

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЧЕРНІГІВСЬКИЙ КОЛЕГІУМ»
ІМЕНІ Т. Г. ШЕВЧЕНКА**

**НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ІСТОРІЇ ТА СОЦІОГУМАНІТАРНИХ
ДИСЦИПЛІН ІМЕНІ О. М. ЛАЗАРЕВСЬКОГО**

Кафедра всесвітньої історії та міжнародних відносин

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Завідувач кафедри


д.і.н., професор Ячменіхін К. М.

«31» серпня 2023 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ОСНОВИ МЕДІАГРАМОТНОСТІ

Галузь знань – 05 - Соціальні та поведінкові науки

Спеціальність – 054 Соціологія

Освітній ступінь – бакалавр

Форма навчання – денна

Форма підсумкового контролю – залік

2023 – 2024 навчальний рік

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри всесвітньої історії та міжнародних відносин Національного університету «Чернігівський колегіум» імені Т. Г. Шевченка

Протокол № 1 від 31 серпня 2023 р.

Розробники: **Стрілюк Олена Борисівна**, кандидат історичних наук, доцент, доцент кафедри всесвітньої історії та міжнародних відносин Національного університету «Чернігівський колегіум» імені Т. Г. Шевченка

Мова навчання – українська.

1. ОПИС ТА ПРЕДМЕТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Обсяг навчальної дисципліни
Статус навчальної дисципліни: нормативна Рік підготовки: 1 Семестри: 2 Кількість кредитів ECTS: 3	Загальна кількість годин: 90 Шифр та назва спеціальності: 054 Соціологія Галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки Лекції (теоретична підготовка): 16 Практичні: 14 Самостійна робота: 60 Вид контролю: залік

Програма вивчення навчальної дисципліни «Основи медіаграмотності» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів спеціальності 054 Соціологія.

«Основи медіаграмотності» є нормативною дисципліною. Розвиток сучасних медіа, широке впровадження інтерактивних систем комунікацій спричиняє зміни у ставленні здобувачів освіти до оточуючого світу та потребує цілеспрямованої їх підготовки до вмілого та безпечного користування інформаційно-комунікаційними технологіями та системами мас-медіа.

Здобувач освіти має орієнтуватись у сьогоdnішньому медіапросторі, розуміти основні принципи функціонування різних видів засобів масової інформації, розрізняти інформацію за рівнем впливу на особистість, аналізувати та оцінювати медіаповідомлення, розшифровувати та використовувати закодовану у медіаповідомленнях інформацію, знати правила культури спілкування в інформаційному суспільстві та методи захисту від можливих негативних впливів у процесі масової комунікації, розрізняти та застосовувати методи організації професійної діяльності з використанням технології мультимедіа; збирати, передавати, зберігати інформацію з урахуванням пріоритетів професійної діяльності, самостійно створювати медіаповідомлення в галузі професійної діяльності.

Навчальна дисципліна «Основи медіаграмотності» розрахована для здобувачів освіти першого курсу бакалаврату (II-й семестр), включає 16 лекційних і 14 практичних годин, а також 60 годин самостійної роботи.

У змісті курсу можна виділити три змістові модулі:

Змістовий модуль 1. Медіапростір.

Змістовий модуль 2. Традиційні та соціальні медіа.

Змістовий модуль 3. Дезінформація та маніпулятивний вплив медіа.

Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою навчальної дисципліни є формування теоретичної бази знань з основ медіаграмотності та практичних навичок ефективної та безпечної взаємодії з інформацією, отриманою з медіаджерел, у тому числі з урахуванням використання засобів сучасних інформаційно-комунікаційних технологій у повсякденній практичній, зокрема навчально-пізнавальній, діяльності здобувачів освіти та їхньому міжособовому спілкуванні, для запобігання вразливості людини до медіаманіпуляцій і медіанасильства, втечі від реальності, у профілактиці поширення медіазалежності.

Основними завданнями навчальної дисципліни є:

- зрозуміти принципи роботи медіа,
- навчитися аналізувати свій медіапростір і свідомо підходити до питань медіа споживання;
- зрозуміти механізми впливу медіа і перейти до селективного (вибіркового) сприйняття інформації;
- навчитися виявляти пропаганду, фейки та маніпуляції в медіа, щоб не піддаватися їх впливу;
- розвинути навички критичного мислення та аналізу інформації, яка надходить з різних медіа;
- дізнатися про механізми сучасних маніпулятивних технологій в медіа, навчитися розпізнавати різного роду маніпуляції;
- створення умов інформаційної безпеки для свідомих громадян суспільства.

Очікувані результати навчання

Загальні компетентності

ЗК04. Здатність бути критичним і самокритичним.

ЗК08. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК09. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

ЗК10. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК11. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності

СК03. Здатність аналізувати соціальні зміни, що відбуваються в Україні та світі в цілому.

СК06. Здатність аналізувати та систематизувати одержані результати, формулювати аргументовані висновки та рекомендації.

СК07. Здатність презентувати результати соціологічних досліджень для фахівців і нефахівців.

СК08. Здатність дотримуватися у своїй діяльності норм професійної етики соціолога.

Результати навчання

РН03. Застосовувати положення соціологічних теорій та концепцій до дослідження соціальних змін в Україні та світі.

PH06. Ефективно використовувати різні ролі (зокрема організатора, комунікатора, критика, генератора ідей, виконавця тощо) у команді в процесі вирішення фахових задач.

PH07. Вміти використовувати інформаційно-комунікаційні технології у процесі пошуку, збору та аналізу соціологічної інформації.

PH08. Обґрунтовувати власну позицію, робити та аргументувати самостійні висновки за результатами досліджень і аналізу професійної літератури.

PH11. Презентувати результати власних досліджень для фахівців і нефаківців.

