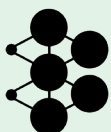


Академія української преси
Тетяна Іванова

**МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ТА
КРИТИЧНЕ МИСЛЕННЯ
В ПРОЦЕСІ ВИКЛАДАННЯ
ДИСЦИПЛІН
КОМУНІКАЦІЙНОГО
ЦИКЛУ**



**АКАДЕМІЯ
УКРАЇНСЬКОЇ
ПРЕСИ**

Бібліотека масової комунікації
та медіаграмотності
Академії української преси

АКАДЕМІЯ УКРАЇНСЬКОЇ ПРЕСИ

Тетяна ІВАНОВА

**МЕДІАГРАМОТНІСТЬ
ТА КРИТИЧНЕ МИСЛЕННЯ
В ПРОЦЕСІ ВИКЛАДАННЯ ДИСЦИПЛІН
КОМУНІКАЦІЙНОГО ЦИКЛУ**

Навчальний посібник

Київ

Академія української преси
Центр вільної преси
2024

УДК 378.147.013.8:16](075.8)
I20

Іванова Т.

Медіаграмотність та критичне мислення в процесі викладання дисциплін комунікаційного циклу: навчальний посібник / за загал. ред. В. Іванова. Київ: Центр вільної преси, 2024. 178 с.

ISBN 978-617-7370-65-8

Посібник присвячений проблемі імплементації елементів медіаграмотності у предмети комунікаційного циклу в процесі професійної підготовки майбутніх фахівців закладів вищої освіти.

Матеріали посібника будуть корисні викладачам журналістських дисциплін, PR та реклами. Методи та інтерактивні технології навчання сучасного студентства саме покоління screen-screen дозволять підвищити рівень мотивації студентів у процес їхньої фахової підготовки та майбутньої професійної діяльності.

УДК 378.147.013.8:16](075.8)



ISBN 978-617-7370-65-8

© Іванова Т., 2024
© Академія української преси, 2024
© Центр вільної преси, 2024

ЗМІСТ

Медіаграмотність: розшифровка нових смислів	4
Актуальність (результати опитування)	7
Частина I. Методика викладання медіаграмотності для студентів ЗВО	14
1.1. Покоління «screen-screen». Особливості навчання та сприйняття інформації сучасним студентством	14
1.2. Метод Девіда Колба як процес засвоєння нових знань та специфіка навчання дорослих.	25
1.3. Методика Бенджаміна Блума і навчання майбутніх фахівців	32
Частина II. Технології проведення тренінгу з медіаграмотності ...	45
2.1. Технологія перевірки зв'язку під час проведення тренінгів з медіаграмотності	45
2.2. Використання технології «метафоризація» у ході тренінгу з медіаграмотності	64
2.3. Технологія використання казок та притч у тренінгах з медіаграмотності	75
Частина III. Інтегрування принципів медіаграмотності в навчальні курси	95
3.1. Формування навичок медіаграмотності в процесі вивчення курсу «Всесвітня історія».	95
3.2. Медіаграмотність у підготовці майбутнього журналіста.	116
3.3. Штучний інтелект та критичне мислення. Медіаграмотність ...	131
3.4. «Ефект Данінга-Крюгера» у розвитку критичного мислення та медіаграмотності	156
3.5. Медіаграмотність у процесі вивчення дисципліни «Культурологія та мистецтвознавство»	169

МЕДІАГРАМОТНІСТЬ: РОЗШИФРОВКА НОВИХ СМИСЛІВ

У сучасному інформаційному просторі, переповненому різноманітними даними, медіаграмотність та критичне мислення стають ключовими компетенціями для викладачів дисциплін комунікаційного циклу. Посібник «Медіаграмотність та критичне мислення в процесі викладання дисциплін комунікаційного циклу» є незамінним ресурсом для освітян ЗВО, які прагнуть не тільки підвищити рівень власної медіаосвіченості, але й ефективно інтегрувати принципи медіаграмотності та критичного мислення в освітній процес.

Цей посібник допоможе викладачам глибше зрозуміти суть медіаграмотності та критичного мислення, а також надасть практичні інструменти та методики для їхнього застосування в освітній діяльності. Книга охоплює широкий спектр аспектів: від теоретичних основ до практичних завдань, вправ, необхідних для формування у студентів усвідомленого підходу до медіа.

Авторка посібника акцентує на важливості критичного аналізу медіатекстів, розумінні механізмів впливу медіа на суспільство та індивіда, а також розвитку навичок відповідального споживання та продукування медіаконтенту. Книга містить численні приклади, кейси та інтерактивні завдання, які допоможуть викладачам залучити студентів до активного обговорення та рефлексії медійних повідомлень.

Завдяки цьому посібнику викладачі зможуть не тільки покращити власні навички медіаграмотності, але й створити мотиваційне та інноваційне освітнє середовище, що сприятиме розвитку

критичного мислення та медіаграмотності серед студентів, готуючи їх до свідомого та критичного сприйняття медіа в професійному та особистому житті.

Тож, ми маємо комплексний теоретичний та практичний посібник з методики інтеграції медіаграмотності в різні дисципліни. За допомогою цієї книги викладач зможе вільно та ефективно включити елементи формування критичного мислення в дисципліни, які він викладає.

Також традиційно хочеться сказати кілька слів про видавничу діяльність Академії української преси в цілому. Тут дані про книги будуть частково дублюватися з попередніми передмовами.

Протягом більше двадцяти років Академія української преси займається виданням літератури з журналістики та медіаграмотності. Це 137 найкращих видань у своїй галузі. Предметом нашої гордості є те, що на факультетах та в інститутах журналістики України студенти навчаються за підручниками та посібниками, які прийшли в українські аудиторії за нашого посередництва.

95 з цих видань присвячені саме проблемам медіаосвіти та медіаграмотності.

Серед них переклад з англійської підручника для вчителя «Медіаграмотність» Сінді Шейбе та Фейз Рогоу, який витримав два видання та має заслужений авторитет у закладах освіти України.

Для медіапедагогів ми також видали переклад українською німецького посібника Ґ. Тулодзєцького, Б. Герціґа та С. Графе «Медіаосвіта в школі та на уроці» (2020).

Також у 2023 р. побачив світ український переклад навчального посібника Даніеля Зюсса, Клаудії Ламперт та Крістіни Трюльцш-Війнен «Медіапедагогіка». Він призначений для тих, хто тільки знайомиться з цією спеціальністю, тому в ньому охоплене величезне коло проблем та питань, пов'язаних з медіапедагогікою, медіаосвітою, медіакомпетентностями, медіаграмотністю. Книга має комплексний характер, вона дає достатньо повну картину стану цієї особливо важливої на сьогодні спеціальності. Посібник створений у німецькомовному європейському світі, над ним працювали

дослідники з Німеччини, Австрії, Швейцарії, але він є актуальним і корисним для всіх, хто вивчає медіа, їхні впливи та методи роботи з ними. У себе на Батьківщині книга витримала вже три видання, що також красномовно свідчить про її якість.

Ця книга не побачила б світ без підтримки міжнародної організації Internews Network. Вона впроваджує «Медійну програму в Україні» за фінансування агентства США з міжнародного розвитку (USAID). Ця програма зміцнює українські медіа та розширює доступ до якісної інформації.

Валерій Іванов,
проф., д. філол. н., президент Академії української преси

АКТУАЛЬНІСТЬ (РЕЗУЛЬТАТИ ОПИТУВАННЯ)

Автори цього посібника провели у 2023–2024 роках експеримент серед українського студентства.

Етап 1. Студентів спеціальності «Журналістика» та «Масові комунікації» віком 18–21 рік попросили пригадати важливі світові історичні події з 1950 рр. по теперішній час.

Відповіді учасників були такими:

1. Оголошення незалежності України

Експериментатор:

- ▶ Чому саме в той час трапилася ця подія?

Студент/студенти:

- ▶ Тому що радянська влада ослабла в той період.

2. Від'єднання українського патріархату від російського

Експериментатор:

- ▶ Чому саме в той момент трапилася ця подія?

Студент/студенти:

- ▶ Не знаю, може вже ми йшли до незалежності потроху;
- ▶ Якщо вже незалежність, то потрібно, щоб була своя церква, оскільки церква — це спосіб керування людьми.

3. Рух дисидентів-шістдесятників

Експериментатор:

- ▶ Чому саме в цей момент трапилася ця подія?

Студент/студенти:

- ▶ Тому що в людей уже була потреба в цьому.
- ▶ Коли як не тоді?

4. Смерть Кеннеді

Експериментатор:

- ▶ Чому саме в цей момент трапилася ця подія?

Студент/студенти:

- ▶ Тому що прийшов його час — він уже був старий.

5. Чорнобиль

Експериментатор:

- ▶ Як ця подія вплинула на політичні процеси в Україні?

Студент/студенти:

- ▶ Радіація розійшлася Європою.
- ▶ Чорнобильська трагедія наблизила розпад СРСР.

Експериментатор:

- ▶ Яким чином?

Студент/студенти:

- ▶ Не знаю.

6. Розвал СРСР

Експериментатор:

- ▶ Чому саме в цей момент трапилася ця подія?

Студент/студенти:

- ▶ Україна вже давно прагнула до незалежності.

7. Касетний скандал

Експериментатор:

- ▶ Як ця подія вплинула на політичні процеси в Україні?

Студент/студенти:

- ▶ Касетний скандал спровокував Революцію гідності.

8. Анексія Криму

Експериментатора:

- ▶ Як ця подія вплинула на політичні процеси в Україні?

Студент/студенти:

- ▶ Україна лишилася своєї території.

Експериментатор:

- ▶ Звідки ви дізналися про ці події?

Студент/студенти:

- ▶ На шкільних уроках історії.
- ▶ Прочитали в соціальних мережах (до речі, я прочитала в соціальних мережах, що сьогодні роковини смерті Дж. Кеннеді).
- ▶ Розказували про це батьки.
- ▶ Дивилися художні фільми про ці події.

Експериментатор:

- ▶ **Чому ви їх називаєте глобальними?**

Студент/студенти:

- ▶ Резонансна подія в усьому світі.
- ▶ Змінили життя людей.
- ▶ Широко обговорювали.
- ▶ Докорінно змінили суспільство.

На прохання експериментатора пояснити та обґрунтувати свою думку («Як змінили життя людей?», «Чому такий резонанс у всьому світі?» і т.п.) респонденти чітких відповідей не дали.

Етап 2. Студентам запропонували подивитися відеокліпи, що так чи інакше відображають значущі події історії ХХ–ХХІ століття.

Експериментатор:

- ▶ Про які історичні події йдеться у відео?

Кліп 1. «Вставай» (виконавець — група «Океан Ельзи»).

Після перегляду відбувається діалог.

Експериментатор:

- ▶ Що за подія описана?

Студент/студенти:

- ▶ Революція гідності.

Експериментатор:

- ▶ Коли вона трапилася?

Студент/студенти:

- ▶ У 2014 році.

Експериментатор:

- ▶ Що демонструють герої кліпу?

Студент/студенти:

- ▶ Що ми здатні боротися за свою свободу.
- ▶ Що влада не може більше видавати такі накази проти народу.

Експериментатор:

- ▶ Які саме накази?

Студент/студенти:

- ▶ Про обмеження свободи людей.

Загальний висновок після перегляду та аналізу здобувачами освіти кліпу «Вставай»:

- ▶ Плутали події Помаранчевої революції з Революцією гідності.
- ▶ Описували загальні події Помаранчевої революції, але не називали причин, головних героїв.
- ▶ Дехто не знав, чи живий зараз Л. Кучма.
- ▶ Назву «помаранчева» студенти пояснювали аналогією з апельсинами.

Кліп 2. «Степом, степом...» (виконавиця — Анастасія Приходько).

Експериментатор:

- ▶ Про які події йдеться в кліпі?

Студент/студенти:

- ▶ Про Голодомор 1922–23 року.
- ▶ Про війну на Сході України.

Експериментатор:

- ▶ Це відома народна пісня про Другу світову війну. Співачка порівнює ту війну з сьогодишньою російсько-українською війною. Які меседжі хотіла донести Анастасія Приходько?

Студент/студенти:

- ▶ Війна — це завжди голод.
- ▶ Війна — це погано.

Загальний висновок після перегляду та аналізу студентами кліпу «Степом, степом»:

- ▶ учасники асоціюють кліп з сучасною війною, а не з Другою світовою, під час якої українці боролися проти фашизму. Ніхто не перевірів інформацію;
- ▶ жоден з респондентів раніше не чув цю пісню й не знає історії її виникнення;
- ▶ дехто вирішив, що в цьому кліпі йдеться про Голодомор;
- ▶ учасники почали дискутувати про якість кліпу та кар'єру співачки А. Приходько.

Кліп 3. «Вітер змін» («Wind of Change», що написана Клаусом Майне, вокалістом групи «Scorpions»).

Експериментатор:

- ▶ Які меседжі хотів донести співак у цьому кліпі?

Студент/студенти:

- ▶ Боротьба з фашизмом.
- ▶ Революційні рухи як результат думок про свої права.
- ▶ Відстоювання своїх прав.

- ▶ Повалення Берлінської стіни.

Експериментатор:

- ▶ Як повалення Берлінської стіни вплинуло на світ?

Студент/студенти:

- ▶ Люди відмовляються від того, що було раніше;
- ▶ Стіна як захист, який був, а тепер його знищили;
- ▶ З'єднання Сходу із Заходом у Німеччині.

Експериментатор:

- ▶ З'єднання Сходу із Заходом — це результат або символ чого?

Немає відповіді.

Експериментатор:

- ▶ Повалення Берлінської стіни — це символ кінця холодної війни та повалення авторитарного режиму в СРСР.

Загальний висновок про аналіз та перегляд кліпу «**Wind of Change**»:

- ▶ цей кліп був найскладнішим для аналізу учасниками;
- ▶ події, що оспівуються, були зрозумілі фрагментарно;
- ▶ здобувачі освіти не знають причин руйнування Берлінської стіни;
- ▶ досить побіжно респонденти орієнтуються у світових подіях того часу;
- ▶ не змогли пояснити, чому саме за правління М. Горбачова ця подія трапилася та яку роль він відіграв у цій події;
- ▶ згадували, що це улюблена пісня їхніх батьків, у яких вона асоціюється з дитинством;
- ▶ студенти були здивовані, коли дізнались, що співак Клаус Майне переспівав цю пісню на підтримку України у 2022 році (покликання: https://www.youtube.com/watch?v=pKQQs_96XBE).

Щодо того, чи можна робити висновок на основі кліпу, студенти повільно та за підтримки експериментатора підсумовують: інформація в цих медіатекстах може бути не зовсім достовірною, тому що ми маємо справу з художніми творами, а не з публіцистичними.

Загальні висновки:

1. Студенти з легкістю дають багато відповідей, але не перевіряють їхню правильність, не аргументують.
2. Висловлюють свої думки без покликання на будь-які джерела.
3. Користуються сумнівними неперевіреними джерелами (здебільшого, це соціальні мережі), читаючи тільки заголовки.
4. Навіть тоді, коли студенти сумнівалися щодо відповіді, вони не намагалися перевірити цю інформацію.
5. Учасники експерименту не могли пов'язати власні знання з отриманою з кліпів та інтернету інформацією.
6. Знайдену в інтернеті інформацію в єдину думку вдалося сформулювати лише 5% студентів.
7. У ситуації, коли треба було довести та обґрунтувати свою думку, уже перша реакція характеризувалася категоричністю висловлювань.
8. У відповідях відсутній аналіз, причинно-наслідкові зв'язки, логіка, обґрунтування.
9. Спостерігається незнання подій світової історії, плутанина з датами, прізвищами.
10. Аналізуючи історичні події на основі кліпів, студентам було складно розмежовувати факт та художню інтерпретацію подій.
11. У діалозі про важливість та достовірність подій студенти сперечалися, категорично наполягали на своїй точці зору.

Результати цього, хоч і невеликого, дослідження дозволяють нам окреслити психологічний «портрет» сучасного студентства, або як їх ще називають покоління «screen-screen», та чому саме для цієї аудиторії вкрай важливе критичне мислення та медіаграмотність.

Частина I

МЕТОДИКА ВИКЛАДАННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ ДЛЯ СТУДЕНТІВ ЗВО

1.1. ПОКОЛІННЯ «SCREEN–SCREEN». ОСОБЛИВОСТІ НАВЧАННЯ ТА СПРИЙНЯТТЯ ІНФОРМАЦІЇ СУЧАСНИМ СТУДЕНТСТВОМ

Примітка: запропонований матеріал викладач може використовувати як довідковий або як інтерактивну лекцію для студентів.

Сучасне студентство... яке воно? Діти, народжені на початку XXI століття, так зване покоління Z, виростили з комп'ютером і телефоном в руках і з перших років життя знаходяться в онлайн. Саме тому їх називають поколінням екранів, тобто поколінням «screen-screen». Вони сьогодні представляють українське студентство, а через 5–10 років будуть обличчям сучасної України.

Продовжуючи аналіз результатів проведеного дослідження, спробуємо окреслити психологічні та фізіологічні характеристики сучасного студентства, бо зрозумілою є думка: якщо педагог бажає навчити чомусь, він має пізнати свого учня якомога глибше.

Перш за все зауважимо, що вік сучасного студентства, в основному, 17–23 р. У 1928 році, коли німецький соціолог Карл Маннгейм опублікував роботу «Проблеми поколінь», почали говорити про теорію поколінь, згідно з якою молодь цього віку належить до так званого покоління **Z** (англ. *Generation Z*; у розмовній

мові — **«зумери»**) — термін, що застосовується для людей, які народилися у **двохтисячних** (2000–2012) (джерело: https://uk.wikipedia.org/wiki/Покоління_Z/). Деякі дослідники пишуть про те, що представники покоління Z народилися протягом 1995 та 2000 рр., хоча консенсусу щодо чітких років серед експертів наразі немає (джерело: <https://www.radiosvoboda.org/a/28920838.html>). У США, Європі та країнах БРІКС зумери — це до 40% споживачів і 10% у решті світу.

Характерні особливості покоління центеніалів

Соціально-психологічні особливості

Вправа-візуалізація «Важливо — не важливо»

Хід вправи

Викладач на аркуші фліпчарту розміщує картки (список додається) та просить учасників напроти кожної картки розташувати свої стікери, які є різними за кольором: червоний колір означає «важливо», зелений колір — «не важливо».

Можливі слова-цінності

- ▶ Цифрова грамотність.
- ▶ Глобальні проблеми (екологія, війна, соціальна нерівність, бажання вирішити ці проблеми).
- ▶ Мультизадачність.
- ▶ Уміння змінюватись та адаптуватись.
- ▶ Кар'єрне зростання.
- ▶ Завойовування авторитету.
- ▶ Орієнтація та копіювання успішних прикладів.
- ▶ Цінність різноманіття.
- ▶ Рівні можливості для всіх.
- ▶ Можливість креативити та самовиражатись.
- ▶ Самозайнятість або вільний графік.
- ▶ Подорожі.
- ▶ Саморозвиток особистості.
- ▶ Слідування за модою в одязі.

- ▶ Прагнення купувати брендові речі.
- ▶ Робота у великій солідній компанії.
- ▶ Сучасний діловий стиль в одязі.
- ▶ Схильність дотримуватись консумції (ритуалів, правил, обрядів).
- ▶ Відповідність стандартам, певним правилам корпоративної культури.

Після проведеної візуалізації викладач залишає тільки картки зі статусом «важливо» і на фліпчарті візуалізує заголовок «Основні сенси/потреби покоління центеніалів».

Далі подає мінілекцію «Висновки».

- ▶ Представники покоління Z вірять у рівність і відсутність дискримінації не тільки в суспільстві, але й у масмедіа.
- ▶ Покоління досить оптимістичне й дуже стурбоване своїми особистими амбіціями.
- ▶ Самоактуалізація має для них першочергове значення, разом з повноцінною роботою та позитивною робочою атмосферою.
- ▶ Це покоління виросло в різних сімейних структурах з більш різноманітним поєднанням етнічних груп і розмитими гендерними ролями.
- ▶ За даними компанії «[Vision Critical](https://www.visioncritical.com)», серед інших девайсів міленіали найбільше використовують комп'ютер, у той час як покоління Z надає перевагу смартфонам. При цьому багато дослідників погоджуються, що новому «цифровому поколінню» набагато легше адаптуватися до постійних оновлень додатків та програм (<https://www.radiosvoboda.org/a/28920838.html>).



Зображення 1.

- ▶ Представники покоління Z завжди на зв'язку; вони використовують месенджери та соцмережі для комунікації з друзями й близькими.
- ▶ Це покоління ще швидше перемикається між іграми та роботою, при тому, що на задньому плані їх постійно щось відволікає. Вони мультизадачні. До речі, на робочому місці це може стати досить корисними навичками.
- ▶ Для покоління Z немає нічого неможливого, вони ще більш амбітні, ніж мілленіали <https://hurma.work/blog/teoriya-pokolin-vid-x-do-z-i-chomu-cze-vazhливо/>
- ▶ **Емілі Чеппі** (представниця Національного товариства із запобігання жорстокості щодо дітей в Британії) повідомила [The Guardian](https://www.guardian.com/uk/2018/sep/18/emily-jeppie-social-media-children): «...існує думка, що це покоління має бути найщасливішим, оскільки в них є так багато зв'язків у всьому світі, і так багато інформації на їхніх кінчиках пальців. Але ці зв'язки фактично відключають людей від справжньої дружби та можливості насолоджуватися світом разом» (джерело: <https://www.radiosvoboda.org/a/28920838.html>).
- ▶ Покоління центеніалів має свої особливості та потреби в комунікаціях. Вони зазвичай обирають віртуальну **screen-screen комунікацію на відміну від традиційної комунікації face-to-face**. Ця комунікація приваблює їх тим, що їй притаманна так звана легка соціальність або особлива форма відносин між людьми, яка ні до чого не зобов'язує і не має жодних наслідків. А книга американського психолога Шеррі Таркл з дуже промовистою назвою «Самотні разом» знову підтверджує цю гіпотезу. «Технології, — пише вона, — потрібні там, де ми найбільш уразливі. А ми вразливі. Ми самотні, але боїмося близькості. Тому ми розробляємо технології, які створюють ілюзію спілкування, не вимагаючи дружби натомість. Ми звертаємося до технологій, щоб відчувати зв'язок, яким легко керувати. Ми сподіваємося, що за допомогою технологій зможемо підтримувати спілкування та водночас бути незалежними від нього».

Погодьтеся, зараз мало кого здивує те, що в кімнаті для перемовин, за столиком у кафе чи на семінарі часом важко заволодіти

увагою співрозмовника. Зазвичай він ховається за екраном ноутбука, планшета чи смартфона. До речі, для цього явища є навіть спеціальна назва — фабінг, (від англ. phone (телефон) та snubbing (ігнорування співрозмовника, зневажливе ставлення до нього).

Таким чином, screen-to-screen найчастіше характеризують як комунікацію неповну, вільну від зобов'язань, часом нещирю. А деякі фахівці називають цю комунікацію «наодинці з усіма».

Особливості сприйняття та обробки інформації поколінням «screen-screen»

Цю частину розділу хочеться почати з цитування листа «Тренуй свою пам'ять» Умберто Еко до свого онука.

«Я б хотів поговорити з тобою про хвороби, які вразили твоє та попереднє покоління, яке вже вчиться в університетах. Я говорю про втрату пам'яті. Це правда, що якщо ти захочеш дізнатися, хто такий Карл Великий або де знаходиться Куала-Лумпур, то ти зможеш натиснути на кнопку й негайно дізнатися все з інтернету. Роби це, коли тобі потрібно, але, отримавши довідку, старайся запам'ятати її зміст, щоб не шукати вдруге, коли ці знання тобі знадобляться в школі (https://willbeua.com/news/trenui-pamiat-list-umberto-ekonukovi-iakii-varto-prochitati-kozhnomu_13109/).

У який спосіб взаємодіють з інформацією «онуки» Умберто Еко?

Експеримент 1

Проведімо один експеримент.

Погляньте, будь ласка, на *зображення 2*.

Скажіть, хто це, на вашу думку?

Правильно, це Мона Ліза. Як же ви змогли за графічними рисами (окресленими лініями носа, рота, очей) визначити, що це Мона Ліза? Усе дуже просто. Для



Зображення 2.

того, щоб отримати якість уявлення про будь-який предмет вивчення у візуальному середовищі, нашому мозку необхідно лише 13 мілісекунд, як вважають нейробіологи з Массачусетського університету. І це значно менше, ніж потрібно було людям для обробки інформації до появи екранів. Це також указує ще на одну особливість сприйняття інформації поколінням Z. Їхній мозок ефективніше обробляє картинку, ніж текст, причому робить це з високою швидкістю.

Отже, щоб зрозуміти особливості сприйняття інформації сучасним поколінням, треба усвідомлювати, що 70–90 відсотків інформації це покоління отримує з інтернету. Основним фізіологічним каналом отримання інформації в мережі є зоровий. Зауважимо, що мозок використовує 50% своїх ресурсів для аналізу інформації, яку він побачив. Причому зір безпосередньо впливає на інші почуття. В історії маркетингу та реклами багато прикладів, як за результатами експериментів люди сприймали якість товару лише на основі кольору. (Наприклад, відомий експеримент про те, як експериментатори підмішали червоний барвник у біле вино, а піддослідні це вино оцінили, як «смачне, запашне та червоне»).

Таким чином, зір — це настільки важлива частина того, як ми бачимо та трактуємо світ, що вона може пригнічувати інші органи сприйняття та призводити до хибного бачення картини світу. Тому саме візуальний інформаційний контент може нести в собі загрозу фейків та дезінформації. У ході сприйняття інформації візуального контенту більше задіяна права півкуля мозку, яка «відповідає» за образну емоційну «розшифровку» інформації. Тобто, саме візуальна інформація викликає більше почуттів та емоцій. Також через «занурення» людини у світ екранів відбувається фізіологічний перехід у «поверхневий реєстр мислення зором», «завдяки» якій віртуальна реальність дуже легко стає «об'єктивною дійсністю». Саме тому люди можуть реально переживати справжні емоції, які вони змоделювали собі, комунікуючи з інтернетом.

Які ще особливості слід зазначити?

Експеримент 2

Проведімо ще один експеримент. Погляньте на цей текст і прочитайте його.

СЗ ПОВІДОМЛЗННЯ РОК4ЗУЄ, Й4КІ ДИВНІ РЗЧІ МОЖЗ РОБІТІ
Н4Ш РОЗУМ. Н4ДЗВІЧ4ЙНІ РЗЧІ! Т4К, СПОЧ4ТКУ В4М ЗД4В4Л-
ОСЯ, ЩО ЦЗ В4ЖКО. 4ЛЕ З4Р4З, Н4 ЦЬОМУ РЯДКУ В4Ш РОЗУМ
ЧИТ4Є ЦЗ 4ВТОМ4ТИЧНО, Н4ВІТЬ НЗ З4ДУМУЮЧИСЬ Н4Д
ТИМ, ЩО ЦЗ МОЖЗ БУТІ В4ЖКО. ПИШ4ЙТЗСЯ! ЛІШЗ НЗПЗР-
ЗСІЧНІ ЛЮДІ МОЖУТЬ РРОЧИТ4ТІ ЦЗ. І ВИ — Є С4МЗ Т4КІМІ!

Погодьтеся, спочатку це здавалося неможливим, але за допомогою концентрації зору, нам легко це вдалося.

Чому? Знову спрацьовує попередній принцип. Зіниця ока здатна пересуватися зі швидкістю 3 рухи на секунду, посилаючи сигнал у мозок, який розпізнає всю інформацію, усвідомлює побачене та приймає рішення, куди подивитися далі. Таким чином, в online-форматі найчастіше саме зір і концентрація уваги означають логіку та запускають її.

Подібне сприйняття інформації впливає також і на спосіб мислення. Виявилось, що «люди екранів» краще бачать рух малих об'єктів. Однак гірше сприймають те, що знаходиться перед ними й не можуть схопити картинку повністю. У цьому випадку мислення блокує функції прогностичного та аналітичного мислення. Якщо висловитися алегорично, то вони навчилися бачити правильну та акуратну структуру листя, але вони не в змозі побачити хитросплетіння гілок і почути їхній шелест; вони не можуть осягнути красу лісу, співу птахів та сонця, що сходить над вершинами дерев!

У результаті цього, людина «екранного» мислення, на думку психологів, більш поверхово та уривчасто сприймає інформацію. До того ж, не заглиблюючись у її зміст, центеніал охоче дасть їй оцінку: швидко, категорично й часом не толерантно.

Щодо пошуку інформації слід зауважити, що представникам покоління центеніалів характерна сильна ілюзія доступності знань (усе ж є в мережі!), але при цьому вони здебільшого не здатні повною мірою класифікувати отриману інформацію, ранжувати та

розподіляти її на важливу/неважливу; актуальну/неактуальну; корисну/некорисну.

Як наслідок, у зв'язку з тим, що сучасні студенти завжди покладаються на гугл, у них гірше працює пам'ять. Вони вважають, що їм нічого не потрібно запам'ятовувати. Усе, що їм потрібно для пошуку необхідних знань — увести потрібний запит у чаті GPT або гугл. Центеніали повністю залежні від гаджетів, якщо робота пов'язана з інформацією.

Розуміння того, що комп'ютер може в будь-який момент відповісти на твоє запитання, відбиває в тебе бажання запам'ятовувати інформацію. Для характеристики цього явища знову наводимо цитату з листа «Тренуй пам'ять» Умберто Еко до свого онука: «Дізнавшись, що з однієї вулиці до іншої можна дістатися на автобусі, що дуже зручно в разі поспіху, людина вирішує, що в неї більше немає необхідності ходити пішки».

Навіть коли центеніали й знайшли певну інформацію в мережі, вони не в змозі зосередитися та побудувати її логічну структуру, як ми переконалися в результаті проведеного експерименту.

Витягти з цього потужного потоку потрібну інформацію, порівняти з наявною, перевірити на достовірність стає все складніше представнику будь-якого покоління.

Експеримент 3

Викладач пропонує провести ще один експеримент.

Студенти повинні прогорнути свою стрічку в соціальних мережах за останній тиждень (місяць) та проаналізувати кількість лайків, що поставлені тим чи іншим повідомленням.

Потім звернути увагу на дописи, яким їхні друзі поставили більше лайків, та спробувати пояснити, чому саме так.

Викладач організовує диспут та вислуховує відповіді студентів.

Погодьтеся, ми з вами вже змогли переконатися, що пости про котиків, щирі «сльозогінні» історії зберуть набагато більше лайків,

ніж, наприклад, серйозні аналітичні статті або *hard news* навіть в одному сегменті певної цільової аудиторії.

І ось виходить дуже дивна картина. Здавалося б, завдяки інтернет-технологіям збільшилося можливостей отримання та переробки інформації, але парадокс наших днів полягає в тому, що чим більше такої інформації отримує людина, тим менше в неї бажання її структурувати, систематизувати, а найголовніше аналізувати та оцінювати критично. З екранів гаджетів ми отримуємо безліч слабо пов'язаних між собою меседжів і фактів. У нас притупляється логіка, втрачається причинно-наслідковий зв'язок, що в результаті створює оптимальні умови для запуску технологій керованого хаосу.

Безперечно, інтернет створив надшвидкі потоки інформації. Людина ж, як біологічна істота, залишила колишні параметри входу/виходу інформації. І коли потоки різко прискорилися, великим текстам довелося поступитися місцем коротким. Це вплинуло на обсяги та зміст.

Поміркуймо. Мозок людини споживає величезну кількість енергії. Звичайно, за можливості вибору з двох завдань, мозок обере найпростіше (зобр. 3).

Про це говорить і журналіст Карл Дженсен, який ввів поняття «*Junk Food News*» (аналог фаст-фуду). Він наголошує, що інформаційний фаст-фуд призводить до втоми мозку. Мозок «об'їдається» інформацією. Відомий піарник Джек Траут у своїй роботі «Диференціюйся або вмирай» також говорить про те, що мозок людини нагадує губку, переповнену водою. І в такій ситуації, щоб полегшити свою долю, він починає брати лише найлегше, яскраве й не перевантажується, а все, що потребує роздумів, ігнорує. Таким чином, в умовах інформаційного перевантаження, у якому знаходяться студенти, центеніали, за визначенням Н. Карра стали «людьми коротких текстів і простих змістів» (Цит. за кн. «Пустушка»).



Зображення 3.

Саме тому покоління Z майже не дивиться телевізійні шоу та полюбляє лайфстрими, а через відсутність досвіду традиційного споживання новин вони можуть бути більш уразливими до фейкових новин — зазначає [Business Insider](#), посилаючись на звіт компанії «747 Insights» (<https://www.radiosvoboda.org/a/28920838.html>).

При цьому нові технології, знову ж на цьому акцентуємо, поступово зміщуються у бік «розважальності»: це й американський поділ на «жорсткі» та «м'які» новини (ті, що приходять до глядачів за допомогою токшоу); це й подача стандартних новин у більш привабливому вигляді — інфотеймент.

У будь-якому випадку йдеться про певну «деградацію» процесів сприйняття інформації сучасними людьми, коли вони починають відштовхувати те, що складно, хоча саме ці новини (і події, що стоять за ними) впливають на їхнє життя. Ці характеристики, як пише Паттерсон, стали превалювати в новинах: на початку вісімдесятих вони становили 25%, а сьогодні сягнули майже 40% загальної кількості новин.

Швидкісна передача інформації припала до смаку молодому поколінню, зробивши книжки важкими та нудними. Але важливо зрозуміти, що книги, будучи обробленою інформацією, несуть щось інше, ніж може дати інтернет. Саме в книгах ми пізнавали багатий світ емоцій та переживань, моральних пошуків сенсу та цінностей життя. І саме тому вони стали важкими та не зрозумілими для інформаційних споживачів нового покоління. Люди не дочитують статті до кінця. І дуже часто оцінюють зміст інформації тільки на основі заголовків, які вони «скролять» у стрічці новин у мережі.

Це підтверджує Горан Андерсон — провідний фахівець у галузі медіаосвіти Швеції. Він наводить дуже цікавий повчальний приклад: «Один відомий журналіст газети «Годпост Бостон» (це друга найбільша вранішня газета в Швеції) Емануель Карлсен провів цікавий експеримент. Він навів дані нібито проведеного дослідження про те, що люди, які не читають книжок, є розумнішими за тих, хто їх читає. У дослідженні наголошує журналіст взяло участь 10 000 опитаних. А чому це так? Тому що ті, хто читає книжки, не аналізують інформацію, бо в книжках уже даються чіткі рішення ситуацій чи проблем, тому людям не потрібно замислюватися. А далі в статті

додав: усе, що я написав до цього, — жарт. Не було такого дослідження. Але є справжнє дослідження про те, що 59% статей, які поширюються в інтернеті, розповсюджуються без прочитання повністю. Люди читають заголовок, потім перші рядки статті. А потім: «О, я так і думав, мені не треба читати книжки». Так, у нас є свобода вибору — читати чи не читати. Ми можемо прочитати два рядки якогось тексту і... швидко поділитися ним, бо він збігається з нашою думкою. Ми зараз маємо цю свободу. АЛЕ! Якщо ми її маємо, то мусимо усвідомлювати і всю відповідальність цього світу, мусимо бути обережним в тому, ЧИМ саме ми ділимося з суспільством».

До речі, Ніл Гейман, відомий американський соціолог, у виступі «Чому наше майбутнє залежить від читання» розповідав, що проєктувальники приватних в'язниць у Америці знайшли простий спосіб визначення потреби в тюремних місцях через 15 років. Було застосовано простий алгоритм, щоб отримати кількість майбутніх в'язнів: вирахувати кількість сьогоднішніх 10–11-річних дітей, які не читають, оскільки не знаходять у цьому задоволення. Можна шукати різні варіанти відповідей, але є погляд на ці проблеми і з іншого боку. Це рівень IQ. Відповідно до феномена, названого на ім'я Флінна, дослідника цього явища, IQ зростає зі швидкістю 3% у десятиліття з того часу, як ці вимірювання почали проводити. Це пояснюють здоровим харчуванням, кращою середньою освітою та подібними факторами покращення рівня життя у світі. Однак сумний факт: так звані «хороші» країни (Британія, Норвегія, Данія та под.) в останнє десятиліття рушили зі своїм рівнем IQ не вперед, як це було раніше, а назад. Як не згадати резонансну статтю «Чи робить інтернет нас дурнішим» Ніколаса Карра в журналі «Atlantic».

