглядача. «Реаліті-шоу», в якому діють реальні герої. Свідома оцінка телепродукту.

Сприйняття аудіовізуальної медіаінформації. Рівень відповідності побаченого почутому. Співставлення, аналіз та оцінка інформаційного контенту інших джерел інформації. Чи завжди співпадає аудіоінформація з аудіовізуальною? Результати аналізу побаченого та почутого. Виопрацювання власного ставлення.

Сучасні українські медіамагнати і монополізація національного телепростору.

Кінематограф як патріарх рухомих екранних медіа, засіб аудіовізуальної комунікації. Кіно як екранна культура. Мова кіно. Фільм і реальність. Кіножанр як комунікація між виробником і аудиторією.

Рівень відповідності кінодійності реальній дійсності. Вплив кінодійності на аудіовідеосприйняття і чуттєвість молоді. Порівняння вчинків та способу життя героїв зі своїми власними.

Створення кумирів: їх погляди, життєві пріоритети, соціальний статус, матеріальні умови, морально-психологічні аспекти поведінки.

Практична робота. Аналіз фільму через призму жанру.

Тема 5. Загальні тенденції у сфері нових медіа

Інтернет та його вплив на сучасне життя молоді. Відмінність Інтернету від інших медіа. Способи оновлення і наповнення інформації. Швидкість її оновлення і наповнення.

Особливості Веб 2.0 як інтерактивної інтернет-спільноти. Вікі-сайти. Сайти соціальних мереж: Facebook, MySpace, eBay, YouTube, LiveJournal, Instagram.

Носії та платформи нових медіа. Електронні книжки. Модульні додатки до різних операційних систем і носіїв. Особливості нових медіа: новини в реальному часі, мобільність, мультимедійність, інтерактивність.

Позитивні і негативні фактори використання Інтернету.

Блоги як інструменти персональної журналістики.

Практична робота. Соціальні мережі і «я». Перевірка конфіденційності та профілю: людина чи бот.

Змістовий модуль II. Вплив медіа на розвиток особистості

Тема 6. Медіасоціалізація суспільства

Проблема медіасоціалізації. Особливості медійного впливу на особистість. Позитивний медійний вплив. Вплив медіа на інтелектуальний, емоційний і вольовий розвиток.

Роль медіа у формуванні морально-етичних орієнтирів молоді. Освітній характер медіапродуктів і медіаресурсів за змістом. Психолого-педагогічні, ідеологічні, політичні, морально-виховні, пізнавально-навчальні, естетичні, екологічні, економічні тощо медіапродукти.

Проблема медіазалежності. Вплив на стосунки. Парасоціальне спілкування. Проблема медіанасильства та зростання агресії. Правила користування медіа.

Медіакомпетенція як уміння користуватися продуктом засобів масової інформації та діяти відповідно до власних уподобань. Медіакомпетенція як досвід контактування з медіа та реальним світом.

Креативні вміння, що ґрунтуються на матеріалах медіа. Практико-креативні (створення власного медіапродукту різних видів і жанрів), перцептивно-креативні (творче сприйняття медіатекстів різних видів і жанрів), аналітичні (вміння критично аналізувати медіатексти всіх видів і жанрів), методичні (володіння формами і методами самовираження за допомогою медіа), практико-педагогічні (вміння використовувати отримані знання в діяльності та навчанні).

Тема 7: Професійні стандарти в медіа та маніпулювання при їх порушенні

Історія виникнення стандартів. Поняття етичного кодексу та його роль. Функція професійних стандартів журналістики. Перелік та визначення базових професійних медіастандартів. Маніпулювання аудиторіями через порушення стандартів.

Причини, що впливають на якість журналістських матеріалів на медіаринку країни. Поняття цензури, самоцензури. Види та інструменти (методи) цензури. Результати та ефект впливу цензури та самоцензури.

