

Комунальний вищий навчальний заклад
«Харківська академія неперервної освіти»

Методичний кейс: практичні вправи і прийоми формування інфомедійної грамотності школярів

Інеса Сіваченко, викладач кафедри
виховання й розвитку особистості

Інфомедійна грамотність: для чого?

розуміння видів впливу медіа на людину і суспільство, вміння уникати маніпуляцій;

критично аналізувати медіаповідомлення;

уміння самому створювати медіапродукти;

уміння вести пошук
необхідної інформації;

свідомо сприймати і критично тлумачити інформацію, відділяти реальність від її віртуальної симуляції;

Інфомедійна грамотність: для чого?

уміння здійснювати
правильний вибір медіа;

стати вільними громадянами
демократичного суспільства;

вимога демократичного суспільства;

осмислювати владні стосунки, міфи
і типи контролю, які вони
культивують, причини таких дій;

розуміти структурні елементи, які
впливають на інформацію;

медіаінформаційної грамотності

медіаімунітету особистості

Завдання медіаосвіти: **сприяння формуванню**

рефлексії і критичного мислення

здатності до медіатворчості

спеціалізованих аспектів медіакультури

Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція)

Мотиваційні вправи

Мотиваційні вправи з інфомедійної грамотності (далі - ІМГ) мають продемонструвати учасникам важливість навичок з ІМГ безпосередньо в життєвій практиці, умотивувати для участі в тренінгах і виконання тематичних вправ. Цей тип вправ безпосередньо задіює життєвий досвід учасників і заохочує до вивчення тем і понять інфомедійної грамотності, свідомого і відповідального медіаспоживання, впевненого орієнтування в сучасному інформаційному світі. Мотиваційні вправи можуть виконувати й додаткові функції – знайомства, підводки до теми чи певного містка між темами з ІМГ, а також бути руханками.

Коли і з якою метою людині потрібна чужа думка щодо важливої проблеми?

В Україні винайшли ліки від коронавірусу

«Трава — як панацея!», «Українські вчені винайшли ліки від COVID-19», «Спиртова настоянка врятує світ!» — читаємо в українських ЗМІ.



Oleksandr Grynevych

5 березня · 🌐

...

Хочу повідомити вас про гарну новину (стосується доказової медицини).

Використавши комп'ютерну модель коронавірусу 2019-nCoV, створену китайськими фахівцями, мої колеги (в лютому місяці 2020 року), використовуючи метод докінгу, показали, що діюча речовина ПРОТЕФЛАЗІД, блокує важливий фермент коронавірусу, що може гальмувати розмноження вірусу.

На початку березня 2020 на культурах клітин (з використанням доступного в Україні штаму коронавірусу) показано, що діюча речовина ПРОТЕФЛАЗІД ефективно блокує розмноження коронавірусу. Дослідження продовжуються...

Добавлю також, що сьогодні, на прохання медичної спільноти, в зв'язку з виявленням хворих на коронавірусну інфекцію, доставлено благодійну допомогу у вигляді противірусного препарату з діючою речовиною ПРОТЕФЛАЗІД трьом медичним закладам м. Чернівці для профілактики та лікування гострих респіраторних вірусних інфекцій.



637

29 коментарів 534 поширення

Зазначимо, що наразі в протоколі МОЗ про «Надання медичної допомоги для лікування коронавірусної хвороби (COVID-19)» препарату «Протефлазід» у переліку рекомендованих ліків немає.

Медіаманіпуляції опираються на наявні соціальні потреби людини: розуміння себе та навколишнього світу, підтримки, визнання тощо. Найкраща маніпуляція та, що націлена на найактуальнішу потребу.

Створення та поширення **фейкових цитат** – це вид маніпуляції, де використовуються соціальні потреби та довіра до авторитетів. Фейковими можуть бути автори цитати або ж справжній вислів може спотворюватися неточним відтворенням.

Фейкові цитати можуть бути як досить невинною іронічною забавкою, так і гострою зброєю в інформаційних війнах. Але фейкові цитати, навіть використані з гумористичною метою, у будь-якому випадку створюють інформаційний шум, засмічують інформаційний простір і знижують рівень здатності аудиторії до розпізнавання фейків.

Для розрізнення маніпулятивних впливів потрібні навички фактчекінгу (перевірки) цитат та бажання користуватися достовірною інформацією.