PH12. Знати та дотримуватися етичних норм професійної діяльності соціолога.

2. ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Структура курсу

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	Разом	у тому числі										
		л	пр	лаб	інд	срс						
1	2	3	4	5	6	7						
Змістовий модуль 1. Медіапростір												
Тема 1. Сутність і зміст медіаграмотності	6	2				4						
Тема 2. Комунікація, інформація, медіа	6	2				4						
Тема 3. Види медіа та їх розвиток	10	2				8						
Разом за змістовним модулем 1	22	6				16						
Змістовий модуль 2. Традиційні та соціальні медіа												
Тема 4. Традиційні медіа	10		2			8						
Тема 5. Редакційна політика і новинна грамотність	8	2	2			4						
Тема 6. Медіа і демократія	6	2				4						
Тема 7. Соціальні медіа	10	2	2			6						
Разом за змістовним Модулем 2	34	6	6			22						
Змістовний модуль 3. Дезінформація та маніпулятивний вплив медіа												
Тема 8. Неправдива інформація. Маніпуляції	10	2	4			4						
Тема 9. Стереотипи та «мова ворожнечі»	6		2			4						
Тема 10. Інформація та пропаганда	8	2	2			4						

Тема 11. Аналіз медіа- текстів різних видів медіа	10					10						
Разом за змі- стовним модулем 3	34	4	8			22						
Усього годин	90	16	14			60						

3. КОРОТКИЙ ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль 1. Медіапростір

Тема 1. Сутність і зміст медіаграмотності

Стадії формалізації концепції медіаосвіти. Основні положення Концепції впровадження медіа-освіти. Директива 2010/13/ЄС Європейського Парламенту та Ради ЄС. Суспільне значення медіаосвіти та медіаграмотності. Основні завдання медіаосвіти. Професійна медіа компетентність.

Визначення та сутність поняття «медіаграмотність». Принципи медіаграмотності. Ключові рівні медіа грамотності.

Ключові теорії медіаосвіти. Протекціоністська теорія. Теологічна / релігійна теорія. Етична теорія. Теорія медіаосвіти як розвиток «критичного мислення». Ідеологічна теорія медіаосвіти. Екологічна теорія медіаосвіти. Теорія медіаосвіти як джерела «задоволення потреб» аудиторії. «Практична» теорія медіаосвіти, теорія практичної медійної діяльності / активності. Культурологічна теорія медіаосвіти. Естетична (художня) теорія медіаосвіти. Семіотична теорія медіаосвіти. Соціокультурна теорія медіаосвіти.

Основні здобутки та напрацювання науковців у сфері медіаосвіти та поширення медіаграмотності.

Тема 2. Комунікація, інформація, медіа

Когнітивно-інституційний підхід до масової комунікації. Поняття інформації. Соціальна інформація та її властивості. Інформація в журналістиці. Текст та інші носії інформації в мас-медіа. Поняття «комунікація». Спілкування та комунікація. Визначення масової комунікації. Поняття про мас-медіа: теоретичні й історичні аспекти. Властивості мас-медіа. Вивчення ефектів масової комунікації. Теорія стереотипів. Теорія когнітивного дисонансу. Теорія користі та задоволення. Теорія навчання та теорія пізнання. Структурно-функціональний підхід. Теорія спіралі мовчання. Теоретичні основи свободи преси. Теорія порядку денного М. Мак-Кобса і Д. Шоу. Теорія гейткіперів К. Левіна.

Правове й етичне регулювання діяльності медіа в Україні. Авторське право та суміжні права в медіа просторі. Еволюція уявлень про інтелектуальну власність. Основні етапи розвитку авторського права та суміжних прав у медіапросторі – форми порушення та механізм захисту. Авторські та суміжні права в Україні.

Роль медіа в суспільстві. Історія виникнення стандартів. Поняття етичного кодексу та його роль. Функція професійних стандартів журналістики. Перелік та визначення базових професійних стандартів журналістики. Маніпулювання аудиторіями через порушення стандартів. Приклади порушення стандартів.

Тема 3. Види медіа та їх розвиток

Різновиди медіа. Історія розвитку комунікацій. Три комунікаційні революції. Нові медіа. Телебачення. Газети і журнали. Радіо. Особливості сприйняття аудіовізуального образу.

Персональне медіаполе. Медіасоціалізація, як нове явище інформаційного суспільства. Позитивний медійний вплив. Медіа як ресурс особистості. Проблема медіазалежності. Розвиток нових медіа в світі.

Медіа та інформація, яку вони поширюють. Типи контенту в медіа та ознаки різних типів інформації. Практичні маркери: шість типів контенту: новини, думка/коментар, реклама, соціальна реклама, PR, пропаганда.

Різниця між фактами та судженнями. Ознаки фактів та суджень.

Змістовий модуль 2. Традиційні та соціальні медіа.

Тема 4. Традиційні медіа

Типи традиційних медіа.

Періодичні друковані медіа - «періодика». Газета – найстаріша мас-медіа. Структура сучасної газети. Газетні жанри. Стандарти подання інформації в газеті. Газети як медіа бізнес. Газета в епоху нових медіа.

Журнали та їх періодичність. Загальноприйнята типологія журналів. Політичні, тематичні, науково – фахові, споживчі та відомчі видання. Що потрібно знати, коли читаєш журнал?

Радіо. Формат радіо – сукупність жанрових, тематичних і інших ознак, що визначають загальний стиль програм радіостанції і покликаний задовольнити інтереси цільової аудиторії. Музичний і немусичний формат радіо. Розмаїтість музичних радіоформатів. Інформаційно-розмовний немусичний радіоформат в Україні. Основний контент інформаційно-розмовного немусичного радіоформату – новини, інтерв'ю, інформаційні огляди, аналітичні передачі.