Експеримент 4

І наостанок, проведімо ще один експеримент.

Подивіться на цю маску, що обертається (зобр. 4).

Упевнена, що тут усі побачили нормальне повноцінне опукле обличчя, навіть не дивлячись на те, що маска в певний момент повернулася до нас внутрішньою стороною. Чому це сталося?

Тому що згідно з нашими попередніми знаннями про будову обличчя, ніс та губи повинні виступати. Автор цього експерименту Роберт Грегорі, британський професор, нейрофізіолог, висунув таку думку: чим більшими знаннями володіє людина про певний об'єкт або ситуацію, тим рідше в неї виникає необхідність у ретельній перевірці нової інформації.



Зображення 4.

Джерело: https://www.youtube.com/watch?v=G_Qwp2GdB1M

Отже, впевненість у тому, що ми багато знаємо та маємо вже досить інформації про цей світ, як раз призводить до того, що ми втратили основну якість критичного мислення — здатність сумніватися, готовність відкрити себе до нового (іншого), уміння, як радять східні мудреці, «звільнити свою чашу», щоб впустити в себе нове знання, інші точки зору. Саме в цьому і є основне призначення медіаграмотності.

1.2. МЕТОД ДЕВІДА КОЛБА ЯК ПРОЦЕС ЗАСВОЄННЯ НОВИХ ЗНАТЬ ТА СПЕЦИФІКА НАВЧАННЯ ДОРОСЛИХ

Викладач має усвідомлювати, що процес навчання студентів має бути спрямований на навчання вже дорослих людей.

Яка ж специфіка навчання сучасного студентства?

Слід зазначити, що в них, першочергово, є досвід, який здобувачі освіти вже отримали раніше. Додамо, що вони довіряють та поважають його. І будь-яке втручання в цей досвід — це так би мовити «порпання» у його компетентностях, сталих настановах та пропозиція переглянути й відкоригувати свої цінності. Для самовпевненого покоління центеніалів це сприймається вороже. Мотивація до навчання (повчання) студентів низька.

Чому? Тому що авторитет викладача в покоління Z неоднозначний з таких причин: скепсис, недовіра до застарілої університетської

манери навчання, стереотип «викладач — людина з минулого», у нього немає, чому повчитися. Сучасні студенти орієнтовані на прагматизм та практичну складову знань, що хочуть набути. Вони мріють швидко монетизувати ці знання та реалізувати їх на практиці. Також молодь бажає доволі демократично комунікувати з викладачем та навчатись весело, інтерактивно з максимальною залученістю в процес навчання. Ми розуміємо, що не всі викладачі готові до моделі навчання та спілкування зі студентством на таких принципах. Зважаючи на це, втрачається інтерес до навчання та якість отриманих знань характеризується низьким рівнем.

Як вирішити цю проблему? Звернутися до досвіду відомих американських педагогів-дидактів, які досліджували ці проблеми та займалися вивченням специфіки обробки інформації та засвоєння нових знань саме дорослими людьми. Це, насамперед, Девід Колба та Бенджамін Блум. Вони запропонували експериментальну модель, яка спрямована на здатність до рефлексії та глибинного усвідомлення знань, що набуває той, хто навчається.

Спочатку розглянемо суть концепції пізнавальної діяльності Девіда Колба. В основу моделі пізнання умовно покладено матрицю розміром 2x2, у якій одним виміром є «компетентність», а в іншому — «усвідомленість».

1. Неусвідомлена некомпетентність	2. Усвідомлена (навчена) компетентність
3. Усвідомлена некомпетентність	4. Неусвідомлена компетентність

У квадраті №1 «Неусвідомлена некомпетентність» позначено стан людини, коли вона не розуміється в якомусь питанні й навіть не здогадується про те, що вона цього не розуміє, проте ілюзорно може бути впевненою у своїй компетентності з цього питання. Провідна теза: «Не треба мене вчити, я все знаю!». У цьому випадку ми бачимо прояв одного з видів когнітивного викривлення, який має назву «Ефект Данінга-Крюгера».

У квадрат №2 розташовано «усвідомлену (наукову) компетентність». Це стан, коли людина, навчаючись у виші чи послуговуючись чужим досвідом, пододала свою некомпетентність.

І ця людина діє, здебільшого, спираючись на отримані знання та чужі алгоритми. Однак, у новій нестандартній ситуації відбудеться збій: дії будуть шаблонними, неадекватними. Цю ситуацію називають «синдромом вивченої безпорадності», а таку людину характеризують як людину з синдромом відмінника.

У квадраті №3 розташовано «усвідомлену некомпетентність». У цьому випадку, людина, спираючись на свій досвід, уже зрозуміла, що вона знає, що нічого не знає. І завдяки своєму негативному й позитивному досвіду ця людина усвідомлює, що їй бракує знань чи певних навичок. Пригадуєте? У такій ситуації ми маємо справу з людиною, яка, як кажуть східні мудреці, готова «опорожнити чашу» для того, щоб «впустити у свій мозок» нові знання. У квадраті №3 знаходяться «люди» з найвищою мотивацією до навчання. І саме цю мотивацію має «запустити» педагог-викладач. Людина з квадрату №3 постійно прагне до нового пізнання, вона охоче аналізує та переосмислює свій досвід. Вона залюбки бере участь у спільному обговоренні, рефлексії; інтерактивах, що пропонує викладач, адже розуміє: що чим більше вона діє, тим більше її досвід потребує узагальнення, а її знання — розширення та підтвердження здобутого нового досвіду. Якщо така потреба усвідомлюється студентом, то він завжди буде в епіцентрі свого власного саморозвитку. Це стратегія найуспішніших у світі людей. Саме на усвідомлення цієї стратегії поведінки спрямовані більшість тренінгів з лідерства та саморозвитку.

Слід зауважити, що перебування в квадраті №3 — це не тимчасовий, а постійний стан людини, бо на основі цього стану інтеграція знання та досвіду потрапляють у підсвідомість та на високі рівні мислення, такі як інтуїція, прогнозування, креатив та ін. І тоді людина «переходить» у квадрат №4 «Неусвідомлена компетентність».

Отже, саме неусвідомлена компетентність людини дає їй можливість інтуїтивно проектувати, конструювати та контролювати ситуацію. Свідомість такої людини завжди є вільною для творчого пошуку та неординарних ходів. Ця людина мислить системно й дивергентно одночасно. Вона завжди логічно репрезентує стратегію своєї діяльності та чітко усвідомлює цінності та наслідки цієї діяльності. Прогноз, передбачення, інтуїція, системність, екологічність

дій, проактивність та лідерство, ціннісна та духовна культура — ось якості людини, яка живе та діє в цьому квадраті. Коли її запитують, звідки вона це знає, людина, як правило, відповідає: «Мабуть, спрацювала інтуїція». Хоча насправді вона використала свій колишній досвід з підсвідомості та спроектував його на актуальну ситуацію за допомогою усвідомлених знань та навичок.

А найголовніше в той момент, коли вона починає розуміти, що його знання поступово старіють, людина знову «переміщується» у квадрат №3, але вже на вищому усвідомленому рівні власної (не) компетентності та мотивації до набуття нової «порції» знань.

Таким чином, ми бачимо, що маємо справу зі спіральним розвитком свідомості особистості та її потреб знань про навколишній світ. Саме за принципом такої моделі має бути побудований процес навчання сучасного студентства та тих, хто навчається взагалі.

Проаналізуємо модель Девіда Колба з позиції дидактики.

Американський педагог радить ознайомлювати студентів з новою теорією, спираючись на той **досвід, який вони вже мають**. Тобто викладачеві потрібно створити таку ситуацію, де люди б згадали, як вони вже використовували свій досвід. Для цього викладач-тренер має розробити таку методику (гру, симуляцію, вправу та інше), за допомогою якої здобувачі освіти могли б цей досвід пережити, **поділитися ним та критично його осмислити**. Відомо також, що досвід набувається саме через **дії**. Тобто основне завдання тренера надати можливість студентам пережити його через організовані викладачем інтерактивні дії та залучити до них тих, хто навчається.

Що відбувається далі? На основі прожитого досвіду, на рівні психології в кожній людини автоматично вмикається механізм **аналізу**. Чому? Тому що будь-який досвід, що переживається, піддається **рефлексії**: «А чи правильно я робив раніше? А чи завжди треба робити саме так? Чи не застаріли мої підходи, принципи, дії? А однокурсники так само вважають?». Тобто відбувається рефлексія у форматі «3-D»: Я — мій колишній досвід — досвід моїх колег. А найголовніше, що цей процес відбувається соціально-психологічно комфортно для студента.

Йому ніхто не дорікає у його «незнанні» чи бажанні щось дізнатися. Він САМОСТІЙНО ПРИХОДИТЬ ДО ІСТИНИ!

А вже потім, виходячи з аналізу пережитого досвіду, у студента за допомогою тренера-коуча (фасилітатора) з'являється мотивація до **пізнання нової теорії**, нового знання, нових підходів, концепцій, смислів тощо. Ця мотивація з'являється, тому що комфортно набута теорія та осмислення свого колишнього досвіду мотивує учасника на практичне закріплення, формування в себе нових умінь, які згодом обов'язково трансформуються в навички та практику.

Наступне зображення (зобр. 5) показує, за допомогою яких методів студенти засвоюють матеріал більш ефективно.



Зображення 5. «Піраміда навчання» Едгара Дейла

Отже, здавалось би все просто. Але чому тоді навіть ті викладачі, які вивчали концепцію циклу Колба, її не використовують в освітньому процесі? Тут може бути декілька причин:

- 1) Стереотипи. Справа в тому, що шістнадцять-сімнадцять років нашого життя, що пов'язані з навчанням (середня школа та виш), ми, викладачі, самі перебували в старій парадигмі

навчання. Нас вчили таким чином: переказ викладачем (учителем) параграфу підручника, потім нам ставили запитання, а потім ми мусили повторити вчителю, чи правильно ми все зрозуміли та запам'ятали. Нас не вчили ані думати, ані аналізувати. Звичайно, ми теж часто-густо вчимо своїх студентів за старую схему.

2) Страх викладача та невпевненість у своїх силах: «А раптом, використовуючи гру або вправу, у мене не вийде пояснити так новий матеріал, щоб мої учні його зрозуміли?», «А що, якщо студенти не зможуть зрозуміти те, що я хотів їм передати через їхню власну рефлексію?», «А раптом я не зможу правильно організувати та провести той чи інший інтерактивний метод?».

3) Лінь — це головна причина. І тут очевидно, що переказувати суху теорію з підручника у вигляді академічної лекції завжди легше, ніж підібрати/розробити/організувати/відрефлексувати адекватний навчальним цілям інтерактивний метод. Але це вкрай необхідно. Особливо в процесі підготовки майбутніх сучасних фахівців, чия діяльність буде пов'язана з критичним мисленням та осмисленням, загальною та професійною культурою, креативністю та творчістю, відповідальністю та самостійним прийняттям рішень.



Зображення 6. Фото з тренінгу «Тренінг для тренерів» з прикладом колективної роботи медіатренерів над власним проектом.

Отже, головні висновки:

- ▶ викладач, який бажає передати знання, зазвичай, просто розповідає про них (переказує) факти, свій досвід.
- ▶ Мозок людини побудований таким чином, що нова (неусвідомлена) інформація швидко забувається.
- ▶ Увага студентів (центеніалів) не є безмежною.

- Для того, щоб студент зрозумів/усвідомив/ прийняв теоретичні знання, він має їх сам пережити, відрефлексувати, оцінити можливості та шляхи вирішення проблеми. Тільки ті знання є цінними, до яких людина дійшла самостійно.

І наостанок, ще раз про значущість методу Д. Колба в навчанні студентів:

Коли студентів ти навчаєш
Без рефлексії та спроб,
Знай, викладачу, я тихо плачу...
Твій Колб)

О. Равицький

Довідкова інформація для тренера-фасилітатора

Для того, щоб бути хорошим викладачем, необхідно пам'ятати про одне дуже важливе правило педагогічної комунікації: існує величезна різниця в сприйнятті інформації людиною, ЯКА говорить, і людиною, ЯКА сприймає те, що говорить інша людина.

Справа в тому, що слова тренера-доповідача в людини, яка сприймає (учасників тренінгу), проходять чотири змістовні фільтри. Ці фільтри мають форму запитань: ХТО, ЩО, ЯК, НАВІЩО? Ці фільтри для людини, що сприймає, розташовуються в наступному порядку: на перше місце людина, яка бачить вас вперше, ставить питання «ЯК?» (Як зі мною розмовляють? Агресивно чи позитивно? Упевнено чи побоюючись? Ця людина знаюча чи невпевнена, жорстка чи тухтій, серйозна чи жартівник? З бажанням передати нове/поділитися знаннями чи відбути належний робочий час?). Ця оцінка формується в людини на підсвідомому рівні.

Як тільки перша та найвідповідальніша фаза оцінки пройдена, у людини, яка сприймає інформацію, умикається питання «ХТО?» (Хто зі мною розмовляє? Який рівень експертності та який статус викладача? Який у нього досвід?). Тобто оцінюються підстави, щоб бути наставником, викладачем.

Третій фільтр людини, яка сприймає — це фільтр мотивації. І починається він із запитання «НАВІЩО?» (Навіщо мені потрібне те, що повідомляє мені викладач? Де це мені може знадобитися? Де я

зможу це застосувати? Чи можу я інвестувати ці знання у свою власну практику?»). Фільтр мотивації вкрай важливий у роботі сучасного викладача, адже якщо цей фільтр не враховується, то студент може швидко забути навчальну інформацію, а увага буде розосередженою.

І лише четверте місце в студента посідає питання «ЩО?» (Що саме повідомляє мені викладач? Який контекст інформаційний він мені передає?). Ось тут нарешті з'являється стійка увага, мотивація та інтерес до того, що викладає педагог. Чому це вкрай важливо знати викладачеві? Тому що зазвичай під час підготовки до лекцій викладач намагається спочатку відповісти на запитання «ЩО?». І в результаті студенти слухають «суху» теорію, яка зовсім не прив'язана ані до потреб студента, ані до його мотивації вивчати цей матеріал. А якщо врахувати ще ту обставину, що сенс будь-якого навчального процесу полягає в тому, щоб сприяти позитивним особистісним змінам учасників освітнього процесу, то це означає, що вкрай важливу роль відіграє імідж і та харизма, яку викладач передає своїм учасникам.

1.3. МЕТОДИКА БЕНДЖАМІНА БЛУМА І НАВЧАННЯ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ

Тепер, знаючи про метод Д. Колба та особливості навчання дорослих (студентів) варто замислитися: ЯКИМ СПОСОБОМ досягти поставлених цілей навчання і ЯКИМ інтерактивним методам викладачеві віддати перевагу?

На ці питання дав вичерпну відповідь Бенджамін Блум, американський педагог, діяльність якого припала на другу половину ХХ століття.

Він дійшов висновку, що людина, осягаючи нове, рухається певними етапами (мисленнєвими процесами) пізнання:

- ▶ знання;
- ▶ розуміння;
- ▶ використання;

- ▶ аналіз;
- ▶ синтез;
- ▶ оцінка.

Рівні засвоєння знань

(Таксономія Блума, 1956 р.)



Зображення 7. Таксономія Блума

Учені зійшлися в тому, що «знання та розуміння» — це навички мислення низького порядку. Тобто якщо ми починаємо процес навчання з нижчого рівня, то фактично ми формуємо репродуктивну особистість, тому що методами навчання на цих стадіях є: «перекажи», «покажи», «назви», «розкажи по-іншому», «виділи, що запам'яталося» та ін. Усе це непогано, але знання та розуміння, як ви переконаєтеся, заповнюючи таблицю, ще не веде до встановлення та переконання, щоб «перевести» це знання в навичку.

І тому потрібні процеси мислення вищого порядку. До таких (зобр. 7) належать: використання, аналіз, синтез та оцінка. І ось традиційно наша система освіти вважала, що треба послідовно за рівнями піраміди навчати людину. Спочатку дати знання, потім перевести в розуміння, а вже потім у використання, аналіз та оцінку. До «використання» ніхто не доходив, оскільки міністерства почали

вимагати показники знань. Ось і отримали ми людину формату «хай буде», яку зараз дуже важливо навчити мислити критично й незалежно.

Що ж пропонує Б. Блум сучасному викладачеві?

Дивлячись на піраміду Б. Блума, варто усвідомити: а хто сказав, що для того, щоб надати нашим студентам знання, ми повинні починати з нижчого рівня піраміди? Хто сказав, що рух саме такий: зверху донизу? А може є інші шляхи досягнення знань? І це знання буде для людини більш значущим?

Звичайно, ми можемо, знову ж таки знаючи метод Колба, занури-ти людину в стан ОЦІНКИ ВЛАСНОГО ДОСВІДУ, залучаючи вищі ре-гістри мислення. А вже потім, зверху до низу, наш студент сам спу-ститься до знань, які він шукає. Ось в такий спосіб має навчати будь-який викладач, метою якого є формування критичного мис-лення. Слід зазначити, що основним методом формування критич-ного мислення за допомогою піраміди Б. Блума є метод постанов-ки запитань. Саме питання, які ставить викладач, примушують сту-дента вимкнути мисленнєві процеси та розпочати аналізувати.

Коли ми говоримо про рівні питань, ми маємо на увазі різницю між питаннями, що стосуються деталей, фактів (імена, дати, місця по-дій, столиці держав), і питаннями, які вимагають більш складних ідей (взаємозв'язок між поняттями, причини якихось подій або си-туацій). У питаннях низького рівня питається про факти та деталі.

Питання нижчого рівня мисленнєвої діяльності:

- ▶ деталі, факти, імена;
- ▶ визначення;
- ▶ місця подій;
- ▶ вбудовані оцінки, думки, цитати.

Прикладами таких питань можуть бути:

- ▶ У якому році вперше з'явився термін «масова комунікація»?
- ▶ Хто є родоначальником та автором поняття «соціальна ко-мунікація»?
- ▶ Коли з'явився термін «журналістика»?

- ▶ У якому році та в якій країні з'явився перший документ «Міжнародні принципи професійної етики журналіста»?
- ▶ Назвіть основні принципи журналістської етики.
- ▶ Що таке «фейк» у перекладі з англійської?
- ▶ Скільки медіавидань існує в Україні сьогодні?

Так, іноді важливо знати ці факти, але їх знання не забезпечить того, що студенти зможуть це використовувати для вирішення завдань чи прийняття важливих рішень.

Серед методів, що сприяють навчанню на нижчих рівнях, можна назвати такі:

- ▶ усно проговорювати факт знову й знову (перекажи, повтори);
- ▶ записувати та переписувати інформацію в конспект;
- ▶ читати та перечитувати матеріал, який необхідно запам'ятати.

Зазвичай, ці методи спрацьовують на найближчу перспективу, але вони не забезпечують запам'ятовування інформації на більш тривалий період часу. А найголовніше те, що вони не працюють на формування власного ставлення до проблеми, що вивчається, та її аналізу. Якщо мета навчання полягає не тільки в тому, щоб запам'ятати факти, а й використовувати їх для вирішення завдань та прийняття рішень, то для студентів корисним буде, якщо викладач їм буде ставити питання, де потрібне застосування складнішого, вищого рівня критичного мислення, за визначенням Б. Блума, «питання високого рівня мисленнєвої діяльності».

Питання високого рівня — це питання, які ми ставимо, коли запитуємо: «ЯК або ЧОМУ щось сталося?», або «У ЯКИЙ СПОСІБ одна подія, предмет або ідея можуть бути пов'язані з іншими?».

Прикладами таких питань можуть бути:

- ▶ ЧОМУ це важливо? Які причини? Які наслідки?
- ▶ ЧИ ЗАВЖДИ це правильно/неправильно?
- ▶ Які ще фактори сприяли/заважали?
- ▶ Що буде, якщо цього (явища) не буде/буде?
- ▶ У ЯКОМУ контексті ми розглядаємо...?
- ▶ У якому часовому вимірі ми оцінюємо...?

- ▶ У якій системі координат можна розглянути цей феномен/подію?
- ▶ Які є «за» та «проти» цього явища?
- ▶ Чи всі фактори/обставини (зовнішні, внутрішні, ментальні, історичні, демографічні, психологічні, вікові, фізіологічні) ми врахували?

Ці питання формулюються таким чином, щоб змусити того, хто відповідає, критично мислити. Тобто студенти можуть використати факти та деталі в процесі підготовки відповіді, але для її обґрунтування їм необхідно вийти за межі простого знання фактів та деталей. Коли поставлено питання вищого рівня, той, хто відповідає, активно висловлює певну позицію, затверджує певну думку щодо причин чи зв'язків. Питання високого рівня передбачають використання розумових операцій, пов'язаних з критичним мисленням.

Вони вимагають від студентів знаходити важливу інформацію та застосовувати її для того, щоб зробити висновки чи провести порівняння.

Спробуємо розглянути ці питання на прикладі викладання дисциплін журналістського циклу:

- ▶ Які зміни та тенденції характеризують сучасну журналістику?
- ▶ Які зовнішні фактори мають враховувати сучасні журналісти у своїй діяльності?
- ▶ Чи лише журналістика впливає на думку/погляди споживачів?
- ▶ Що потрібно, щоб українська журналістика стала дійсно вільною та незаангажованою?
- ▶ Чому пропаганда є такою ефективною для людей, які живуть у інформаційному суспільстві?
- ▶ Чому робота згідно зі стандартами та етичними принципами для журналіста стає дедалі актуальнішою?
- ▶ Чому в сучасного споживача інформації така залежність від інфотейменту та фейків?
- ▶ До чого може призвести журналіста безрозсудне користування соціальними мережами для пошуку інформації?
- ▶ Як масмедіа впливають на людей?

- ▶ Чому медіа в нашій країні не є об'єктивними?
- ▶ У який спосіб журналісти можуть повернути довіру читачів?
- ▶ Створіть проєкт власної сучасної редакції, у якому вкажіть основні професійні та етичні принципи її діяльності.

На подібні запитання можна дати більше однієї відповіді, причому кожна з них буде аргументованою та переконливою. У порівнянні з простими питаннями, що покликані повторювати факти, ці запитання відбивають вищий рівень застосування критичного мислення.

Після того, як ви поставили питання, давайте час на роздуми, щоб і в менш упевнених у собі студентів була можливість сформулювати відповідь.

Далі ми пропонуємо інтерактивні методи, які спрацьовують на реалізацію концепції «Піраміда Блума».

- ▶ Використовуйте метод «Подумайте — Об'єднайтеся у пари — Обговоріть», щоб студенти могли обговорити відповідь одне з одним, перш ніж висловлювати свою думку перед усіма.
- ▶ Поставте питання, що розвивають/продовжують обговорення, на кшталт: «Що ви могли б додати?», «А яка думка в тебе, Наталю?».
- ▶ Надавайте зворотний зв'язок (коментарі), що й не підтверджують, і не заперечують відповіді студентів. Тоді обговорення залишається відкритим. Наприклад: «Цікаво»; «Я про це раніше не думала»; «Дякую. Я обов'язково обміркую вашу точку зору».
- ▶ Просіть узагальнити/підбити підсумок: «Можливо, хтось може висловити думку Дмитра іншими словами?».
- ▶ З'ясууйте думку інших студентів: «Хто згоден з Марком?»; «Хто не згоден? Чому?».
- ▶ Виступайте «адвокатом диявола»: «Що ви відчули, якщо ...?»; «Як би ви відреагували на зміну, якщо.....?».
- ▶ Використовуйте метод проговорювання думок/міркувань вголос: «Як ви дійшли до такої відповіді?».

Запитуйте всіх студентів, а не лише тих, хто сам проявляє ініціативу.

- ▶ Попереджайте студентів про можливість різних відповідей: «На це питання є багато варіантів відповідей».
- ▶ Змініть перспективу: «Як би ви поставилися до своєї відповіді, якби ви були...?».
- ▶ Використовуйте уяву: «Що б сталося, якби...?».

Розглянемо приклад.

Тема: «Пропаганда»: «розкладання» за допомогою піраміди Блума

Як ми вже говорили, процес пізнання здійснюється відповідно до певних видів мислення, а ті, у свою чергу, вимагають від викладача адекватних інтерактивних дій чи завдань.

Тема: «Пропаганда»

1. Знання. «Пропаганда — це ...».

Походження терміну.

Види пропаганди.

Пояснення, що супроводжується демонстрацією слайдів з поняттями (підготовлені викладачем заздалегідь).

2. Розуміння. Перекажіть, повторіть, назвіть види пропаганди.
3. Використання.

Вправи

- ▶ Подивіться на слайд (роздатку) з видами пропаганди (викладач заздалегідь готує слайди з видами пропаганди) та визначте, до якого виду належить той чи інший малюнок.
- ▶ Визначте та виділіть ознаки пропаганди, аналізуючи цей медіатекст.

Усі ці завдання та процеси орієнтовані на процеси нижчого порядку мисленнєвої діяльності, хоча вони можуть здатися практичними та цікавими.

Що передбачає застосування інтерактивних методів за принципом вищого мисленнєвого порядку?

4. Аналіз

▶ Вправа «Експеримент»

Прогортайте стрічку мережі, якою ви користуєтеся, отримуючи інформацію за добу. Проаналізуйте та перевірте, спираючись на ознаки (маркери) пропаганди, скільки дописів ви зустріли у своїй стрічці, що є підозрілими, мають ознаки пропаганди, джинси? За якими ознаками ви це визначили?

▶ Вправа «Заголовки»

Із запропонованих тверджень (заголовків), визначте, який з них є пропагандою (клікбейтінгом), а який — ні. Обґрунтуйте свої твердження. Чому ви переконані, що це пропаганда?

5. Синтез

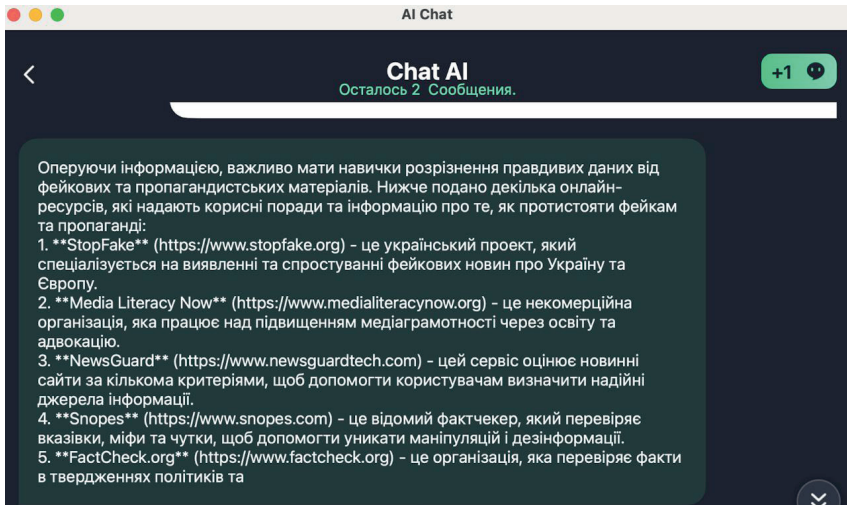
Методи:

- ▶ Гра «Створіть повідомлення-пропаганду» та розробіть (презентуйте) ключі її верифікації (розпізнання). Запропонуйте це зробити іншим командам.
- ▶ Зробіть листівку або презентацію «Чому люди вірять пропаганді?», скориставшись ресурсом Canva. Проаналізуйте та доведіть свої тези.
- ▶ За допомогою ШІ (Chat GPT) складіть список онлайн-ресурсів, що надають споживачам інформацію про те, як протистояти фейкам та пропаганді.
- ▶ Додайте (доповніть) цей список іншими ресурсами та коротко проанонсуйте його групі.

Примітка. Список фільмів, що запропонував чат GPT4:

1. «The Century of the Self» («Століття Я») — цей фільм розповідає про вплив Фрейда на теорію та практику реклами та PR у XX столітті, демонструє, як бажання та страхи людей використовуються для маніпуляцій у суспільстві.

2. «HyperNormalisation» («ГіперНормалізація») — фільм Адама Кертіса; у стрічці показано, як уряди, фінансисти та технологічні гіганти створили фальшивий світ, що має на меті тримати нас у стані невизначеності та підконтрольності.



Зображення 8. Список, який запропонував Chat GPT

3. «Manufacturing Consent: Noam Chomsky and the Media» («Згода на виробництво: Ноам Хомський та медіа») — цей фільм занурює глядача в аналіз Хомським масмедіа, його ролі у формуванні публічної думки та консенсусу.

4. «The Great Hack» («Великий Хак») — документальний фільм про скандал з Cambridge Analytica, їхні методи маніпуляції даними користувачів Facebook для політичної реклами та впливу на вибори.

5. «Propaganda» — південнокорейський документальний фільм, у якому подано критичний погляд на методи пропаганди, що використовуються урядами всього світу.

6. «Shadow World» («Тіньовий світ») — фільм, що розкриває темну сторону глобальної торгівлі зброєю, демонструючи, як пропаганда та корупція сприяють війнам та конфліктам.

Ці фільми дозволять глибше зрозуміти, як пропаганда формує наше сприйняття світу, і нададуть інструменти для критичного аналізу інформації, яку ми споживаємо щодня.

- ▶ Прочитайте та проаналізуйте матеріал «ЗМІ заявили, що Кейт Міддлтон була в комі після операції — Букінгемський

палац розлючений» (покликання: <https://postfactum.info/ua/lifestyle/zmi-zayavili-scho-keyt-middleton-bula-v-komi-pislya-operacii—bukingems-kiy-palac-rozlyucheny-26217.html>).

Дайте відповіді на питання та виконайте завдання:

- ▶ Навіщо іспанський телеканал «Fiesta» опублікував таку інформацію?
- ▶ Проведіть фактчекінг цього матеріалу та його верифікацію.
- ▶ Поданий матеріал є інформуванням чи пропагандою?
- ▶ Якщо це пропаганда, то який її різновид?
- ▶ Укажіть різницю між термінами «пропаганда» та «інформування».
- ▶ Укажіть різницю між термінами «фейк» та «пропаганда».
- ▶ Укажіть різницю між термінами «пропаганда» та «маніпуляція».

Організуйте у своїй групі імерсійну гру-виставу «Невідомий літаючий об'єкт над університетом» (Повний сценарій гри можна знайти в навчальному посібнику **«Як не стати гейміфікатором»** (див. **«Гра «Невідомий летючий об'єкт над школою»**).

Іванова Т. Як не стати гейміфікатором: методики і технології проведення ігор із медіаграмотності : навчальний посібник/ за загал. ред. В. Іванова. К. : Центр вільної преси, 2021. 96 с. С.79.

6. Оцінка

Мозковий штурм (робота в командах)

- ▶ Чому так багато пропаганди в нашому інформаційному полі?
- ▶ Чому люди вірять пропаганді, незважаючи на велику кількість інформації і її доступність?



Зображення 9. Результат роботи групи медіатренерів за методом «Мозковий штурм»

- ▶ За якими технологіями працює кремлівська пропаганда? Наведіть приклади.
- ▶ Який вплив має ворожа пропаганда на нашу країну та на весь світ? Як вона ускладнює нашу перемогу над ворогом?

Вправа «Кубик Блума»

Тема: Масові комунікації

Мета: на етапі узагальнення вивченої теми проаналізувати наскільки студенти її засвоїли; які знання отримали та як змінилося їхнє ставлення до такого феномену як масова комунікація.

Обладнання: кубик Блума (можна взяти звичайний кубик Рубіка та наклеїти на нього слова: «Назви», «Поясни», «Обґрунтуй», «Запропонуй», «Поділіся»).

Перебіг вправи

Студенти об'єднуються в мінігрупи.

По черзі кожна підгрупа підкидає догори кубик. Зважаючи на те, яка грань випаде, вказує: якого типу питання слід поставити студентам з іншої підгрупи. Найзручніше орієнтуватися за словом на грані кубика — з нього і має починатися питання. І так по колу. Цей варіант ми рекомендуємо постійно використовувати під час своїх практичних занять. «Кубик Блума» дозволяє формувати вміння формулювати питання різного характеру та відповідати на них.

Назви. Цей блок передбачає відтворення знань. Це найпростіші питання. Студентам пропонується назвати предмет, явище, термін тощо:

Це блок інформаційних питань, основне завдання яких — збирання фактів, інформації. Вони дозволяють перевірити найрізноманітніші знання з теми.

Назвіть, де та коли виник термін «масова комунікація»?

Назвіть, у якій послідовності розташовані складові когнітивної парадигми Г.Д. Ласвела.

Назвіть етапи вивчення ефектів масової комунікації.

Поясни. Цей блок питань дозволяє сформулювати причинно-наслідкові зв'язки, тобто описати процеси, що відбуваються із зазначеним предметом, явищем. Наприклад: «Чому теорії кулі та підшкірної ін'єкції неактуальні зараз?», «Чому/для чого потрібний розподіл на види комунікації?».

Проаналізуй. Питання цього блоку призначені для активації мисленнєвої діяльності, вони вчать студентів аналізувати, виділяти факти й наслідки, оцінювати значущість отриманих відомостей, акцентувати на оцінці: «Проаналізуй, які є ефекти масової комунікації в наш час?»; «Проаналізуй цільову аудиторію різних типів медіа».

Обгрунтуй. Питання цього блоку уточнювальні, що допомагають побачити проблему в різних аспектах та сфокусувати увагу на всіх сторонах цієї проблеми. Додаткові фрази, які допоможуть сформулювати питання цього блоку: «Ти справді думаєш, що...?»; «Ти впевнений, що...?»; «Ти дійсно думаєш, що є чотири основних канали комунікації?»; «Ти впевнений, що в аудиторії розподіляються за рівнем прибутків? Чому?».

Запропонуй. Цей блок передбачає те, що студент повинен запропонувати своє завдання, яке дозволяє застосувати те чи інше правило. Або запропонувати своє бачення проблеми, свої ідеї. Тобто здобувач освіти повинен пояснити, як використовувати те чи інше знання на практиці для вирішення конкретних ситуацій: «Запропонуй шляхи вивчення контенту комунікації»; «Що б ти зробив, вивчаючи ефекти масової комунікації?».

Поділися. Питанням цього блоку бажано додавати емоційного забарвлення. Тобто сконцентрувати увагу на відчуттях та почуттях студента, його емоціях, які викликані темою, що вивчається: «Поділися, чим тобі запам'яталася стаття чи передача?»; «Поділися, що обурило тебе найбільше в сьогоднішніх новинах?».

Таким чином, «Кубик Блума» можна використовувати, вивчаючи будь-яку тему. Однак, найбільш зручно застосовувати цей прийом на узагальнювальних заняттях, коли в студентів уже є уявлення про сутність теми, що вивчається.

«Кубик Блума» — це дієвий прийом, що дозволяє виконати як перевірку засвоєння знань, так і виявити ступінь предметно-емоційного

занурення студентів у тему. Методика також зручна тим, що не вимагає багато часу на підготовку та проведення і може використовуватися на всіх етапах практичного заняття: і як рефлексія, і як фрагментарна перевірка вивчення (повторення) попередньої теми.