Завдання для учасників: ознайомтеся з коротким матеріалом, перейшовши за покликанням: <https://was.media/microformats/fejкови-citati-cherchillja/>, обговоріть прочитане в чаті.

Хто сказав?

«Освіта – це те, що залишається після того, як забувається все, чого тебе вчили у школі»

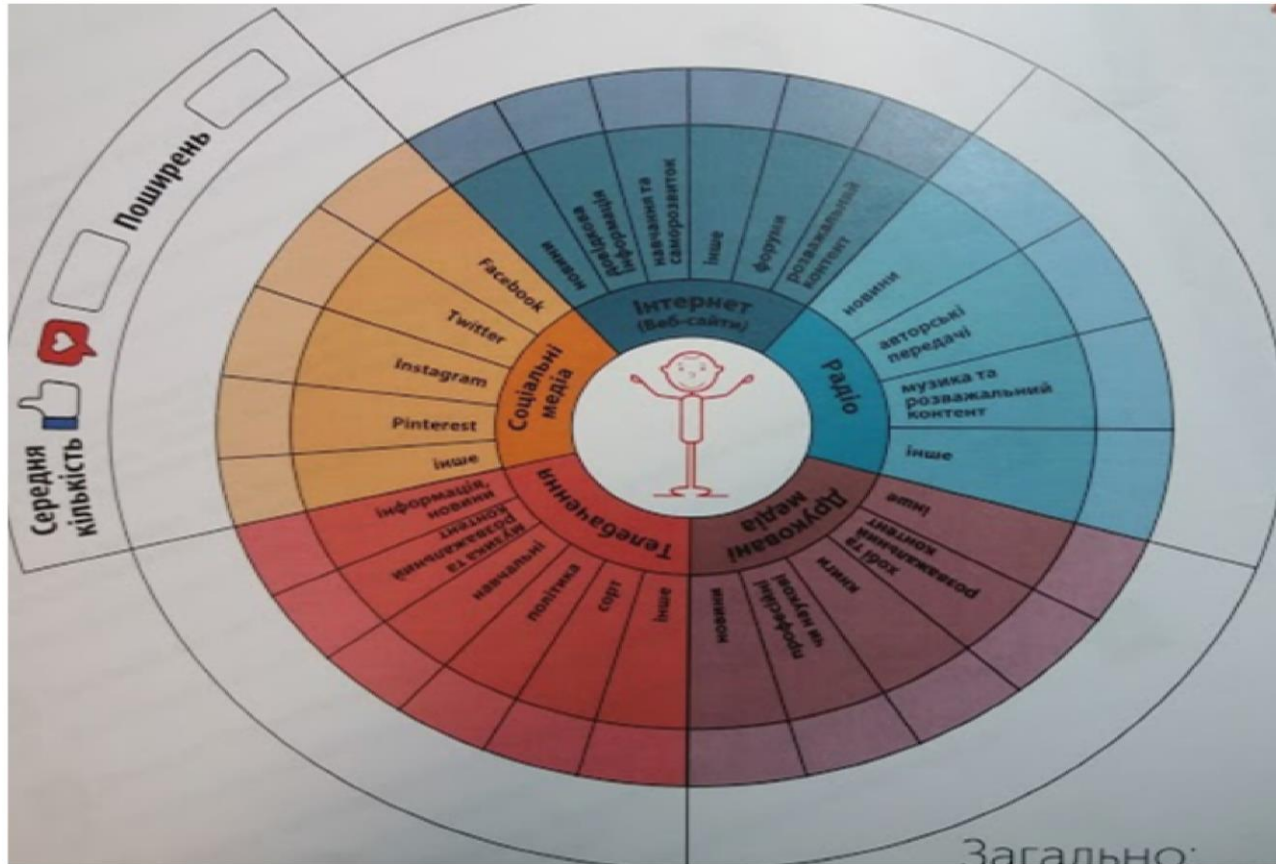
1. Василь Сухомлинський
2. Пабло Пікассо
3. Конфуцій
4. Альберт Ейнштейн

Як ми це зробили?

Тематичні вправи

Завданням **тематичних вправ** з інфомедійної грамотності (ІМГ) є закріплення на практиці знань з основних тем ІМГ, сприяння проведенню теоретичних знань на рівень практичних навичок, що були б задіяні учасниками у професійній діяльності та безпосередньо в життєвій практиці. Фокусувати в завданнях тематичних вправ варто на необхідності застосування аналітичних алгоритмів та різноманітних інструментів перевірки інформації для формування свідомого й відповідального медіаспоживання, впевненого орієнтування в сучасному інформаційному світі.