Телебачення як джерело аудіовізуальної інформації і як складова частина масової культури і науки. Канали телебачення та їх відмінність. Інформаційне, пізнавальне, дитяче, розважальне, художнє, спортивне аудіовідеомовлення в кабельних мережах, через супутник і в ефірі. Кінематограф. Кінематограф як вид мистецтва та форма соціальної комунікації. Жанрова структура фільму. Кіно як репрезентант уявного ставлення до реальних умов існування в суспільстві, що визначає відповідні «матеріальні настанови» та власну життєву позицію користувача медіа продукту. Кіно як нові інформаційні технології.

Інтернет та загальні тенденції у сфері інноваційних медіа. Інтернет як безцінне сховище людського досвіду і корисної інформації. Специфіка Інтернет – медіа. Способи оновлення і наповнення інформації. Швидкість її оновлення і наповнення. Характерні ознаки Інтернет-медіа. Періодичність, ареал поширення, структура, можливість зворотного зв'язку.

Нові медіа. Веб 2.0, Вікі, соціальні мережі, кібер-простір, нові технології отримання новин.

Своєрідність медіаінформації. Як діють медіа? Що продають мас-медіа? Як вимірюють медійну аудиторію? Цикли зростання медійних компаній. Структура медіа підприємства. Бізнес-модель медіа компанії.

Форми власності медіа. Приватні (комерційні), державні або комунальні, суспільні медіа. Українські медіамагнати і монополізація національного медіапрос-

тору. Суспільне мовлення (синоніми: громадське мовлення, суспільно-правове мовлення) та його особливості. Закон про Суспільне мовлення 2015 р.

Тема 5. Редакційна політика і новинна грамотність

Новинні стандарти. Джерела новин. Принципи побудови новини. Світові новинні агентства. Українські новинні агентства. Професійні новинні стандарти. Відповідальність за порушення новинних стандартів. Замовні матеріали та їх ознаки. «Джинса».

Залежність змісту новин від редакційної політики. Найбільші медіа власники в Україні. Закон «Про прозорість медіавласності». «Етичний кодекс українського журналіста». Вплив медіа власників на редакційну політику. Протидія порушенню журналістської етики.

Порушення стандарту балансу думок. Баланс думок і структура матеріалу. Баланс думок та аргументація. Дотримання балансу думок в умовах війни.

Новинні стандарти. Стандарти достовірності та точності. Критерій правдивої інформації. Джерела інформації та їх перевірка: контрольні питання. Особливості цитування інформації та стандарт точності. Стандарт повноти інформації. Стандарт відокремлення фактів від суджень. Випадки необхідності журналістських коментарів. Інтернет-технології та новини.

Тема 6. Медіа і демократія

Свобода слова. Утилітарний і ліберальний підхід до пояснення свободи слова. Медіа як «четверта гілка влади». Класифікація медіа за політичною орієнтацією.

Індекс свободи преси. Рейтинг України в «Індексі свободи преси». Публічна інформація. Як реалізувати право на доступ до публічної інформації. Інформаційний запит. Індекс демократії.

Цензура та самоцензура. Порівняльна характеристика. Як працює цензура та самоцензура в нашій країні. Результат від цензури та самоцензури. Позитивний та негативний ефект впливу цензури та самоцензури.

«Джинса». Приклади політичної та комерційної джинси. «Джинса»: технологія, ефекти, ознаки.

Тема 7. Соціальні медіа

Соціальні медіа як джерело новин. Як працюють соціальні медіа. Алгоритми. Поняття «інформаційної бульбашки». Як вибратися з «інформаційної бульбашки».

Когнітивне викривлення. Типи когнітивних викривлень. Їх вплив на наші переконання. Підтверджувальне упередження. Ефект знайомства з об'єктом. Як здолати когнітивні викривлення.

Кібермоббінг: види та способи запобігання. Створюємо свою «сторінку».

Основні правила поведінки в соціальних мережах.

Модуль 3. Дезінформація та маніпулятивний вплив медіа

Тема 8. Неправдива інформація. Маніпуляції

Поняття дезінформації. Типи неправдивої інформації: помилкова інформація, дезінформація, поєднання правдивої та неправдивої інформації. Три типи неправдивої інформації та їх характеристика.

Фейк. Небезпека фейків. Види фейків. Мотивація поширення дезінформації. Механізми розповсюдження неправдивої інформації та способи запобігання цьому.

Заголовки: на що звертати увагу. Клікбейт.

Фотофейки. Види маніпуляцій з фото. Онлайн маніпуляції: боти та тролі. Спеціальне програмне забезпечення для виявлення ботів і тролів.

«Експертна думка». Маркери перевірки експертів.

Маніпуляції з першоджерелом. Офіційні пресрелізи урядових та судових органів, місцевих органів влади та міжнародних організацій; офіційні листи, звернення та запити на інформацію; повідомлення з місця подій (без редагування та коментування); офіційні вебсторінки організацій; люди, особисто причетні до події, зокрема свідки, як першоджерела інформації. На що варто звернути увагу під час перевірки видання.

Маніпуляції в соціальних медіа. Найбільш поширені технології підсвідомого впливу засобів масової інформації.

Інструменти для перевірки фактів. Українські, міжнародні та інші ресурси. Зворотний пошук зображень.

Тема 9. Стереотипи та «мова ворожнечі»

«Мова ворожнечі» vs свобода слова. Ознаки «мови ненависті» та розгляд технік її передання. Як повідомити 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. Інформація та пропаганда

Соціальна інформація. Моделі інформаційної взаємодії: тоталітарна; авторитарна; соціальної відповідальності; ліберальна.

«Інформування» та «пропаганда». Порівняльний аналіз інформування та пропаганди.

Види пропаганди. Позитивна пропаганда. Механізми переконання.