Поняття джинси. Політична та комерційна джинса. Вигляд, в якому існує джинса, її технологія, ознаки, ефекти і маркери.

Технології відбору новин. Етапи відбору новин. Правила наближення інтересів.

Поняття маніпуляції. Об'єктивні причини викривлення дійсності. Поняття «фрейми». Формати (фрейми) новин.

Методи фактологічної маніпуляції. Маніпулятивний потенціал телевізійних політичних ток-шоу.

Поняття пропаганди. «Пропаганда» та «маніпулювання»: різниця понять. Небезпека від пропаганди. Маркери в інформаційних матеріалах, які можуть свідчити про те, що інформація маніпулятивна.

Практична робота. Приклади порушення медіастандартів. Використання маніпулятивних технологій у ЗМІ.

Тема 8. Реклама як інструмент маніпуляції

Реклама як інформація, що поширюється з метою отримання прибутку чи популяризації/привернення до особи/явища. Види реклами: комерційна та соціальна. Комерційна реклама як спосіб просунути особу/послуги/товари. Соціальна реклама як спосіб

просунути інформацію та послуги, корисні для населення. Форми реклами.

Використання мотивів підсвідомого впливу. Маніпуляція підсвідомістю. Закони, на яких ґрунтується основний сенс маніпуляції. Емоційні мотиви рекламного впливу на особистість реципієнта. Співвідношення емоційних і раціональних мотивів, що впливають на підсвідомість. Адекватне ставлення до рекламних меседжів.

Історія та роль реклами у сучасному суспільстві.

Поняття: «фейки», «фейкові новини». Підходи до розуміння фейків. Зміст поняття «дезінформації» та інші дотичних до «фейкових новин» понять. Класифікація фейків. Правила розпізнання фейків. Ознаки, які можуть вказати на фейк.

Пошук антифейкової стратегії як пріоритет країн Європи та США. Процес «розвінчування фейків». Механізми притягнення до відповідальності за поширення фейкових новин. Інструменти ідентифікації та нейтралізації фейків.

Практична робота. Приклади фейків та методи їх розвінчування інструментами ідентифікації та нейтралізації.

Тема 9. Стереотипи та «мова ворожнечі»

«Мова ворожнечі» проти «свободи слова». Ознаки «мови ненависті» та розгляд технік її передання. Способи повідомлень про «мову ворожнечі» у соціальних мережах.

Визначення дискримінаційних практик та поведінки. Сутність та методи запобігання «мові ворожнечі».

Стереотипи в інформаційному просторі. Застосування стереотипів під час створення інформаційного продукту.

Тема 10. Критичне сприйняття та протидія маніпуляціям мас-медіа

Зміст поняття «критичне мислення». Причини затребуваності критичного мислення. Базові елементи сприйняття інформації згідно критичного мислення. Якість критичного мислення.

Поняття «Фактчекінгу». Основні завдання, механізми та інструменти методології фактчеку. Робота з джерелами даних.

САМОСТІЙНА РОБОТА

Основним завданням закладів фахової передвищої освіти на сучасному етапі розвитку суспільства є формування творчої особистості фахівця, здатного до самостійного підвищення фахового рівня, самоосвіти, креативності, інноваційної діяльності. Але розв'язання цього завдання неможливе, якщо в освітньому процесі існуватиме лише передача знань від викладача до здобувача освіти. Щоб залучити студента до активного здобуття знань, неоціненною є роль самостійної роботи.

У орієнтовній структурі навчальної дисципліни до кожного розділу вказано кількість годин, відведених на самостійне вивчення. Самі ж теми визначає викладач, що забезпечуватиме його творче ставлення до праці, надасть можливості розвивати педагогічно-доцільну лінію співпраці та допомогти у формуванні всебічно розвиненої особистості студентів.