Вправа «Персональне медіаполе»



Вправа «Інформаційна бульбашка»

Інтернет об'єднав людей з усієї планети й навіть за її межами. А алгоритми соцмереж і пошукових систем – розділили нас на групи за інтересами, вподобаннями, професіями, місцем розташування. Ці групи часто перетинаються в одних точках і віддаляються в інших. Кожен живе у своїй інтернет-реальності.

Завдання для учасників: відкрити стартову сторінку в пошуковикі Google і ввести слово «гольф» або «поло». Тиснемо «пошук» і аналізуємо результати. Вони будуть схожими, але матимуть і відмінності.

ІНФОРМАЦІЙНА БУЛЬБАШКА



Якщо Ви перебуваєте в інформаційній бульбашці, виникає враження, що Ваша точка зору «панує» всюди та весь світ вважає так, як Ви!



Як виникає?



Алгоритми пошукових систем та соціальних мереж підбирають користувачам інформацію, яка їм до вподоби та відповідає їхнім очікуванням, поведінці та реакціям в інтернеті.



РИЗИКИ

- ✓ Ми випускаємо з поля зору інформацію, яка не відповідає нашим вподобанням.
- ✓ Не отримуємо інформацію, що потенційно може розширити наш світогляд, зробити нас більш толерантними, спонукати змінити думку про щось.
- ✓ Маємо хибне враження, що усі навколо думають так, як і ми.

Що ми можемо зробити?

- ✓ Підписатися на кілька сторінок платформ, медіа чи особисті профілі, які поширюють ідеї, що не співпадають з нашими поглядами.
- ✓ Використовувати режим анонімного перегляду, видаляти історію пошуку, чистити кеш*.
- ✓ Перевіряти налаштування акаунтів у соціальних мережах (інформація може збиратися, і на її основі можуть «будуватися» результати пошуку).
- ✓ Бути більш відкритими до різноманітних ідей та аналізувати інформацію.

Кеш - швидкісна пам'ять або частина оперативної пам'яті, де зберігаються копії даних, що часто використовуються





Те саме відбувається з рекламою. Варто нам пошукати щось про телевізори, пральні машини чи смартфони, як Facebook, Instagram, Google, YouTube пропонуватимуть нам рекламу цієї техніки чи подібні товари.

Інформаційні бульбашки спотворюють наше сприйняття реальності. Нам здається, що світ переважно такий, яким ми його бачимо в смартфоні й комп'ютері. А ми хочемо чути й бачити те, з чим ми згодні, що нам подобається. А все, що не вписується в цю картину, – сприймаємо негативно й навіть вороже. Так ми стаємо вразливими до маніпуляцій і фейків, починаємо толерувати мову ворожнечі й агресію щодо тих, хто має іншу думку. У цьому головна небезпека бульбашок.

Щоби уникнути ефекту інформаційної бульбашки, варто іноді читати й дивитися ті канали інформації, де транслюється інша точка зору. Ви можете й далі не погоджуватися з ними, однак тепер знатимете аргументи інших, альтернативні думки та інтерпретації. І в цьому балансі будете загартовувати своє критичне мислення, перевіряти факти, у яких ви раніше були впевнені.

Вправа «Корисні й шкідливі контенти медіаповідомлень»

Інформування

Пропаганда

1. Методом мозкового штурму дайте визначення цим поняттям
2. Запропонуйте учасникам вправу «Два пілоти», обговоріть
3. Перевірте правильність припущень та зробіть відповідні акценти

Вправа «Типи контентів медіаповідомлень»

Україна США Росія Казахстан Білорусь

Вхід для клієнтів:

Стрижки новин

Термінал

Фондовий ринок

interfax-УКРАЇНА
ІНФОРМАЦІЙНЕ АГЕНТСТВО

Прес-центр Про

пошук по

Головна Події Політика Економіка Спорт Медицина Відео Телеком Колонка

СПЕЦТЕМИ: Земля Газ ООС Медреформа Коронавірус Кабмін МН17 Нафта

Події

07:57

22.04.2020

У світі видужали вже понад 670 тис. людей після зараження коронавірусом

1 хв читати

f w in e



Більш 670 тис. осіб одужали в світі за час пандемії після того, як у них був діагностований коронавірус нового типу, свідчать дані на порталі Worldometers, що відстежує ситуацію з COVID-19 у різних країнах.