Тема 11. Аналіз медіатекстів різних видів медіа

Загальний план аналізу медіа тексту. Показники, що підлягають аналізу, та їх стисла характеристика. Категорія медіа (жанр медіатексту та його характерні особливості); агентство медіа (автор та замовник медіатексту, позиції авторів та на які події вони намагаються впливати); технології створення медіа повідомлення та їх ефективність; мова медіа повідомлення, використання візуальних символів, інфографіки, фото, малюнків, графіків, інших позначок, аудіовізуальні, стилістичні особливості мови та їх відповідність конкретному сюжету, наявність стереотипних рішень, візуальних кодів та в чому конкретно вони проявляються; аудиторія, на яку спрямована медіа інформація. Структурна схема аналізу медіатексту. Які соціальні групи чи проблеми представлені в медіа тексті? Політичні та соціальні тенденції, що віддзеркалені в медіатексті. Наявність симпатій чи антипатій авторів. Чи містить медіатекст приховані підтексти, неправдиву або викривлену інформацію? Визначення ключових епізодів медіатексту та їх спрямованості. Формування власного ставлення та позиції щодо медіаповідомлення.

Основні ознаки медіатексту. Обсяг, понятійний апарат, сутнісні та змістовні ознаки. Медіазасоби розповсюдження медіаповідомлень. Ознаки масовості щодо створення та щодо споживання медіапродукту. Розмаїття інформації газет, журналів, радіо, телебачення та рівень її відповідності політичним, економічним, соціальним, правовим та культурним процесам в суспільстві. Основні етапи багатостороннього сприйняття інформації та різноманітної її оцінки, а саме: визначення виду засобу масової інформації, категорії медіаповідомлення, наявності можливих помилок і необґрунтованих змістових обмежень медіаповідомлення, особливостей звукового супроводу та виразних засобів (для аудіовізуальної інформації), конкретного адресату медіатексту (за віковим цензом, соціальним статусом, освітою тощо), відповідності певного медіатексту цілеспрямованості та меті поінформованості. Мовні ознаки медіаповідомлень. Вплив медіа на споживача за показниками освіти та виховання, розвитку свідомості, формування поведінки, світоглядних позицій, поглядів, реакцій, відгуків, поширення та розповсюдження інформації. Розуміння початків інтерпретації медіатекстів. Контент-аналіз, сюжетний, змістовний, автобіографічний, ідеологічний, естетичний тощо.

Загальні засади аналізу медіатексту друкованих видань. Визначення агентства медіа, автора медіатексту та його позиції (ангажована, незаангажована, упереджена). Мета та спрямованість інформації. Способи впливу на користувача та наявність намірів автора скорегувати його позицію. Контент, підготовлений за кошти і в інтересах замовника, замовний контент або «джинса» та його характерні ознаки. Мова медіаповідомлення. Наявність в медіатексті візуальних символів, знаків (фото, малюнки, інфографіка, графіки, умовні позначки тощо) та рівень їх відповідності змістовній частині медіа повідомлення. Можливості порівняння окремих епізодів медіатексту з раніше отриманою інформацією із інших джерел. Чи містить медіатекст ознаки маніпуляції свідомістю користувача, будь-якої ворожнечі, ненависті чи прихованої або відвертої власної позиції автора (авторів)? Правдивість інформації, ефекти «достовірності». Політичні, ідеологічні, соціальні, культурні, правові та інші аспекти медіатексту. Результати та наслідки аналізу Відчуття, ставлення, симпатії чи антипатії користувача (сприйняття медіаповідомлення користувачем).

4. ТЕМАТИКА ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Традиційні медіа	2
2	Редакційна політика і новинна грамотність	2
4	Соціальні медіа	2
5	Неправдива інформація.	2
6	Маніпуляції.	2
7	Стереотипи та «мова ворожнечі»	2
8	Інформація та пропаганда	2
	Разом:	14

5. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	<p>Сутність і зміст медіаграмотності <i>Розгляд ключових теорій медіаосвіти.</i> Протекціоністська теорія. Теологічна / релігійна теорія. Етична теорія. Теорія медіаосвіти як розвиток «критичного мислення». Ідеологічна теорія медіаосвіти. Екологічна теорія медіаосвіти. Теорія медіаосвіти як джерела «задоволення потреб» аудиторії. «Практична» теорія медіаосвіти, теорія практичної медійної діяльності / активності. Культурологічна теорія медіаосвіти. Естетична (художня) теорія медіаосвіти. Семіотична теорія медіаосвіти. Соціокультурна теорія медіаосвіти.</p>	4
2	<p>Комунікація, інформація, медіа <i>Вивчення ефектів масової комунікації.</i> Теорія стереотипів. Теорія когнітивного дисонансу. Теорія користі та задоволення. Теорія навчання та теорія пізнання. Структурно-функціональний підхід. Теорія спіралі мовчання. Теоретичні основи свободи преси. Теорія порядку денного М. Мак-Кобса і Д. Шоу. Теорія гейткіперів К. Левіна.</p>	4
3	<p>Види медіа та їх розвиток Слід опрацювати матеріал «<i>Мій медіапростір</i>» та визначити час, який проводиться у різних медіа. Варто подумати, чому віддається перевага певним видам медіа та уникаються інші види. <i>Шість видів контенту.</i> Аналіз різних видів контенту.</p>	8
4	<p>Традиційні медіа. <i>Типи медіа та їх власники.</i> Пропонується скласти особистий перелік українських медіа. Дані внести в таблицю, поділивши медіа на види та за формою власності: приватні/державні / суспільне мовлення. Пропонується також скласти <i>рейтинг журналістських стандартів</i>: від найважливіших до найменш важливих. Проаналізувати принципи журналістики.</p>	8
5	<p>Редакційна політика і новинна грамотність Опрацювати «<i>правило наближення інтересів</i>». Підготувати невеличкі повідомлення про:</p> <ul style="list-style-type: none"> - «Правило сильних емоцій». - «Правило спільних інтересів». - «Загальнонаціональних лідерів популярності». - «Винятковість події». <p>Що собою являє <i>арифметика подій Г.Ф. Мотта</i>. Що таке <i>гейткіпінг</i>?</p>	4