Частина II

ТЕХНОЛОГІЇ ПРОВЕДЕННЯ ТРЕНІНГУ З МЕДІАГРАМОТНОСТІ

2.1. ТЕХНОЛОГІЯ ПЕРЕВІРКИ ЗВ'ЯЗКУ ПІД ЧАС ПРОВЕДЕННЯ ТРЕНІНГІВ З МЕДІАГРАМОТНОСТІ

Основним завданням викладача на першому етапі навчального процесу є запустити так звану «енергетику групи». Знаючи про те, що в дорослих учасників можуть бути стереотипи щодо нудного та нецікавого процесу навчання, завданням медіатренера є зламати ці стереотипи та залучити учасників до спілкування з перших хвилин тренінгу. Одним з таких методів можуть бути так звані методи «перевірки зв'язку». Особливо ці методи ефективні під час онлайн-навчання, коли тренеру дуже важко перевірити готовність учасників до роботи. Пропонуємо кілька сценаріїв подібних методів «запуску» тренінгу.

1. Метод перевірки зв'язку «Новорічний стіл»

Завдання тренера

Подивіться на *зобр. 10*. Це новорічний стіл, накритий у 1974 році. Автор цього посту стверджує, що нібито в СРСР люди жили дуже

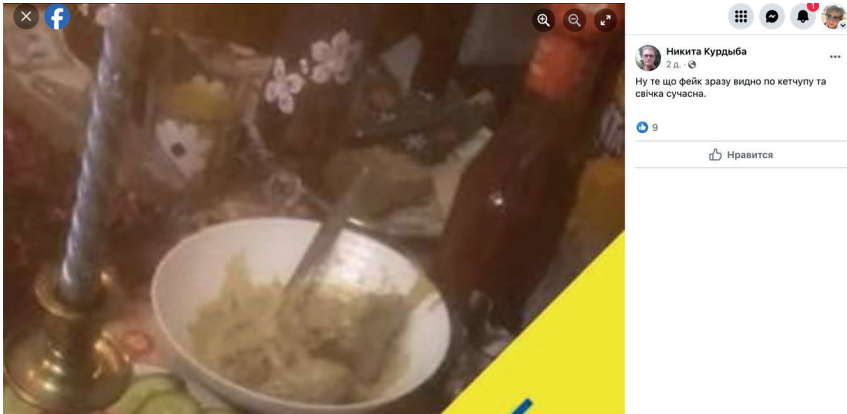


Зображення 10.

щасливо та заможно. Яке Ваше враження від побаченого? Які думки з цього приводу?

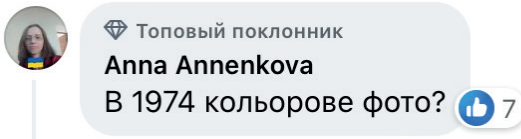
Викладач вислуховує думки студентів. І потім разом з ними вказує на деталі, що доводять фейковість світлини.

- ▶ Це пляшки з «Кока-колою», яких у 1974 році ще не було.
- ▶ Це кетчуп та сучасна за дизайном свічка (зобр. 11).



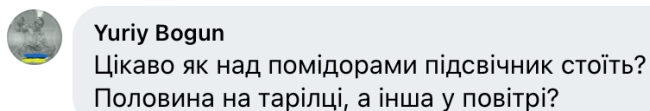
Зображення 11.

- ▶ Чи було кольорове фото в 1974 році?

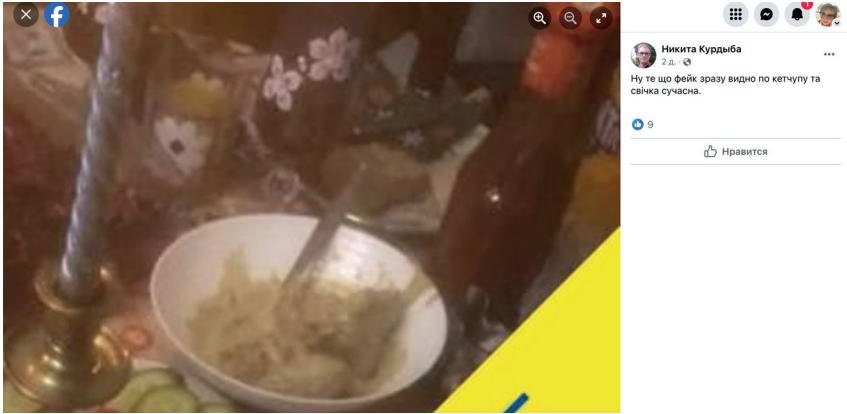


Зображення 12.

- ▶ Ознаки фотешопу. Свічка нібито в повітрі стоїть.



Зображення 13.



Зображення 13.1.

- ▶ Це оливки та свіжі огірки з помідорами, яких не було в СРСР, принаймні на столі звичайного громадянина.



Сергій Брушко

Ну ну. Оливки в совку і свіжі огірки помідори на новий рік... нююю



Зображення 14.

- ▶ Надто великий асортимент їжі. Звичайна сім'я такого не бачила.



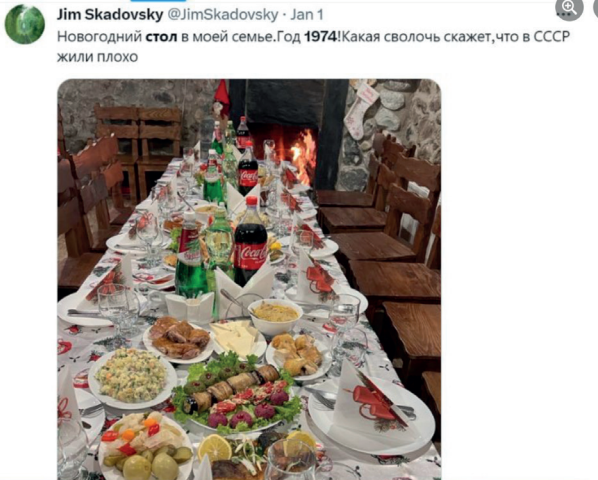
Таня Куцька- Кравецька

Ха-ха! Я ще тоді не народилась, але стільки видів ковбаси міг собі дозволити хіба депутат.



Зображення 15.

- ▶ Наводимо зображення (зобр. 16) з текстом. Експресивна лексика та наративи ще раз підтверджують, що це фейк.



Зображення 16.

- Проводимо фактчекінг. Звертаємось до дослідження, що провели представники інформаційної кампанії «По той бік новин».



Зображення 17.

Наводимо повний текст Павла Новика, який аналізує цей фейк (<https://www.facebook.com/behindtheukrainenews/posts/1087841585510849>):

Першого січня в соцмережі X користувач Темо Meskhi опублікував світлину новорічного столу «по-багатому», зняту нібито ще 1974 року. Підпис до неї — типова ностальгія за совком:

«Новорічний стіл у моїй сім'ї. Рік 1974! Яка наволоч скаже, що в СССР жили погано». Пост охопив 1,7 мільйона користувачів.

Це фотофейк. Насправді світлина сучасна. Це помітили користувачі «X». Їхня узагальнена думка автоматично закріплена під самим дописом:

- ▶ На церату нанесено зображення авторства Marcello Corti. 1974 року йому було лише 13 років <https://bit.ly/3RO9cYj>, <https://bit.ly/41O6C9o>
- ▶ У правому верхньому кутку видно пляшку напою «Fanta» з сучасним логотипом, уведеним після 2016 року.
- ▶ Обліковка Темо Meskhi створена в серпні 2023 року. Сам користувач нібито живе в Грузії, але активно підтримує росію. Це підтверджує наповнення його сторінки — кожен другий допис про те, як прекрасно жилося в совку.
- ▶ Загальна концепція повністю збігається з російською пропагандистською кампанією, яка просуває тезу про те, що «розпад СРСР був найбільшою геополітичною катастрофою 20-го сторіччя».
- ▶ Видання «Детектор медіа» звертало увагу на тактику пропагандистів, які позиціонують СРСР як «золоту добу», в яку всім варто повернутися. Цей історичний період залишається важливим для російської пропаганди, оскільки близько 63% росіян досі сумують за ним <https://bit.ly/47lneX5>
- ▶ Проте це мало кого зупинило — російськомовним сегментом інтернету завірусився флешмоб — люди масово ностальгують за совіцьким союзом. Активно постять світлини столів з дослівним твердженням про новорічний стіл 1974 року.
- ▶ Деякі користувачі взагалі почали генерувати схожі світлини за допомогою штучного інтелекту (скрини додаємо в коментарі).

- ▶ Не оминув флешмоб і українців (принаймні, якщо вірити інформації, вказаній в обліковках). А також людей, які «активно співчують» Україні. При чому доходить до абсурду, ось вони називають росію — країною терористом, поширюють збори на допомогу ЗСУ, а в наступному пості пишуть, як прекрасно жилося в совку.
- ▶ Фактично — це продовження кампанії з відбілювання періоду совіцької окупації, про який ми нещодавно розповідали <https://bit.ly/3TLVqb2>
- ▶ Якщо коротко, фейсбук почав активно рекомендувати підписатися на найрізноманітніші сторінки та групи з якими ні ви, ні ваші друзі жодним чином не взаємодіяли. Усе б нічого, але щонайменше половина з цих пропозицій — (навколо) російські.
- ▶ Це не обов'язково щось політичне. Це може бути якийсь примітивний гумор, краєвиди природи, фотографії міст (нерідко маски й петербурга), щось із історії або архітектури. Деякі пости навіть англійською мовою. Але якщо трішечки глибше копнути, з'ясується, що так чи інакше всі вони пов'язані з так званою росією.
- ▶ Якщо вам також важливо захистити український інформаційний простір від російського впливу — допоможіть донести цей текст до більшої кількості людей. Вподобайте, поширте,

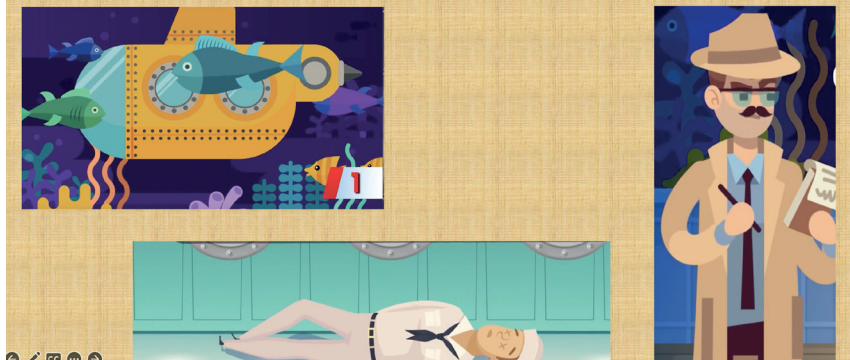
Висновок. Отже, будьмо пильними! Вивчаймо медіаграмотність.

2. Метод перевірки зв'язку «Хто вбив матроса?»

На одному підводному човні трапилась подія, яка не обійдеться без втручання детектива та журналістського розслідування. Вам доведеться спуститися вниз та розібратися, у чому справа.

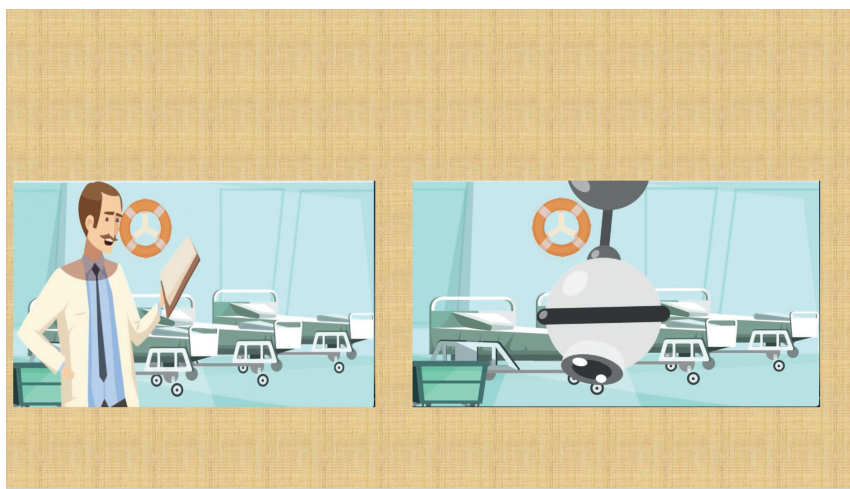
Одного матроса знайшли мертвим посеред дня.

Отже, перевіримо зв'язок)



Зображення 18.

Лікар сказав, що його вбили, а злочинець досі знаходиться на свободі. На щастя на човні були камери відеоспостереження, завдяки відео знайшли трьох підозрюваних.



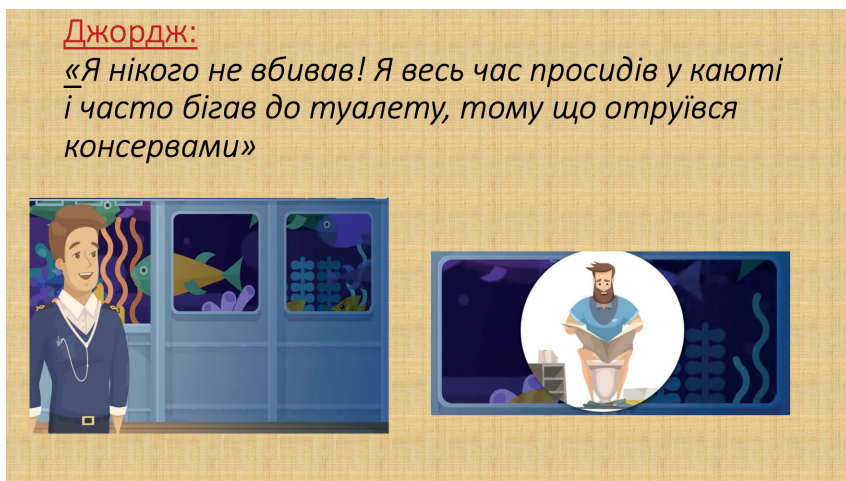
Зображення 19.

Вам потрібно допитати кожного з них, щоб дізнатися, хто ж вбивця.



Зображення 20.

Джордж сказав: «Я нікого не вбивав. Весь час просидів у каюті та часто бігав до туалету, тому що отруївся консервами, адже вони виявилися протермінованими».



Зображення 21.

Боббі відбив: «Не знаю, хто вбив його. Саме в цей момент я вийшов на палубу, щоб подихати свіжим повітрям».

Боббі: «Не знаю, хто вбив його. Саме в цей момент я вийшов на палубу, щоб подихати свіжим повітрям»



Зображення 22.

А Міккі сказав наступне: «У той час, коли вбили матроса, я поспішав на чергування до їдальні, тому саме я виявив (знайшов) його».

Міккі: «Коли вбили матроса, я поспішав на чергування до їдальні, тому саме я знайшов його»



Зображення 23.

Аналіз кейсу:

Так, хто ж є дійсно вбивцею матроса? Джордж, Боббі, Міккі?

Одна з правильних відповідей: **Боббі** сказав, що не бачив вбивцю, тому що вийшов на палубу подихати свіжим повітрям.

Тільки він не міг цього зробити, тому що він знаходиться на підводному човні. Отже, він і є вбивцею.

Але... Це на перший погляд. Опрацюймо детальніше інші версії:

- ▶ Човен міг бути в надводному стані. І тоді цілком вірогідно, що в Боббі є алібі.
- ▶ Джордж сказав, що отруївся та сидів у туалеті цілий день. Він не нехтував такими подробицями, які люди зазвичай не хочуть про себе розказувати стороннім. Дуже багато виправдань. І ще... А чому тільки він отруївся тими консервами? А решта екіпажу — ні?
- ▶ А Міккі? Той, якого знайшли на місці злочину... Як пов'язані між собою факти про те, що він поспішав на чергування в їдальню та факт неможливості вбивства?

Отже, такий простий ігровий кейс може привести до таких висновків:

- ▶ Не поспішайте робити висновки тільки на основі одного факту, яким би він не здавався достовірним та логічним.
- ▶ Перевіряйте всі точки зору та ретельно вивчайте мотиви всіх сторін конфлікту.
- ▶ Розвивайте критичне та аналітичне мислення, яке дозволить вам більш системно та всебічно бачити суть проблеми і явищ, які відбуваються.
- ▶ Не поспішайте категорично запевняти споживачів інформації, хто є справжнім вбивцею. До речі, не робіть цих висновків до рішення суду.

2. Метод перевірки зв'язку «Енерджайзер-вікторина «Любіть Україну»

Тренер: Пропоную зараз провести гру-вікторину. Ви будете працювати в командах. Переможець отримає приз.



Зображення 25. Володимир Сосюра

Тренер демонструє відеоролик із записом вірша «Любіть Україну» Володимира Сосюри (<https://www.youtube.com/watch?v=XycZNspuPqA>).

Завдання 2

Проведіть невеличкий фактчекінг. Яка історія публікації цього вірша та доля його автора після публікації поезії?

Матеріал для викладача

Про вірш «Любіть Україну!»

На вірш В. Сосюри «Любіть Україну!» звернули увагу після того, як він вперше з'явився в журналі «Звезда». У 1951 році газета «Правда» засудила вірш, а письменника назвали «буржуазним націоналістом» та «продажним бандерівцем».

У статті «Проти ідеологічних перекручень у літературі» у журналі «Правда» його характеризували так: «Оспівує якусь одвічну Україну. Поза часом, поза епохою, без сталінських п'ятирічок, без

колгоспного ладу. В основі своїй є ідейно порочним твором, під яким могли підписатися Петлюра, Бандера».

«Gazeta.ua» пише: «... ця стаття зачепила й поета Максима Рильського, якому нагадали про «серйозні ідеологічні помилки», і Костянтина Данькевича за його оперу «Богдан Хмельницький».

А ось як відгукнувся про твір колеги український радянський поет Андрій Малишко: «Стаття «Правдѣ» змушує глибше придивитись до творчості Володимира Сосюри. Прояви націоналістичної ідеології, національної обмеженості не є випадковими і поодинокими в його творчості. Не зрозумів ролі лєнінсько-сталінської дружби народів і виступав із низкою занепадницьких, безідейних віршів, а то й прямо ворожих, як вірш «Любіть Україну!».

Завдання 3

Викладач роздає студентам роздруківки з двома редакціями вірша (1944 р. та 1951 р.).

Просить студентів:

- ▶ порівняти дві редакції вірша «Любіть Україну»;
- ▶ позначити рядки, які були змінені;
- ▶ пояснити причину редакторських правок;
- ▶ поміркувати, які смисли були закладені В. Сосюрою в ті рядки, які були змінені в другій редакції.

Вірш «Любіть Україну!» (1944 рік)

(перша редакція вірша, відмічені рядки, які змінилися у другій редакції)

*Любіть Україну, як сонце, любіть,
як вітер, і трави, і води,
В годину щасливу, і в радості мить,
любіть у годину негоди.*

*Любіть Україну у сні й наяву,
вишневу свою Україну,
красу її, вічно живу і нову,
і мову її солов'їну.*

Без неї — ніщо ми, як порох і дим,

Розвіяний в полі вітрами...

*Любіть Україну всім серцем своїм
і всіма своїми ділами.*

*Для нас вона в світі єдина, одна
як очі її ніжно-карі...*

*Вона — у зірках, і у вербах вона,
і в кожному серця ударі,
у квітці, й пташині, в кривеньких тинах,
у пісні у кожній, у думі,
в дитячій усмішці, в дівочих очах
і в стягів багрянному шумі...*

*Як та купина, що горить — не згора,
живе у стежках, у дібровах,
у зойках гудків, і у хвилях Дніпра,
і в хмарах отих пурпурових,*

в огні канонад, що на захід женуть
*чужинців в зелених мундирах,
в багнетах, що в темі пробивали нам путь
до весен, і світлих, і щирих...*

*Юначе! Хай буде для неї твій сміх,
і сльози, і все, до загину...*

*Не можна любити народів других,
коли ти не любиш Україну!*

*Дівчино! Як небо її голубе,
люби її кожну хвилину...*

*Коханий любить не захоче тебе,
коли ти не любиш Україну!*

Любіть у труді, у коханні, в бою,

в цей час, як гудуть батареї...

*Всім серцем любіть Україну свою, —
і вічні ми будемо з нею!*

Друга редакція від 1951 року

*Любіть Україну, як сонце, любіть,
як вітер, і трави, і води...*

*В годину щасливу і в радості мить,
любіть у годину негоди.*

*Любіть Україну у сні й наяву,
вишневу свою Україну,*

*красу її, вічно живу і нову,
і мову її солов'їну.*

**Між братніх народів, мов садом рясним,
сіяє вона над віками...**

*Любіть Україну всім серцем своїм
і всіми своїми ділами.*

Для нас вона в світі єдина, одна

в просторів солодкому чарі...

*Вона у зірках, і у вербах вона,
і в кожному серця ударі,
у квітці, в пташині, в електровогнях,
у пісні у кожній, у думі,
в дитячій усмішці, в дівочих очах
і в стягів багрянному шумі...*

Як та купина, що горить — не згора,

*живе у стежках, у дібровах,
у зойках гудків, і у хвилях Дніпра,
і в хмарах отих пурпурових,*

в грому канонад, що розвіяли в прах

*чужинців в зелених мундирах,
в багнетах, що в темі пробивали нам шлях
до весен і світлих, і щирих.*

*Юначе! Хай буде для неї твій сміх,
і сльози, і все до загину...*

*Не можна любити народів других,
коли ти не любиш Україну!..*

*Дівчино! Як небо її голубе,
люби її кожну хвилину.*

*Коханий любить не захоче тебе,
коли ти не любиш Україну...*

Любіть у труді, у коханні, у бою,

як пісню, що лине зорею...

*Всім серцем любіть Україну своєю —
і вічні ми будемо з нею!*

Джерело: <https://suspilne.media/culture/650330-lubit-ukrainu-istoria-sklad-nih-vivoriv-pismennika-volodimira-sosuri/>

4. Метод перевірки зв'язку «Скільки тут дельфінів?»

Завдання

Подивіться на зображення (зобр. 26).

Скільки на ньому дельфінів?



Зображення 26.

5. Метод перевірки зв'язку «Яка курка не така, як усі?»

Завдання

Уважно подивіться на зображення (зобр.27).

Яка курка не така, як усі?



Зображення 27.

Можливі відповіді:

- ▶ №2, тому що вона з трьома кігтями;
- ▶ №7, тому що вона закотила очі;
- ▶ на зображенні немає курок, самі півні.

6. Метод перевірки зв'язку «Знайдіть kota»

Завдання

Уважно подивіться на зображення (зобр. 28).

Де заховався кіт?



Зображення 28.

Чи вдалося знайти? Відповідь на зображенні (зобр. 29).



Зображення 29.

2.2. ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ «МЕТАФОРИЗАЦІЯ» У ХОДІ ТРЕНІНГУ З МЕДІАГРАМОТНОСТІ

*У вікні — забинтовані рамою хмари.
Тінь далеких дерев на стіні,
Мов у безвість споряджені мари.*

В. Ящук

Цей розділ присвячений аналізу інтерактивно-рефлексивної технології та її використанню в процесі проведення тренінгу з медіаграмотності, розвитку критичного мислення. Ми розглянемо основні підходи до визначення поняття «метафоризація» у форматі навчання та наукових категорій мислення. Проаналізуємо особливості підходів до визначення поняття «метафоризація» у навчанні.

Оскільки кожна людина є носієм особливого, властивого лише їй семантичного простору, багато елементів якого метафоричні, можна виділити набір індивідуальних метафор стосовно явища або феномену, що вивчається. На цій основі було створено оригінальну авторську технологію «метафоризація в тренінзі», яка неодноразово застосовувалася автором у роботі з медіатренерами в процесі проведення тренінгів з медіаграмотності. До взірців подано коментарі.

У параграфі подано приклади творчих проєктів з використання методу «метафоризація» до різних аспектів медіаграмотності.

Висновки автора щодо кожної групової роботи дають системне уявлення, як про процес розвитку медіаграмотності в нашій країні під час визвольної війни України проти росії; розкривають основні можливості використання цієї технології в ході проведення тренінгів.

Відомо, що «метафора (грец. *μεταφορά*) — це перенесення ознак одного предмета чи явища на інший на основі їхньої схожості [1].

Цей термін здебільшого вживається в літературі. Але все частіше метафори використовують також і під час навчання в широкому діапазоні від уроків у школі до коучингових сесій та тренінгів у процесі навчання дорослих. Чому це так? Аристотель вважав, що мистецтво метафори — це мистецтво знаходити подібність між

різними, часом дуже несхожими речами [2]. І якщо говорити про формування критичного мислення та медіаграмотність, то саме тут подібні навички є вкрай важливими.

Справа в тому, що метафора, як один з методів активного навчання, спрямована на розвиток здатності глибоко, з високим ступенем рефлексивного мислення вирішувати різноманітні професійні завдання. Це ідеальний метод ненав'язливого зі сторони педагога-тренера впливу, що спрямований на підсвідоме учасника, оскільки метафора має таку важливу властивість — здатність знімати опір та напругу в процесі навчання. Також успішні коучингові метафори, які вдало підібрав тренер, разом з іншими методами фасилітації здатні залучати тренерів та учасників до більш глибокого засвоєння знань та власного усвідомлення сенсів навчання. Саме за допомогою технології «метафоризація», можна проводити тренінги з медіаграмотності більш ефективно. Які причини такої ефективності та які властивості технології «метафоризація» у процесі проведення тренінгу з медіаграмотності?

Вважаємо за необхідне виокремити наступні властивості цієї технології:

- ▶ метафора легше сприймається та відсторонює людину від проблеми, обминаючи її інстинктивні захисні механізми;
- ▶ використання методу метафоризації сприяє зняттю напруги в учасників, обмеженню від зовнішнього впливу тренера та нав'язування ним своїх знань та переконань;
- ▶ технологія метафоризації є ефективною саме під час навчання дорослих, які орієнтовані на власний пошук істини та її усвідомлення;
- ▶ метафора дає поштовх творчому, алегоричному мисленню тим, хто навчається;
- ▶ влучна знайдена метафора до певного явища або феномену переводить фокус уваги з бачення перешкод на бачення можливостей і готових алгоритмів дій, а також до більш практичного використання предмету навчання;
- ▶ американський дослідник Грейвс вважає, що метафора примушує «студентів замислитися і взяти на себе більшу

відповідальність за процес навчання та усвідомлення сенсів, які вони осягають у процесі навчання» [3];

- ▶ яскравість, сюжетність та образність метафори є важливим інструментом підвищення рівня залученості учасників у процес розуміння й засвоєння знань та навичок;
- ▶ влучно знайдені педагогом метафори Р. Маєр називає «повчальними». Він вказує на те, що студенти, які в процесі навчання використовували метафори, вирішували вдвічі більше завдань і запам'ятовували теоретичний матеріал на 30% краще, ніж студенти, позбавлені метафоричності в опануванні темою [4].

За допомогою яких методів у тренінгу з медіаграмотності використання технології метафоризації є більш ефективним? Звичайно, усе це залежить від структури, формату, етапів та тематики тренінгу. Але вважаємо за доцільне використовувати цю технологію в таких методах: брейнстормінг, ділова та рольова ігри, різноманітні вправи з медіаграмотності. Притча, сторителінг, прислів'я — це методи, які містять у собі елементи метафоризації.

Але більш ефективно метод метафоризації спрацьовує на організаційному етапі роботи з методом проєктів чи методом роботи в малих групах.

Наведемо приклад використання авторкою такого методу з залученням технології метафоризації на одному з тренінгів з теми «Медіаграмотність під час війни» для тренерів у проєкті «Протидія дезінформації в контексті російсько-української війни як інструмент подолання розриву довіри». У тренінгу взяли участь двадцять кращих тренерів, які вже проводили тренінги з медіаграмотності з різними цільовими аудиторіями за різними модулями медіаграмотності. Зважаючи на це, їхня рефлексія була дуже цікавою й корисною для усвідомлення стану розвитку медіаграмотності в нашій країні сьогодні.

Авторка запропонувала вправу «Різдвяно-рефлексивна подорож у Країномедію». Зважаючи на знання про wow-ефект на початку тренінгу, авторка продемонструвала відеозвернення «Ксени-українки», яка їх гостинно запросила до різдвяної казки в «Країномедію».

Зауважимо, що ролик (покликання: <https://www.youtube.com/watch?v=lxtt64zKdbM>), про який ідеться, був зроблений у програмі Cartoon Animator (що розроблена на основі даних штучного інтелекту).

Звичайно, уже сам початок тренінгу вводить учасників як у саму тему тренінгу, так і в розуміння того, що медіаграмотності навчитися раз на все життя неможливо. З розвитком технологій, актуалізується потреба нових навичок цифрової грамотності, а також навичок критичного мислення, бо саме за технологіями використання ШІ стоїть як великий прогрес, так і можливості викиду в інфопростір дипфейків, недостовірної інформації. Вважаємо, що саме такий початок тренінгу налаштовує учасників на мотивацію та актуальність проблем, які мають розглядатися.



Зображення 30.

Далі, за традицією, на початку тренінгу учасники мали познайомитися одне з одним. Авторка тренінгу запропонував переміститися в «Казкову таверну», де був кухар-дивак, який міг приготувати найсмачнішу та найвишуканішу страву, але тільки для команди співтрапезників. Його позиція була простою: той, хто знайде спільні смаки в їжі, завжди може знайти багато того, що його об'єднує з іншими, а не навпаки. Хіба це не одне із завдань медіаграмотності?

Методів об'єднання в команди — безліч. Але наше завдання було «зав'язати» цей метод із технологією метафоризації, мета якої розкрити смисл та сутність медіаграмотності під час війни.

Авторка попросила учасників за допомогою окремих карток-пазлів, на яких було одне слово, знайти за аналогією членів своєї команди, які згодом стануть «співтрапезниками». Через декілька хвилин за столиками «казкової таверни» розмістилися ті, кому смакують: «медіаграмотний борщ», «ексклюзивне олів'є», були також і ласуни, які замовили «різдвяний медіаштолен».

До інгредієнтів страв повинні були ввійти складові — відповіді на питання:

- ▶ Які смисли та сенси ви вкладаєте в поняття «медіаграмотність»?
- ▶ Які виклики постають перед медіаграмотністю під час війни?
- ▶ Які критерії, складові, показники медіаграмотності ви можете назвати?
- ▶ Яка ваша головна «медіаграмотна страва»?
- ▶ Який висновок ви зробили після проведеної роботи?

Враховуючи те, що запропонована вправа з самого початку була сфокусована на метафоризацію, учасники представили свої презентації, не виходячи за межі «метафори».

Приклад презентації команди під назвою «Медіаграмотний борщ»

Назва рецепту «Від «Українського борщу» до «російських щей» один крок» є символічною.

Чому саме ця «страва» була обрана тренерами АУП Іриною Срібною, Тетяною Браніцькою, Тетяною Бульбенюк та Романом Пасічним (зобр. 31)?

По-перше, борщ — це страва, яка в історії культури нашої країни не з'явилася одного року чи одного дня. Вона переживала та переживає сьогодні трансформації і розповідає про нас дуже багато.

І дійсно, чи немає тут аналогії з історією всього нашого українського народу? Вивчення історії та ментальності українського народу — це запорука нашої медіаграмотності та критичного мислення.

По-друге, досліджуючи аналогію з борщем, «співтрапезники» провели справжній фактчекінг: «Почнімо з самої назви», — запропонували автори рецепту. — Дехто назву «борщ» пов'язує зі словом «буряк». Але це не зовсім так, тому що буряк люди вживали в їжу ще з часів античності. А, може, борщ походить від рослини борщівника? Отже, дослідити й перевірити факти та причини зародження того чи іншого явища — важлива якість критичного мислення», — підсумували медіатренери.

А яким тоді «Медіаграмотний борщ» має бути за смаком? З чого складається? Роман Пасічний вважає, що дуже важливо, щоб кожен інгредієнт цієї улюбленої українцями страви був пов'язаний з певним стандартом журналістики: якщо «борщ» — це інформація, то «буряк» — це її достовірність, «морква» — це точність її відтворення, «капуста» — повнота інформації, а «цибуля» — її актуальність, а для того, щоб «борщ» вийшов смачний потрібно мати витриманий «бульйон» — баланс думок і точок зору та неупередженість.

«Кожен із цих інгредієнтів є дуже важливим», — запевняли нас співтрапезники. Наш «медіаграмотний борщ» — це складна система, до якої треба прагнути та яку потрібно відтворювати, постійно захищати. Якщо забрати хоч один з вищенаведених «інгредієнтів», то трапиться жахливе: «медіаграмотний борщ» може дуже швидко перетвориться на звичайні маніпулятивні «російські щі», якими намагаються нагодувати російські пропагандисти нашу аудиторію, особливо сьогодні під час війни.

«Отже, будьмо пильними! Зберігаймо наш український «медіаграмотний борщ» і не дамо жодного шансу «російським щам», — закликали нас «співтрапезники» казкової таверни.

Тобто, у цієї презентації метафоризувалися: необхідні навички критичного мислення (вивчення національної культури, її традицій; через інгредієнти борщу метафоризувалися основні вимоги до якісної інформації (дотримання журналістських стандартів). Родзинкою презентації є демонстрація небезпеки підступної російської пропаганди, яка скрізь поруч, під час війни. Іноді російська пропаганда маскується під наші українські смисли та цінності. Брак будь-якого нібито дрібного компонента в інформації може стати вкрай небезпечним для нас — ми можемо стати жертвами пропаганди. І саме для цього нам вкрай потрібна медіаграмотність.

Наступна команда «замовила кухареві» ексклюзивне олів'є.

Цей рецепт мав заголовок «Ви точно про медіаграмотність?.. Тоді до чого тут олів'є?»...

Передаємо хід діалогу з медіатренерами цієї команди.



Зображення 31.

«Гм, вибачайте..., а ви точно про медіаграмотність? Тоді до чого тут олів'є? Скажу відверто...той ще «наративний салатик», — жартома запитала тренерка аналізованого тренінгу.

«Так!» — відповіли представники цієї команди, медіатренери АУП Ірина Бакаленко, Наталія Воскобойнік, Світлана Богдзівеч, Наталя Пономаренко та Наталя Третьак. І далі вони продовжили свій діалог.

— Чи замислювалися ви, пані «кухарко», над тим, що їжа також може служити пропаганді? Чи запитувалися ви: «Що їли генсеки та інші партійні діячі за часів становлення совєтської влади: її розвитку, занепаду а також в часи найбільших людських трагедій? Чи дотримувалися вони рівності, яку проповідували? Ставили дуже непрості питання співрозмовники.

Отже, для того, щоб щось викреслити зі свого життя, треба вміти проаналізувати, чому стільки років воно було символом. І як тут не згадати нову книгу «Кухня терору» Вітольда Шабловського, польського письменника, лауреата журналістської премії Європейського парламенту. Автор вдало спробував через так звані «кухонні двері» показати диктаторів тоталітарної держави: їхні принципи, методи, підходи.

Отже, їжа — це теж своєрідна система комунікації, де одиницею є не самі продукти, а сенси й властивості, символи та традиції, які надаються певним продуктам.

А як далі метафоризувалася ця страва в руслі медіаграмотності в учасників?

— Дуже важливо обрати правильні «інгредієнти салату», — вважають замовники. — Інгредієнт — це цільова аудиторія «різного рівня готовності»: це й медичні працівники, і держслужбовці, і здобувачі освіти, їхні батьки; освітяни, і навіть мешканці геріатричного центру. Тобто, саме вихід на нові цільові групи й аудиторії зробить нашу медіаграмотність дійсно універсальною навичкою, яка нам так потрібна, особливо під час війни. Визнавши стан готовності головного «інгредієнту», ми обираємо наступний. Це методи роботи з «інгредієнтами».

Учасники тренінгу, які вже попередньо пройшли наші тренінги для тренерів медіаграмотності, надали високу оцінку запропонованим у межах проєкту інтерактивним методам. Впроваджуючи ігри та вправи, які були розроблені автором, учасники вказували на їхню ефективність та зазначали, що учасники їхніх тренінгів проявляли високий інтерес. Найбільшу популярність отримали такі «кулінарні вишукування»: «Танграм», «Два пілоти», «Шість капелюхів», «Шокуючі фото», «Газетний кіоск» та інші.