Згідно з цими даними, лідером за кількістю вилікуваних від коронавірусу є Німеччина. Там одужали за час пандемії 95 тис. людей. За нею йдуть Іспанія (одужали 82 тис.), Китай (77 тис.), США (75 тис.) і Іран (61 тис.).

Наразі в світі все ще хворіють 1,6 млн людей, лише 3% із них перебувають у серйозному або критичному стані.

З моменту спалаху коронавірусу зареєстровано 2,5 млн випадків захворювання.

БЛАГАЮ ТЕБЕ,
НЕ КЕРМУЙ НАПІДПИТКУ!



2



ВМЧАЙ ТЯ РОЗПІЗНАЙ:
інфо-медійна грамотність

3

TA
ST
IT
NE
IL
IN
O

COCA COLA IS THE BEST
SODA AND BEST COME EVER
YOU WILL NEVER BE SORED OF US
WOULD ANYONE GET BORED OF THE BEST
IT IS SOOOO GOOD AND
IT IS SOOOO FRESH
EVERYONE CAN BUY OUR CANS
EVEN WE HELP EVERYONE
THE BEST TO COME
TELL A FRIEND NOW TRY US NOW
AS THE BEST COLD
SODA DRINKING REFRESHING
JUST TRY IT LOVE DISCOVER THE
TASTE IT LOVE DELICIOUS
COCA COLA
WE SPEAK YOUR
LANGUAGE AND TASTE
RICH SMOOTH
TASTE DELICIOUS
LOVE PEOPLE
ALWAYS HERE FOR YOU
A DRINK TELL YOUR NOW

Coca-Cola
TASTE THE FEELING

ПРАКТИЧНІ МАРКЕРИ: ШІСТЬ ТИПІВ КОНТЕНТУ



Вивчай та розрізняй:
інфо-медійна грамотність

ТИП КОНТЕНТУ	НОВИНА	ДУМКА / КОМЕНТАР	РЕКЛАМА	СОЦІАЛЬНА РЕКЛАМА	PR	ПРОПАГАНДА
Чи використовується тут факт або судження?	Як правило факти. Судження, висловлені іншими спікерами, не є думкою автора	Автор (він/вона) висловлює своє судження. Думки можуть підтверджуватися фактами	Судження про те, що вам слід придбати (продукт або послугу)	Судження про те, як вам слід поводитися	Судження про цю компанію	Судження (зазвичай на політичну тему)
З якою метою?	Інформувати	Впливати (на те, у що ти віриш)	Впливати (на вибір при купівлі)	Впливати (на те, як ти поводишся – у власних інтересах або в інтересах суспільства)	Впливати (на те, що ти думаєш про компанію)	Впливати на зміну або ствердження судження (на ваші політичні погляди, політичний вибір, т.д.)
Які емоції, враження, наслідки це викликає?	Допитливість, інтерес, нові знання	Страх, гнів / гордість, стурбованість / заспокоєння	Бажання, радість, стурбованість	Альтруїзм, страх, стурбованість	Позитивні емоції щодо компанії	Гордість, почуття, що ти є частиною цього / злість, ненависть, страх, жаж; бажання діяти
Як це працює (за допомогою, яких механізмів)?	Опис, відображення, порівняння	Аргумент, опис, порівняння, гра на емоціях	Апелювання до бажань, привабливий / вражаючий образ або музика	Апелювання до моральності, симпатії, почуття відповідальності, прагнення до самовдосконалення. Може використовувати техніки комерційної реклами.	Гра на позитивних емоціях, асоціації	Образ, інсинуація, перебільшення, відволікання уваги, погляди авторитетних особистостей, підтасовування фактів, маніпулювання позначеннями та стереотипами, постійне повторювання
Яке його ставлення до предмету?	Нейтральне	Позитивне або негативне	Позитивне.	Позитивне (як у запобіганні, дії з метою вирішення проблеми) та/або негативне (щодо проблеми)	Позитивне	Різно позитивне або негативне
Цей тип контенту є формою:	Інформації	Впливу	Впливу	Впливу	Впливу	Впливу

Досліджуємо візуальні медіатексти.