	<p>Виконайте завдання:</p> <p>Сформуйте 2 групи: групу редакторів (3-4 учасники, залежно від загальної кількості академічної групи) і команди репортерів і журналістів (по 2-3 учасники, залежно від загальної кількості). Командам журналістів і репортерів заздалегідь роздають різні події (роздатковий матеріал «Випусти новину»). Завдання цих команд – за допомогою методу «наближення інтересів», зокрема основних інструментів подання матеріалу: правила хронологічного наближення і правила убивчих кілометрів, інших правил, сформувані цікаві новини (3-4 речення) для новинних стрічок. І подати їх редакторам. Завдання редакторів: відібрати найцікавіші новини, залежно від обраної тематики видання, її цільової аудиторії, в вечірньому чи ранковому ефірі виходитимуть новини тощо (ці критерії видають редакторам на вибір і прописують на картках, які учасники мають обрати «навмання»).</p> <p>Презентуємо результати. Перші виступають редактори, що заповнюють заздалегідь підготовлену схему на фліпчарті. Вони мають пояснити, чому саме ці новини потрапили до сьогоднішнього ефіру.</p> <p>Після їхнього виступу аналізуємо всі новини, запропоновані групами.</p> <p>Робимо висновок, чи правильно редактори відібрали інформацію і чи журналісти змогли сформувані матеріали.</p>	
6	<p>Медіа і демократія</p> <p>«Індекс свободи преси». Варто скласти перелік країн за величиною індексу від найвищого до найнижчого. Порівняти дані інших країн з Україною та дати відповідь на питання: які проблеми зі свободою преси наявні в Україні. Слід поміркувати над варіантами, що допомогли б покращити ситуацію.</p> <p>Знайдіть та проаналізуйте:</p> <p>Приклади <i>політичної та комерційної «джинси»</i>. Поясніть, чому Ви зробили саме такий розподіл, якими ознаками користувались?</p>	4
7	<p>Соціальні медіа.</p> <p>Пропонується підготувати один із варіантів проекту:</p> <p>Створити плакат для людей, що мають спільний з вами вид медіа-простору.</p> <p>Створити освітній допис для своїх підписників у соцмережах, присвячений медіаграмотності.</p> <p>Створити план заняття з медіаграмотності</p> <p>Зробити доповідь для аудиторії: «Медіа: як користуватися, та на що варто звернути увагу».</p>	6

8	<p>Неправдива інформація. Маніпуляції. Робота в групах (командна робота) Підготуйте інформаційні кампанії на базі помилкової інформації, дезінформації та поєднанні правдивої та брехливої інформації. Команди не повинні розкривати іншим, який тип інформації вони представлятимуть. Зробіть презентацію кампаній та запропонуйте іншим групам вгадати тип інформації.</p>	4
9	<p>Стереотипи та «мова ворожнечі» Використовуючи улюблені медіа, студенти мають знайти статтю чи допис, що викликає емоційну реакцію.</p> <p><i>Перевірка фактів.</i> - Слід зайти на ресурс Stop Fake або схожий. - Пропонується перевірити статті, інформацію в яких було спростовано. - Візьміть участь в дискусії щодо важливості спростування інформації у фейкових чи маніпулятивних статтях, та стратегії, яку варто застосовувати.</p> <p><i>Між «мовою ворожнечі» та свободою слова»</i> Аналіз прикладів текстів. Має бути виявлено, які приклади підпадають під поняття «мови ворожнечі» та «свободи слова».</p>	4
10.	<p>Інформація та пропаганда. Підібрати постери, на яких інформація подається шляхом інформування, пропаганди, соціальної реклами, піару, реклами. Обґрунтуйте, чому Ви вирішили саме так.</p>	4
11.	<p>Аналіз медіатекстів різних видів медіа. Відшукайте приклади застосування кодів в медіаповідомленнях.</p> <p>Наведіть приклади маніпуляцій в ЗМІ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. «Отруєний сендвіч». Це коли повідомлення починається з відомого незначущого факта, після якого дається вигадка і завершується фактом, який мав місце в дійсності. 2. Ефект первинності. Про якусь подію джерело інформації повідомляє раніше за інших, але повідомляє у вигідному для себе тлумаченні. 3. Закон першості. Будь яке перше повідомлення про той чи інший факт, подію справляє більш сильний вплив на аудиторію, ніж наступні. 4. Зсув акцентів. Це коли дуже широко, рекламно повідомляється про щось незначне. А далі похапцем чи мимохіть – про важливу подію. 	10

	<p>5. Метод «забовтування» Використовується коли потрібно знизити актуальність якогось явища чи викликати до нього негативну реакцію.</p> <p>6. Анонімний авторитет. Давно доведено, що одним з найефективнішим методом є звертання до авторитету. Це може бути вагома політична фігура, релігійний діяч, науковець чи представник іншої професії. Ім'я авторитету не повідомляється. Для більшої переконливості здійснюють цитування документів, оцінок експертів, свідчення очевидців. Наприклад : «Учені на підставі багаторічних досліджень довели...», « Лікарі рекомендують...» при цьому джерело не ідентифіковане, і жодної відповідальності за помилкове повідомлення журналісти не несуть.</p> <p>7. Принцип контрасту. Теми новинних повідомлень komponуються так, що змушують комуніканта домислювати в потрібному напрямку. Це особливо помітно під час виборів, коли детально, із смакуванням подробиць висвітлюються внутрішні конфлікти в таборі політичних опонентів.</p> <p>8. Створення асоціацій. Об'єкт штучно прив'язується до чогось такого, що сприймається масовою свідомістю як дуже погане. Саме тут і захована чергова пропагандистська пастка. Спокуса заощадити інтелектуальні зусилля змушує людину замість осмислення сутності проблем вдаватися до асоціацій і помилкових аналогій. Практична робота «Створення плану аналізу медіатексту та аналіз медіатексту на вибір».</p>	
Усього годин на самостійну роботу		60