— Увага, — попереджали тренери АУП, обираючи теми-«спеції», не забувайте про попередні складові «салату» та його «сезонність» (актуальність): чи то це штучний інтелект, чи пропаганда, чи маніпуляції, чи фотофейки. Усе повинно бути збалансовано!

А головне — «соус», який об'єднує це в смачний салат. «Соус» — то бажання та мотивація бути медіаграмотним! Ви ж розумієте, що в кожній господині були інгредієнти дещо різні, але мета — одна!

А в кінці команда зробила такий висновок: «Якщо Ви ще роздумуєте, чи готувати радянське олів'є чи повернутися до оригіналу, а саме до рецепту європейського французького кухаря Люс'єна Олів'є, то завжди пам'ятайте: те, що ми їмо закладається з дитинства. І нам відповідно є те смачно, що ми споживаємо традиційно, копіюючи поведінку своїх батьків. То, може, прийшов час сказати

стереотипам: «Ні»? Бо вважається, як Новий рік зустрінеш, так його й проведеш».

Отже, нехай багатогранне «інфомедійне європейське олів'є» буде таким же яскравим, актуальним, а головне: нехай воно буде і з можливістю змінювати рецептуру відповідно до умов життя та нашої оновленої давньої багатой культури саме української національної кухні.

Аналізуючи виступ цієї команди можна сказати, що в їхньому проєкті була метафоризована не тільки медіаграмотність, але й важливість критичного мислення та національні й ментальні цінності нашого народу.

І ще одна команда представила проєкт рецепту різдяного медіаштолена.

І ось, команда «співтраpezників» (у складі Світлани Воронцової, Ірини Цеби, Христини Дуди, Андрія Скоробогатова) вирішила, що це за Різдво без «різдвяного медіаштолена»? Чому саме цей «смаколик» припав їм до душі?

Ірина Цеба вважає: «Медіаграмотність є динамічним процесом, який не можна зупинити; медіаграмотності не можна навчитись цілком. З'являються нові виклики, нові загрози — і ми всі маємо реагувати. Отже, як ти не вчися готувати різдвяний штолен, він все одно, кожне Різдво виходить по-різному».

Команда наших тренерів вважає, що медіаграмотність як різдвяний штолен: готується з великої кількості важливих і дорогих інгредієнтів: критичне мислення, особистісна відповідальність, усвідомлення цінності власного життя та таймменеджменту, медіагігієна, здатність до протистояння кремлівській пропаганді, уміння декодувати медіатексти та критична відстань до всього того, що споживаєш. А ще медіаграмотність точно як різдвяний медіаштолен: чим більше часу настоюється цей десерт, тим смачнішим він стає: тут ще і вміння «рахувати до десяти», не відразу шерити будь-який матеріал або висловлювати свою думку.

«Так, наша медіаграмотність складається з багатьох надзвичайно важливих навичок та знань, — переконана медіатренер Христина

Дуда. — І чим більше часу ми присвячуємо навчанню, тим сильніше ці якості розвиваються. І ми все більш відчуваємо смак цієї науки».

За підсумками проведеної практичної роботи констатуємо: метафоризація є дієвим засобом і технологією осмислення сенсів та цілей медіаграмотності. Метафоризація дозволяє більш глибоко усвідомити завдання, категоріальний апарат, показники та принципи взаємодії з медіа, формування критичного мислення. Особливо важливим є те, що саме через метафоризацію можна виходити на такі складні та водночас дуже актуальні теми: захист та протидія російській пропаганді, усвідомлення небезпеки російських наративів, розпізнання фейків та маніпуляцій зі сторони ворога. Усе це вкрай важливо для того, щоб тримати інформаційний фронт та наблизити нашу перемогу.



Зображення 35.

Література

1. Метафора. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Метафора> (Дата звернення: 10.03.2024).
2. Аристотель. Біографія, факти, філософія. URL: <http://teg.com.ua/aristotel-biografiia-filosofia-fakti/> (Дата звернення: 10.03.2024).
3. [Michael F. Graves](#) · Teaching individual words: One Size Does Not Fit All 2009. URL: https://books.google.com/books?id=q4xjDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=inauthor:%22Michael+F.+Graves%22&hl=ru&newbks=1&newbks_re-dir=1&sa=X&ved=2ahUKEwiaxJ3ukLeDAXUKJBAIHVheCg4Q6AF6BAgEEAI (Дата звернення: 10.03.2024).
4. Маєр К. Журналістика. URL: <https://www.aup.com.ua/book-review/klaus-maier-zhurnalistika/> (Дата звернення: 10.03.2024).
5. Badley K. and Hollabaugh J. Metaphors for Teaching and learning. URL: https://digitalcommons.georgefox.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1049&context=soe_faculty (Дата звернення: 10.03.2024).

2.3. ТЕХНОЛОГІЯ ВИКОРИСТАННЯ КАЗОК ТА ПРИТЧ У ТРЕНІНГАХ З МЕДІАГРАМОТНОСТІ

Казки та притчі, як тренінговий метод, є дуже важливими у формуванні навичок медіаграмотності та критичного мислення.

Слід зазначити, що казкотерапія — це процес рефлексії та пошуку глибинного сенсу. Це розшифрування на психологічному та підсвідомому рівні знань про світ та систему взаємовідносин у ньому. Завдяки казкам та притчам у того, хто навчається запускається процес утворення зв'язків між казковими подіями та його поведінкою в реальному житті. Людина починає усвідомлювати свої взаємовідносини з комунікаціями та світом медіа. На прикладі казок та притч споживачі інформації починають відрефлексовувати моменти, коли медіа маніпулює та впливає на них. Саме казкотерапія дозволяє на тренінгах з медіаграмотності відчути смисл життя, його швидкоплинність. Казки та притчі дозволяють більш усвідомлено проранжувати свої основні цінності в житті, проаналізувати екологічність цілей та власних дій.

Наведемо декілька прикладів казок та притч і покажемо методику роботи з цією технологією у проведенні тренінгу з медіаграмотності.

Притча «Чашка чаю»

Тренер зачитує притчу та пропонує студентам відповісти на запитання:

- ▶ Про що йдеться в притчі?
- ▶ Як смисл цієї притчі пов'язаний з медіаграмотністю та критичним мисленням?
- ▶ Чому важливо «звільнити чашу» для того, щоб набути нових знань?
- ▶ Як можна назвати людей, які не здатні на це?

Нан-ін, японський учитель Дзен, який жив у епоху Мейдзі (1868–1912 рр.), приймав у себе університетського професора, який прийшов дізнатися, що таке Дзен. Нан-ін запросив його до чаю. Він налив гостю повну чашку й продовжував лити.

Професор стежив за тим, як переповнюється чашка. Не витримав: «Вона ж переповнена. Більше вже не увійде!».

«Так само як ця чашка, — сказав Нан-ін, — ви сповнені власними думками та роздумами. Як же я зможу показати вам дзен, якщо ви спочатку не спустошили вашу чашу?».

Притча про Черепаха

Тренер зачитує притчу та пропонує студентам відповісти на запитання:

- ▶ Про що йдеться в притчі?
- ▶ Яка алегорія закладена в слово «панцир»?
- ▶ Чому «черепаха» погодилася зняти «панцир»?
- ▶ Яка технологія маніпуляції була використана?
- ▶ Який висновок ми можемо зробити, щоб не потрапити в таку ситуацію, як черепаха?

Жила звичайна черепаха і постійно тягала на своїй спині важкий панцир.

Проте, коли з сусіднього лісу прибігала голодна лисиця, черепаха ховала під нього голову й спокійно переживала небезпеку.

Минав час, докільля змінювалося. У лісі з'явилися нові технічні телекомунікаційні засоби. І одного разу, вийшовши з дому, черепаха побачила на дереві телевізійний екран. У новинах демонстрували літаючих черепах без панцира. Диктор-дятел, що захлинався від захоплення, коментував їхній політ: «Яка легкість! Яка швидкість! Яка краса! Яка витонченість!».

Дивилася черепаха ці передачі день, два, три...

І потім у її маленькій голові народилася думка про те, що вона несповна розуму, адже тягає на собі подібний тягар-панцир.

Чому б не політати? Небо! Воно таке велике та таке прекрасне!

«Досить відмовитися від панцира. Мені відразу буде легше!» — подумала черепаха.

«Тільки вона відмовиться від панцира, її буде легше з'їсти!» — раділа лисиця, підписуючи рахунок на чергову рекламу про черепах,

які літають. І одного чудового ранку, коли небо, як ніколи, здавалося великим, Черепаха зробила перший і останній крок до свободи від системи захисту. Черепаха не знала й вже ніколи не дізнається, що сучасний інформаційний простір — це систематичне навіювання з боку медіа: як нам знімати панцир із самих себе.

Притча «Чи так це?»

Тренер зачитує притчу та пропонує студентам відповісти на запитання:

- ▶ Про що йдеться у цій притчі?
- ▶ До якого феномену в медіа можна віднести зміст того, що ви почули?
- ▶ Який смисл вклав у свої слова вчитель?
- ▶ Наведіть реальні приклади, що збігаються зі змістом притчі, зі сфери медіа?
- ▶ Як мають учиняти журналісти для того, щоб не було таких наслідків, про які ви почули в притчі?

Дзенський учитель Хакуїн мав славу серед сусідів як людина, яка живе праведним життям. Поруч з ним жила гарна дівчина, батьки якої володіли продуктовою лавкою. Раптом батьки виявили, що донька при надії. Вони були розлючені. Дівчина відмовилася назвати батька дитини, але після довгих наполягань зізналася, що це Хакуїн. У гніві батьки прийшли до вчителя. «Чи так це?» — це все, що він сказав.

Після того, як дитина народилася, її принесли до Хакуїна. Він оточив дитину турботою і теплом, брав у сусідів молоко для дитини, забезпечував її всім, чого потребувала. Через рік дівчина-мати все ж таки не витримала й сказала батькам правду: «Батьком дитини був юнаком, який працював на рибному ринку».

Батько та мати одразу пішли до Хакуїна, просили в нього вибачення, довго перепрошували й просили повернути дитину. Хакуїн вибачив їх. Віддаючи дитину, він сказав: «Чи це так?».

Притча «Твоє світло може згаснути»

Тренер зачитує притчу та пропонує студентам відповісти на запитання:

- ▶ Про що йдеться в притчі?
- ▶ У чому сенс істини?
- ▶ Де варто шукати істину?
- ▶ Що може бути помилковим у пошуку істини?

Студент, який вивчає істини філософської школи буддизму Тендай, прийшов до дзенського вчителя Гадзана, щоб стати його учнем. Коли через кілька років він зібрався йти, Гадзан застеріг його: «Умоглядне вивчення-істини корисне лише як шлях збирання матеріалу для проповіді. Але пам'ятай: твоє світло істини може померкнути».

Притча «Три сита»

Тренер зачитує притчу та пропонує студентам відповісти на запитання:

- ▶ Про що йдеться в притчі?
- ▶ Яка алегорія закладена в «три сита»?
- ▶ Чому потрібно відсіювати інформацію?

Одна людина прийшла до Сократа з такими словами:

— Знаєш, що сказав про тебе твій друг?

— Стривай, — зупинив його Сократ. — Слова, перш ніж їх говорити, треба просіяти через три сита.

— Що ще за сита?

— Перше сито — це сито правди. Скажи, ти певен, що те, що ти скажеш, правда?

— Ні. Просто я чув...

— Значить, не певен. Тепер друге сито — сито доброти. Ти хочеш сказати про мого друга щось хороше?

— Ні! Навпаки!

— Значить, — продовжував Сократ, — ти збираєшся сказати про нього щось погане, причому не впевнений, що це правда. М-да... І тепер третє сито — сито користі. Ти думаєш, що мені дуже необхідно почути те, що хочеш сказати?

— Ні. Мабуть, немає в цьому жодної потреби.

— Підіб'ємо підсумок, — сказав Сократ. — У тому, що ти хочеш сказати, немає ні правди, ні доброти, ні потреби. Чи не краще тоді помовчати?

Притча «Хоробрість знання»

Тренер зачитує притчу та пропонує студентам відповісти на запитання:

- ▶ Які етапи пізнання, описані в притчі?
- ▶ Як співвідносяться ці процеси з психологічним станом особистості?
- ▶ Яку концепцію пізнання нагадує ця притча? (Відповідь: концепція Девіда Колба)

Одного разу купець спитав факіра:

— Чому ти не боїшся тримати змію за пазухою? Напевно, ти дуже хоробрий чоловік?

— Бачиш, — відповів факір, — бувають три види хоробрості. Перший — коли сміливець не усвідомлює розміру небезпеки, тому не відчуває страху. Це доля дурнів. Другий — коли сміливець усвідомлює розмір небезпеки, пересилує свій страх. Це доля героїв. А третій вид хоробрості — це хоробрість знання, це тоді, коли завдяки знанню ти не боїшся, а людина, не посвячена в тонкощі справи, вважає тебе сміливцем. Тому я й не боюся.

Притча «Притча про жайворонка»

Тренер зачитує притчу та пропонує студентам відповісти на запитання:

- ▶ Про що йдеться в притчі?
- ▶ На що витрачав час жайворонок?
- ▶ Яка алегорія витрачання часу вам спадає на думку?
- ▶ Які наслідки такої марної втрати часу?
- ▶ Що треба засвоїти, щоб не повторити помилок «жайворонка»?

Жив-був маленький жайворонок, якого тато щоранку вчив літати. Піднімаючись в небо, жайворонок слухав від батька одну й ту ж

установку: «Пам'ятай, синку, ми не прості птахи. Ми — жайворонки. Ми вміємо не тільки літати, ми надзвичайно красиві, ми чудово співаємо, а найголовніше — ми дуже горді й самолюбні пташки. Пам'ятай, ти –жайворонок! А це тебе багато до чого зобов'язує».

Але малюк одним вухом слухав, що співає йому батько, а іншим ... прислухався до дзенькоту, який лунав з берега. Це рибалка, ідучи з риболовлі, дзвенів своїм рибальським приладдям.

«Дивак, — подумав жайворонок, — чому він мене вчить ловити їжу в повітрі, якщо в рибалки у відерці її так багато».

Жайворонок стрімголов впав на землю, як вчив його тато, підійшов до рибалки й запитав: «Скільки я тобі буду винен за два черв'яки, що знаходяться у відерці?». «Немає нічого дешевше, — відповів рибалка, — пару пір'їн за пару черв'яків».

«Добре, — сказав жайворонок, — отримуй».

Так тривало щодня.

Але ось прийшов відповідальний момент, коли малюкові треба було показати, чому він навчився. Він піднявся на високу гору перед усією зграєю жайворонків, підняв крила ... і жах!

Усі побачили жалюгідні лахміття того, що залишилося від жайворонка.

Ось так і деякі з нас у житті, бажаючи жити у своїй маленькій комфортній клітці і задовольнятися малим, втрачають найдорожче, що в нас є — СЕБЕ, свою особистість, свій незвичайний талант і самобутність, що дано кожній людині від народження. Навіщо? НА ПАРУ ХРОБАКІВ. Багато хто з нас готовий роками сидіти і нічого не змінювати у своєму житті, у своїй роботі, тільки, щоб була ПАРА ХРОБАКІВ.

Багато терпить приниження від своїх близьких, колег, знайомих, тільки, щоб мати одне — ПАРУ ХРОБАКІВ.

Притча «Притча про правду»

Тренер зачитує притчу та пропонує студентам відповісти на запитання:

- ▶ Про що йдеться в притчі?
- ▶ Чому людина пішла шукати правду в чужі краї?
- ▶ Чому злякалася людина, коли побачила правду?
- ▶ Що є «правдою» для більшості людей?
- ▶ Яку пораду дала правда людині?
- ▶ Яка алегорія закладена в цих словах?

Одна людина все життя шукала правду, але ніяк не могла відшукати. Вона обходила безліч країн, побувала і на півночі, і на півдні, і на заході — ніде немає правди.

І ось одного разу людина приїхала в одну східну країну. Країна була маленька, майже нікому невідома. Вона вже зазбиралася їхати далі, але раптом натрапила на якийсь занедбаний храм.

І тамтешній жрець сказав, що саме тут, у цьому храмі, ховається правда. Людина не повірила, але жрець запевняв: так воно і є насправді. І він підвів людину до великої статуї, на яку було накинуто чорне покривало.

— Ось, — сказав жрець, — вона перед тобою, сама правда.

Тоді людина простягла руку, зірвала покривало й побачила перед собою жажливе, страшне, огидне обличчя. Відсахнулася з переляку.

— Що? — запитала людина. — Невже це правда?

І тоді правда відповіла йому тихо:

— Так, це я і є. Правда.

— Але яка ж ти страшна, страшніше за тебе немає нікого. Як же я про тебе розповім людям? Хто мені повірить?

— А ти візьми й набреши, — сказала правда, — тоді, ось побачиш, тобі всі повірять.

Притча «Пастух та вівці»

Тренер зачитує притчу та пропонує студентам відповісти на запитання:

- ▶ Про що йдеться у притчі?
- ▶ Хто такий пастух та хто такі вівці?

- ▶ Що хоче пастух від овець і для чого?
- ▶ Які методи маніпуляції вживає пастух?
- ▶ З чим можна провести аналогію?
- ▶ У чому небезпека таких маніпуляцій?

На галявині, серед величезного лісу, **жив-був пастух**, який мав велику отару овець.

Щодня він **з'їдав одну вівцю зі стада**. Вівці завдавали пастухові багато проблем: вони розбігалися лісом, а йому доводилося витрачати дуже багато часу на те, щоб упіймати одну вівцю, а інших знову зібрати в череду. Звичайно ж вівця, яку він збирався вбити, відчувала це й починала відчайдушно чинити опір, а її крики лякали інших.

І тоді пастух вирішив придумати таку хитрість — **він поговорив з кожною вівцею наодинці, і кожній навіював різне.**

Одній він сказав: *«Ти не вівця, ти така сама людина, як і я. Тобі немає чого боятися, адже я вбиваю і з'їдаю тільки овець, але ти єдина людина в цьому стаді, а значить — мій найкращий друг».*

Другий він сказав: *«Чому ти втікаєш від мене, як інші вівці? Ти ж левиця, тобі немає чого боятися. Я вбиваю лише овець, а ти мій друг».*

Третій він сказав: *«Послухай, ти не вівця, ти вовчиця. Вовчиця, яку я поважаю. Я, як і раніше, продовжуватиму вбивати щодня одну вівцю зі стада, але вовчиці, кращому другові пастуха, немає чого боятися».*

Він поговорив з кожною вівцею і кожній навіював, що вона не вівця, а зовсім інша тварина, яка відрізняється від решти овець у стаді.

Після цієї розмови поведінка овець повністю змінилася — вони абсолютно спокійно паслися і більше ніколи не тікали до лісу.

І коли пастух вбивав чергову вівцю, вони думали: «Ну ось, убили ще одну вівцю, а мені — леву, вовку, людині, найкращому другові пастуха — немає чого боятися».

І навіть вівці, яких він убивав, перестали чинити опір. Він просто підходив до однієї з них і казав: «О, мій найкращий друже, ми давно не спілкувалися. Ходімо до мене надвір. Мені треба з тобою порадितись з приводу стада овець».

І вівця з гордістю йшла за пастухом надвір. І там він справді питав у свого найкращого друга, про справи у стаді. Жертва з радістю розповідала йому про все, а потім пастух вбивав її. Оскільки смерть наставала миттєво, то вівця нічого не встигала зрозуміти.

Пастух був дуже задоволений. Він високо підняв самооцінку кожної вівці, у результаті вони перестали забивати собі голову думками про неминучу смерть, стали менш невротичні, насолоджувалися життям і спокійно щипали траву, внаслідок чого їхнє м'ясо стало значно смачнішим.

Протягом багатьох років пастух легко справлявся з величезним стадом, а найцікавіше те, що інші вівці стали йому допомагати — якщо якась надто кмітлива вівця починала здогадуватися про справжній стан речей, то інші вівці (тобто леви, люди, вовки — найкращі друзі пастуха), повідомляли йому про дивну поведінку цієї вівці, і наступного дня пастух із задоволенням її з'їдав. Вам нічого не нагадує ця притча?

Приклади казок, що можуть бути використані для формування цінностей та сенсів медіаграмотності

1. Казка про журналістику

Тренер зачитує притчу та пропонує студентам відповісти на запитання:

- ▶ Про що йдеться в казці?
- ▶ Про який стандарт або характеристику якісної журналістської діяльності йдеться в казці?
- ▶ Як це впливає на сприйняття медіатекстів споживачами?
- ▶ Наведіть приклад, де ви зіштовхувалися з цим явищем у реальному медіасередовищі?

► Чому так вчиняють журналісти?

— Старий, розкажи нам казку, — попросили діти.

— Сідайте, шибеники, — посміхнувся старий і відклав газету. — Я розповім вам казку. Жив-був вовк. Величезний, страшний сірий вовк. Страшний, як крик пенсіонерки з першого поверху, сірий, як мої будні. Вовк жив у лісі, як це водиться у всіх вовків. Величезному вовку було потрібно багато їжі, але всю дичину постійно лякали люди: галасливі, грубі лісоруби; дівчата, які співають; люди, які поступово відвойовували в лісі місце для своїх городів і будинків. Горда тварина почала просто голодувати. Сильний і волелюбний звір, здатний полювати, не міг знайти собі їжі. На стежках, де він колись полював, тепер гуляли діти, голосно співаючи пісні і розлякуючи дичину. І в якийсь із днів вовк не стерпів і кинувся до будинку, який нахабні люди побудували прямо в лісі.

Він увірвався в будинок і проковтнув якусь стареньку. Після їди він намірився відпочити і приліг на порожнє ліжко. Але люди й поспати йому не дали. Заявилася якась дівчина, яка ставила дурні запитання. І коли вовк уже хотів зжерти її, вона здійняла гвалт. На крик прибігли лісоруби й по-звірячому вбили вовка. І навіть над мертвим вовком вони знущалися. Вони розпороли йому живіт, ще й пишалися своїм звірством.

Так загинув останній з гордих вовків.

— Лісоруби — нелюди! — гнівно закричав хлопчик. — Я виросту й помщуся їм.

— Ти не правий, — спокійно відповів старий, розпалюючи люльку. — Лісоруби — відважні, сильні люди, які, незважаючи на диких, кровожерливих звірів, трудилися не покладаючи рук в ім'я забезпечення людей похилого віку і дітей лісом, що використовувався для опалення будинків. Вони працювали в поті чола, коли почули несамовитий крик маленької дівчинки. Страшна картина постала перед їхніми очима в будинку старенької: величезний, страшний вовк, бабуся, яка ще ворушилася в череві тварини, і ноги маленької дівчинки в пащі звіра. Вовк намагався проковтнути її заживо. Лісоруби не могли не прийти на допомогу старенькій і дівчинці. І

череву вовку вони розпороли тільки для того, щоб врятувати безпомічних людей. І, слава Богу, їм це вдалося.

— Дівчинка погана! Дівчинка! — сказав один з хлопчаків. — Якби не її дурні запитання, ніхто б не постраждав.

— А бабуся?! — обурено заперечив інший. — Чорт з нею з бабусею, так?! Зжерли і так їй і треба, так? А якби твою бабуся з'їли?!

— Більше того, вовк прийшов до бабусі за вказівкою цієї маленької дівчинки, — кивнув старий і випустив хмару диму. — Адже це саме вона розповіла вовку, де знайти бабуся.

— Я говорив?! Дівчина підла! — триумфуючи сказав перший хлопчик.

— Ти не правий, — похитав головою старий. — Дівчинка була добре вихована. Вона не могла збрехати вовку, тому що брехати не можна ні за яких обставин. Вона несла своїй бабусі пиріжки. Навіть не злякалася дрімучого лісу, адже дуже хотіла пригостити рідненьку. Щоб бабуся не відчувала себе забутою у своєму будинку в дрімучому лісі. І дівчинка не по своїй волі пішла в ліс. Її відправила мати. Маленьку дівчинку. Одну. У ліс. Через якісь пиріжки...

— Мати дівчинки — погана!! — вигукнули діти.

— Ні в якому разі, — заперечив старий. — Жінка не забувала про свою матір — передала їй гостинець. Вона з любов'ю вишила червону шапочку для своєї дівчинки. Адже всім відомо, що більшість диких звірів боїться червоного кольору. Вона виховала дочку слухняною. Жінка не могла сама віднести гостинець — усю ніч поралася з цими пиріжками, і ноги вже не тримали її.

— Старенька! Старенька погана! Навіщо їй було жити в лісі?! Навіщо?! — зайшовся один з дітей.

— Стара жінка вирішила провести залишок днів на лоні природи, — спокійно сказав старий. — Їй нічого не треба було — тільки спокій, городик і щоб рідні зрідка відвідували її. Але до неї обманом вдерлася сильна, дика тварина й проковтнула її. Про злий намір вовка говорить те, що він не втік після скоєного, а одягнув на себе речі бідної старенької і ліг на її ліжко. Чи це не знуцання?!

— Ти нас заплутав, старий! — ображено сказали діти. — У тебе всі виходять то хорошими, то поганими! Хто в цій казці поганий, а?

— А це, діти, від оповідача залежить, — посміхнувся старий. — Як він вирішить, так і буде.

— Значить оповідач бреше? — хитро примружилася одна дівчинка.

— Жодного слова неправди. Клянуся! — запевнив старий. — Усе так і було, як я розповів.

— Це маячня якась! — тупнула ногою дівчинка. — Жодного слова неправди, а поганими виявляються то одні, то інші.

— Це не маячня, діти, — піднявся старий і підібрав свою газету. — Це журналістика.

2. Казка «Просто казка» (Автор — Анна Коршунова)

Питання студентам до фрагмента, який зачитав викладач:

- ▶ Про що йдеться в цьому фрагменті казки?
- ▶ З чим ви асоціюєте образ пташки?
- ▶ Як ви вважаєте, яка психологічна характеристика людини, що описана у фрагменті?
- ▶ Чи проводите ви паралелі з конкретною людиною, яку ми знаємо сьогодні?
- ▶ Чи є ця характеристика певною ознакою того, що ця людина скоїла проти всього цивілізованого світу сьогодні й проти нашої країни зокрема?
- ▶ З якими ще подібними історичними типажми ми зустрічалися в реальному минулому?

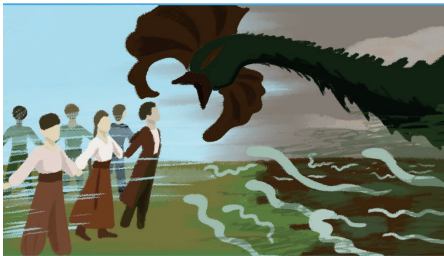
Повний текст казки можна подивитись за покликанням: <https://medialiteracy.org.ua/wp-content/uploads/2022/03/Prosto-Kazka.pdf>

Ми наведемо декілька уривків з казки.

... У дивному-предивному світі, зовсім-зовсім недавно й недалеко, на мокшанських болотах жив собі звір — не звір, птах — не птах, а так, якесь недолуге чудовисько, покруч Рашиздра

Плюгавий. Народився Рашидра маленьким блідим глистячком і весело плавав у калюжці зі своїми друзяками й братами черв'ячками-глистячками, граючись у «сміливого виглядайка». Це така в них гра: хто довше протримається на поверхні калюжки й побачить, що ж там у світі робиться? Аж раптом на калюжку впала тінь. Його друзі гай-гай — і під листочок сховалися, а Рашик (так його зменшувально називала мама-хробачиха) не встиг, бо з переляку вср... завмер стовпом, висунувши писка з калюжки. Побачив глистячок пташку Жовтосиничку, яка жила в сусідньому з болотами лісі й злетіла до калюжі води попиту. Дивився Рашик на пташку і розумів, що нічого схожого у своїй калюжі він ніколи не бачив. Такі гарні кольори — не те, що бліді, аж прозорі хробаки з його роду-племени. І крила, крила ж є — свобода! Лети, куди хочеш! Як зачарований, Рашик, звиваючись благеньким тільцем, ближче й ближче підпливав до пташки. Аж тут хтось яаяяяк смикне його за хвостик!....

...Але Рашику так припала до серця пташка... Хоча що я кажу, у глистяків же немає серця. Ну, та до чогось там же йому припало. Став він потай мріяти про такі ж крильця і пір'ячко, і дзьобик, а найбільше — про можливість вільно літати світом. Але ти ж добре знаєш, що мрія живе в серці. От спробуй, помрій про щось гарне-гарне. Правда ж, ось тут, у грудях, де сердечко стукає, одразу потепліло? Та де ж було в Рашиковому глистячковому тільці



Малюнок Вероніки Шквиро, учениці Сумської гімназії-інтернату для талановитих та творче обдарованих дітей. Малюнок був створений у укрітті.
Автор: 33365 Анни Коршунова

Цитати з казки

«Отже, перше, що намітив собі Рашик – то стати головним у світі...»

«Гм... А це дуже навіть просто, - подумав він, прищмокуючи, – Тепер у мене є свобода – я ж можу карати й милувати. І жертви. Лишилося стати чудовиськом».

«Ох, і муляла Рашиздри сусідня Країна Вільних Людей».

Казки та малюнки з укріття

поміститися великій мрії? А там, де мрія не живе, але все одно чогось хочеться, оселяється заздрість. Рашик страшенно заздрив тій яскравій, пухнастій істоті з очима-намистинками, яка вільно літає світом. Від заздрості він аж почорнів і роздувся, бо ж тяжко злився на весь світ, на долю, на батьків, на... Та хіба ж перерахуєш усе-все, на що глистючок зацаїв злобу й образу...

Примітка: додамо, що ця казка та зображення, яке ви бачите були написані в укритті в той момент, коли російські загарбники бомбили наші міста та вбивали мирних людей.

3. Казка «Котигорошко»

Тренер пропонує студентам перечитати українську народну казку «Котигорошко» та провести паралелі між її змістом та сучасною ситуацією, медіаграмотністю.

Повний текст казки за покликанням: <https://www.kazky.org.ua/zbirky/ukrajinsjki-narodni-kazky/kotyhoroszko>

Завдання:

- ▶ Чому Ви провели саме такі алегоричні паралелі з реальними людьми? Що є спільного?
- ▶ Хто такий «дракон»? Чому йому спочатку вдалося скоїти злочини?
- ▶ Чому саме Котигорошко перемиг? Які якості йому в цьому допомогли?

Ділова гра за мотивами казки «Місто для дракона» українського письменника Юрія Винничука (Розробник гри — Галина Дегтярьова).

«Місце для дракона» — це алегорична повість-казка про середньовічне князівство Люботин на Галичині, де співіснують добрий дракон Грицько (поет та християнин), мудрий Пустельник, підступний князь, легковажна князівна та хоробрі лицарі.

Повний текст твору за покликанням: <https://www.ukrlib.com.ua/books/printit.php?tid=10482>

Автор гри об'єднує учасників у редколегії, одна представляє інтереси князя, друга — незалежна.

Редакційне завдання: презентувати події твору для своїх медіаресурсів.

Редакційна колегія, яка представляє інтереси князя переконана, що князь просто вимушений (за вимогами натовпу) викликати дракона на бій та вбити його. Авжеж, дракони — це завжди лихо та страхіття для країни! Бо саме він, дракон, повинний у всіх бідах!

Але коли читаєш матеріал незалежного медіаресурсу, то починаєш усвідомлювати, що дракон зовсім не такий, яким його уявляємо: чи то мислячи стереотипно, чи зважаючи на подання деяких «медіакарабасів». Виявляється, що дракон — звичайний добрий «хлопець», який всім бажає добра. Він пише вірші, читає Біблію і навіть вирощує квіти! І князь про це знає, бо товаришує з ним.

Але щоб задовільнити натовп князю потрібно його вбити!

У цій вправі багато медіаграмотних смислів: необ'єктивність та зангажованість медіа, психологія натовпу та вмиле використання її інстинктів, стереотипне мислення та патерни Колізею (палець вниз!), а головне — формування толерантності та мудрості, врівноваженості та критичного мислення, усвідомлення того, що не все так однозначно. Далеко не все! Навіть дракони можуть писати вірші та вирощувати квіти. А може вони зовсім не дракони?

Казка «Колобок»

Викладач пропонує студентам ознайомитись з повним текстом казки «Колобок» (покликання:

<https://kazky.org.ua/zbirky/ukrajinsjki-narodni-kazky/kolobok/>).

Далі він може запропонувати три варіанти проведення цієї гри:

1. Гра «Маніпуляції Колобка»

Завдання: прочитайте казку «Колобок» та дайте відповідь на запитання:

- ▶ Що допомагало Колобку рятувати себе?

- ▶ Чому його не з'їдали? Яка маніпулятивна технологія була ним застосована?
- ▶ Чому все ж таки його з'їли? Який алегоричний образ Лисиці Ви намалювали? Хто це?
- ▶ Який висновок з точки зору медіаграмотності Ви зробили?

2. Гра «У кожного свій Колобок»

Тренер дає завдання кожній команді розказати казку про Колобка, вибудувавши матеріал для різних медіаресурсів:

- ▶ від діда з бабою;
- ▶ від Зайця;
- ▶ від Ведмедя;
- ▶ від Колобка;
- ▶ від Лисиці.

Потім аналізуємо мотиви та дії кожного з них.

Робимо висновки про об'єктивність медіа та орієнтацію на свою цільову аудиторію.

Варіант 3. Гра «Колобковий суд»

Дійові особи: Лисиця та команди:

- ▶ команда прокурорів;
- ▶ команда адвокатів;
- ▶ команда суддів.

Сюжет: перед судом постає Лисиця, яка з'їла Колобка.

Команди та підсудна готують свої промови.

Під час презентацій промов викладач-модератор візуалізує на картках доводи «за» та «проти» вини Лисиці.

Суд іде на обговорення. Після цього виноситься вирок.

Студенти роблять висновки.

Казка «Вовк та семеро козенят»

Тренер-викладач пропонує розіграти казку. Перед початком гри він пропонує обрати ролі та роздає роздруківки казки.

Після інсценування тренер ставить питання до всіх:

- ▶ Яка ідея закодована в цій казці з точки зору медіаграмотності та критичного мислення?
- ▶ Чому козенята все ж таки відчинили двері? Який мотив маніпуляції застосував вовк?
- ▶ Проведіть алегорію між подіями та медіабезпекою й інформаційною гігієною.
- ▶ Розробіть пам'ятку, скориставшись ресурсом Canva.

7. Казка «Ріпка»

Тренер дає завдання інсценізувати стару дитячу казку «Ріпка».

Тренер роздає ролі учасникам.

Посадив дід ріпку. Виросла ріпка велика-превелика. **Став дід ріпку із землі тягти**, тягне-потягне, витягти не може.

Покликав дід на допомогу бабусю. Бабуся взялася за дідуся, дідусь — за ріпку. Тягнуть-потягнуть, витягнути не можуть.

Покликала баба онучку. Онучка — за бабцю, бабця — за дідуся, дідусь — за ріпку. Тягнуть-потягнуть. Витягнути не можуть.

Гукнула онука Жучку. Жучка — за внучку, онучка — за бабцю, бабця — за дідуся, дідусь — за ріпку. Тягнуть-потягнуть, витягнути не можуть.

Гукнула Жучка кішку. Кішка — за Жучку, жучка — за онучку, онучка — за бабцю, бабця — за дідуся, дідусь — за ріпку. Тягнуть-потягнуть, витягнуть — не можуть.

Гукнула Жучка кішку. Кішка — за Жучку, Жучка — за онучку, онучка — за бабцю, бабця — за дідуся, дідусь — за ріпку. Тягнуть-потягнуть, витягнути не можуть.

Гукнула кішка мишку. Мишка — за кішку, кішка — за Жучку, Жучка — за онучку, онучка — за бабцю, бабця — за дідуся, дідусь — за ріпку.

Тягнуть-потягнуть — витягли ріпку.

Інформація для тренера та питання до групи

Чи закодовано в цій простій дитячій казці «закодовано» ідею інтеграції спільноти: вирішення нашого завдання — формування медіаграмотності — непосильне для одного?