Визначені теми самостійного вивчення мають бути відображені в робочій навчальній програмі, розглянуті на засіданні циклової комісії та затверджені заступником директора з навчальної роботи.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна література:

1. Конспект уроків з основ медіаграмотності учнів загальноосвітніх шкіл. Мокрогуз О.П., Волошенюк О.В., за науковою редакцією Іванова В.Ф. - Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2014.-132 с.

2. Медіаосвіта. Основи медіаграмотності: навч.-метод. посіб. для курсу «Основи медіаграмотності» / укл. С. О. Троян, Ткачук А. В. Умань: ПП Жовтий О.О., 2014. – 128 с.

3. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / Ред. – упор. В.Ф. Іванов, О.В. Волошенюк; за науковою редакцією В.В. Різуна. –Київ: Центр вільної преси, 2012. – 352 с.

4. Практична медіаосвіта: авторські уроки. Збірка / Ред. – упор. В.Ф. Іванов, О.В. Волошенюк; за науковою редакцією В.В. Різуна та В.В. Літостанського. – Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2013. -447 с.

5.Формування медіаграмотності педагогів: Навчально-методичний посібник. Покроєва Л.Д., Акименко О.С., Алфьорова З.І., Дегтярьова Г.А., Казакова Т.В., Косенко В.В., Нурєєва Т.К., Старкова Г.В., за заг. редакцією Л.Д. Покроєвої. – Х.: Харківська академія неперервної освіти, 2014 -236 с.

6. Шейбе С., Рогоу Ф. Медіаграмотність: підручник для вчителя/ Сінді Шейбе, Фейс 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.

Додаткова література:

1. Абетка візуальної грамотності [Електронний ресурс] / Баликін І., Волошенюк О., Чорний О., Федченко О. / За редакцією Волошенюк О., Іванова В., Євтушенко Р. — Київ : АУП, ЦВП, 2019. — Режим доступу: http://www.aup.com.ua/uploads/Abetka_vizualnoy_gramotnosti_2019.pdf

2. Батьки, діти та медіа: путівник із батьківського посередництва / О. Волошенюк, О. Мокрогуз; За ред. В. Іванова, О. Волошенюк. - К. : ЦВП, АУП, 2017. - 79 с.

3. Методи маніпулятивного впливу ЗМІ [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://mediaosvita.org.ua/>

4. Череповська Н. Медіаосвіта та медіакультура в ЗОШ [Електронний ресурс] / Череповська Н. - К.: Шкільний світ, 2010. - 128 с. — Режим доступу : <http://mediaosvita.org.ua/>

Інформаційні ресурси:

1. Найдюнова Л.А. Кібер-булінг або агресія в інтернеті: способи розпізнання і захист дитини / Л.А.Найдюнова //Методичні рекомендації [Електронний ресурс] / Серія: На допомогу вчителю. Вип. 4. - К., 2011. - 34 с. — Режим доступу: <http://mediaosvita.org.ua/>

2. Найдюнова Л. А. Медіаосвіта в Україні: особливості реалізації соціально-психологічної моделі [Електронний ресурс] / Найдюнова Л. А. — Режим доступу : <http://www.academia.edu>

3. Онлайн-курс «Медіаграмотність для освітян» на платформі Prometheus. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://courses.prometheus.org.ua/courses/course-v1:CZ+MEDIA101+2018_T3/about

4. Онлайн-курс «Медіаграмотність для громадян» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://irex.mocotms.com/>

5. Онлайн-курс «Very Verified: онлайн-курс з медіаграмотності» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://verified.ed-era.com/ua>

6. Офіційний сайт лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://mediaosvita.org.ua/>

7. Проект «MediaSapiens» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua>

8. Як можна протидіяти «фейковим новинам»? : Аналіз. [Електронний ресурс] - Київ: Фонд Фрідріха Науманна за Свободу, Академія української преси, 2019. – Режим доступу: http://www.aup.com.ua/wp-content/uploads/2019/11/YAK_prottydiaty_fake_news_2019.pdf