

Список використаної літератури

1. Ісакова Т. О. Мова ворожнечі як проблема українського інформаційного простору. *Стратегічні пріоритети*. 2016. № 4 (41). С. 90–97.
2. Львова О. Мова ворожнечі: теоретико-правовий аналіз понять. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/559991.pdf> (дата звернення: 01.04.2023).
3. Прищеп Г. «Мова ненависті» як лінгвістичний маркер «гібридної війни». *Психолінгвістика*. *Психолінгвістика*. 2017. Вип. 22 (2). С. 98–112.
4. Почепцов Г. Г. Особенности пропагандистских механизмов с двух сторон российско-украинского конфликта. URL: <http://discourse.in.ua/node/4221>.

Марія Гудз,
здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти,
спеціальність 014 Середня освіта,
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка,
вчитель української мови і літератури,
Тернопільський ліцей № 21 –
спеціалізована мистецька школа імені Ігоря Герети
Науковий керівник – доктор педагогічних наук,
кандидат філологічних наук, професор Наталія Грицак

МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ЯК ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМОК РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

Ми живемо у час інформаційного буму, для якого характерне масове поширення будь-якої інформації. Члени суспільства, здебільшого, сприймають світ так, як його зображують медіа. Втім, кожен член соціуму має можливість бути не лише споживачем інформаційного контенту, але й активним творцем, використовуючи при цьому різні соціальні мережі («Facebook», «Instagram», «YouTube» та інші). З огляду на це І. Арістова, В. Ільганаєва, В. Ліпкан стверджують, що сучасний етап історії – новий і заслуговує називатись інформаційним суспільством [1]. Попри великі можливості, які відкриває глобальний інформаційний простір, варто пам'ятати, що сучасні інформаційні технології часто використовуються для маніпуляцій свідомістю і поведінкою людини. У цілому це загрожує дегуманізацією. Відтак у сучасному інформаційному просторі велику роль набуває медіаграмотність, яка дає змогу орієнтуватись у багатоплановому інформаційному потоці, сприймати його та аналізувати. Тому важливо, щоб кожна людина мала певний рівень медіакультури, пов'язаний з навичками роботи з інформацією.

Важливу роль у формуванні медіаграмотної особистості відіграє школа. Вважаємо, що освіта XXI століття – це медіаосвіта, яка має формувати особистість та її інформаційну культуру. Різні аспекти проблеми медіаосвіти досліджують Л. Баженова, О. Бондаренко, Г. Боришполець, О. Волощенко, К. Ворноп, Т. Іванова, Р. Колінз, Д. Консідайн, Л. Мастерман, Г. Онкович та інші.

Розмірковуючи про змістове наповнення поняття медіаосвіта, варто звернутись до праць Г. Онкович. Учена слушно зазначає, що медіасвіта – напрямок, покликаний допомогти особистості краще адаптуватися у світі медіакультури, опанувати мову засобів масової інформації, навчити аналізувати медіатексти, сприймати медіапродукт, щоб ефективно використовувати знання, котрих людина потребує. Набути їх

якнайкраще можна через посередництво масових комунікацій, котрі призначені надавати інформацію з різних сторін життя соціуму [4]. Ці компетентності безпосередньо допоможуть кожному члену суспільства об'єктивно реагувати на інформаційний потік від ЗМІ та уникати негативного впливу недостовірної інформації.

Виходячи з такої позиції, завдання медіаосвіти – навчити кожного грамотно «читати» медіатекст; розвинути здібності до сприйняття та аргументованої оцінки медіаінформації, самостійності суджень, критичного мислення, прищепити естетичний смак; допомогти інтегрувати знання та вміння, отриманні на різних заняттях, при сприйнятті, аналізі інформації, творчій діяльності; виявити і сформувати через медіадіяльність та медіаактивність особистості її соціальну та громадянську відповідальність. Для цього важливими вважаємо засвоєння восьми ключових рівнів медіаграмотності, які виділяє Дж. Поттер:

- осягнення основних положень (розуміння, що це відбувається не з ним/нею);
- усвідомлювання мови (розпізнавання мовного звучання та ототожнювання значень слів);
- розуміння викладеної інформації (виявлення правди і вигадки, вирізнання реклами тощо);
- розвиток скептицизму (оцінювання можливої брехні в рекламі, чітке розуміння, що подобається, а що ні);
- інтенсивний розвиток (потужна мотивація до пошуку конкретної інформації, вироблення чітких наборів інформації, якій надається перевага, високий рівень розуміння корисності отриманої інформації);
- емпіричне вивчення (пошук різних форм подання контенту та переказів, пошук сюрпризів і нових емоційних, моральних реакцій та почуттів);
- критичне оцінювання (сприймання повідомлень такими, якими вони є, й подальше оцінювання у відповідному середовищі, глибоке й детальне розуміння історичного, економічного та художнього контекстів систем, представлених у повідомленні, здатність уловлювати нюанси в поданні інформації та відмінність від форми подання інших повідомлень на цю тему, здатність зробити висновки про сильні та слабкі сторони повідомлення);
- соціальна відповідальність (розуміння, що певні повідомлення позитивніше впливають, ніж інші; усвідомлення, що чиясь власна думка впливає на суспільство, й не важливо, як сильно; визнання, що існують певні способи, завдяки яким особистість може конструктивно вплинути на суспільство) [7].