Чи міститься в казці прогресивна ідея: в умовах важливості формування критичного мислення нашого суспільства не тільки «дідусь-лідер» (президент АУП) має закликати помічників (тренерів), але й вони самі, послідовно закликають все нових учасників, яких вони навчають на своїх тренінгах, до формування медіаграмотного суспільства?

Чи бачите Ви паралель: у процесі виконання такого важливого завдання — як визвольна війна, боротьба проти російської пропаганди — необхідно відмовитися від особистої ворожнечі, конкуренції та антагонізмів у взаєминах? (Жучка запросила кішку, а кішка — мишку? Внутрішня боротьба небезпечніша за зовнішню. Там ворог очевидний і зрозумілий).

Інсценізуючи цю казку, ми дійшли до висновків, що виконуючи нашу спільну справу, немає важливих і не дуже важливих «гравців». Пам'ятаєте, ріпку витягли лише тоді, коли прибігла мишка — «найменший гравець у команді». Отже, Міністерство освіти, різноманітні установи, спільноти, які займаються медіаграмотністю — це добре. Але великі справи, завжди, робляться на місцях. Від роботи Наталки Войтович (Львів), Ірини Срібної (Херсон), Світлани Богдзієвич (Запоріжжя), Юлії Зорі (Черкаси) усе більше «медіаграмотнішає» наша велика країна. З такою командою ми не тільки витягнемо ріпку, але й повиганяємо всю рашистську нечисть з нашої країни.

Пісня «Там, де ми є» українського музичного гурту «Антитіла»

Тренер роздає студентам роздруківки з текстом пісні «Там, де ми є», а також пропонує їм прослухати пісню та відповісти на наступні питання:

- ▶ Про що йдеться в цій пісні?
- ▶ Хто той, хто малює фільм на екрані?
- ▶ Хто може бути «лялькою», а хто «Карабасом» у сучасному медіасередовищі?
- ▶ Що може бути «на тій стороні екрану»?
- ▶ Які медіаграмотні смисли (правила) ви можете виокремити в цій пісні?

Тихо тихо, стоп марафон.
Ти прокидаєшся, це був лиш сон.
Немає фейків, лукавих слів.
Чистий розум замість голів.
Хто малював на екрані фільм.
Хто давав ролі і наносив грим.
Хто лише лялька, а хто Карабас.
Зрозуміти саме час.

Ху-у-у-у... часом виє вітер.
І човен на воді гойдає.
Ху-у-у-у... Нічого не бійся.
В кінці сценарію happy end.

Приспів:

Там, де ми є... Там, де ми є...
Там, де ми є... Там, де ми є...

На стороні екрану
На тій стороні екрану
На стороні екрану
На тій стороні екрану

Люби вільно, цілуй поволі.
Прощай швидко, або ніколи.
Часу мало, маєш дійти.
Хочеш правди? Мусиш знайти.
Люди далі прокидаються.
Люди далі не ховаються.
Нова глибина напроти нас.
Отакий цікавий час.

Ху-у-у-у... часом виє вітер.
І човен на воді гойдає.
Ху-у-у-у... Нічого не бійся.
В кінці сценарію happy end.

Приспів:

Там, де ми є... Там, де ми є...
Там, де ми є... Там, де ми є...

На стороні екрану
На тій стороні екрану
На стороні екрану
На тій стороні екрану

Пісню можна прослухати за покликанням: <https://www.youtube.com/watch?v=2BNoM8eveTU>

Частина III

ІНТЕГРУВАННЯ ПРИНЦИПІВ МЕДІАГРАМОТНОСТІ В НАВЧАЛЬНІ КУРСИ

3.1. ФОРМУВАННЯ НАВИЧОК МЕДІАГРАМОТНОСТІ В ПРОЦЕСІ ВИВЧЕННЯ КУРСУ «ВСЕСВІТНЯ ІСТОРІЯ»

Імплементация навичок медіаграмотності в навчальний курс «Всесвітня історія» є дуже важливим, бо саме сьогодні, під час повномасштабного вторгнення росії в нашу країну, кремлівські пропагандисти та їхній вождь-диктатор дуже охоче переписують історію, у тому числі й всесвітню, на свій лад та у своїх загарбницьких цілях.

Причинами імплементации медіаграмотності в навчальний курс історії є:

- ▶ Саме медіаграмотність розвиває критичне мислення в студентів-істориків, тому що вивчаючи історію, дуже важливо вміти розрізняти факти та судження. Це допомагає студентам краще розуміти історичні події, виявляти різні точки зору та інтерпретації, а також оцінювати достовірність джерел.
- ▶ Навички медіаграмотності дозволяють студентам аналізувати типи та види джерел (первинні, вторинні). Також медіаграмотність допомагає виявити їхню достовірність, точність, провести фактчекінг та верифікацію.
- ▶ Саме медіаграмотність розвиває навички порівняння та синтезу інформації, допомагає її ранжувати, класифікувати, вибудовувати логічні взаємозв'язки.

- ▶ Медіаграмотність розширює поле інтерпретації історичних подій. Вона допомагає зрозуміти сутність наративів, що обумовлені ментальними, соціальними, релігійними та культурними факторами, які впливали на історичні події.
- ▶ У сучасному світі історична інформація стала поширюватись через цифрові медіа. Навички медіаграмотності допомагають майбутнім історикам опанувати інноваційні цифрові технології та платформи, використовувати цифрові ресурси не тільки для пошуку, але й для створення своєї інформації про історичні події.
- ▶ Розвиток комунікативних навичок. Медіаграмотність допомагає розвивати навички спілкування та формує комунікативну культуру. Вона допомагає вчитися ефективно комунікувати, доводити та аргументувати свою точку зору, висловлювати свої думки, усвідомлено ділитися інформацією.

У цьому посібнику ми пропонуємо два модулі, які викладач може використовувати для студентів-істориків на своїх заняттях.

Модуль 1. Кромвель та російська пропаганда: як можна маніпулювати цитатами відомих людей. Фактчекінг

Що таке історія? Як не брехня, з якою всі згодні.

Наполеон Бонапарт

Історія — це брехня, з якою всі згодні.

Вольтер

Мета медіаграмотності:

показати, як за допомогою цитат та їхніх авторів формується та чи інша думка про людину чи подію;

продемонструвати, як маніпулюючи та спотворюючи джерело цитати та її зміст, масмедіа формують необхідне їм ставлення до об'єкта висловлювання та тих чи інших подій;

навчити критично ставитися до тих, хто використовує цитати в медіатексті, а також перевіряти їх на справжність та оригінальність.

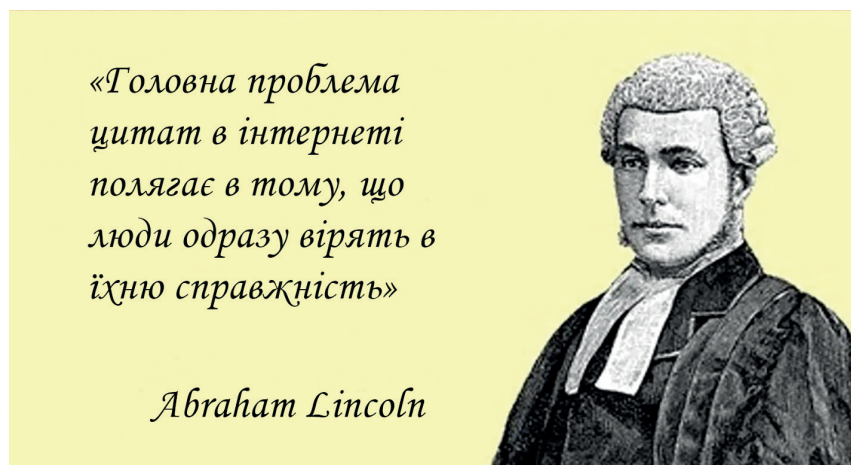
На початку заняття тренер-викладач пропонує учасникам гру «Ох, ці цитати...».

Перебіг гри

Тренер виголошує початок відомих цитат, а учасники мають продовжити її та пояснити зміст цього вислову:

1. У якому зі спиртних напоїв знаходиться істина? (Можлива відповідь: «Істина у вині»).
2. Про мертвих або ..? (Можлива відповідь: «Про мертвих або добре, або нічого...»)
3. Що може виправдати будь-які засоби? (Можлива відповідь: «Ціль виправдовує засоби»)
4. Кому належить фраза «Якщо немає хліба, то нехай їдять тістечка»? (Можлива відповідь: Марія Антуанетта)
5. Ким і з якою метою було сказано відому фразу: «Дружина Цезаря поза підозрою!»? (Можлива відповідь: «Цезарю»)

Після цієї гри тренер пропонує подивитись відеоролик (покликання: <https://www.youtube.com/watch?v=6iWf0db5Dsg>).



Зображення 37.

Ми вже з вами переконалися, як за допомогою цитат відомих людей, історичних діячів можна маніпулювати масовою свідомістю.

Маніпулювання за допомогою цитат є ефективним інструментом впливу на сприйняття людей з кількох причин:

- ▶ авторитетність особистості та її впливовість на світові процеси. Цитування відомих історичних особистостей, експертів чи цитування авторитетних джерел зазвичай підвищує довіру аудиторії до повідомлення. Люди схильні довіряти думкам експертів та знаменитостей, що збільшує переконливість повідомлення.

Також у цьому випадку діє латинський принцип *Experto crede*, що означає «Довіра досвідченій людині», буквально — «довіртеся експерту» [1]. Зазвичай він використовується автором як відступ від читача і може бути перекладений як «довірся мені», «довірся експерту», «вір тому, хто це спробував» або «вір у досвід». Коли за словом «*crede*» слідує особисте ім'я (наприклад, «*crede* Джон Сміт»), вказується ім'я експерта, про якого йдеться. *Experto Credite* — це цитата з «Енеїди» Вергілія (книга XI, рядок 283).

(Переклад на укр. з: https://en.wikipedia.org/wiki/Experto_crede)

- ▶ вибірковість цитування. Вибіркове цитування дозволяє маніпулятору підкреслити певні аспекти думки чи дослідження, які йому вигідні. При чому ігноруючи контекст чи інформацію, що суперечить. Це може ввести в оману або створити спотворене сприйняття того, що насправді висловлював той чи інший діяч.
- ▶ емоційний вплив. Цитати часто містять яскраві, емоційно насичені висловлювання, які можуть викликати сильну емоційну реакцію та сприяти легкому запам'ятовуванню інформації. Ефект спіралі мовчання, теорія, яка була запропонована Елізабет Ноель-Нойман. Цей термін застосовується щодо ситуації, коли люди відчувають сильну потребу приховувати свої погляди, якщо вони не підтримуються більшістю. Звичайно, використання цитат від різних осіб зі схожими поглядами може створити враження широкої підтримки ідеї чи думки, навіть якщо це не відповідає дійсності.
- ▶ простота та зрозумілість висловлювання. Нашому мозку легше сприймати короткі за змістом, зрозумілі та емоційно

забарвлені меседжі. Пам'ятаєте слова одного з головних героїв роману Айн Ред «Атлант розправив плечі»? Люди не люблять думати.

- ▶ **повторення.** Це суто рекламний прийом, який спрямований на сугестивний вплив. І часте повторення будь-якої фрази може посилювати вплив, сприяючи «ефекту правдивості» — явищу, у якому інформація сприймається як правдивіша, якщо вона повторюється.
- ▶ **Констетуалізація.** Цитати можуть бути вирвані з контексту, або вони можуть зовсім не відповідати актуальному часу їхнього використання. Також цитати можуть бути, як то кажуть, обрізаними чи зовсім «перекрученими». Саме таке довільне використання може створити зовсім інший зміст того, що було сказано насправді.

Таким чином, ефективність маніпуляції за допомогою цитат залежить від багатьох факторів, включаючи авторитетність джерела цитати, контекст використання та попередні установки аудиторії. Отже, щоб протистояти маніпулятивному використанню цитат, важливо розвивати критичне мислення, уміння аналізувати інформацію та перевіряти контекст та джерела цитованих висловлювань. Саме тут і полягає важливість навичок медіаграмотності.

Ми вже не раз повторювали, що російська пропаганда — дуже потужна «машина промивання мізків» як свого населення, так і людей інших країн. У розрізі цієї теми ми спробуємо представити, як російські джерела перекручують цитати та їхні зміст на прикладі Олівера Кромвеля, відомого англійського діяча, військового керівника громадянської війни в Англії XVII століття.

Розгляньмо декілька цитат цього діяча, що подають російські джерела, та проведемо їх фактчекінг.

1. «Бог перетворив їх на жнива для наших мечів».

Цю цитату використовує видання «Комсомольская правда, ру.» (Джерело <https://www.samara.kp.ru/daily/26127.5/3019519/>)

Але де, коли, коли, за яких обставин Кромвель це сказав? Невідомо.

Фактчекінг цитати:

- ▶ Так Кромвель висловився про переможених роялістів після першої своєї перемоги над ними, здобутої при Марстон-Мурі 2 липня 1644 року (Джерело: Дженкінс С. «Стисла історія Англії» (покликання):

<https://book-ye.com.ua/catalog/istoriya-zarubizhnykh-krayin/stysla-istoriya-anhliyi/>.

- ▶ А ось Морлей Дж. у матеріалі «Новий життєпис Олівера Кромвеля» уже пише про те, що ці слова Кромвель написав у листі. Але ж знову таки постає питання: хто адресат листа? І що хотів проілюструвати цим висловом Кромвель саме адресату? Бо залежно від того, коли й кому це написано, змінюється зміст повідомлення.

2. «Жорстока (сумна) необхідність».

Цю цитату подає джерело: <https://info.wikireading.ru/248338>

У ній ідеться про страту Карла I 30 січня 1649 р. Розповідають, що коли тіло Карла стояло ще в Уайтхоллі, Кромвель приходив до нього, піднімав кришку труни й довго дивився в очі мерцеві, бурмочучи крізь зуби: «Сумна необхідність!».

А чи можна взагалі стверджувати, що був факт таких «побачень» Кромвеля з тілом страченого Карла? І якщо Кромвель щось бурмочучи казав, то хто був цьому свідком?

Цю цитату ми знаходимо в роботі «Новий життєпис Олівера Кромвеля» історика Дж.Морлей (Спб., 1901. С. 148).

Однак, у роботі «Релігія та етика у висловах та цитатах. Довідник» зазначено, що це вираз (*Dura nessesitas* (лат.) перегукується зі словами Горацио («Оди» III, 24,6). Знаходимо джерело («Оди» III, 24,6 (за кн. Гораций. Повні тексти творів (покликання: <https://www.ukrplib.com.ua/world/author.php?id=161>)). Дійсно є зазначене першоджерело цитати: «Життя — це сумна необхідність!» (Гораций).

3. «Надійтеся на Бога, але тримайте свій порох сухим».

Джерело: <https://www.samara.kp.ru/daily/26127.5/3019519/>

Авторство приписується Кромвелю. Ніби він це сказав своїм солдатам 3 вересня 1650 р. під час форсування річки напередодні битви з шотландцями при Данбарі. Далі цю цитату коментує видання «Фрази ру» (<http://www.fraze.ru/index.php/frazeologizm/na-bukvu-d/derjati-poroh-suhim>): «Слова Кромвеля миттєво стали крилатими й почали використовуватися в переносному значенні. Цікавим чином перегукуються з ними відомі російські прислів'я: «На Бога надійся, а сам не зівай».

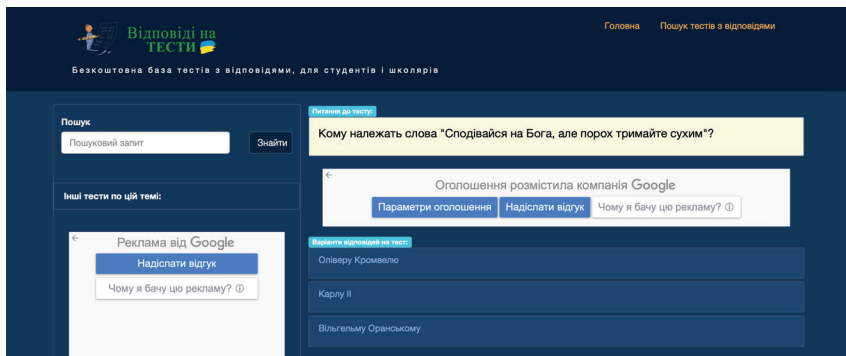
Таке ж походження цитати дає і джерело, яке пише: «Put your trust in God, але keep your powder dry» (у перекладі з англ.: «Надійтеся на Бога, хлопці, але порох тримайте сухим»). За переказами, слова, сказані 3 вересня 1650 р.) лідером англійської революції Олівером Кромвелем (1599–1658) перед битвою з шотландськими роялістами при Данбарі. З цим закликком Кромвель звернувся до своїх військ, які форсували річку (<https://uk.diagram.com.ua/idioms/idioms702.shtml>). Слушним є те зауваження, що джерело використовує слово «за переказами», яке вже нас змушує засумніватися в авторстві сказаного.

Проведемо фактчекінг цитати.

Видання «Моя освіта» пише: «Тримати порох сухим означає бути готовим до неприємностей, несподіванок, оборони, труднощів. Походження виразу пов'язують з вождем Англійської буржуазної революції (1640–1660) Олівером Кромвелем (1599–1658), який напередодні битви при Данбарі вимовив: «Put your trust in God, but keep your powder dry» (у перекладі: «Уповайте на Бога, хлопці, але порох тримайте сухим» (покликання: <https://moyaosvita.com.ua/vidpovidi/znachennya-frazeologizmu-trimati-porox-suxim/>). А далі видання надає таку інформацію: «Деякі словники стверджують, що сказав цю фразу Кромвель перед форсуванням його солдатами річки, хоча у всіх описах бою про цей маневр не згадується, тобто далеко не простий і примітивний був Кромвель і тримати порох сухим рекомендував саме в переносному сенсі (зберігати пильність)». Ці слова ще раз мотивують перевірити достовірність та авторство аналізованої цитати.

Звернімося до ще одного джерела «Відповіді на тести» (<https://poma-hach.com/question/72695-13415/komu-nalezhat-slova-spodivaysya>

[na-boga-ale-poroh-trimayte/](#)). Це безкоштовна база тестів для студентів та школярів, де також наводиться цей вислів і як правильний варіант відповіді його приписують О. Кромвелю (зобр. 38).



Зображення 38.

Вважаємо, що цей приклад нам ще раз ілюструє те, наскільки важливо приділяти увагу медіаграмотності й не довіряти тій інформації, яка поширюється в інтернеті.

Також, наводячи цю цитату і приписуючи її Кромвелю слід знати, що цей вислів полюбляють використовувати Путін та Лукашенко:

- ▶ «Путін, перебуваючи на навчаннях Кавказ-2012 на полігоні Раєвський заявив про необхідність підвищувати обороноздатність Росії і «тримати свій порох сухим».
- ▶ «Тому нам порох треба тримати сухим, — наголосив Олександр Лукашенко. — Нагадаю просту істину — армія має вчитися воювати (на те вона й армія)».

Джерело: <http://chtooznachaet.ru/derzhat-porox-suxim.html>.

Шукаючи далі першоджерело цитати, знаходимо цю цитату (за дослідженням джерела «Моя бібліотека» (покликання: <https://books.google.com.ua/books>) у баладі «Порада Олівера» британського полковника та літератора Вільяма Блекера (1777–1853 рр.), який служив в Індії. У творі цю фразу вкладено в уста Олівера Кромвелю.

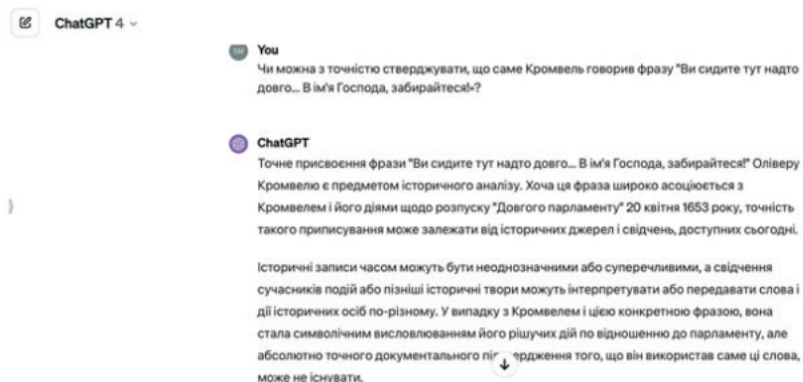
Висновок: ми приписуємо цитати історичним особистостям, хоча більшість цитат є історичними анекдотами або літературними вигадками.

4. «Ви сидите тут надто довго <...>. В ім'я Господа, забирайтеся!».

Цей вислів Кромвель сказав 20 квітня 1653 р., коли він розганяв «Довгий парламент» (Джерело — стаття «Знамениті афоризми та цікаві факти з життя Олівера Кромвелля» (покликання: <https://www.samara.kp.ru/daily/26127.5/3019519/>))

Звернімося до GPT 4.

Ось його відповідь:



Зображення 39.

5. «Військовий корабель — найкращий посланець». Джерело: сайт «Лінгвоманія» (покликання: <http://lingvomania.info/krylatye-slova/17-2>). Видання стверджує, що слова належать Оліверу Кромвеллю. Але В. Каплан у своїй книзі «Домисли, які треба домислити» (<https://books.google.com.ua/books?>) зазначає, що автором цієї фрази є К. Фріман (Freeman C.W. Дипломатів дикції. Washington, 1977). Тобто, у цьому випадку ми маємо справу з дезінформацією та фейком.

6. «Далі за всіх піде той, хто не знає, куди він іде».

Найвідоміша цитата Кромвелля, як стверджує «Комсомольська правда» (<https://www.samara.kp.ru/daily/26127.5/3019519/>).

Але інше джерело зазначає, що ця цитата «...опублікована з посиланням на Кромвелля» у «Мемуарах» французького кардинала й

політика Жана Франсуа Реца (1613–1679). Тобто маркування «з посиланням», мемуари як джерело не дають нам упевненості в достовірності авторства.

Висновок: цитати необхідно перевіряти, оскільки вони можуть бути спотворені або не належати адресату висловлювання. Використання цитат є одним із способів маніпулювання громадською думкою з метою надання своїй точці зору або ідеї більшої переконливості за принципом «experto credito» («довіряй обізнаному»).

Модуль 2. Володіння Габсбургів. Карл V

Всесвітня історія

Навчальні цілі з предмету історії	Навчальні цілі з медіаграмотності
<p>Учень/учениця має знати:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Передумови утвердження абсолютизму в європейських країнах. 2. Абсолютну монархію як перехідну форму від станово-представницької до сучасної (національної) держави. <p>Учень/учениця має вміти:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Розташувати в хронологічній послідовності відомості про процеси централізації влади і формування національних держав у Західній Європі в XVI–XVII ст.. 2. Простежити (на основі карти) утворення в Західній Європі національних держав. 3. Охарактеризувати політичний устрій західноєвропейських країн. 	<p>Учень/учениця має знати:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основний меседж: історія багатопланова, а людина в ній — багатомірна. І не можна оцінювати її діяльність, покликаючись лише на одне джерело або з позицій сучасної моралі та цінностей нашої епохи. 2. Зважаючи на те, що «кожна людина годує двох вовків» у залежності від ситуації, епохи, перебігу подій, «перемагає» та чи інша модель поведінки. 3. Те, що мораль у різні часи трактувалась по різному. <p>Учень/учениця має вміти:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Аналізувати та порівнювати декілька історичних джерел для формування власної думки про епоху та місце особистості в ній. 2. Ставити питання та знаходити відповіді.

Навчальні цілі з предмету історії	Навчальні цілі з медіаграмотності
<p>4. Обґрунтувати власні судження про володарів і державних діячів європейських країн XVI–XVIII ст.</p>	<p>3. Обирати валідні та релевантні джерела для аналізу історичних подій та особистостей.</p> <p>4. Шукати відповідні твори мистецтва в онлайн-просторі задля формування формування загальної культури та ерудиції.</p> <p>5. Проводити фактчекінг, використовуючи карту Google maps.</p> <p>6. Проводити фактчекінг щодо реальності того чи іншого медіатексту.</p>

Перебіг заняття

Боротьба Карла V з єретиками

Вправа «Займи позицію»

Мета з медіаграмотності: показати, що історичний аналіз та висновки робляться на основі вивчення взаємодоповнюваних джерел; продемонструвати закономірність: чим резонансніша та емоційно насиченіша подія чи людина в цій події, тим більше є інформації щодо цієї теми, тим більше ця тема приваблює масмедіа та журналістів; привести до рішення про те, що на основі одного факту не можна робити висновків про особу/історичного діяча; навчити здобувачів освіти критично та об'єктивно ставитися до подій тієї чи іншої епохи.

У форматі вбудованого завдання, учитель формує навички пошуку інформації, фактчекінгу, умінь висловлювати та врегулювати свою точку зору, переконувати, вести дискусію та полеміку, висловлюючи протилежні точки зору.

Зміст гри

Здобувачі освіти об'єднуються в дві групи. Одна група, вивчаючи джерела, доводить те, що Карл V — дуже жорстокий правитель,

який безжально розправлявся з будь-яким інакодумством і притісняв будь-яку свободу, будував імперію на страху і підпорядкуванні. Інша група знаходить матеріал, який базується на протилежній точці зору — Карл V — мудрий, шляхетний і справедливий правитель свого часу; добра та порядна людина. А жорстокі розправи над інакодумцями — це «сумна необхідність» (за Кромвелем-Горацієм) та єдина можливість на той час зберегти державу від внутрішніх та зовнішніх ворогів.

Підготовлені групи учасників розташовуються в протилежних кінцях аудиторії та висловлюють свою позицію (по черзі), аргументуючи її. Решта — це глядачі, які мають приєднатися до тієї чи іншої групи, чиї аргументи їм видадуться вагомішими.

Учитель аналізує перебіг гри, поведінку учасників, серйозність і валідність джерел, з яких вони почерпнули інформацію, змістовність аргументів, а також уміння полемізувати, переконувати й толерантно вести дискусію.

Учитель показує на екрані картини, які зображували страсти єретиків під час правління Карла V.



Зображення 40. Пітер Брейгель "Дитячі ігри" (1560 рік)



*Зображення 41. Франція, Приморська Сена, Руан,
Музей образотворчого мистецтва, Жанна д'Арк іде на тортури (1867 рік)*

Викладач: «Куди не заходив бідолаха Уленшпігель, скрізь він з жахом бачив зрубані голови на палях, бачив, як молодих дівчат кати запихали в мішки й топили в річках, як жінок кидали в ями й живцем засипали землею, а чоловіків спалювали на багаттях. І серце його закипало кров'ю...». Це уривок з відомої книги «Легенда про Уленшпігеля» Шарля де Костера.

Що ж це за людина, яка навіювала жах на всю Європу?

У 1519 р. імператором Священної Римської імперії став молодий іспанський король Карл V Габсбург. Жоден з європейських монархів не мав настільки великих володінь, як він. У його підпорядкуванні була Іспанія з її американськими та італійськими володіннями, Нідерланди та землі Римської імперії. Але цей фанатично налаштований Габсбург «уславився» нелюдською інквізицією, жорстоким придушенням будь-якого інакомислення та внутрішніх повстань.

Саме в період його правління відбувалися тортури та страти єретиків, що зображені на картинах (зобр. 40 та 41).

І навіть тоді, коли вже відійшов від справ і останні роки свого життя проводив у монастирі Сан-Жюст, він пише своїй невістці, яка правила тоді Іспанією: «Передайте від мене великому Інквізитору пораду, щоб вони докорінно вирубували зло, доки воно не розрослося». У цьому листі Карл рекомендував продовжувати використовувати колишні методи «викорінення зла» у Нідерландах, де всі єретики, що не розкаювалися, спалювалися живцем, а ті, які розкаювалися, обезголовлювалися. «Інакше, — погрожував Карл, — мені доведеться вийти з монастиря і все взяти у свої руки» (цит. за кн. «Про недуги сильних світу цього» (Прага: «Графіт», 1990).

Додаткова інформація: ідея «світової християнської держави» у свідомості імператора пов'язувалася з католицизмом. Тому він став головним ворогом протестантів. Використовуючи грубе насильство, імператор боровся проти єресеїв, бо бачив у них тих, хто вчиняє злочини проти божеської та людської духовної влади. Особливо сильними були позиції протестантів у Нідерландах, де більшість населення сповідувала лютеранство, кальвінізм чи анабаптизм. Імператор люто пригнічував усі ці течії. Він дав нідерландським єпископам особливі права інквізиторів для розшуку та викорінення єресеїв та видав низку спеціальних указів, які називалися плакатами. Особливо жорстоким був плакат 1550 року, який загрожував стратою всім, хто не сповідував католицизм. Чоловікам рубали голову мечем, а жінок закопували живцем у землю. Широкого поширення набуло й спалення на багатті. Майно єретиків і тих, хто не те, що допомагав, а просто був помічений у розмові з ними, конфісковували.

Потім учитель демонструє фрагмент документального фільму «Наші установки» і модерує дискусію про те, що ми можемо мати помилкове уявлення про особистість навіть тоді, коли, маючи джерело інформації, нам неправильно інтерпретують факти. Завжди необхідно не тільки перевіряти джерело інформації, а й з великою критичністю ставиться до адресата передачі.

Наприкінці дискусії вчитель, як висновок, зачитує притчу про вовка.

Колись давно старий індіанець відкрив своєму онукові одну життєву істину.

— У кожній людині точиться боротьба, дуже схожа на боротьбу двох вовків. Один вовк є злом і уособлює заздрість, ревності, жаль, егоїзм, амбіції, брехню...

Інший вовк представляє добро — мир, любов, надію, істину, доброти, вірність...

Маленький індіанець, зворушений до глибини душі словами діда, на якусь мить замислився, а потім спитав:

— А який вовк перемагає?

Старий індіанець ледь помітно посміхнувся й відповів:

— Завжди перемагає той вовк, якого ти годуєш.

Висновок:

- ▶ для отримання достовірної історичної інформації, її необхідно перевіряти ще раз за джерелами, які доповнюють одне одного;
- ▶ не можна емоційно та поспішно реагувати одразу на один, нехай і достовірний, історичний факт. Завжди необхідно вивчати ПРИЧИНИ та МОТИВИ, ЕПОХУ та МОРАЛЬ, у якій жили та творили історичні особистості;
- ▶ особистість багатогранна, не можна її та її діяльність оцінювати однобоко. Людина може бути поганою та хорошою одночасно для різних груп людей. Істина, а тим більше історична, відносна.

Запитання:

1. Складіть історико-психологічний портрет політичного діяча на основі наведених документів. Проведіть фактчекінг документів.
2. Сформуйте особисте ставлення до подій, що аналізуються.
3. Які історичні процеси відбувалися в цей період у Римській імперії?

Завдання 1

Eman 1.

1. Відкрийте Google maps і подивіться, якою була Римська імперія часів Карла V.
2. Які країни до неї входили? Як жили народи в цих країнах раніше, до встановлення влади Габсбургів? Чи мали вони свою культуру, традиції, релігію?
3. Чому Карлу V був вигідний «інститут єреси»? І, відповідно, боротьба з єретиками? Кого називали «єретиками»?
4. Проведіть історичні паралелі з іншими країнами. Чи є щось спільне? Випадковість це чи історична закономірність?
5. Чи вважаєте ці заходи виправданими? Чи міг бути інший шлях досягнення мети? Якщо так, то який?
6. Уявіть, що ви Карл V. Охарактеризуйте ваші дії.
7. Як ви розумієте прислів'я «Мета виправдовує засоби»? Чи може це бути справді виправдано?
8. У Євангелії від Матвія сказано: «Людина, яка придбає весь світ, втратить власну душу». Чи доречна ця цитата для характеристики Карла V?

Eman 2

- ▶ А тепер знайдіть три джерела, які могли б інакше охарактеризувати особистість і політику Карла V. Намалюйте, виходячи з вашого аналізу, альтернативний історичний портрет Карла V, спираючись на знайдені вами факти.
- ▶ Спробуйте пояснити жорстокість боротьби з єретиками та його безкомпромісність під час придушення внутрішніх повстань?
- ▶ Подумайте, які могли бути наслідки, якби політика Карла V була ліберальнішою на той час?
- ▶ Додайте знайдені вами факти, причини (мотиви) до таблиці.

Риси характеру Карла V (факти, які підтверджують)	Внутрішнє становище імперії	Зовнішнє становище імперії

Інструкція

Перед тим, як розпочати виконання завдання, ще раз повернемося та поглянемо на карту Google maps часів правління Карла V.

1. Які країни входили до Римської імперії Карла V?
2. Поясніть суть висловлювання, яке приписують Карлу V: «У моїй державі ніколи не заходить сонце»?
3. Проведіть екскурс і підсумуйте, чого досягла імперія за 36 років правління Карла V?
4. Чи можна назвати його «людиною своєї епохи»?

Підказка

- ▶ *Онук Фердинанда I Карл V народився в Генті. У шість років успадкував від батька Нідерланди, у п'ятнадцять років — імперію від діда, а у двадцять років — корону Римської імперії. Ніхто з європейських монархів ні до, ні після не мав так багато титулів. Лише королівських корон у Карла було формально більше десяти — він одночасно був королем Леона, Кастилії, Валенсії, Арагона, Галісії, Севільї, Мальорки, Гранади, Наварри, Сицилії, Неаполя, Угорщини, Хорватії, а також королем Німеччини, Італії, Бургундії, титулярним королем Єрусалима. Фактично, Іспанія вперше об'єдналася саме під скіпетром Карла. До складу універсалістської держави (конгломерату) увійшли не лише німецькі та нідерландські землі, а й Іспанія з її володіннями в Італії та Новому світі (тобто Америці).*
- ▶ *Таким чином, під владою Карла об'єдналася низка «спадщин», що були розташовані в різних країнах, населених різними народами, кожен з яких зі своїми інтересами та напрямками зовнішньої політики, а це відповідно зумовило різноспрямованість зовнішньої політики Карла V.*
- ▶ *Території, об'єднані владою Карла V, були конгломератом різних земель, у кожній з яких зберігалися свої закони, привілеї та політичні інститути. Управління імперією було безпрецедентним за складністю завданням, яке частково полегшували освіта, здобута Карлом, його космополітичні настрої, тверезий розум та енергія.*

- ▶ *Карлу було лише 19 років, коли він став могутнім управителем усієї Європи. Історики описують його розум, знання та амбіції. Це було великою відповідальністю для молодої людини, а його амбіції посилювали бажання довести, що корона належить йому по праву.*
- ▶ *Шукачами імперської корони були три юні монархи: Карл I Іспанський, Франциск I Французький та Генріх VIII Англійський. Усі вони вважали, що політичне панування саме єдиного монарха дозволить вирішити дуже важливі завдання: подолання роздробленості Європи, забезпечення миру та злагоди всередині християнського суспільства, мобілізації сили на боротьбу з імперією Османа. Але корона дісталася Карлу V.*
- ▶ *Релігія завжди була частиною ідеології та політики держави. «Саме під християнськими прапорами й з християнською вірою, — вважає Карл V, — стане можливим збереження та зміцнення могутності Римської імперії». Прозваний «Божим прапороносцем», Карл V починає захищати християн у будь-якому куточку своєї імперії та за її межами. Під прапорами католицизму намагався створити «світову християнську державу».*
- ▶ *Внутрішня політика Карла V була підпорядкована інтересам зовнішньої, мобілізуючи всі можливі ресурси. Влада Карла V в імперії була досить німцею, тому потребував підтримки союзників для боротьби з Францією і турками. Зважаючи на це, Карл V часто йшов їм на поступки. Однак у своїх спадкових володіннях Карл прагнув проводити абсолютистську політику, різко збільшував податки, урізав традиційні вольності та привілеї, що викликало низку повстань (повстання комунерос у 1520–1522, Гентське повстання 1539–1540), що були жорстко придушені.*
- ▶ *Усі напрями зовнішньої політики Карла V пов'язувала «імперська ідея» — об'єднання християнської Європи під егідою імператора та прапором войовничого католицизму проти спільного ворога Османської імперії.*

Позитивні риси Карла V

- ▶ Уміння аналізувати свої дії, робити висновок та йти на компроміс:

1. Коли в 1541 р. Карл спробував узяти Алжир, його кораблі розкидала морем раптова буря. Не здобувши остаточну перемогу, Карл підписав з Османською імперією перемир'я терміном на 5 років. У цей час Габсбургам довелося сплачувати Сулейману Величному данину, оскільки той продовжував загрозувати володінням Карла в Іспанії, Італії та навіть Австрії.
2. Повстання комунерос. У самій Іспанії відразу після його від'їзду спалахнуло повстання вільних міст-комун, яке було названо повстанням комунерос. Деякі висновки король таки зробив. Він вивчив іспанську мову, призначив на вищі державні пости іспанців. Узяв за дружину Ізабеллу Португальську, з якою мав спільного сина-спадкоємця.