Скорочений алгоритм дослідження візуальних медіатекстів

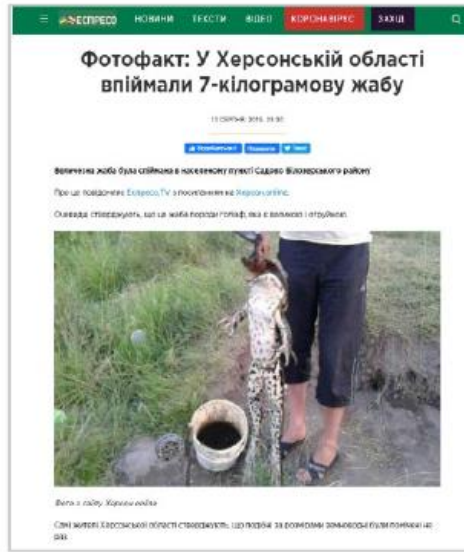
Схема аналізу:

- 1 – уважне сприймання;
- 2 – визначення виду, медіаформату, жанру;
- 3 – інтерпретація змісту та виявлення смислового акценту;
- 4 – визначення: хто? що? кому? з якою метою? повідомляє;
- 5 – виявлення задіяних медіатехнологій;
- 6 – рефлексія на запитання: що особисто тебе «зачіпає»;
- 7 – оцінювання, висновок.

**Спробуйте дослідити медіатекст
(мультфільм, відео, телепередачу тощо)
за поданим алгоритмом**

Маніпуляції з фото

Візуальний контент завжди підсилює ефект маніпуляції і фейку в тексті. Фотографії здатні викликати гострі емоції, а це – одне з головних завдань фейкотворців. Однак, уважно споживаючи медіаконтент і використовуючи різні інструменти перевірки зображень, можна не дозволити ввести себе в оману. І головне – уникнути неправильної реакції на неправдиву або вирвану з контексту інформацію. Тож перед поширенням чергової «сенсації» варто задуматись, чи не є вона вигадкою.



У 2015 році десятки місцевих і всеукраїнських ЗМІ поширили фейк про те, що під Херсоном у с. Садове спіймали жабу вагою 7 кг. У місцевих виданнях новина збирала по кількадесят тисяч переглядів. Першоджерелом стало видання «Типичный Херсон», що неодноразово робило подібні інформаційні «вкиди».

Насправді зображення відредаговане в редакторі. Жаба такого розміру не може вижити в нашому кліматі. Автор фотофейку «приклеїв» жабу до іншого зображення, але забув зменшити розмір гігантського черв'яка, якого помітно в її роті. Крім того, цей самий фейк раніше поширювали видання в інших областях і присвоювали «рекорд» своїм рибакам.

Варто скористатися порадами використання поширених інструментів перевірки фото:

- Google Images;
- Image Edited;
- TinEye;
- Whostolemypictures (для Firefox);
- Fotoforensics (<https://29a.ch/photo-forensics/#error-level-analysis>).

Також варто використовувати інструменти перевірки, які ми застосовуємо й до текстів: пошук додаткової інформації про автора, дату публікації, пошук першоджерела, перегляд коментарів під фото (можливо, хтось уже розвінчав фейк).

Проаналізуйте поради фахівців IREX щодо сприйняття фотоконтенту.

НА ЩО ВАРТО ЗВЕРТАТИ УВАГУ В МАТЕРІАЛАХ З ФОТО



ЕМОЦІЇ

- ? Які емоції викликає фото?
- ? Чи впливає емоційне враження від фото на ваше ставлення до проблеми, чи спонукає до дій?



ДЖЕРЕЛА

- ? Чи вказано джерело, автор фото? Чи є можливість перевірити цю інформацію?



ДОСТОВІРНІСТЬ

- ? Чи відповідає фото змісту тексту; чи пов'язане ілюстративне фото з головним меседжем, з суттю події?
- ? Підпис під фото роз'яснює сутність, повідомляє зміст чи нагнітає емоції?



ПРАВДИВІСТЬ

- ? Чи ви впевнені, що фото зроблене саме там і тоді, як стверджується в тексті чи підписі?
- ? Це фото є репортажним чи постановчим? Чи є в ньому ознаки спеціальної обробки?
- ? Це фото з місця події чи фото-колаж, який видають за реальне?