Оскільки інформаційне суспільство постійно розвивається, то навички медіаграмотності потрібно вдосконалювати повсякчас. Розробники Концепції Нової української школи звертаються до питань медіа і ставлять перед собою завдання виховати особистість, здатну до протистояння агресивному медіасередовищу, рефлексії і критичного мислення [3]. Також на сьогодні є багато ресурсів для самоудосконалення: «Програма медіаграмотності для громадян», дистанційний курс «Верифікація в Інтернеті», освітній проєкт «OSINT Academy» від Інституту постінформаційного суспільства, дистанційний курс «Як розуміти соціальні мережі», гра «Медіаграмотна місія» від IREX, видання «Як розпізнати фейк?» від Міністерства інформаційної політики України, розроблене та реалізоване спільно з проєктом ЄС «Association4U», ряд програм Академії української преси та ін.

Отже, в сучасному медіапросторі суспільство має змогу отримувати інформацію, ділитися нею та здобувати нові знання. А тому важливо, щоб кожен його член був захищений від «хайпу» та дезінформації. Робимо висновок, що саме навички

медіаграмотності дають цю можливість. Тому медіаграмотність – це один з найважливіших інструментів для кожного, хто є частиною сучасного інформаційного суспільства.

Список використаної літератури

1. Арістова І.В. Державна інформаційна політика: організаційно-правові аспекти / за заг. ред. О.М. Бандурки. Харків: Ун-т внутрішніх справ. 2000. 386 с.
2. Бебик В.М. Глобальне інформаційне суспільство: поняття, структура, комунікації. Інформація і право. 2011. № 1(1). С. 41–49. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/>.
3. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні [Електронний ресурс]: Схвалено постановою Президії Національної академії педагогічних наук України 20.05.2010 р., протокол № 1-7/6-150. URL: <https://ms.detector.media/print/11048/>.
4. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід: Навчально-методичний посібник / за ред. Л.А. Найдюнової, О.Т. Баришпольця. Київ: Міленіум, 2010. 440 с.
5. Онкович Г.В. Медіаосвіта як інтелектуально-комунікативна мережа. Вища освіта України. 2008. № 3. Д. 1. Тем. вип. Наука і вища освіта в Україні: міра взаємодії. С. 130–137.
6. Masterman L.A. Rational for Media Education. *Kubey R. (Ed.) Media Literacy in the Information Age*. New Brunswick & London: Transaction Publishers, 1997. P. 15–68.
7. Potter W.J. *Media Literacy*. Thousand Oaks. London: Sage Publication, 2001. 423 p.

*Катерина Шаповал,
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти,
спеціальність 061 Журналістика,
Київський університет імені Бориса Грінченка
Науковий керівник – кандидат педагогічних наук,
доцент Яна Фруктова*

ПРИЙОМИ МАНІПУЛЯЦІЇ В НОВИННОМУ КОНТЕНТІ

Маніпуляція масовою свідомістю — спосіб управління великою кількістю людей [5] шляхом створення ілюзій у їхній свідомості та створювати передумови, щоб керувати їхньою поведінкою. «Сучасний словник соціології» визначив [1] маніпуляції свідомістю як «вид застосування влади, при якому той, хто володіє нею, впливає на поведінку інших, не розкриваючи характеру поведінки, якої він від них очікує».

У засобах масової інформації з метою непрямого тиску на споживача, так званого «ненав'язливого нав'язування», маніпуляції використовуються як потужний засіб керування широкими масами.

Різні види маніпуляцій використовують в тому числі у новинному контенті. Найпоширенішим засобом маніпулювання сьогодення, зокрема і в Україні є фейкові новини. В основу таких повідомлень закладають інформацію, яка взагалі або частково не співвідноситься з достовірними фактами — вони можуть бути зовсім або частково неправдивими. Джастер та Лануї зазначає [2, с. 208], що такі повідомлення може містити деякі елементи правдивості, але йому може бракувати даних для повної картини. Як правило, такі повідомлення націлені на свідоме дезінформування громадськості. Часто