- ▶ Чоловіче благородство, обов'язковість.

1. Маленького Карла виховувала його тітка Маргарита в Нідерландах, до якої відчував ніжні почуття і всіляко піклувався про неї до кінця її днів.
2. Незважаючи на любов до королеви, у нього було багато амурних пригод, які сприяли збільшенню його потомства, при цьому про позашлюбних дітей Карл не забував.
3. Мудрість, повага та повага до митців. Ходять чутки про те, що одного разу Карл V викликав Тиціана до себе, оточив його пошаною та повагою. Він неодноразово говорив: «Я можу створити герцога, але де я візьму другого Тиціана». Якось художник, працюючи в його присутності, упустив пензель. Король підняв його і сказав: «Послужити Тиціану почесно навіть імператорам» (Всесвітня історія в особах від Гомера до Енштейна. М.: Олма-прес, 1999).

Завдання 2. З історії відомо, що проти Карла V виступили й ставнові кортеси, яким належало право затвердження податків. Їхні представники заявили Карлу: «Пане, ви повинні знати, що

король — лише слуга нації на жалуванні». Вони вимагали від короля не залишати Кастилію, не вивозити з країни золото, прибрати іноземців з вищих державних посад і забезпечити Іспанію спадкоємцем.

Запитання:

- ▶ Які висновки зробив Карл V після цього інциденту? Як це його характеризує?
- ▶ Чи звучать такі вимоги від представників громадськості в нашій країні?
- ▶ Який висновок можуть зробити представники нашої влади сьогодні?

Завдання 3. Порівняйте два портрети Карла V. Один із них гравюра XVI століття, інший — робота Тиціана. Що можете сказати про зображення людини на двох портретах? Які почуття та емоції, риси характеру вони передають? Як змінилася в часі особистість Карла V? Чи вплинули на нього події, до яких він був причетний як правитель?

Підказка для викладача

З гравюри цього часу на світ дивиться блідий юнак з рудим м'яким волоссям і задумливими добрими очима.

На портреті пензля Тиціана ми бачимо вже зовсім іншу людину. Це навчений життям, стомлений, спустошений, духовно й морально рано постарілий чоловік з потьмянілим поглядом.

Запитання:

- ▶ Як ви вважаєте, які причини, окрім віку, таких різких метаморфоз?
- ▶ Як ви розумієте фразу, яку з гіркотою сказав Карл V: «Щастя — розпусна жінка: вона пестить тільки юнаків!»?
- ▶ Чи минули безвісти його роки шукань і прийняття важких, часом жорстоких, рішень? Чи справедлива в цьому контексті фраза «Кожному воздасться по справах його!»



Зображення 42.

Завдання 4. Проведіть фактчекінг фрази: «Я веду війну з живими, а не з мертвими». Існує думка, що саме Карл V казав ці слова після того, як його війська захопили місто Віттенберг. Тоді солдати-переможці викопали труп ненависного Мартіна Лютера і вивісили його на загальний огляд.

Підказка

Карл V нічого подібного не говорив. Історики люблять приписувати шляхетні фрази (або жести) своїм кумирам — королям та полководцям. Ця фраза відома ще з давніх-давен, і по чутках її вимовив, звертаючись до римлян, Гамількар, карфагенський полководець, у відповідь на прохання римлян поховати своїх побратимів по зброї.

Використані джерела

1. Шарль де Костер Легенда про Уленшпигеля
2. О недугах сильных мира сего. Прага: Графит, 1990.
3. Карл V Габсбург. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%B0%D1%80%D0%BB_V_%D0%93%D0%B0%D0%B1%D1%81%D0%B1%D1%83%D1%80%D0%B3 (Дата звернення: 10.03.2024).

3.2. МЕДІАГРАМОТНІСТЬ У ПІДГОТОВЦІ МАЙБУТЬОГО ЖУРНАЛІСТА

Ми вже говорили про те, що медіаграмотність — це здатність людини аналізувати, оцінювати та створювати повідомлення в різних формах. Для майбутніх журналістів ці навички є особливо важливими, оскільки саме медіаграмотність надає низку ключових можливостей та переваг для їхньої майбутньої професійної діяльності. Такими можливостями можуть бути:

- ▶ Розвиток критичного мислення. Саме медіаграмотність учить журналістів критично оцінювати та аналізувати інформацію; відрізнити факти від суджень, перевіряти дотримання балансу.
- ▶ Навички факчекінгу та перевірки інформації. Сьогодні інформаційний простір перенасичений інформацією, у тому числі й фейковою, уміння розрізняти та виявляти неякісну інформацію — також важливе завдання для журналіста.
- ▶ Цифрова та інформаційно-технологічна грамотність. У еру цифровізації та мультимедійних технологій журналісту дуже важливо бути обізнаним у цій сфері. Він має бути «універсальним журналістом» (за образом висловом Девіда Рендалла), тобто володіти сучасними технологічними пристроями, технологіями розміщення й розповсюдження власного контенту.
- ▶ Журналіст як маркетолог. Сьогодні ми маємо справу з багатьма медіа, у тому числі й позасистемними. Витримати конкуренцію, вивчати свою аудиторію, спрямовувати контент таким чином, щоб він був актуальним та користувався попитом — це також складові медіаграмотності.
- ▶ Вивчення, прогнозування трендів та інновацій. Медіаграмотність допомагає вивчати, аналізувати та прогнозувати сучасні тренди розвитку медіасередовища. Бути в курсі цих процесів, уміння відчувати та підтримувати сучасну екологічну медіасистему — це також навички медіакультурного та медіаграмотного фахівця у сфері масових комунікацій.

Отже, пропонуємо декілька вправ викладачу журналістських дисциплін, що допоможуть йому сформувати якості медіаграмотності на заняттях.

Вправа «Чорний лебідь»

Запитання:

- ▶ Чи відомий вам вислів «чорний лебідь»?
- ▶ Що він означає?
- ▶ У яких ситуаціях цей вислів вживається?
- ▶ З чим або з ким пов'язаний цей вислів?



Примітка

Зазвичай студенти відповідають, що «чорний лебідь» — це ознака таких явищ, як непередбачуваність, неочікувані негативні наслідки, розчарування у стабільності, зрив звичного стилю життя. Більш ерудовані здобувачі освіти вказують на відому роботу американського письменника Насіма Ніколоса Талеба «Чорний лебідь. Під знаком непередбачуваності». Так, дійсно, саме в цій книзі письменник дав розгорнуту характеристику цьому поняттю. Розказав про його прояви, наслідки тощо. Але! Автором цього поняття є не Насім Талеб, як прийнято вважати. Викладач дає завдання студентам знайти першоджерело цього поняття. Здобувачі освіти дізнаються, що його автором є **Карл Поппер**, австрійський та британський філософ і соціолог. У нього є один приклад, до якого він весь час повертався і який часто цитують: навіть, якщо ми спостерігаємо величезну кількість білих лебедів, ми не повинні з цього робити висновок, що всі лебеді білі, адже зрештою десь у світі може знайтись і чорний лебідь, тому твердження «Усі лебеді білі» не можна перевірити (Джерело: Meyer, Klaus. *Journalistik*. Konstanz: UVK, 2018. P. 42).

Зображення 43.

Висновок: завжди перевіряйте інформацію, і навіть тоді, коли всі вважають її достовірною.

2. Гра «Прокурор і журналіст»

Пропонується три ситуації, у кожній з яких слід відповісти на одне й те ж питання.

Ситуація перша. Журналіст бере інтерв'ю в прокурора за попередньою домовленістю. Після того, як диктофонний запис розшифровано, текст інтерв'ю готовий, узгоджується зміст відповідей з представником наглядового органу, що візує текст, після цього інтерв'ю публікується в газеті. Але виявляється, що у відповідях є інформація, яка не відповідає дійсності.

Ситуація друга. Редакція домовляється з прокурором про підготовку авторського матеріалу. Коли текст готовий, його разом правлять, редагують. Потім автор його підписує, після чого статтю ставлять у номер. І в цьому випадку виявляється, що автор поширив відомості, які не відповідають дійсності.

Ситуація третя. Журналіст підготував та направив офіційний запит прокурору про необхідну для редакції інформацію. Отримавши відповідно до процедури офіційну відповідь, газета публікує матеріал, але й у ньому виявляються відомості, які не відповідають дійсності.

Завдання

Хто і в якій ситуації несе відповідальність: журналіст (редакція) чи прокурор?

Відповідь: Обидва несуть відповідальність.

Диспут:

- ▶ Чому це саме так потрібно робити, а не інакше?
- ▶ У який спосіб це мало б відбутися? Що це означає?
- ▶ Що буде далі, якщо ми зробимо так, а що буде, коли інакше?
- ▶ Що має робити журналіст?
- ▶ Які сенси ви побачили в аналізованих ситуаціях?

3. Вправа «Рефлексія медіа-комунікацій»

Тренер-викладач об'єднує студентів у чотири підгрупи.

Кожна підгрупа отримує зображення і готує невеличке есе, відповідаючи на наступні запитання:

- ▶ Яке явище сфери медіакомунікацій характеризують ці малярки?
- ▶ Як це впливає на діяльність журналістів і журналістики в цілому?
- ▶ Яким має бути журналіст та журналістика в цілому, щоб бути питомою суспільством?

Зображення для групи 1



Зображення 44.



Зображення 45.

Зображення для групи 2



Зображення 46.



Зображення 47.

Зображення для групи 3

Малюнки американського художника Ніка Джорджу (серія «Смерть газет»)



Зображення 48.



Зображення 49.

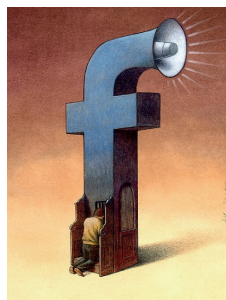


Зображення 50.

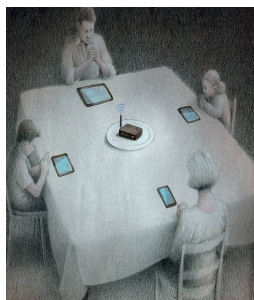
Зображення для групи 4



Зображення 51.



Зображення 52.



Зображення 53.

Зображення для всіх

Викладач-тренер демонструє учасникам картину «Плітки» (написана Норманом Рокуеллом (США) у 1948 р. (Холст. Олія.) У 2013 році картина пішла з Сотбису за 8 453 000 доларів).

Завдання

Які аналогії між явищами медіа-комунікації та картиною бачимо?

Як медіа використовують фізіологічну та психологічну



Зображення 54.

особливості у своїх маніпулятивних інтересах?

Завершує заняття викладач анонсом статті **«Про медіамистецтво або мистецтво проти медіа» Телебудда Нам Джун Пайка** (покликання: <https://matrix-info.com/pro-media-mystetstvo-abo-mystetstvo-proty-media/>).



Зображення 55.

Медіахудожник Нам Джун Пайк

Наводимо повний текст статті, тези якої можуть бути використані викладачем як висновки до заняття:

Про медіамистецтво, або мистецтво проти медіа
(Богдан Шумілович доцент кафедри культурології УКУ)

У 2020 році у Миському музеї Амстердама (Stedelijk Museum) проходила виставка творів Пайка з гучною назвою **«Майбутнє зараз»**.

На вебсторінці музею зазначено, що Пайк передбачив силу впливу засобів масової інформації на формування нашого щоденного життя.

Ще в еру телевізорів він ввів термін «електронна автострада» (electronic superhighway), яким начебто спрогнозував майбутнє спілкування в епоху інтернету.

Пайк має багато крилатих фраз, як-от «Телебачення атакувало нас усе життя — тепер час дати йому бій», або Якщо для художників минулого інструментами були пензлики та полотна, то для сучасних художників такими інструментами є напівпровідники та транзистори».

Миський музей Амстердама помітив «Особливість цього незвичного художника» ще в 1970-х, перша персональна виставка Пайка пройшла саме тут у 1977 році.

У 1978-му музей придбав одну з його найвідоміших робіт — «Телебудду», яку він створив у 1974 році.

Статуя Будди, який сидить, звернена до власного зображення на телевізійному екрані, яке передається з відеокамери, спрямованої на Будду. Це переживання чистого прямого часу. Щоразу, коли ця інсталляція виставляється в галереї, вона виглядає по-новому, що залежить від смаків та поглядів відвідувачів галерей. Щоразу відбувається зміна сенсу. Але основний може бути сформований таким чином: «Замість голови в нас телевізор, а в молоді — мобільний телефон із волаючими блогерами чи влогерами».

А де українське медіамистецтво? Де наші Пайки, які «препарують» ці медіа та стимулюють спільноту до мислення?

Ми все ще чекаємо нашого медіа-Вашингтона із праведним законом, нашого Нео, який розбудить українців від полону медійної матриці, нашого Котигорошка, який переможе телевізійного змія!

Тема: використання штучного інтелекту в журналістиці

Тренер-викладач пропонує студентам знайти матеріал про виникнення ШІ за такою схемою:

- ▶ Хто?
- ▶ Де?
- ▶ Коли?
- ▶ Як?
- ▶ З якою метою?

Додатковий матеріал для викладача

Засновник штучного інтелекту Марвін Лі Мінскі, який увів цей термін у 1950 році. Саме він є винахідником шолому реальності.

Марвін Лі Мінскі ([англ. Marvin Lee Minsky](#); [9 серпня 1927](#) — [24 січня 2016](#)) — [американський](#) дослідник в галузі [штучного інтелекту](#), співзасновник лабораторії штучного інтелекту [Массачусетського технологічного інституту](#), автор праць з штучного інтелекту та [філософії](#) (Джерело: https://uk.wikipedia.org/wiki/Марвін_Мінський).

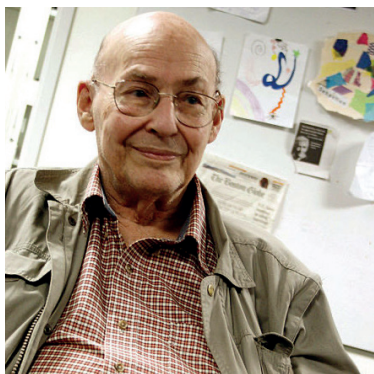
Далі тренер-викладач організовує мозковий штурм у командах за темами:

- ▶ Можливості ШІ в журналістиці.
- ▶ Загрози та обмеження ШІ в журналістиці.

Групи готують свої матеріали та презентують наробки.

За можливості тренер візуалізує висновки на фліпчарті або на дошці.

- ▶ Для підбиття підсумків тренер модерує диспут «Професійні та загальнолюдські цінності майбутнього журналіста в еру штучного інтелекту».



Зображення 56. Марвін Лі Мінські

Додатковий матеріал

Генеральна конференція Організації Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури (ЮНЕСКО) у ході 41-ї сесії, що проходила в Парижі з 9 по 24 листопада 2021 року, відзначає істотний і динамічний позитивний і негативний вплив штучного інтелекту (ШІ) на суспільні процеси, довкілля, екосистеми та життя людини, у тому числі його інтелектуальну діяльність, частково зумовлене появою нових можливостей, що дозволяють шляхом використання ШІ впливати на процеси мислення, взаємодії та прийняття людиною рішень, а також на сферу освіти, гуманітарні, соціальні та природничі науки, культуру та інформаційно-комунікаційні технології, нагадуючи, що відповідно до положень свого Статуту ЮНЕСКО ставить собі завдання сприяти зміцненню миру та безпеки шляхом розширення співпраці народів у галузі освіти, науки, культури, комунікації та інформації в інтересах заохочення загальної пошани справедливості, законності та прав людини (Джерело: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380455>).

Матеріали для мозкового штурму

Можливості ШІ в журналістиці:

- ▶ Аналіз даних. ШІ може швидко аналізувати великі обсяги даних, виявляючи тенденції та закономірності, які можуть бути неочевидними для звичайної людини.

Приклад

Washington Post: робот-репортер Heliograf

У Washington Post є особистий робот-репортер Heliograf. На відміну від більшості роботизованих систем, що замінюють роботу журналістів, Heliograf лише допомагає збирати дані для створення новин. Олімпійські ігри, спортивні змагання, вибори — це лише частина масових заходів, які вдалося опублікувати за допомогою технології ШІ. У 2020 році видання вдосконалило Heliograf, додавши до нього автоматизований голосовий помічник. Під час президентських виборів голосові алгоритми ШІ самостійно знаходили, оновлювали та озвучували інформацію в політичних новинах.

- ▶ Генерування контенту. ШІ може генерувати чернетки статей або навіть цілі статті з певних даних.

Приклад

The New York Times: Editor та Moderator

The New York Times ще з 2015 року використовує програмне забезпечення Editor, створене на основі ШІ. За допомогою семантичних тегів Editor збирає необхідні для роботи дані та перетворює їх у тексти. Далі над історією працює редактор видання, який детально перевіряє факти та оцінює особливості викладу матеріалу. Крім цього, The New York Times застосовує штучний інтелект для контролю над процесом коментування. Інструмент Moderator, створений разом із технологічним інкубатором Jigsaw, допомагає команді модераторів збирати схожі за змістом коментарі та перевіряти їх щодо наявності мови ворожнечі. Така технологія формує безпечний простір для спілкування в мережі та звільняє модераторів від щоденного перегляду більше 11 000 коментарів. Відтак, у журналістів з'являється більше часу для взаємодії з читачами.

- ▶ Персоналізація контенту. ШІ допомагає у персоналізації новинних стрічок та рекомендацій для користувачів на основі їхніх інтересів.

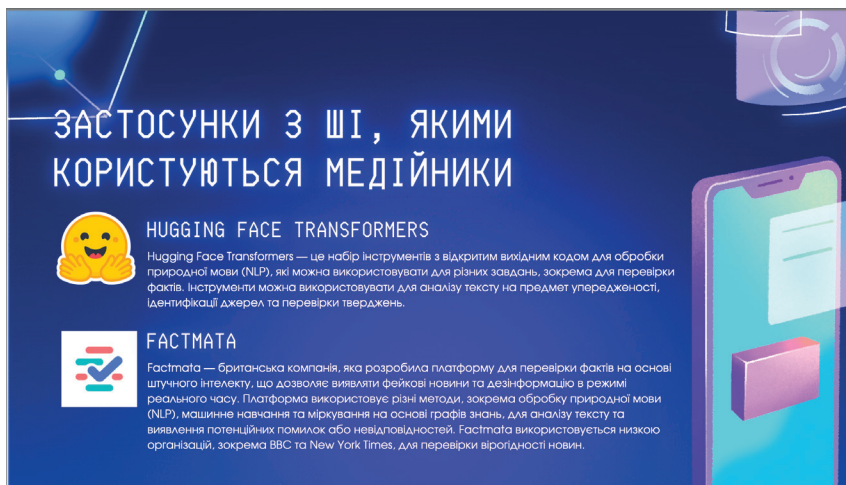
- ▶ Заміна деяких монотонних функцій, які раніше робили журналісти в редакціях, витрачаючи багато часу.

Приклад

BBC: синтетичний голос на основі ШІ

За спостереженнями BBC, 62% читачів видання щодня слухають подкасти, витрачаючи на це від 30 хвилин до 4 годин. У листопаді 2020 року BBC Global News запустили синтетичний голосовий інструмент, який використовує ШІ для аудіосупроводу публікацій на сайті медіа. З кожним оновленням контенту голосовий помічник теж автоматично оновлюється, підлаштовуючись під зміни.

- ▶ Перевірка фактів та виявлення фейків. ШІ може допомогти журналістам швидко перевіряти факти та виявляти неправдиву інформацію і маніпуляції. На зображенні (зобр. 57 та 58) показані застосунки, за допомогою яких можна проводити фактчекінг отриманих даних та перевіряти інформацію.



Зображення 57.



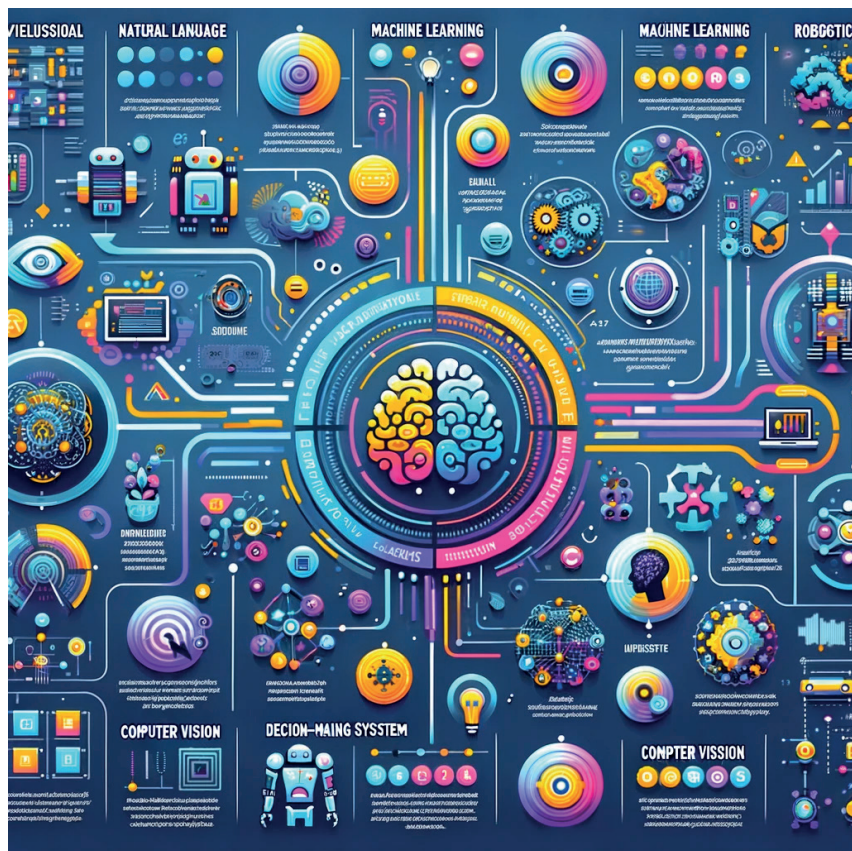
Зображення 58.

З презентації студента Маріупольського університету, факультету філології та масових комунікацій Артура Чулкова.

- ▶ Оптимізація контенту. ШІ може аналізувати, на які види контенту найкраще реагують аудиторії. Це допомагає редакції адаптувати свої стратегії розповсюдження контенту.
- ▶ Візуалізація даних. ШІ може автоматизувати створення інфографіки та візуалізувати контент. Прикладом для візуалізації даних є ресурс Tableau та Microsoft Power BI. На зображенні (зобр. 59) приклад візуалізації, яка створена штучним інтелектом за запитом «Функції штучного інтелекту в журналістиці».
- ▶ Здійснення моніторингу. ШІ може аналізувати соціальні мережі. Він слідкує за соціальними мережами в реальному часі, виявляючи нові тенденції та настрої громадської думки.

Загрози та обмеження ШІ в журналістиці

- ▶ Загроза для журналістів втратити робочі місця. Збір даних, базові звіти та інші рутинні завдання тепер може робити штучний інтелект. Передумови для витіснення людини з рутини задач на користь ШІ:
 - інформаційних даних у ШІ більше, ніж у людини;



Зображення 59.

- витрати на утримання ШІ менші;
- якість рішень/результатів роботи ШІ вище (позбавлений емоційності, зацікавленості та втоми).
- ▶ Відсутність глибини аналізу, його рефлексії. Аналіз може бути трохи поверховим, адже не враховує ані історичних, ані ментально-психологічних факторів.
- ▶ Проблеми з точністю та достовірністю даних. ШІ може підсилювати або навпаки нівелювати деякі події.

Примітка

У той час, як більшість медіа намагаються вберегти читачів від проникнення фейків, інші платформи застосовують штучні зображення та аудіозаписи для маніпуляції масовою свідомістю. Відеодіпфейк британського Channel 4 — один з таких прикладів. У відеоролику королева Єлизавета II проголошує різдвяну промову, а потім танцює на столі. Відео планували перетворити на святковий жарт, але глядачі не оцінили ідею телеканалу. Британський регулятор ЗМІ зафіксував більше 300 скарг щодо цього епізоду.

- ▶ Загроза конфіденційності. Використання ШІ може загрожувати конфіденційності джерел або людей, які надають відомості під час репортажу.
- ▶ Етичні та моральні проблеми: авторства матеріалів ставлення до інформації, відповідальності за її розповсюдження.
- ▶ До обмежень штучного інтелекту можна віднести й розуміння контексту. Іноді штучний інтелект порівнюють із папугою. Він може повторити, але не розуміти смислу (контексту чи контенту) того, що повторює.
- ▶ Творчі обмеження. «Діяльність» штучного інтелекту обмежена алгоритмами, його інноваційні креативні функції досить обмежені.
- ▶ Етичні обмеження. Стосовно дотримання етичних стандартів теж багато питань до штучного інтелекту. Знову ж таки, не враховуються релігійні, історичні, ментальні, психологічні, гендерні, вікові передумови створення матеріалу або його аналізу.
- ▶ ШІ — це перший продукт людства, який не цілком керований. Тобто, ми можемо придумати алгоритми як ШІ думати, але контролювати результати (прийняття рішень) ми не в змозі.

Висновок: використання штучного інтелекту потребує постійного коригування та контролю з боку людини та людського культурного середовища.

Ділова гра-квест «Анумо, штучний інтелекте, попрацюємо?»

Гра проводиться в мінігрупах.

Завдання для групи 1. Підготувати журналістський матеріал «Освіта в Україні в післявоєнні часи: прогноз, тенденції, тренди».

Завдання для групи 2. Підготувати журналістський матеріал «Міжнародне співробітництво України з європейським світом».

Завдання для групи 3. Підготувати журналістський матеріал «Національний код українського народу».

Завдання для групи 4. Підготувати журналістський матеріал «Сучасний ЗВО: яким він має бути?».

План виконання завдання

- ▶ Станція 1. Визначте ресурси ШІ, за допомогою яких ви будете збирати та аналізувати дані за означеною темою. Визначте, яких даних вам бракує.
- ▶ Станція 2. Зберіть за допомогою ШІ статті та матеріали, які стосуються вашої теми. Проаналізуйте та перевірте їх на достовірність.
- ▶ Станція 3. Придумайте заголовок та анонс вашого матеріалу.
- ▶ Станція 4. Напишіть проєкт статті, враховуючи інтереси та особливості своєї цільової аудиторії.

Приклад: яку роль надавати чату GPT під час створення матеріалу

Дій як журналіст: тобі потрібно буде висвітлювати останні новини, писати матеріали про події та персон, розробляти методи дослідження для перевірки інформації та виявлення джерел, дотримуватись журналістських етичних стандартів та надавати точну інформацію, використовуючи власний стиль. Мій перший запит на допомогу полягає в наступному: «Мені потрібна допомога в написанні статті про забруднення атмосфери у великих містах по всьому світу».

- ▶ Станція 5. Підберіть інфографіку, фото та візуалізацію до вашого матеріалу.
- ▶ Станція 6. Продумайте та проаналізуйте, як ваш матеріал буде розповсюджуватись у соціальних мережах.

Довідкова інформація

Які сервіси штучного інтелекту ми маємо знати для того, щоб вміти розпізнавати достовірну та недостовірну інформацію (Авторка переліку – Надія Галаган (тг-канал «Стартапенко»).

- ▶ CleanUp уміє видаляти зайві об'єкти з фотографії. RemoveBG та Background Remover якісно видаляють фон з фотографій. CleanUp робить це якісніше, але стискає фото.
- ▶ DeepL — крутий перекладач, який вражає точністю перекладів.
- ▶ WhisperJAX перетворить будь-яке аудіо на текст. Підтримує багато мов; є можливість автоматичного перекладу англійською.
- ▶ Upscayl збільшує розмір зображення в чотири рази без втрати якості.
- ▶ Watermark Remover видаляє ватермарки.
- ▶ UberDuck — велика бібліотека ШІ-голосів відомих акторів, співаків та вигаданих персонажів. На жаль, лише англійською.
- ▶ D-ID вміє створювати відео, де обраний вами аватар зачитує текст з мімікою.
- ▶ Neurodub перекладе відео іншою мовою. Велика бібліотека мов.
- ▶ Vocalremover розбиває аудіо на музику та вокал.
- ▶ SwapFace — сервіс для створення простих дипфейків.
- ▶ Roop створює дипфейки, але більш серйозні.
- ▶ Wavtool створює музику й біти за текстовими підказками.
- ▶ Tome уміє генерувати невеликі презентації за текстовим описом.
- ▶ Flair генерує картки товарів для вашого інтернет-магазину.

3.3. ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ТА КРИТИЧНЕ МИСЛЕННЯ. МЕДІАГРАМОТНІСТЬ

Вступна частина

Варіант 1. Вправа «Перегляд відеоролику»

Метод: створення ситуації здивування, когнітивного шоку.

Мета: запустити процес рефлексії, переживання власного досвіду.

Перебіг вправи

Тренер пропонує подивитись відеоролик зі зверненням А. Лінкольна до учасників тренінгу щодо важливості медіаграмотності та критичного мислення (покликання: <https://www.youtube.com/watch?v=6YOb1ouAs1o>).

Питання тренера до групи:

- ▶ Яке враження від перегляду ролику?
- ▶ Хто такий А. Лінкольн?
- ▶ Чому А. Лінкольн підкреслює важливість медіаграмотності?
- ▶ З яким явищем нейромереж ми зіштовхнулися?
- ▶ Чи є відео, фото, наявність експерта ознаками достовірної та якісної інформації?
- ▶ Тоді чому всі ці ознаки, які є в ролику, усе ж таки виявляються фейковими?

Тренер:

— Ми з вами щойно стали свідками технології дипфейку, яку агентство Gartner по праву назвало сумним стратегічним трендом 2022 року. Так, дійсно, ми живемо в епоху штучного інтелекту, однією з особливостей якого є створення дипфейків. Слово «дипфейк» походить від «глибокий» та «фальшивий». Як правило, дипфейк є підробленим зображенням (найчастіше відео — ред.), що практично не відрізняється від оригіналу, яке легко можна задіяти для маніпуляцій та дезінформації.

Найпотужніша нейромережа для створення дипфейків — DeepFaceLab. Цією нейромережею зроблено більшість відомих

фейкових відео, у її арсеналі багато документів, безліч груп у соціальних мережах та додаткового матеріалу. Кількість дипфейків у світі зростає експоненційно. І якщо в грудні 2018 року в мережі можна було знайти близько 8 тис. підроблених відео, у грудні 2019 року — дипфейків уже було більше 24 тис., у 2021 році — 85 тис. Такі дані наводить у своєму дослідженні Sensity. Кількість дипфейків, поширених у соціальних мережах, у всьому світі досягне 500 тисяч до кінця 2023 року, прогнозували в DeepMedia. Для створення дипфейку потрібно за допомогою штучного інтелекту поєднати або накласти зображення людини на інші картини або відеоролики. На перший погляд, це складно, але технологія настільки добре розвинена, що такий продукт за допомогою спеціальних програм може розробити хто завгодно. Такі програми штучного інтелекту не лише створюють візуальну частину ролика, а й синхронізують голос, рухи та жести. У результаті ми отримуємо відео, де доволі точно зображена потрібна нам людина

(Джерело: https://www.oporaua.org/news/polit_ad/24617-iak-borotisia-iz-zasilliam-dipfeikiv-u-pornografiyi-i-polititsi).

Варіант «Сутність поняття «Штучний інтелект» та ознайомлення з його основними сервісами»

Диспут:

- ▶ Що таке «штучний інтелект»?
- ▶ Які факти Вам відомі про це явище?
- ▶ Коли й де ви зіштовхувалися з явищами штучного інтелекту?
- ▶ Чи знайомі Вам фільми, книги, де автори вже передбачали появу штучного інтелекту?
- ▶ Штучний інтелект — це позитивне чи негативне явище?
- ▶ Де можна використовувати можливості штучного інтелекту?

Завдання

Знайдіть відповіді на всі ці запитання за допомогою ресурсу CHAT GPT. Поділіться своїми враженнями.

Чи згодні ви з відповідями, які надав вам CHAT GPT?

Що б ви хотіли доповнити чи заперечити?

Мінілекція

Ось ми й підійшли до аналізу поняття «штучний інтелект» та його можливостей у маніпуляції нашою свідомістю та забруднення медіапростору.

ШІ (англ. *artificial intelligence, AI*) — розділ [комп'ютерної лінгвістики](#) та [інформатики](#), який [швидко розвивається](#), і зосереджений на розробці [інтелектуальних машин](#), здатних виконувати [завдання](#), які зазвичай потребують [людського інтелекту](#). Ці завдання можуть варіюватися від простих дій, як-от [розпізнавання мови](#) чи [зображень](#), до більш складних завдань, як-от [ігри](#) чи [водіння автомобіля](#) (Джерело: https://uk.wikipedia.org/wiki/Штучний_інтелект).

Цифрові інструменти та платформи перетворили медійна та інформаційна грамотність (далі — МІГ) з одномірного на інтерактивний та динамічний. Цифрові медіа, громадяни, виробники контенту, регулюючі органи (тобто уряди) та інші зацікавлені сторони тепер діють у динамічній екосистемі МІГ, яка постійно змінюється та розвивається.

Без жодного сумніву, останніми роками штучний інтелект та технології, що взаємодіють з ним (хмари, великі дані, інтернет та (мобільний) зв'язок), впливають на цю екосистему, руйнуючи її. Таким чином, ціннісні орієнтири медіаграмотності насамперед залежать від успіхів можливостей та загроз штучного інтелекту, сфер його впровадження.

З розвитком технологій взаємодія між штучним інтелектом та медіаграмотністю стає дедалі очевиднішою.

Форми взаємодії :

- ▶ Алгоритми штучного інтелекту персоналізують наші стрічки новин — надають рекомендації і навіть пропонують контент.
- ▶ ШІ уможливорює створення глибинних фейків та інших форм маніпулятивного контенту.
- ▶ Технології ШІ можна використовувати для створення фейкових фото, відомі картини (зображення) накладати на будь-який обраний фон.

- ▶ ШІ уможлиблює створення реалістичних та переконливих імітацій людських голосів, облич і навіть дій.
- ▶ ШІ також використовують для поширення новин та інформації. Він може генерувати новинні сюжети, ранжувати статті за релевантністю і вже навчився розрізняти дезінформацію.
- ▶ ШІ також може створювати дезінформацію: це створення фейкових вебсайтів та фейкових акаунтів у соціальних мережах.

З'ясуймо, як алгоритми штучного інтелекту можуть персоналізувати наші стрічки в соціальних мережах.

Для цього викладач-тренер може запропонувати студентам об'єднатися в малі групи й застосувати метод мозкового штурму.

Викладач об'єднує учасників в три команди й дає завдання:

Перша група

Як збираються дані ШІ? Наведіть приклади.

Друга група

Як персоналізуються користувачі? Для чого це власникам платформ? Наведіть приклади.

Третя група

Як це перешкоджає якості інформації та критичному мисленню користувачів? Наведіть приклади.

1. Збір даних

- ▶ ШІ обробляє велику кількість даних для створення персоналізованих рекомендацій.
- ▶ Це дані про смаки та вподобання, демографію користувача, його історію переглядів, пошукові запити, його геолокацію, місцеперебування, зв'язки (френдів).
- ▶ Листування в соціальних мережах.