ЗАПИТАЙТЕ СЕБЕ, КОЛИ ДИВИТЕСЬ ТЕЛЕВІЗОР



ВЛАСНИК

- ? Хто є власником цього каналу ТБ?
- ? Чи просуває інтереси власника поширювана інформація?
- ? Чому це повідомлення саме на цьому каналі і саме зараз?
- ? Чи замовчують на цьому каналі те, про що говорять інші? Кому це вигідно?



КАРТИНКА

- ? Чи відповідає зміст телевізійного сюжету зображенню, текст – картинці, твердження журналіста – тому, що показують? Якщо ні – чому?
- ? Чи ми впевнені, що кадри «з місця події» є саме такими і що час події і телевізійної картини збігаються?
- ? Чи не спотворилась реальна картина події через монтаж?
- ? Хто озвучує думки та твердження героя – сам спікер чи журналіст? Чи є впевненість у тому, що слова героя не перекручені?



ДЖЕРЕЛА

- ? Чи вказані джерела інформації та чи є можливість її перевірити?
- ? Де ще можна почути інформацію про подію, висвітлену на певному каналі ТБ (Інтернет джерела, інші канали)?



ЕМОЦІЇ

- ? Чи апелює телевізійне повідомлення до ваших емоцій?
- ? Для чого нам відкрито показують сильні емоції (сльози, крики, біль, відчай), а деколи ще й занадто детально/довго?
- ? Чому до відео додано музику, шуми та додаткові ефекти?
- ? З якою метою журналіст може тиснути на героїв, нав'язуючи свої судження глядачеві?



ОЧЕВИДЦІ

- ? Чи є впевненість, що вказані очевидці були присутніми на місці події?
- ? Чим діляться з нами очевидці – емоціями та оцінками чи повідомляють факти?



ЕКСПЕРТИ

- ? Чи є телевізійні експерти насправду фахівцями в тих питаннях, які оцінюють та коментують?
- ? Що ми знаємо про них, чи можемо знайти інформацію про цих експертів в інших, не телевізійних, джерелах?



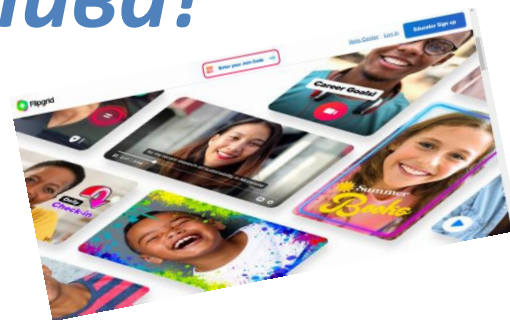
Медіатворчість можлива!

Існує цілий спектр цифрових інструментів, які дозволяють створювати власні інформаційні та медіапродукти. Зокрема, практично будь-який мобільний телефон надає можливість записувати відео, яке дозволяє продемонструвати набуття медіакомпетентностей.

Існують спеціалізовані платформи обміну відеороликами, на яких учні можуть завантажувати свої відеоролики, коментувати їх, дискутувати (наприклад <https://info.flipgrid.com/>).

Окрім відеороликів, об'єктами цифрової творчості учнів можуть бути:

- карти понять (<https://www.mindmeister.com/>);
- комікси (<https://www.storyboardthat.com/>);
- блоги (<https://www.blogger.com/>);
- програми (<https://scratch.mit.edu/>);
- інфографіка (<https://www.canva.com/>);
- анотовані зображення (<https://www.thinglink.com/>) **тощо**.



Цікавим може бути завдання створити уявну сторінку в соціальній мережі для персонажа книги (так званий **Фейкбук** <https://www.classtools.net/FB/home-page>) або переказати сюжет історії, використовуючи емотикони.

← → ↺ classtools.net/_FAKEBOOK/gallery/index.php

Fakebook Gallery (auto-updating daily!)