6. ПОЛІТИКА ДИСЦИПЛІНИ ТА ОЦІНЮВАННЯ

Критерії оцінювання навчальних досягнень:

Одним із обов'язкових елементів освітнього процесу є систематичний поточний контроль оволодіння компетентностями та підсумкова оцінка рівня засвоєння навчального матеріалу і вміння використовувати ці знання на практиці.

Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання для поточного контролю успішності здобувачів вищої освіти:

1. Робота під час лекцій, конспект лекції (0-1).

Об'єкт оцінювання: повнота опрацювання змісту лекції, його відтворення та розуміння – 0-1 бал.

Відсутність (недостатність) тієї чи іншої складової знижує оцінку.

Бал нараховуються здобувачу вищої освіти, який в повному обсязі опрацював всі питання лекції, повністю і вірно відтворив її зміст в конспекті.

0 балів нараховуються здобувачу вищої освіти, який не має конспекту, не володіє матеріалом, потрібне його виконання.

2. Завдання на практичних заняттях (0-5).

Об'єкт оцінювання виконання завдань практичного заняття для здобувачів вищої освіти денної форми навчання: точність виконання завдання – 0-2 бали; повнота виконання завдання – 0-2 бали; ступінь обґрунтованості відповіді – 0-1 бал.

Відсутність (недостатність) тієї чи іншої складової знижує оцінку на відповідну кількість балів.

5 балів нараховуються здобувачу вищої освіти, за умови точного та повного виконання завдання, високого ступеня обґрунтованості відповіді.

4 бали нараховуються здобувачу вищої освіти, за умови повного виконання завдання, достатнього ступеня обґрунтованості відповіді, при наявності кількох несуттєвих помилок.

3 бали нараховуються здобувачу вищої освіти, за умови виконання більшої частини завдання, достатнього ступеня обґрунтованості відповіді, при наявності кількох помилок.

2 бали нараховуються здобувачу вищої освіти, за умови виконання достатньої частини завдання, низького ступеня обґрунтованості відповіді, при наявності значної кількості помилок.

1 бал нараховується здобувачу вищої освіти, за умови виконання меншої частини завдання, недостатнього ступеня обґрунтованості відповіді, при наявності значної кількості помилок; виконання задовольняє мінімальні критерії.

0 балів нараховуються здобувачу вищої освіти, у разі невиконання завдання, або коли потрібне повторне його виконання.

Завдання самостійної роботи в розрізі тем (0-12).

12 балів нараховуються здобувачу вищої освіти, за умови точного та повного виконання завдання, високого ступеня обґрунтованості відповіді. Відсутність (недостатність) тієї чи іншої складової знижує оцінку.

Перевірка самостійної роботи може відбуватись у тестовому форматі.

Підсумковий контроль знань студентів здійснюється наприкінці вивчення курсу в формі заліку. Здобувач освіти допускається до підсумкового контролю за умови виконання не менш як на задовільну оцінку усіх проміжних форм контролю, передбачених поточним семестровим навчальним планом.

Студент має право:

- вільно висловлювати свої думки усно або письмово, аргументуючи їх знаннями і підготовленим інструментарієм;
- вносити пропозиції щодо формування та реалізації власної освітньої траєкторії; активізації власної самостійної пізнавальної діяльності, форм і методів проведення аудиторних занять;
- відпрацьовувати пропущені заняття в установленому порядку;
- отримувати індивідуальні консультації у викладача.

Студент зобов'язаний:

- відвідувати заняття всіх видів відповідно до встановленого розкладу, запізнення на заняття допускається тільки з поважних причин;
- брати активну участь у роботі під час аудиторних занять, дотримуватися правил етичної поведінки, поважати думки та права інших студентів і викладача;
- виконувати самостійну роботу, підготовка якої є обов'язковою умовою до-

пуску до екзамену.

- набрати під час вивчення навчальної дисципліни мінімум 35 балів.

Політика щодо дедлайнів та перескладання. Пропущені з поважної причини заняття дозволяється відпрацьовувати впродовж **двох тижнів** після завершення дії поважної причини і при наявності документа-підстави (довідки, розпорядження про індивідуальних графік відвідування тощо).

Політика щодо академічної доброчесності. Студенти керуються нормами «Положення про академічну доброчесність здобувачів освіти в національному університеті «Чернігівський колегіум» імені Т. Г. Шевченка» (Наказ Ректора № 383 від 27.12.2019 р. зі змінами і доповненнями від 23.12.2020 р. (https://drive.google.com/file/d/1TggRAFOn49g08VcMd_XsZHGYnNm5LPs/view)). У процесі навчання та при підготовці самостійної роботи, виконанні індивідуальних завдань, забороняються плагіат, фабрикація та фальсифікація результатів, списування, хабарництво.

Політика щодо викладання. Викладання навчальної дисципліни відбувається на засадах студентоцентризму, антропоцентризму, гуманізму, поваги до соціокультурного плюралізму.