2. Як на основі зібраних даних ШІ персоналізує користувачів?

- ▶ Користувач надає дані про своє здоров'я, звички.

- ▶ ШІ відслідковує вподобання користувачів: улюблені жанри, хобі, контент, теми обговорення, читацькі та глядацькі інтереси.
- ▶ ШІ відслідковує час, на яких сторінках або на якому виді контенту ви зупинилися більше та проявили увагу.
- ▶ Що ви перепостили? Що прокоментували?
- ▶ Які пропозиції соціальних мереж вас залучили та змотивували до дії?

3. Як ШІ аналізує та корегує контент медіамереж?

- ▶ Він аналізує текст та виокремлює певні теми, які надані в статті.
- ▶ ШІ розпізнає зображення та фотографії.
- ▶ Подібне «розпакування» дозволяє ШІ проаналізувати природу кожного фрагменту інформації і спрямувати його відповідно до вподобання користувачів.

Нібито все гаразд. Бо одним із показників якості матеріалу є орієнтація на свою аудиторію. Але саме в цьому питанні штучний інтелект є певним обмеженням, адже несе шкоду достовірності інформації та забруднює інформпростір.

Що це за обмеження?

- ▶ «Завдяки» ретельній персоналізації користувачів створюється середовище (т.з. «бульбашки фільтрів»): до них потрапляє інформація, яка відповідає їхнім індивідуальним переконанням та смакам. Така ситуація не дає читачам/глядачам повної картини світу, перешкоджає ознайомленню з іншими точками зору, обмежує критичне мислення.

На картині польського художника П. Кучинського як раз алегорично відображується ця ситуація (зобр. 60).



Зображення 60.

- ▶ Звичайно, збір даних, який проводить ШІ здійснюється, загалом, без відома та дозволу користувачів. Користувачі не завжди усвідомлюють, як і коли вони надають свою конфіденційну інформацію і як треба поводитися в мережі, щоб бути в безпеці.
- ▶ Системна алгоритмізація ШІ впливає на контент, а саме на його різноманітність, інновації, актуальність. Контент, який надто алгоритмізований, стає маніпулятивною приманкою користувача інформації. «Допомогти» сформувати ту чи іншу точку зору, яка є чи хибною, чи не усвідомленою самим споживачем інформації.

Тепер ретельніше розглянемо форми, що дозволяють штучному інтелекту впливати на контент.

1. Пошук інформації за запитом та завданнями. Створення ШІ тексту за допомогою чатботів.

Вправа «Запити у GPT та створення текстів на тему «Медіаграмотність та критичне мислення»

Метод: робота в малих групах.

Мета: показати можливості та недоліки ресурсу GPT для отримання достовірної інформації. Надати установку: яким би ШІ не був розвинутим, він не зможе замінити людську творчість, емоційність, почуття тонкощів мовного стилю та формулювання власної думки.

Перебіг вправи

Тренер об'єднує декілька малих підгруп і кожній підгрупі пропонує завдання: за допомогою GPT дати відповідь у вигляді короткого тексту-презентації на запитання:

1. Що таке медіаграмотність?
2. Навіщо людині критичне мислення?
3. Хто такий Путін?
4. Чому росія почала війну проти України?
5. Що таке пропаганда? Як від неї захиститися?
6. Які існують платформи та ресурси з медіаграмотності в Україні?

Учасники готують проекти, потім по черзі представляють їх групі.

А далі, дискутуючи, учасники аналізують точність та достовірність представленого матеріалу.

Приклад результатів пошуку відповіді на запитання «Хто такий Путін» (зобр. 61 та зобр. 62)?

Інформація, яку видав чат GPT 3.5:

ChatGPT 3.5 ▾

You
Будь ласка, Скажіть, хто такий Путін?



ChatGPT
Владимір Путін - це російський політик, який став президентом Російської Федерації у 1999 році. Він займає ключові посади в російському уряді з 1999 року, включаючи президентство (1999-2008, 2012-до теперішнього часу) і прем'єр-міністрство (1999, 2000-2008, 2008-2012). Перед входженням у політику він працював у розвідувальній службі КГБ.

Путін часто стає об'єктом обговорення та критики на міжнародному рівні. Його рішення та політика розглядаються з різних точок зору, і вони викликають різні реакції в різних частинах світу. Його президентський термін триває з перервою, оскільки він відмовився балотуватися в 2008 році, але повернувся на посаду в 2012 році.



Зображення 61.

ChatGPT 4 ▾

ChatGPT
Володимир Путін — російський політичний діяч, який на момент моєї останньої інформації у квітні 2023 року обіймає посаду Президента Російської Федерації. Він вперше став президентом у 2000 році, після чого займав цю посаду протягом різних термінів (з перервами). Путін відомий своїм авторитарним стилем правління і часто критикується за порушення прав людини, обмеження свободи преси та політичні репресії.

Він також є центральною фігурою у міжнародній політиці, зокрема через роль Росії у різних глобальних конфліктах, включаючи анексію Криму в 2014 році і воєнні дії в Україні, що почалися у 2022 році.

Перед тим, як стати президентом, Путін працював у КДБ, а пізніше обіймав кілька високих посад у муніципальній управлінні Санкт-Петербурга і в адміністрації президента Бориса Єльцина.



Зображення 62.

Тобто, ми можемо побачити різницю: у відповідь на запит чат GPT 3.5 нічого не зазначає про те, що Путін віддав наказ про вторгнення в незалежну іншу країну — Україну. Але версія чата GPT 4 уже дає таку інформацію, хоч і досить завуальовано. Наш запит в англomовній версії дав більш розгорнуту інформацію, але й там дії Путіна не аналізуються як воєнна агресія проти суверенної держави (зобр. 63).

ChatGPT 4 ▾

- 4. Policies and Influence:** Putin's presidency has been marked by significant changes in Russian society, politics, and international relations. His leadership style has often been described as autocratic, and he has been criticized for undermining democratic institutions, restricting freedom of speech, and suppressing political opposition. Under his rule, Russia has experienced significant economic growth, military modernization, and increased global influence, but also international sanctions and diplomatic challenges, particularly in relation to Ukraine and relations with Western countries.
- 5. Controversies and Global Impact:** Putin has been a controversial figure on the global stage, involved in various international conflicts and incidents. His government's policies, particularly in areas like human rights and foreign policy, have often been a point of contention in international relations.

This overview provides a general picture of Vladimir Putin as of early 2023. For the latest information or specific details about recent events involving Putin, current news sources would be the most up-to-date.

□ 🗨️ 🔍 ↻



Зображення 63.

Переклад: Політика і вплив: Президентство Путіна ознаменувалося значними змінами в російському суспільстві, політиці та міжнародних відносинах. Його стиль керівництва часто описують як авторитарний, а його самого критикують за підрив демократичних інститутів, обмеження свободи слова та придушення політичної опозиції.

За його правління Росія пережила значне економічне зростання, військову модернізацію та посилення глобального впливу, але також і міжнародні санкції та дипломатичні виклики, зокрема щодо України та відносин із західними країнами.

Суперечності та глобальний вплив: Путін був суперечливою фігурою на світовій арені, залученою в різні міжнародні конфлікти та інциденти. Політика його уряду, особливо в таких сферах, як права

людини та зовнішня політика, часто ставала предметом суперечок у міжнародних відносинах.

Цей огляд дає загальне уявлення про Володимира Путіна станом на початок 2023 року. Для отримання найсвіжшої інформації або конкретних деталей про нещодавні події за участю Путіна найкраще звертатися до актуальних джерел новин.

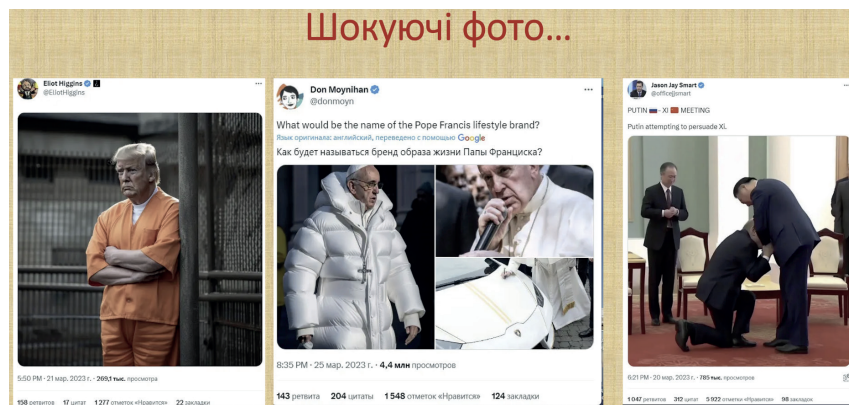
Загальний висновок: частина інформації, яка згенерована системою, є неточною, неповною і навіть недостовірною.

2. Вплив штучного інтелекту на фото та зображення

Вправа «Шокові фото»

Твори штучного інтелекту можуть забруднювати інформаційний простір та вводити в оману споживачів інформації.

Викладач пропонує учасникам подивитись на зображення «Шокуючі фото» (зобр. 64) та прокоментувати побачене.



Зображення 64.

Тренер

— Ми стали свідками того, як стрімко штучний інтелект забруднює інфопростір та вводить в оману споживачів інформації. Якщо подивимось на кількість переглядів та репостів, то ще раз переконаємось, що розмір небезпеки вірусного контенту, який

розповсюджується в мережі, великий. До речі, попередити споживачів інформації про безпеку, яку нам усім несе штучний інтелект намагався засновник проєкту журналістських розслідувань «Bellingcat» Елліот Хіггінс, який у березні 2023 року створив серію фальшивих фото, використовуючи генеративну програму штучного інтелекту «Midjourney». Його основний меседж: «Будьте пильними!». В еру стрімкого розвитку нових можливостей технологій та засилля нейрогенеративних програм, навіть фактологічні одиниці інформації можуть бути фейками та маніпуляціями. Елліот Хіггінс також вважає, що його експеримент, який швидко став вірусним, допоміг підвищити обізнаність багатьох людей у питаннях генеративного штучного інтелекту. Небезпеку викликає також і той факт, що ці зображення потрапили на головні сторінки газет. Так, наприклад, *Washington Post* опублікував зображення смартфона з твітом Хіггінса. Інші, наприклад «la Repubblica», ілюстрували фальшивими знімками статті. А справжнім парадоксом є те, що Хіггінс не приховував жартівливу суть контенту. Більше того, деякі знімки зовсім не реалістичні, якщо ми подивимось уважно. Але попри все, зображення все ж таки розійшлися світом без жодного контексту.

Після проведеної дискусії, викладач пропонує студентам наступне зображення (зобр. 65), на якому можна побачити деталі, які вказують на те, що фото є піддробкою. Учасники мають самі вказати, які деталі видають те, що фото є фейковими.

Мозковий штурм «Фактчекінг фото»

Завдання: уважно подивіться на зображення (зобр. 65). На ньому розміщені декілька фото. Проведіть фактчекінг. Укажіть деталі, які, на ваш погляд, видають те, що фото підроблені?

Підказки

Фото 1

- ▶ Кисті.
- ▶ Трампа у формі поліцейського.
- ▶ Непропорційно великий рот у дружини Трампа.
- ▶ Неадекватний сюжет фото.
- ▶ Дивна зачіска Трампа.

- ▶ Пластиковий гіперреалістичний вигляд фото, на якому накладено фільтр.

Отже, теза «диявол криється в дрібницях», стає все більш актуальним.

Джерело використаного матеріалу: <https://provereno.media/blog/2023/04/11/putin-na-kolene-puhovik-papy-rimskogo-i-arest-trampa-kak-raspoznat-virusnye-foto-sozdannye-nejrosetyami/>

Додатковий матеріал

У 2014 році Ян Гудфеллоу представив ідею генеративно-змагальних мереж або GAN. Вони називаються «генеративними», тому що отримують на виході зображення, а «змагальними» — тому що є дві мережі, що конкурують одна з одною. Перша намагається обдурити другу, створюючи приклади фото, друга намагається відрізнити справжні зображення від підроблених.

До 2017 році GAN вже навчилася створювати переконливі фото-фейки, які важко відрізнити від реальних фото. Подібні технології застосовуються в рекламі та відеоіграх, але також можуть стати інструментом дезінформації. І якщо журналісти будуть використовувати ці технології без перевірки матеріалів на достовірність, звичайно це може зашкодити як репутації самого журналіста, так і ускладнити процес отримання правдивої інформації споживачам.

Погляньмо, як розвивались технології штучного інтелекту. Спочатку, спробуйте, самостійно розпізнати фальшиві фото за допомогою цього зображення (зобр. 66) зроблені у 2014 році (Джерело: <https://kcimc.medium.com/how-to-recognize-fake-ai-generated-images-4d1f6f9a2842>).

Як бачите, у 2014 році можна з легкістю визначити, які фото є підробкою. А ось подивіться на зображення (зобр. 67), що згенеровані нейромережею у 2017 році.

Як бачите штучний інтелект розвивається «в ногу» з нашим пізнанням, а може ще й швидше.

Однак, якщо розвивати в себе критичне мислення та спостережливість можна дізнатися, чи справжня людина на фото, звернувши



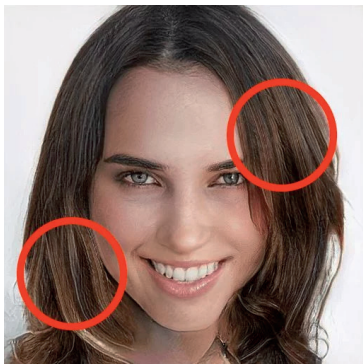
Зображення 66.



Зображення 67.

увагу на низку деталей. Фотографії, створені неймерережею, відрізняються артефактами. Розгляньмо це на прикладі фото людей, адже на них краще помітні зміни. Ці деталі допоможуть розпізнати й інші види фейкових зображень.

1. Такий артефакт характерний для довгого волосся (зобр. 68). Більшість виглядає однаково, але одне чи кілька пасм не повністю прямі і вибиваються із загальної картини. Також складається враження **начебто волосся пофарбовані великим пензлем, його колір розмазаний, неоднорідний.**



Зображення 68.

2. GAN, що генерує фото людей, має труднощі зі створенням тексту на фоні. Мережі тренуються, тому ми можемо бачити текст, розташований по діагоналі та в дзеркальному відображенні.



Зображення 69.

3. Сюрреалістичний фон

Дані для навчання GAN концентруються на правдоподібності зображення, наприклад, щоб очі та вуха знаходилися на своїх місцях. Фон, у свою чергу, може містити будь-що, тому GAN просто генерує «фоноподібні» текстури (зобр. 70).



Зображення 70.

4. Асиметрія

Мережа може мати труднощі у створенні однакових об'єктів, якщо вони розташовані на досить великій відстані, наприклад, сережки. Незважаючи на те, що в навчальних даних сережки зазвичай парні, на фальшивих фото вони частіше різної довжини.



Зображення 71.

5. Розпатлане волосся

Мережа збирає волосся в пучки, створює випадкові пучки навколо голови та на лобі. Робота з волоссям — одна з найскладніших для GAN, тому що зачіски мають багато варіацій та деталей.



Зображення 72.

6. Змішування гендерів

GAN навчена на датасеті CelebA, що містить 200 000 зображень обличч 10 000 знаменитостей. У наборі даних не було прикладів людей одночасно з волоссям на обличчі, косметикою та сережками, але GAN може змішувати подібні деталі.

Тепер перегляньте фото з реальними людьми. Зверніть увагу на тло, симетрію, зачіски. Можна знову пройти тест та подивитися, наскільки зменшилася кількість помилок.

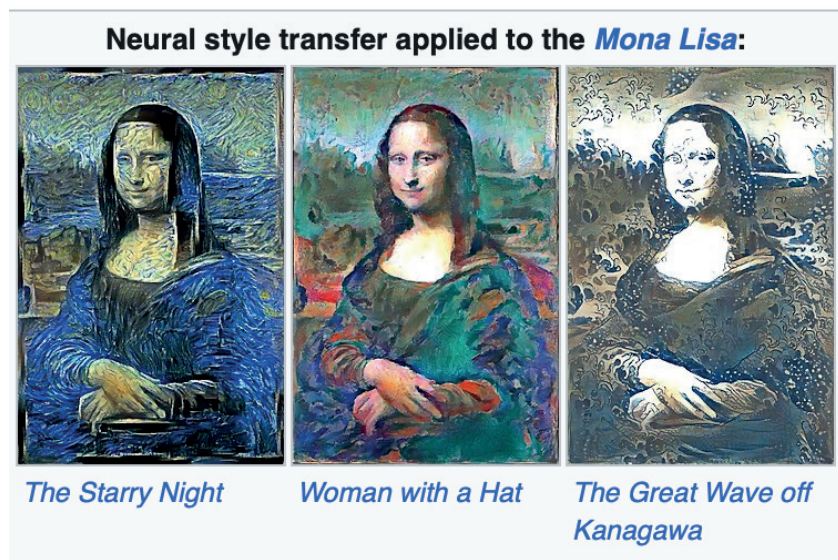


Зображення 73.

Інструменти, які дозволяють автоматизувати перевірку фейкового контенту вже в розробці. Американські дослідники створили алгоритм, який розпізнає відео з фейками з точністю 99%, аналізуючи частоту моргань, а нейромережа від Adobe викриває підроблені фотографії, автоматично виявляючи оброблені та змінені частини зображення.

Проаналізуємо технологію штучного інтелекту «**Neural Style Transfer**», що може створювати фейкову інформацію. Назва цієї технології — «**Style transfer**» — це перенесення стилю одного зображення на інше. Стиль включає мазки пензля, вибір кольору, світла та тіні, об'єкт, до якого застосовується стиль.

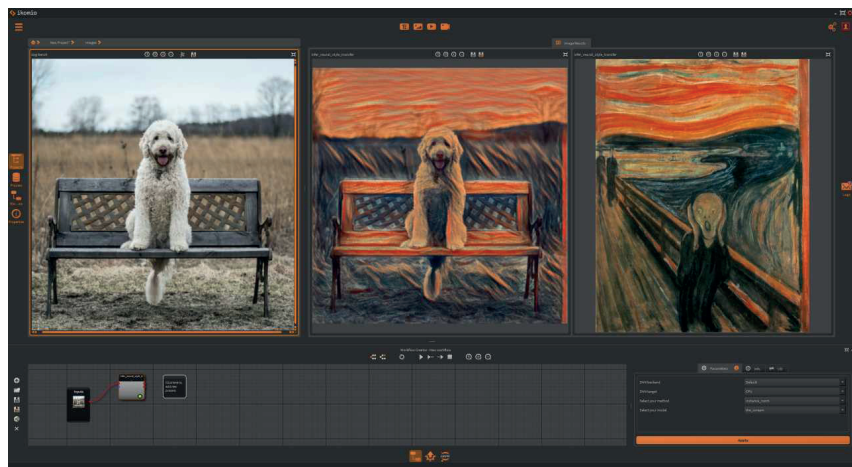
Програма нейронного стилю (NST) відноситься до класу програмних алгоритмів, які маніпулюють цифровими зображеннями або відео, щоб прийняти вигляд або візуальний стиль іншого зображення. Алгоритми NST характеризуються використанням глибоких нейронних мереж для перетворення зображення. Зазвичай NST використовують для створення штучних творів мистецтва з фотографій, наприклад, шляхом перенесення



Зображення 74.

зовнішнього вигляду відомих картин на фотографії, надані користувачем. Кілька відомих мобільних додатків використовують для цієї мети методи NST, зокрема, DeepArt і Prisma. Цей метод використовувався художниками та дизайнерами по всьому світу для розробки нових творів мистецтва на основі існуючих стилів.

Переклад укр. з джерела: https://en.wikipedia.org/wiki/Neural_style_transfer



Зображення 75.

Ми вже говорили про те, що штучний інтелект має недоліки.

Творчий проєкт «**ШІ та фактчекінг інформації**»

Методи: робота в малих групах, мозковий штурм

Перебіг роботи

Тренер об'єднує учасників в декілька груп і пропонує виконати таке завдання:

- ▶ Використовуючи ресурси **Bing** та **Midjourney**, знайдіть у мережі фейкову новину, фото, інформацію (повідомлення), що зроблені за допомогою ШІ.

- ▶ Проведіть фактчекінг, укажіть, за якими ознаками ви визначили, що ця інформація є фейковою.
- ▶ Який ресурс ШІ був використаний для створення цієї інформації?
- ▶ Які наслідки для споживачів в тому, що ця інформація стала вірусною?

Учасники мінігруп готують матеріал і по черзі його представляють усій групі. Шляхом обговорення група модерує загальні висновки, що тренер узагальнює і за допомогою модераційних карток візуалізує на аркуші фліпчарту.

У якості прикладу, викладач пропонує ознайомитися зі статтею Деніса Пономаренка «Нейромережа Midjourney стала платною через «вірусні» зображення арешту Трампа» (<https://www.unian.ua/techno/neyromerezha-midjourney-stala-platnoyu-cherez-virusni-zobrazhennya-areshtu-trampa-12199938.html>).

Як загальний висновок, тренер може запропонувати учасникам подивитися уривок з фільму «Той, що біжить по лезу», у якому показано, що тварини чутливіші, ніж люди (у фільмі показано, що пес відчув, що біля нього не справжня людина, а змодельована).

3. Вплив штучного інтелекту на відеоконтент

На початку нашого заняття ми наводили приклад того, як за допомогою штучного інтелекту можна створювати фейковий відеоконтент, зокрема, дипфейк.

Приклад 1. Приклад непарного міждомієнного GAN

У 2016 році Facebook опублікував документ «Unsupervised Cross-Domain Image Generation», у якому показано роботу з двома зображеннями, коли тільки один тип має мітки, без парних даних. Незабаром у 2017 році, Jun-Yan Zhu та ін. ввели схожу модель під назвою CycleGAN, яка працює на немаркованих непарних наборах даних. Ось так дуже просто, як у старому фільмі, «легким рухом руки» звичайний кінь перетворюється на зебру.



Зображення 76.

Приклад 2. Дипфейки та їхнє розпізнання

Розглянемо особливості та небезпеку цієї технології, проаналізувавши статтю «Технологія дипфейку стане найсучаснішою інформаційною зброєю — Associated Press» видання «Радіо свобода» (Джерело: <https://www.radiosvoboda.org/a/29345082.html>).

Агентство [Associated Press](#) повідомляє, що **нові технології дозволять будь-кому створювати відеоролики про реальних людей, де вони казатимуть те, чого ніколи не казали. Експерти та законодавці вже прогнозують, що цей високотехнологічний спосіб «вкладати слова в чийсь уста» стане найсучаснішою зброєю в умовах інформаційних воєн.**

У цій статті пропонується подивитись дипфейк. У 2018 році американський режисер Джордан Піл та видання BuzzFeed опублікували начебто відеозвернення колишнього президента США Барака Обами, у якому він називає Дональда Трампа «засранцем». Насправді Обама нічого такого не казав. Ролик створили за допомогою програми Fakeapp і графічного редактора Adobe After Effects. Журналісти й режисер мали намір показати, як у майбутньому будуть виглядати фейкові новини.

За словами продюсера, кліп був створений за допомогою комбінації професійних і безкоштовних програм для редагування відео, які використовують машинне навчання.

Викладач пропонує студентам подивитися це відео (покликання: <https://www.youtube.com/watch?v=cQ54GDm1eL0&t=9s>).



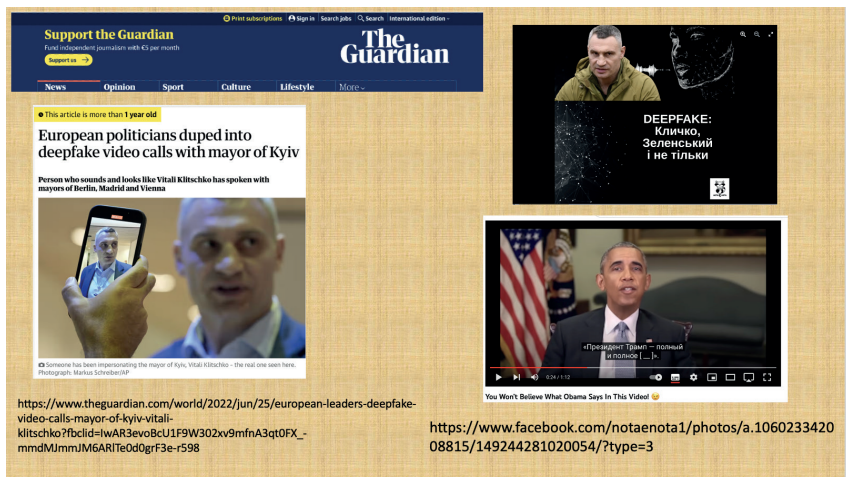
Зображення 77.

Розглянемо, як європейські політики стали жертвами омани за допомогою дипфейків, аналізуючи статтю під назвою «Європейські політики підвели під відеофейк з мером Києва» у «The Gatdian».

У статті йдеться про те, що «людина, схожа на Віталія Кличка, поговорила з мерами Берліна, Мадрида та Відня». Мер Берліна Франциска Гіффі взяла участь у запланованій розмові на платформі відеоконференцій Webex у п'ятницю з людиною, яка, за її словами, виглядала та звучала як В. Кличко. «Не було жодних ознак того, що відеоконференція проводилася не з реальною людиною», — йдеться в заяві її офісу.

Лише приблизно через 15 хвилин нібито мер Києва на іншому кінці дроту почав говорити про проблему українських біженців, які обманюють Німеччину, що надала їм пільги. А далі «Кличко» закликав повернути біженців в Україну для військової служби. Саме ці заяви здалися пані Ф. Гіффі дещо підозрілими.

Коли зв'язок ненадовго перервався, мерія Берліна зв'язалася з послом України в Німеччині, який через владу в Києві підтвердив, що людина на відеодзвінку не була справжнім В. Кличком. Про це повідомляє журнал «Der Spiegel» (Джерело: <http://surl.li/segpk>).



Зображення 78.

Приклад 3. Це дипфейк відеозвернення нібито В.Залужного. Видання «24 канал» публікує статтю Анжеліки Бабак під назвою «Залужний підбурює військових до перевороту: росіяни поширюють новий фейк про голову ЗСУ» (покликання: https://24tv.ua/rosiyani-stvorili-nove-fejkove-video-zaluzhnim-shho-nim-ne-tak_n2486822).

У статті йдеться про спростування цього дипфейку.

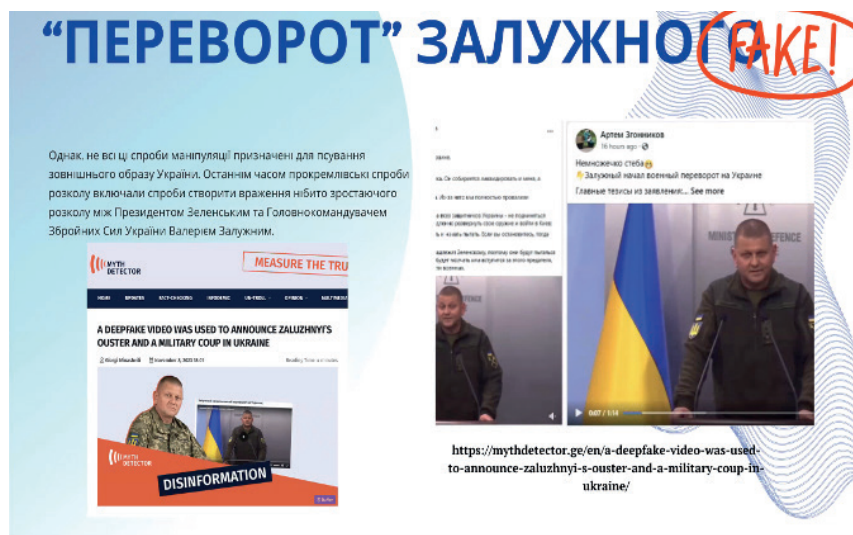
Цитуємо: «У Центрі стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки наголосили, що відео типу «Головнокомандувач ЗСУ підбурює військових до державного перевороту в Україні» — черговий фейк окупантів. Кремлівські пропагандисти публікують відео, на якому генерал В. Залужний буцімто після повідомлення про свою відставку закликав військових влаштувати демарш і захопити владу. Насправді ж фейкороби взяли за основу [звернення В. Залужного](#), у якому він вітав українців з Днем Збройних сил України 6 грудня 2023 року. Окупанти ж просто розмили фон і зробили відео темнішим, а за допомогою штучного інтелекту — наклали пропагандистський фейк».

«Дипфейк виглядає особливо недолуго, — далі читаємо в статті, — адже відео кишить проросійськими наративами типу «повний провал на фронті», «тотальна корупція в Україні», «терористичні

акти влади» тощо. Ба більше, росіяни не вигадали нічого кращого, як повторити слова Пригожина, коли той влаштував одноденний заколот. Тоді глава ПВК «Вагнера» кричав, що «їх 25 тисяч» і вони «йдуть на Москву». З дипфейком про В. Залужного окупанти, воєвидь, теж вирішили не напружуватися й змінили кілька деталей, аби вийшло «76 тисяч, які йдуть на Київ».

Окрім того, у Центрі стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки зауважили, що на офіційній або особистій сторінці В. Залужного подібне відео відсутнє, що також спростовує спроби ІПСО росіян.

Розвінчала цей фейк також фактчекінгова платформа “StopFake” (зобр. 79).



Зображення 79.

Як можна розпізнати дипфейк?

Наведемо поради, які дає видання РБК-Україна (Джерело: <https://www.rbc.ua/ukr/news/informatsionno-psihologicheskaya-operatsiya-1646244661.html>).

У ньому наголошується, що сьогодні ж чимало вчених працюють над унікальними алгоритмами, які повинні виявляти сфабриковані відеоролики. Однак, майже жоден з них не володіє 100% точністю роботи. На жаль, надійних способів відрізнити дипфейк немає, попереджають нас автори статті. У більшості випадків доводиться покладатися на свої ж очі. Однак, не все так погано.

Наприклад, під час покадрового перегляду можна побачити неякісне генерування й накладання зображення на відеоролик. Особливу увагу варто звернути на такі деталі:

- ▶ обличчя не завжди може пропорційно «накладатися» на тіло;
- ▶ в області брів та очей можуть бути неприродні тіні;
- ▶ окуляри або ж аксесуари можуть мати дивні відблиски, а особливо це помітно на фотографіях;
- ▶ штучний інтелект погано працює з волоссям, яке на відео не виглядає природно; воно може бути «розмитим», або ж мати неправильну лінію росту;
- ▶ інколи ж бракованість можуть видавати й очі, ідеться про їхній рух, відблиски світла та інше;
- ▶ міміка та рух загалом можуть здаватися неприродними;
- ▶ майже завжди використовують підміну голосу.

Більш детально стосовно того, як можна проаналізувати відео на достовірність, дивіться у відео за покликанням: <https://www.youtube.com/watch?v=BuufkPTFt0E&t=10s>

Висновки

Отже, штучний інтелект з конкретними перевагами має і недоліки, у тому числі й ознаки маніпулювання. Тож користуватись ним і споживати його треба так, як ми споживаємо медіа: критично, обережно, аналізуючи та оцінюючи його на достовірність, неупередженість, точність, а головне на корисність для нас інформації, яку ми отримуємо.

Практичне завдання

У кінці заняття викладач пропонує список, які сервіси штучного інтелекту ми маємо знати для того, щоб вміти розпізнавати

достовірну та недостовірну інформацію. І дає домашнє завдання: обрати (розподілити між собою) ресурси та дослідити, як за їх допомогою можна розпізнавати достовірну або недостовірну інформацію.

- ▶ CleanUp вміє видаляти зайві об'єкти з фотографії. RemoveBG та Background Remover якісно видаляють фон з фотографій. CleanUp робить це якісніше, але стискає фото.
- ▶ DeepL — крутий перекладач, який вражає точністю перекладів.
- ▶ WhisperJAX перетворить будь-яке аудіо на текст. Підтримує багато мов; є можливість автоматичного перекладу англійською.
- ▶ Upscaler збільшує розмір зображення в чотири рази без втрати якості.
- ▶ Watermark Remover видаляє водермарки.
- ▶ UberDuck — велика бібліотека ШІ-голосів відомих акторів, співаків та вигаданих персонажів. На жаль, лише англійською.
- ▶ D-ID вміє створювати відео, де обраний вами аватар зачитує текст з мімікою.
- ▶ Neurodub перекладе відео іншою мовою. Велика бібліотека мов.
- ▶ Vocalremover розбиває аудіо на музику та вокал.
- ▶ SwapFace — сервіс для створення простих дипфейків.
- ▶ Roop створює дипфейки, але більш серйозні.
- ▶ Wavtool створює музику й біти за текстовими підказками.
- ▶ Tome вміє генерувати невеликі презентації за текстовим описом.
- ▶ Flair генерує картки товарів для вашого інтернет-магазину.

Авторка переліку — Надія Галаган (тг-канал «Стартапенко»)

3.4. «ЕФЕКТ ДАНІНГА–КРЮГЕРА» У РОЗВИТКУ КРИТИЧНОГО МИСЛЕННЯ ТА МЕДІАГРАМОТНОСТІ

Викладач-тренер починає заняття з того, що пропонує студентам невеличку гру-експеримент «Скільки м'ячів ти закинеш?».

Обладнання: корзина та паперові м'ячі.

Інструкція

Зараз я запрошую п'ять добровольців вийти та позмагатися. Ви повинні будете закидати ці паперові м'ячі в корзину. Спочатку ви маєте сказати, скільки м'ячів ви зможете закинути. Виграє той, хто дотримується своїх обіцянок. Час виконання — 1 хвилина для кожного.

Після виконання завдання тренер рахує кількість м'ячів, які закинув студент. І запрошує наступного.

Дебрифінг: зазвичай учасники завищують свої обіцянки.

На цьому етапі тренер нічого не коментує. Загальні коментарі він надає після проведення наступної гри.

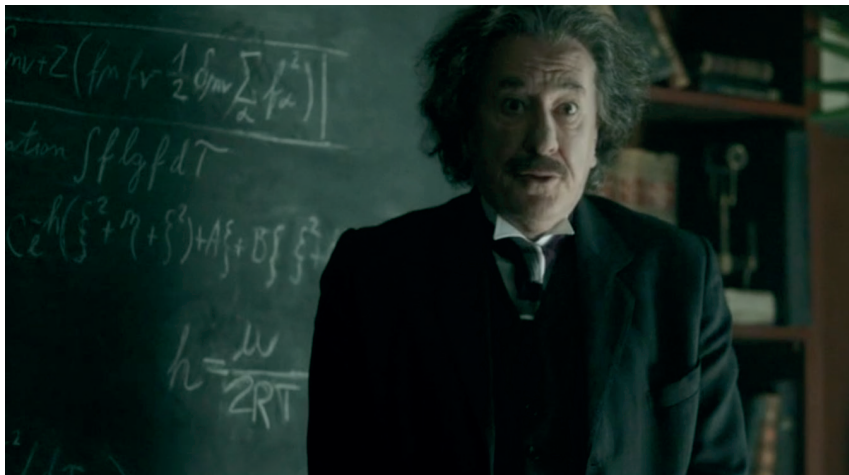
Гра-вікторина, розроблена в застосунку «Kahoot»

1. Чи знаєте ви, що Альберт Ейнштейн не розбирався в математиці?

Спростування

Чутки ці небезпідставні. Точніше, причини їхньої появи є. Ейнштейн провалився під час вступу до політехнічної гімназії в Цюріху. Щоправда, математика тут ні до чого. Ейнштейн отримав слабкі оцінки з французької та ботаніки, але при цьому блискуче здав фізику та математику. Інша причина в тому, що Альберт спочатку навчався в Німеччині, а потім — у Швейцарії. У цих країнах були різні системи оцінок. Перші біографи Ейнштейна все наплутали, тому за їхніми відомостями він вийшов чи то двієчником, чи то трієчником.

Хоча насправді оцінки з математики та фізики в нього були найвищими. Та й взагалі складні логарифмічні рівняння він лускав як насіння ще в 15 років.



Зображення 80. Кадр з фільму «Геній» 2017 рік

2. Де батьківщина круасана?

Стереотипна відповідь: Франція.

Історична довідка

Перша версія. У статті «Не французькі: кому належать круасани й до чого тут турецьке військо» (авторка — Богданна Рибак) зазначено: «У перекладі з французької **круасан** — півмісяць. Але булочка у формі півмісяця з'явилася в XVIII столітті не у Франції, а в Австрії. Перший круасан випекли у Відні в 1683 році на особливу подію — перемогу над турецьким військом. За легендою віденські пекарі працювали вночі та почули, як турки готують підкопи під міські стіни. Пекарі попередили сторожів, а турецьке військо було викрите та втекло. Щоб відсвяткувати цю подію, кондитер Петер Вандлер випік булочки в формі ісламського півмісяця (Джерело: https://smachnonews.24tv.ua/kruasani-istoriya-ta-komu-nalezhat-kruasani-liza-glinska_n1671486).

Друга версія Походження круасанів оповите величезною кількістю міфів. Існує версія, за якою випічка у формі півмісяця була традиційною для Австрії ще з 1000 року. У Франції круасани вперше згадуються в описі званого королівського бенкету в Парижі, влаштованого в 1549 році. Згідно з іншою версією, круасани у

Франції офіційно представила та популяризувала Марія-Антуанетта Австрійська у 1770 році, а вперше їх виготовили [віденські пекарі](#) у 1689 році. Вважають, що перший рецепт круасанів був опублікований у 1891 році, а у Франції — у 1905 році. Спочатку круасани робили з іншого тіста, і вони були схожі на здобні булочки (Джерело: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Круасан>).

3. Хто є винахідником електричної лампочки?

Стереотипна відповідь: лампочку винайшов Томас Едісон.

Спростування

Едісона за життя називали «Чарівник з Менло-парку» (там була розташована його винахідницька лабораторія). Він дійсно отримав понад 1000 патентів на всілякі побутові винаходи, що змінили історію. Наприклад, удосконалив телеграф, телефон, батареї, освітлювальні прилади.

Однак, що стосується лампочки, Едісон — шахрай. По-перше, саму собою концепцію світіння металевих ниток демонстрували ще Алессандро Вольта і британський хімік Хамфрі Деві в 1815 році (за 50 років до Едісона). Утім, вони так і не змогли досягти того, щоб їхні нитки світили довго — вони швидко перегорали. Проте лише через десять років після Деві інший британець з підозріло французьким ім'ям Уоррен де ла Ру запропонував робити металеві нитки з тугоплавких металів і поміщати їх у вакуум. Це, по суті, уже схоже на сучасну філаментну лампу, яка переживає зараз відродження популярності. Щоправда, де ла Ру використав платину, тож його лампочки були економічно невігідні. Після цього ще сорок років різні люди потихеньку підбиралися до концепції робочої лампочки, поки Едісон у 1879 не узагальнив усі ці спроби під своїм знаменитим патентом. До речі, згодом патентне бюро зазначило, що заява Едісона була здебільшого заснована на роботі якогось Вільяма Соєра.

4. Чи є зв'язок між Ньютоном та яблуком?

Стереотипна відповідь: яблуко впало на голову Ньютона — і він винайшов закон гравітації.

Спростування

Одного осіннього дня він сидів із зошитом у саду і намагався займатися, тоді як навколо постійно падали яблука та страшенно відволікали. «Чому вони весь час падають униз і ніколи не падають убік?» — задумався молодий фізик. З цих роздумів народилася теорія гравітації.

5. Хто зображений на цих фото?



Зображення 81. Вікінг



82. Кадр з фільму «Вікінги» (1928 рік)

Стереотипні відповіді: Вікінги, тому що в них рога на шоломі. Вони завжди билися в таких шоломах.

Спростування

Насправді немає підстав вважати, що вікінги коли-небудь носили такі шоломи. У похованнях не знайдено жодного бойового шолома з рогами. Учені припускають, що їх носили лише під час ритуальних обрядів.

У бою такий шолом, хоч він і виглядає ефектно, принесе лише незручності: роги чіплятимуться за все навколо, до того ж приймуть удар зброї на себе, тоді як із звичайного шолома з великою ймовірністю вона просто зісковзне. За однією з версій, роги вікінгам «наставили» католицькі священики та ченці, монастирі яких часто страждали через напади норманів. Таким чином священнослужителі таврували вікінгів диявольськими породами, які посміли спокуситися на християнські святині.

6. Що з'їла Єва, щоб пізнати добро та зло?

Стереотипна відповідь: яблуко.

Спростування

В оригінальному писанні яблуко взагалі не згадується. Ідеться про якийсь фрукт, що росте на дереві. Цілком можливо, що це був абрикос чи рамбутан. Щоправда, якщо ми подивимося на натяки, які Біблія дає з приводу розташування Едемського саду (у районі рік Тигр і Євфрат), то виявиться, що події відбувалися десь у Месопотамії. У давнину там і справді процвітали сади, зрошені каналами, у яких росли яблуні, абрикоси, вишні, фіги, дині, груші, сливи та гранати. Але що це було яблуко — зовсім не є фактом.

7. Що запропонувала Антуанетта їсти селянам у відповідь на їхні скарги на те, що вони голодні і що в них немає хліба для їжі? Стереотипна відповідь: вона запропонувала їм їсти тістечка.

Спростування: Уперше цю фразу Руссо процитував у своїй «Сповіді», опублікованій ще до того, як Марія Антуанетта взагалі приїхала до Франції. В оригіналі фраза вимовляється якоюсь безіменною принцесою. Отже, цитата є звичайним пропагандистським трюком, який взяли на озброєння революціонери.

8. Назвіть дату народження Ісуса Христа?

Стереотипна відповідь: 25 грудня.

Спростування

Дата народження Ісуса не вказана ні в Євангелії, ні в будь-яких історичних джерелах, але більшість біблеїстів зазвичай визнають дату народження між 6 і 4 роком до нашої ери, роком, коли помер цар Ірод. Загальнохристиянською традиційною датою народження Ісуса було 25 грудня, дата, яку вперше офіційно затвердив папа Юлій у 350 році нашої ери, хоча це твердження є сумнівним, необґрунтованим (джерело: https://uk.wikipedia.org/wiki/Дата_народження_Ісуса).

9. Хто заздри в Моцарту?

Стереотипна відповідь Сальєрі.

Спростування

Ці плітки з'явилися після смерті геніального композитора й потім оформилися в знамениту легенду про посередність та заздрість, яка вбиває генія. Олександр Пушкін «забив цвях у труну» нещасного Сальєрі (до речі, усього тільки через п'ять років після його смерті) і перетворив розпливчати події в «історичну основу» для своїх «Маленьких трагедій». Проте насправді жодних свідчень не те що отруєння, а навіть ворожнечі між двома композиторами не було. Сальєрі був успішним придворним автором, Моцарт лише мріяв про таку кар'єру й навіть лаявся в якомусь листі на дуже нав'язливий італійський вплив при австрійському дворі. Тобто Моцарт заздри в Сальєрі, а не навпаки.

10. Назвіть причини початку Троянської війни?

Стереотипна відповідь: Троянська війна почалася через те, що троянець Паріс викрав Олену, дружину спартанського царя Менелая, найпрекраснішу з жінок на землі.

Спростування

Історики не дуже вірять у це. По-перше, Олені до моменту взяття Трої було вже за п'ятдесят, і всі перекази про її красу перебільшені. По-друге, для початку війни була і більш вагома причина: Троя контролювала вхід у Чорне море, куди не проти були б потрапити грецькі торговці, і пограбувати вельми багату Трою ахейці теж були не проти.

11. Чи вважаєте ви правильним твердження, що Рим упав через власну розпусту й невігластво?

Стереотипна відповідь: так, там усі перебували в розпусті.

Спростування

Стародавній Рим для багатьох є осередком всіляких вад і розпусти. У всякому разі, саме такий висновок можна зробити після перегляду фільмів на кшталт знаменитого «Калігули» Тінто Брасса. Але насправді подібні уявлення про життя Стародавнього Риму — не

що інше, як помилка. «Розваги», властиві верхкам римського суспільства, зовсім не були характерними для всіх жителів Римської імперії. Історики відзначають, що в сексі римляни виявляли певну помірність, вони цінували будинок, сім'ю, традиції, не схвалювали наготи, сексуальних ексцесів, різноманітних збочень.

За результатами гри, викладач влаштовує обговорення:

- ▶ Чи здивували вас правильні відповіді?
- ▶ Чому ви відповідали не правильно? Що вплинуло на вас?
- ▶ Чому зазвичай люди впевнено називають неперевірені факти й наполягають на них?
- ▶ Який ви зробили висновок на основі того, що дізналися нове?
- ▶ Чому не вдалося всім учасникам гри з м'ячем виконати свої обіцянки? Що спонукало гравців дати обіцянки, які вони не виконали?

Висновки:

- ▶ треба завжди сумніватися навіть у тому, що здається загальновідомим, перевіряти факти, перш ніж говорити про них;
- ▶ Завжди треба пам'ятати, що такі почуття, як спрага змагання, прагнення щось комусь довести, часто може бути тим «маятником», який розхитує ваш баланс, почуття реальної самооцінки та внутрішнього спокою й гідності.

Гра «Пік незнання»

Мета гри: допомогти студентам зрозуміти та відчувати закон Даннінга-Крюгера через серію завдань та вікторин, спрямованих на оцінку власних знань та умінь у різних галузях.

Перебіг гри

1. Вибір сфери знань. Гра пропонує студенту декілька питань з галузі знань, яка пов'язана з його майбутньою професією, а також питання з історії, мистецтва та загальної культури.
2. Самооцінка. Перш ніж розпочати, гравець повинен оцінити свій рівень знань у цих галузях за шкалою від 1 до 10.

3. Серія завдань. Гравцеві пропонують пройти серію завдань різної складності. Завдання можуть включати вікторини, логічні завдання, тести з питаннями тимчасово.
4. Фідбек та навчання. Після кожного завдання гравець отримує фідбек щодо правильності відповіді, пояснення, чому ця відповідь правильна чи ні, а також додаткову інформацію з теми питання.
5. Оцінка результатів. Після проходження серії завдань порівнюється початкова самооцінка гравця з його реальними результатами та надається аналіз, що ґрунтується на законі Даннінга–Крюгера.
6. Навчальний момент. У кінці гри гравцям пропонується рефлексія: вони дізнаються про закон Даннінга–Крюгера, як він виявлявся в їхніх відповідях, надаються поради про те, як бути об'єктивнішими в оцінці власних здібностей.

Мінілекція «Історія виникнення феномену»

У 1999 році американські психологи Девід Даннінг і Джастін Крюгер опублікували статтю «Некомпетентні і не знають про це: як труднощі у визнанні власної некомпетентності призводять до підвищеної самооцінки».

Цій статті передував експеримент, який команда дослідників проводила серед студентів: тести на почуття гумору, логічне мислення та граматику. Перш ніж показати учасникам їхні результати, Даннінг та Крюгер попросили їх оцінити свою роботу у відсотках.

У всіх трьох тестах студенти, які показали найнижчі результати (близько 15%), оцінили своє місце на 50% вище, ніж вони набрали насправді. Водночас учасники з найвищими результатами недооцінили себе.

Ефект Даннінга–Крюгера — це когнітивне спотворення, при якому люди переконані, що добре знаються на тій чи іншій сфері, хоча їх знання об'єктивно поверхові. Через цей психологічний феномен вони часто приходять до помилкових висновків і роблять невдалий вибір.

За словами Девіда Даннінга, іронія відкритого ними ефекту полягає в тому, що людям не вистачає знань та інтелекту на те, щоб визнати, що їм не вистачає знань та інтелекту.

Образно цей ефект охарактеризував філософ Бертран Рассел у 1933 році: «Проблема цього світу в тому, що дурні занадто впевнені в собі, а розумні люди сповнені сумнівів».

Слід також пам'ятати, що ефект Даннінга–Крюгера, як і будь-яке когнітивне спотворення, — явище багатостороннє. Його не можна розглядати лише в негативному контексті для характеристики особистості. Таке трактування ефекту буде неповним.

На малюнку ми можемо побачити графік етапів пізнання людини за ефектом Даннінга–Крюгера (зобр. 83).



Зображення 83.

Джерело: <https://coolinfo.in.ua/efekt-danninga-kryugera-chomu-nekompetentni-lyudy-nastilky-samovpevneni/>

На цій кривій відмічені такі відрізки:

«Пік дурості» — людина має низький рівень компетенцій та максимальну впевненість у своїх силах.

«Долина розпачу» — людина відкриває для себе, що вона нічого не знає (при тому що рівень компетентності підвищився).

«Схил просвітлення» — людина накопичує достатню кількість знань, щоб застосувати їх на практиці, спокійно та раціонально ставиться до свого досвіду, але знає, що їй є, куди рости.

«Плато стабільності» — людина стає експертом у своїй галузі, багато процесів доведено до автоматизму, кількість помилок мінімальна.

Ми бачимо, що цей ефект можна й потрібно розглядати як частину процесу навчання, здобуття нових знань та досвіду. Тому його трактування може відрізнятися: хтось наголошуватиме на самовпевненості новачків, так званому «піку дурості», хтось — на наступних етапах пізнання, коли все виявляється зовсім непросто, хтось — на змінах самооцінки при цьому. Коли людина так би мовити застряє на «піку дурості» і не хоче більше розвиватись, тоді ми можемо говорити про те, що вона є заручником цього ефекту. Але коли людина усвідомлює потребу подальшого пізнання та мотивацію до того (на графіку це стан «долина відчаю»), то в цьому випадку ми говоримо про саморозвиток людини й радимо згадати вже відому нам концепцію Девіда Колба про етапи пізнання людини.

Психотерапевти відзначають, що не кожна людина здатна вибратися з пастки, яка називається «ефектом Даннінга-Крюгера». Вони також вказують на причини, які не дають людині вибратися з «піку дурня». Психолог Наталія Коваль вказує на причини такого стану:

- ▶ здібності, закладені природою;
- ▶ нестача знань;
- ▶ виховання та коло спілкування;
- ▶ прогалини в освіті;

- ▶ психологічні особливості, нав'язані ззовні (релігійні догми чи етнічні традиції);
- ▶ відсутність досвіду;
- ▶ завищена самооцінка, що викликана, наприклад, ейфорією від здобуття «престижної» освіти чи захопленими відгуками найближчого оточення.

Тож, помилково вважати, що до впливу ефекту Даннінга-Крюгера схильні лише люди, які не мають достатнього рівня інтелекту. Нерідко, фахівець, який досяг певного рівня в будь-якій галузі, помилково припускає, що подальшого розвитку він більше не потребує.

Джерело: <https://coolinfo.in.ua/efekt-danninga-kryugera-chomu-nekompetentni-lyudy-nastilky-samovpevneni/>.

Практичне завдання

Після мінілекції викладач пропонує студентам знайти практичні приклади, коли ефект Данінга–Крюгера був притаманний тій чи іншій особистості. Приклади можуть бути як із історії, так і з художньої літератури, кіномистецтва тощо.

Додатковий матеріал

Приклад 1. Даннінг та Крюгер ілюструють своє дослідження реальною анекдотичною історією, що сталася в Пітсбурзі у 1995 році. Чоловік пограбував удень два банки й при цьому не використав жодних засобів маскування. Того ж дня грабіжника заарештували та показали йому запис з відеокамер. Шахрай здивувався: «На мені ж був сік!». Він думав, якщо натерти обличчя лимонним соком, розпізнати людину не вдасться — як неможливо розпізнати текст, написаний чорнилом з лимонного соку.

Приклад 2. Можна згадати героїню Меріл Стрін у фільмі «Примадонна» (2016) — Флоренс Фостер Дженкінс. Мільйонерка з Нью-Йорка без слуху та голосу вирішила розпочати кар'єру оперної співачки. Вона стала відомою, причому саме через відсутність музичного слуху. При цьому вона вважала себе неперевершеною вокалісткою.

Приклад 3. Багато людей помилково вважають, що, прочитавши інформацію в інтернеті, можуть ставити собі діагнози за симптомами не гірше за лікаря, інвестувати кошти на біржі не гірше за досвідченого фінансиста або захищати свої інтереси в суді як досвідчений юрист. Не маючи уявлення про всі тонкощі справи, імовірність розвитку ситуації та ризики, новачки часто демонструють упевненість, що «усі зрозуміли» і «знають як краще». Можна згадати статтю Н. Карра «Смерть експертизи», у якій автор акцентує на тому, що в еру інтернету та доступності інформації дуже багато людей вважають себе експертами. Небезпека криється в тому, що вони розповсюджують свої думки, роздуми і інформацію, яка їм здається цікавою та актуальною, таким чином вони забруднюють інформаційний простір шкідливою та небезпечною інформацією. Особливо це небезпечно зараз, під час війни.

Отже, працювати з цією темою та аналізувати цей феномен з точки зору медіаграмотності та критичного мислення вкрай важливо.

Завершення тренінгу

Гра-вікторина «Узагальнимо свої знання»

Група об'єднується в дві команди

Тренер по черзі ставить запитання кожній і дає 30 секунд на формулювання відповіді. Потім група озвучує відповідь, а тренер оцінює її в балах:

3 бали — повна та обґрунтована відповідь;

2 бали — неповна неточна;

1 бал — частково не правильна;

0 — неправильна відповідь.

1. Що таке ефект Даннінга–Крюгера?

Відповідь: ефект Даннінга–Крюгера — це когнітивне спотворення, коли люди з низькими здібностями до виконання завдання переоцінюють свої здібності.

2. Хто відкрив ефект Даннінга–Крюгера?

Відповідь: ефект Даннінга–Крюгера був відкритий психологами Девідом Даннінгом та Джастіном Крюгером у 1999 році.

3. Що викликає ефект Даннінга–Крюгера?

Відповідь: ефект Даннінга–Крюгера виникає через недостатню самосвідомість і нездатність визнати власну некомпетентність.

4. Ефект Даннінга–Крюгера — це погано?

Відповідь: ефект Даннінга–Крюгера може призвести до надмірної самовпевненості, але визнання цього факту може стимулювати навчання та самовдосконалення.

5. Чи можна подолати ефект Даннінга–Крюгера?

Відповідь: так, ефект Даннінга–Крюгера можна подолати, заохочуючи самосвідомість, постійне навчання та отримання зворотного зв'язку.

6. Як ефект Даннінга–Крюгера впливає на робоче місце?

Відповідь: на робочому місці ефект Даннінга–Крюгера може призвести до неправильного прийняття рішень та зниження продуктивності команди.

7. Чи стосується ефект Даннінга–Крюгера розумних людей?

Відповідь: Так, навіть розумні люди можуть стати жертвою ефекту Даннінга–Крюгера у сферах, що знаходяться за межами їхньої компетенції.

8. Чи визнано ефект Даннінга–Крюгера науковцями?

Відповідь: так, ефект Даннінга–Крюгера — це науково визнане когнітивне спотворення, яке широко вивчається в психології.

9. Який ви можете навести реальний приклад ефекту Даннінга–Крюгера?

Відповідь: реальний приклад: людина, яка погано водить машину, але вважає себе чудовим водієм.

10. Як освіта впливає на ефект Даннінга–Крюгера?

Відповідь: освіта може допомогти пом'якшити ефект Даннінга–Крюгера, сприяючи самосвідомості та заохочуючи безперервне навчання.

Тренер підраховує бали, які отримали студенти й оголошує команду-переможця.

Нагороджує призом.

Закінчує заняття викладач з проханням студентів прослухати «Пісню Даннінга–Крюгера» з опери «Некомпетентність» (покликання: <https://www.youtube.com/watch?v=BdnH19KsVVc>).

3.5. МЕДІАГРАМОТНІСТЬ У ПРОЦЕСІ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ «КУЛЬТУРОЛОГІЯ ТА МИСТЕЦТВОЗНАВСТВО»

Метою вивчення навчальної дисципліни «Культурологія та мистецтвознавство» є:

- ▶ ознайомлення з фундаментальними досягненнями української культури та мистецтва;
- ▶ орієнтація на усвідомлення ментальних характеристик української нації;
- ▶ формування системи знань про українську культуру як специфічний та унікальний феномен світової культури;
- ▶ засвоєння навичок аналізу явищ української культури; уміння орієнтуватися в історико-ментальних підґрунтях української культури;
- ▶ уміння проводити критичний аналіз інтерпретації медіатекстів творів мистецтва та розпізнавати пропагандистські наративи кремля з метою дискредитації української нації та культури.

Частина 1. Медіаграмотність та кіномистецтво

Завдання:

1. Складіть список за допомогою чата GPT найвідоміших документальних фільмів про українську культуру, історію та ментальність української нації.

Приклад виконання завдання: <https://chat.openai.com/share/19192465-afaf-4bbd-91c5-85cd953a67d2>

Укр. док. фільми

January 8, 2024



Anonymous

Складіть список документальних фільмів про українську націю та її ментальність



ChatGPT

Звісно, ось декілька документальних фільмів про українську націю та її ментальність, які можуть вас зацікавити:

1. "Зброя для нації" (2015) - фільм про події Революції Гідності в Україні та боротьбу за свободу.
2. "Крим. Неповторна історія" (2017) - розповідає про події на Кримському півострові, зокрема анексію Росією.
3. "Бабусі" (2013) - документальний фільм про стареньких жінок, які вижили Голодомор в Україні.
4. "Серце Карпат" (2018) - про життя та традиції карпатських гірників.
5. "Майдан" (2014) - про протистояння на Майдані Незалежності в 2013-2014 роках.
6. "Україна. Війна за існування" (2015) - фільм про події на сході України, в тому числі про війну в Донбасі.
7. "Гамалія. Золотий вік Київської Русі" (2015) - розкриває історію Київської Русі та роль Києва у становленні сучасної України.
8. "Рідна мова" (2014) - про боротьбу українців за збереження та відновлення української мови.

Це лише кілька прикладів, існує багато інших цікавих документальних фільмів, які висвітлюють різні аспекти історії, культури та сучасності України.

Зображення 84.

Далі викладач пропонує групі об'єднатися в команди. Кожна команда отримує завдання — подивитись документальні фільми та відповісти на запитання.

Процес «Запитання-Відповіді» вибудовуємо на ґрунті методики критичного мислення «Кубик Блума».

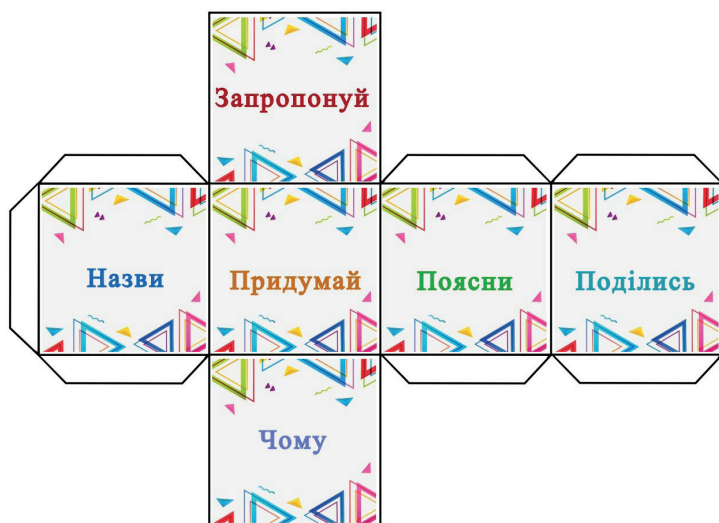
«Кубик Блума» — один з популярних практичних прийомів, що розвиває критичне мислення.

Автор методу — Бенджамін Блум, американський учений та психолог-педагог. Запропонована ним теорія або «таксономія» поділяє

освітні цілі на три блоки: когнітивний, психомоторний та афективний. Простіше кажучи, ці цілі можна позначити блоками «Знаю», «Творю» та «Умію». Тобто студенту пропонують не готове знання, а проблему. А він, використовуючи свій досвід та пізнання, має знайти шляхи вирішення цієї проблеми.

Отже, команди по черзі проводять презентацію документальних фільмів, які вони побачили та відповідають на запитання, які їм ставлять інші команди.

Примітка: викладач-тренер заздалегідь готує кубик Блума:



Зображення 85.

Джерело: <https://naurok.com.ua/post/kubik-bluma-igroviy-metod-dlya-rozvitku-kritichnogo-mislennya>

Підкидуючи до гори цей кубик, команда ставить питання іншій команді.

II. Подивіться документальний фільм “Щедрик проти русско-го мира” на «Суспільне Культура» (<https://www.youtube.com/watch?v=OjQr-IP3Qsk>).

Завдання: зробити запит чату GPT щодо створення анотації до фільму «Щедрик проти русского мира».

 ChatGPT 4 ▾

 You

Зроби, будь ласка анотацію на фільм "Щедрик проти русского мира". Дякую

 ChatGPT

Фільм "Щедрик проти 'русского мира'" розповідає про історичний світовий тур хорової капели під керівництвом Олександра Кошиця, який відбувся у 1918-1924 роках. Цей фільм висвітлює сучасні проблеми, пов'язані з протистоянням культурній експансії та пропаганді Росії, а також з питаннями культурної дипломатії України. Він акцентує увагу на місці українського культурного продукту у світі та його боротьбі за самоідентифікацію [1].

Зображення 86.

Коментар:

— Ми бачимо, що не всю інформацію можна отримати за допомогою штучного інтелекту. Тобто, ми маємо самі вишукувати та аналізувати різні джерела інформації.

Дайте відповіді на питання:

— **Назви** дату виходу цього фільму.

— **Поясни**, чому фільм має таку назву.

— **Поясни** причини того, що Семен Петлюра наполягав на створенні української капели.

III. Подивіться документальний фільм дослідницького проєкту «Код нації» (покликання: <https://www.youtube.com/watch?v=WRLJfioTVcl>).

Дайте відповіді на питання за допомогою кубика Блума:

IV. Подивіться художній фільм О. Довженка «Земля».

Дайте відповіді на запитання:

1. **Назви**, коли відбулася прем'єра фільму «Земля».
2. **Назви** фільми «української трилогії».
3. **Поясни**, чому цей фільм був заборонений у СРСР.

4. **Поясни**, у якій алегорії показана колективізація в цьому фільмі?
5. **Чому** не можна було висловлюватись більш конкретно?
6. **Поділись** своїми думками про те, як вплинула епоха створення фільму на його зміст?
7. **Чому** О. Довженко отримав психічну травму після відгуків критиків фільму?
8. **Придумай**, якщо б цей фільм вийшов у демократичному суспільстві? Як би були показані ті чи інші сцени?
9. **Поясни**, який смисл вклав О. Довженко в сцену сечовипускання у фільмі?
10. **Чому** фільм було знято з показів?
11. **Поділись** своїми думками, чи є фільм пропагандистським чи він відображав реальні події?
12. **Чому** фільм «Земля» був визнаний Національною радою кінокритиків США найкращим іноземним фільмом?
13. **Поділись** інформацією про те, що іноземці думають про фільм «Земля».

Джерело: https://www.bbc.com/ukrainian/entertainment/2015/04/150406_dovzhenko zemlya imdb ko

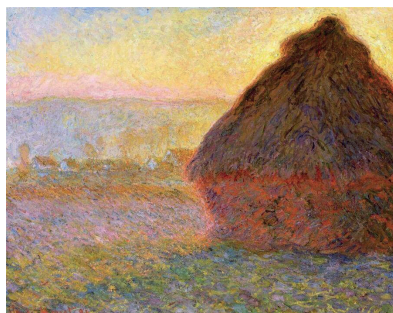
14. **Як** пов'язана доля О. Довженка з Голлівудом?
15. **Назви** дату реабілітації фільму «Земля».
16. **Чому** саме в цей період ця подія відбулася?
17. **Порівняй** оригінальну версію фільму «Земля» з тою, яка була дозволена в прокаті в радянські часи.
18. **Чому** вирізані кадри не ввійшли в дозволена версію?

Джерело: <https://ukrainky.com.ua/zemlya-oleksandra-dovzhenka-10-czika-vyh-faktiv-pro-film/>

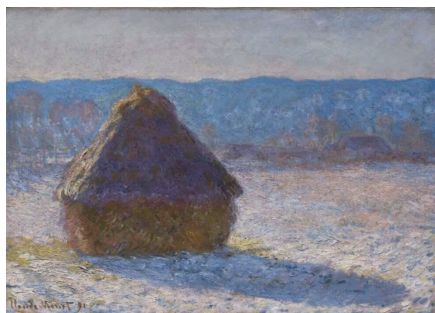
Частина 2. Медіаграмотність та художнє мистецтво

Найбільш благодатний матеріал для формування критичного мислення дає аналіз імпресіонізму. Саме вивчаючи цю тему, викладач може відпрацювати такі навички медіаграмотності як фактчекінг, асоціації з об'єктивністю інформації, розуміння того, що кожна людина, дивлячись на одне й те ж може отримувати для себе різну інформацію тощо. Робота з цією частиною матеріалу також формує у студентів лідерські якості, уміння самостійно думати та толерантно відстоювати свою точку зору.

Викладач показує зображення картин Моне «Стога сіна».



Зображення 87.



Зображення 88.

А далі він розповідає про те, що Моне один і той самий пейзаж зображував десятки разів. У різний час доби. У різні пори року. Щоб показати, наскільки температура та світло можуть змінити той самий вид до невпізнанності.

Так з'явилися незліченні стоги сіна.

А ще зверніть, будь ласка, увагу, що тіні на цих картинах кольорові. А не сірі чи чорні. Це ще один винахід імпресіоністів. Як ці картини пов'язані з медіаграмотністю? Вони формують меседж про те, що об'єктивності інформації не буває. Інформація наче стоги сіна Моне, змінюється з часом, з місцем розташування, з поглядом зору, з настроєм, з тим враженням, яке існує в нас, у споживачів. Наша реакція на інформаційний сигнал визначається не його логічною насиченістю, а тим, у яку структуру він вбудований і як він взаємодіє з нашою соціально-емоційною системою. Як пише Анрі

Канвейлер: «Новий світ народився тоді, коли імпресіоністи написали його».

У зв'язку з цим, треба пам'ятати, що немає причин для пошуків об'єктивності. Ми можемо говорити тільки про збалансованість інформації.

Справді, репортери полюють за правдивою інформацією, але вони вплітають факти в наратив таким чином, щоб запевнити всіх у їхній причинній зумовленості (і у своїй обізнаності).

«Тобто тих, хто перевіряє факти, багато, а ось тих, хто перевіряє інтелект, на жаль, немає», — зауважує Анрі Конфейлер.

(Джерело: <https://www.arts-dnevnik.ru/hudozhniki-impresionisty/>)

Навички фактчекінгу в процесі вивчення курсу

Для того, щоб перевіряти інформацію, не обов'язково бути професійним фактчекером. Достатньо розвивати спостережливість та логічність мислення. Наступний кейс нам продемонструє таку можливість.

Кейс «Загадкова дата створення картини»



Зображення 89. «Враження. Схід сонця» Клод Моне, (1872 рік)

Це знаменита картина «Враження. Схід сонця» Клода Моне, що написана в 1872 році з натури в старому аванпорті Гавра. На картині зображено порт міста Гавр (Франція). Ця картина дала назву художньому напрямку імпресіонізм.

Цікавим є той факт, що в інтернеті в більшості джерел вказується дата написання картини – 1872–1873 рр. Хоча на картині Моне вказав 1872 р. (Див. у лівому нижньому кутку на фрагменті картини).

Виникає питання: навіщо додають ще один рік? Адже художнику видніше, коли він творив свій витвір!

Виявляється, довгі роки мистецтвознавці вважали, що Моне був дещо не в собі, поставивши неправильну дату на картині — документально було відомо, що в порту Гавра (Франція) він був у 1873 році. І лише у 2014 році професор фізики Дональд Олсон довів, що картина була написана все-таки 1872 року, як і вказав Моне.

Звернімося до дослідження техаського астронома Дональда Олсона, який разом з експертами встановив точний день і навіть час написання картини Клода Моне «Враження. Схід сонця» («Impression, soleil levant»). І зробили вони все це заради виставки в Парижі!

(Джерело: https://arhive.com/ru/news/406~Opredelili_den'_rozhdenija_impressionizma_kartine_Mone_astronomicheskiju_tochnost'_k_vystavke).

Дослідження Олсона здається дуже важливим ще й тому, що час створення картини відіграє набагато важливішу роль для імпресіоністів. До них картини писали в студіях, не один день і навіть не один місяць. Так, для порівняння, Гоя писав картину «Портрет сім'ї Карла IV» протягом року. А в цьому випадку ми точно знаємо, що Моне почав малювати картину о 7.35 і закінчив її за 10 хв!

Тобто визначивши термін створення картин, можна говорити також про появу нової техніки, нових технології написання картин.

Отже, проводимо фактчекінг точної дати створення цієї картини. Виявляється, що він писав її швидкими та широкими мазками, з натури, через відчинене вікно свого номера в готелі. Клод Моне поспішав накидати своє швидкоплинне враження від побаченого, поки сонце не зійшло вище й природне світло не заграло по-іншому.

Олсон з колегами, вивчаючи джерела, у тому числі й погодні умови, саме в той час і день дійшли до висновку, що туман, сонце, відтінки води такими, якими вони були 13 листопада 1872 року о 7 годині 35 хвилин. Більше того, Олсон зміг встановити число й навіть час написання картини з точністю до хвилини, проаналізувавши місцезнаходження сонця, можливість заходу великих вітрильників у порт лише під час припливу, напрям вітру (дим) та дані про погодні умови (туман) того часу. Тобто точна дата створення картини була саме 13 листопада 1872 року о 7 годині 35 хвилин.

Сам Моне пізніше зізнавався, що того ранку думав, що пише чергову картину, яку ніхто не купить. Чи міг тоді уявити, що його картина через 100 років коштуватиме кілька десятків мільйонів доларів? Якби знав, вона б такою не вийшла.

Висновок: імпресіонізм — це також медіатекст, який кожна людина читає й сприймає по різному. Причому саме цей напрямок мистецтва красномовно говорить про індивідуальні характеристики та свободу сприйняття кожної людини. Уявіть себе людиною XIX століття. Для вас картина — це акуратно та гладко виписані тіла та предмети. Кожен мазок «захований».

Тому любитель живопису тієї епохи робив простий висновок. Тут все ясно. Мені передали інформацію, я її прийняв. Як азбуку Морзе. А ці намагаються. А ось ці (імпресіоністи) халтурять. Раз мазки видно. І фарби не поєднують. І не хочуть точно передавати дійсність. Але з точки зору медіаграмотності імпресіоністів можна порівняти з багатолінійною моделлю сприйняття інформації. Вони не хочуть копіювати реальний світ за допомогою традиційних методів та лінійно й точно передавати інформацію споживачу. Вони мріють створити свій власний світ сприйняття. А також надають нам, споживачам, свободу інтерпретації та власного відчуття пошуку істини. Саме тому вважають, що імпресіонізм — це школа мистецького лицарства. Він вчить людей бути вільним від канонів, традицій, та стереотипів. Він учить людей самих думати, відчувати та аналізувати. І шукати свій шлях до правди. Хіба це не є медіаграмотністю?

Навчальний посібник

Тетяна Іванова

**МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ТА КРИТИЧНЕ
МИСЛЕННЯ В ПРОЦЕСІ ВИКЛАДАННЯ
ДИСЦИПЛІН КОМУНІКАЦІЙНОГО ЦИКЛУ**

Редагування Наталія Пономаренко

Макетування Андрій Чернявський

Обкладинка Андрій Чернявський

Наклад 200 примірників.

Віддруковано в друкарні ФОП ПАЛИВОДА А. В.
03061, м. Київ, просп. Відрадний, 95 Е;
тел: (044) 351–21–90