7. РОЗПОДІЛ БАЛІВ ЗА РЕЙТИНГОВОЮ СИСТЕМОЮ

Види контролю	Кількість	Бали	Загальна кількість балів
Лекції	8	1	до 8
Робота на практичному занятті	7	5	до 35
Самостійна робота:	3	12	до 36
Підготовка проекту	1	13	до 13
Усього:			до 100

8. ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ: НАЦІОНАЛЬНА ТА ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену	для заліку
90-100	A	відмінно	зараховано
83-89	B	добре	
75-82	C		
68-74	D		
60-67	E	задовільно	не зараховано з можливістю повторно-
35-59	FX	незадовільно з можливістю по-	

		вторного складання	го складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

9. ТЕМИ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ПРОЄКТУ:

- 1. Роль медіа в суспільстві.** (Історія виникнення стандартів. Поняття етичного кодексу та його роль. Функція професійних стандартів журналістики. Перелік та визначення базових професійних стандартів журналістики. Маніпулювання аудиторіями через порушення стандартів. Приклади порушення стандартів).
- 2. Різновиди медіа.** (Історія розвитку комунікацій. Комунікаційні революції. Нові медіа. Телебачення. Газети і журнали. Радіо. Особливості сприйняття аудіовізуального образу).
- 3. Інтернет та загальні тенденції у сфері інноваційних медіа** (Інтернет як безцінне сховище людського досвіду і корисної інформації. Специфіка Інтернет – медіа. Способи оновлення і наповнення інформації. Швидкість її оновлення і наповнення. Характерні ознаки Інтернет-медіа. Періодичність, ареал поширення, структура, можливість зворотного зв'язку).
- 4. Кому належать українські медіа.** (Приватні (комерційні), державні або комунальні, суспільні медіа. Українські медіамагнати і монополізація національного медіапростору. Суспільне мовлення (синоніми: громадське мовлення, суспільноправове мовлення) та його особливості. Закон про Суспільне мовлення 2015 р.).
- 5. Звідки беруться новини.** (Джерела новин. Принципи побудови новини. Світові новинні агентства. Українські новинні агентства. Професійні новинні стандарти. Відповідальність за порушення новинних стандартів.).
- 6. Новинні стандарти: замовні матеріали** (Замовні матеріали та їх ознаки. «Джинса».).
- 7. Редакційна політика** (Залежність змісту новин від редакційної політики. Найбільші медіа власники в Україні. Закон «Про прозорість медіавласності». «Етичний кодекс українського журналіста». Вплив медіа власників на редакційну політику. Протидія порушенню журналістської етики).
- 8. Новинні стандарти.** (Стандарти достовірності та точності. Критерій правдивої інформації. Джерела інформації та їх перевірка: контрольні питання. Особливості цитування інформації та стандарт точності. Стандарт повноти інформації. Стандарт відокремлення фактів від суджень. Випадки необхідності журналістських коментарів).
- 9. Медіа і свобода слова.** (Свобода слова. Утилітарний і ліберальний підхід до пояснення свободи слова. Медіа як «четверта гілка влади». Класифікація медіа за політичною орієнтацією).
- 10. Індекс свободи преси** (Рейтинг України в «Індексі свободи преси». Публічна інформація. Як реалізувати право на доступ до публічної інформації. Інформаційний запит. Індекс демократії).

11. **Цензура та самоцензура.** (Порівняльна характеристика. Як працює цензура та самоцензура в нашій країні. Результат від цензури та самоцензури. Позитивний та негативний ефект впливу цензури та самоцензури).
12. **«Джинса».** (Приклади політичної та комерційної джинси. «Джинса»: технологія, ефекти, ознаки).
13. **Соціальні медіа: користь чи шкода** (Соціальні медіа як джерело новин. Як працюють соціальні медіа. Алгоритми.).
14. **«Інформаційна бульбашка».** (Поняття «інформаційної бульбашки». Як вибратися з «інформаційної бульбашки».
15. **Основні правила поведінки в соціальних мережах.**
16. **Вікіпедія – друг чи ворог студента?**
17. **Неправдива інформація. Маніпуляції.** (Поняття дезінформації. Типи неправдивої інформації: помилкова інформація, дезінформація, поєднання правдивої та неправдивої інформації. Три типи неправдивої інформації та їх характеристика).
18. **Фейк: їх види та небезпека** (Небезпека фейків. Види фейків. Мотивація поширення дезінформації. Механізми розповсюдження неправдивої інформації та способи запобігання цьому).
19. **Заголовки: на що звертати увагу.** (Клікбейт).
20. **Фотофейки.** (Види маніпуляцій з фото. Зворотний пошук зображень).
21. **Онлайн маніпуляції: боти та тролі.**
22. **Експертна думка.** (Маркери перевірки експертів)
23. **Маніпуляції з першоджерелом.** (Офіційні пресрелізи урядових та судових органів, місцевих органів влади та міжнародних організацій; офіційні листи, звернення та запити на інформацію; повідомлення з місця подій (без редагування та коментування); офіційні вебсторінки організацій; люди, особисто причетні до події, зокрема свідки, як першоджерела інформації. На що варто звернути увагу під час перевірки видання).
24. **Маніпуляції в соціальних медіа.** Найбільш поширені технології підсвідомого впливу засобів масової інформації.
25. **Фактчекінг: актуальність, методологія і практичне застосування.**
26. **Інструменти для перевірки фактів.** (Українські, міжнародні та інші ресурси).
27. **«Мова ворожнечі» vs свобода слова.** (Ознаки «мови ненависті» та розгляд технік її передання. Як повідомити про «мову ворожнечі» у соціальних мережах).
28. **Методи запобігання «мові ворожнечі».**
29. **Стереотипи в інформаційному просторі** (Застосування стереотипів під час створення інформаційного продукту).
30. **Інформація та пропаганда** (Соціальна інформація. Моделі інформаційної взаємодії: тоталітарна; авторитарна; соціальної відповідальності; ліберальна. «Інформування» та «пропаганда». Порівняльний аналіз інформування та пропаганди).
31. **Пропаганда** (Види пропаганди. Позитивна пропаганда. Механізми переконання).
32. **«Синдром злого світу» і правила боротьби з ним.**
33. **Аудіовізуальна грамотність.** (Аудіовізуальна природа кіномистецтва. Специфіка кіно: синтетичність кіно образу. Природа кінозображення. Поняття екранного простору і часу. Ефект присутності. Кіно і телебачення - нова аудіовізуальна мова. Особливості кінематографу і художнього телебачення як синтезу мистецтв, виробництва і соціальної комунікації. Особливості сприйняття

аудіовізуального образу: реальність, що фільмується, реальність, що зображена в фільмі, реальність, що відтворена глядачем. Поняття «аудіовізуальної грамотності» як здатності критично сприймати аудіо-відеоматеріали).

34. Маніпуляції в рекламі.

10. МЕТОДИЧНЕ ТА ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

1. Навчальна програма
2. Робоча програма навчальної дисципліни
3. Методичні матеріали до практичних занять
4. Теми питань для самостійного опрацювання.
5. Завдання підсумкового проєкту.
6. Персональний комп'ютер.
7. Мультимедійний проєктор.

11. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА

1. Медіаосвіта та медіаграмотність : короткий огляд / В. Ф. Іванов та ін. 2-ге вид., стер. К.: АУП, ЦВП, 2012. 58 с. URL: <https://www.aup.com.ua/upload/ogliad.pdf>
2. Медіаосвіта та медіаграмотність: підруч. для студ. пед. колед. / ред.- упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; за науковою редакцією В. В. Різуна. Київ: Центр Вільної Преси, 2014. 431 с.
3. 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.
4. Практична медіаосвіта: авторські уроки. Збірка / Ред. упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; За науковою редакцією В. В. Різуна. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2013. 447 с.
5. Сінді Шейбе, Фейз Рогоу. Медіаграмотність. Критичне мислення у мультимедійному світі; пер. з англ. С. Дьома ; за заг. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. Київ : Академія Української Преси : Центр Вільної Преси, 2017. 319 с.
6. Фолькер В. Журналістика газет і журналів / Видання 2-е, перероблене / Пер. з нім. В. Климченко. Київ : Центр вільної преси, 2017. 377 с.

Допоміжна література:

1. Інфомедійна грамотність – невід'ємна складова навчального процесу закладу вищої освіти : збірник статей. Київ: Академія української преси, IREX, Центр Вільної преси. 2021. 400 с.
2. Гринь О., Коваленко О., Павленко Л., Стрілюк О. Історична гра-квест «300 фейкоборців: навчально-методичний посібник». Чернігів: Scriptorium, 2023. 63 с.
3. Гороховський, О. М. Фактчек як тренд розслідувань: можливості та перспективи: прак. посіб. Дніпро : Ліра, 2017. 133 с.
4. Збірник статей Шостої міжнародної науково-методичної конференції «Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи». Київ : Центр Вільної Преси, Академія української преси, 2018. 244 с.
5. Медіаграмотність та критичне мислення на уроках суспільствознавства: посібник для вчителя / Т. Бакка, О. Бурім, О. Волошенюк, Р. Євтушенко, Т. Меле-

- щенко, О. Мокрогуз; За ред. В.Іванова, О. Волошенюк. К.: ЦВП, АУЛ, 2016. 243 с.
6. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід : навч. посіб. / О. Т. Баришполець та ін.; за ред. Л. А. Найдьонової, О. Т. Баришпольця. К. : Міленіум, 2009. 440 с.
 7. Посібник з верифікації. URL: визначний гід з верифікації цифрового контенту для висвітлення надзвичайних подій. URL: http://verificationhandbook.com/book_ua
 8. Потятиник Б. В. Медіа: ключі до розуміння. Львів : ПАІС, 2004. 312 с.
 9. Стратегії дослідження екранних медіа / НАН України ; ІМФЕ ім. М. Т. Рильського. К., 2013. 356 с.
 10. Стрілюк О. Медіаграмотність у країнах Вишеградської групи: європейський досвід і перспективи для України. Сьомі Фльорівські читання: матеріали науково-практичної конференції. Чернігів: НУЧК імені Т.Г. Шевченка, 2022. С. 102–106.
 11. Сучасні медіасистеми: три моделі відносин ЗМІ та політики / Галлін та ін. ; пер. з англ. О. Насика. К.: Наука, 2008. 320 с.
 12. Український медіаландшафт – 2015 : аналітичний звіт / за ред. В. Ф. Іванова. К.: ФКА, АУП, 2015. URL: http://www.aup.com.ua/upd/kas_43639-1522-13-30.pdf

Інформаційні ресурси:

1. Академія української преси. URL: <http://www.aup.com.ua>
2. Детектор медіа. URL: <http://detector.media>
3. Медіакритика. URL: <http://www.mediakrytyka.info>
4. Медіапсихологія і медіа освіта. URL: <http://www.mediaosvita.org.ua>
5. MediaLiteracy. URL: <http://www.medialiteracy.org.ua>
6. MediaSapiens. URL: <http://osvita.mediasapiens.ua>
7. FAKE OFF. URL: <http://fakeoff.org/uk>
8. Stopfake.org. URL: <http://www.stopfake.org>
9. Он-лайн курс «Медіаграмотність для освітян» на платформі Prometheus
10. Он-лайн курс «Медіаграмотність для громадян» за посиланням <https://irex.mocotms.com/>
11. Он-лайн курс «Very Verified: онлайн-курс з медіаграмотності» за посиланням: <https://verified.ed-era.com/ua>
12. Фільтр – національний проєкт з медіаграмотності Міністерства культури та інформаційної політики України. URL: <https://filter.mkip.gov.ua/vykladacham-ta-studentam/>