Use this searchable archive of Fakebooks for inspiration when you [create your own!](#)

Search by Category: [Art And Design](#) | [Biology](#) | [Business Studies](#) | [Chemistry](#) | [Computing](#) | [Design And Technology](#) | [Dramatic Arts](#) | [Geography](#) | [History](#) | [Kings And Queens](#) | [Literature And Language](#) | [And Musicians](#) | [Philosophy And The Mind](#) | [Physics And Mathematics](#) | [Politics And Government](#) | [Religion](#) | [Sport And Leisure](#) | [War And Warfare](#) |

And Government (President, Philanthropist)	Clara Zetkin Politics And Government (Communist, Activist, Women's Rights)	Albert Einstein History (World War) / Physics And Mathematics (Physicist) / Politics And Government (Nazi, President)	Chatelier Chemistry (Chemist) / Design And Technology (Engineer)
Enrico Fermi Art And Design (Architect) / Dramatic Arts (Actor) / History (World War) / Literature And Language (Orator) / Physics And Mathematics (Physicist) / Religion (Jewish)	Emmy Noether History (History) / Physics And Mathematics (Mathematician) / Politics And Government (Nazi) / Religion (Jewish)	Chimpanzee Biology (Genus, Mammal) / Literature And Language (Orator)	Barbara Millicent Roberts Business Studies (Business) / Dramatic Arts (Film, Television) / Literature And Language (Character)
Lyndon Baines Johnson Dramatic Arts (Broadcast) / History (Historian) / Politics And Government (Politician, President, Civil Rights, Political) / War And Warfare (Military)	Richard Iii History (History, Reformation) / Literature And Language (Protagonist, Shakespeare) / Religion (Friar) / War And Warfare (Army, Soldier)	Jane Fonda Art And Design (Drawing) / Dramatic Arts (Actor, Actress, Hollywood, Director, Film, Screen) / Politics And Government (Activist, Feminist, Political)	Elizabeth Taylor Business Studies (Business) / Dramatic Arts (Actress, Cinema, Hollywood, Film, Screen, Television) / Politics And Government (President, Humanitarian)
Sir Sam Hughes History (World War)	Ellen Ripley	Mary Williams Art And Design (Artist)	Sir Isaac Newton History (Revolution) / Literature And Language (Character) (Author) / Philosophy And The Mind (Philosopher) / Physics And Mathematics (Mathematician, Astronomer, Physicist, Planet) / Politics And Government (President, Political) / Religion (Christian, Theologian)
			Elon Musk Art And Design (Architect) / Business Studies (Business, Industrial) / Computing (Computer) / Design

Що робити, коли використання
цифрових та онлайн-технологій
неможливе?

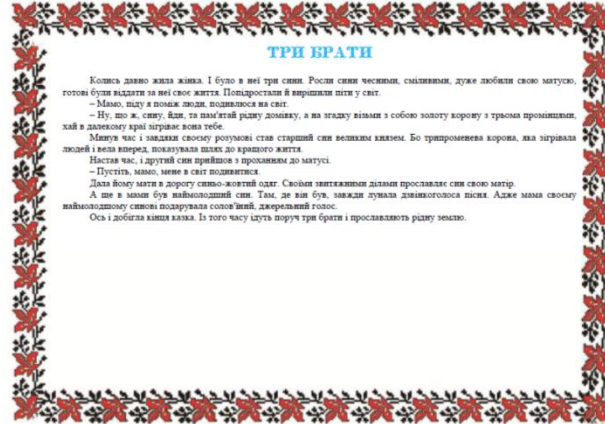
Вправа «Створюємо класну газету РАЗОМ!»



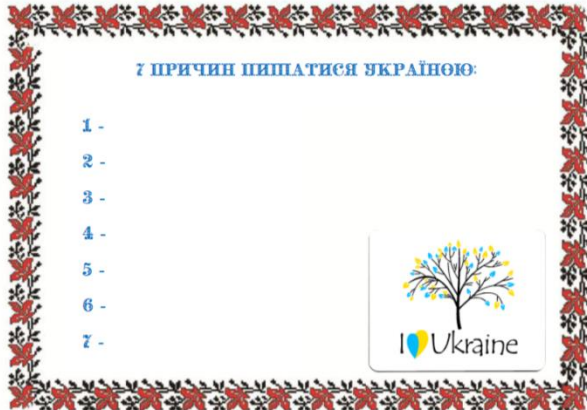
1. Переглядаємо відеоролик https://youtu.be/-nnv1t5a_vl

2. Пропонуємо назву

3. Працюємо в групах. Створюємо власну газету



В дитинстві відкриваєш материк, котрий назветься потім — Батьківщина (Л.Костенко)



Комікси проти булінгу

**Створюючи комікси, можна
вирішувати дуже серйозні
проблеми. Спробуйте!**

Ідея О.Білецької,
адаптована І.Сіваченко

Переглядаємо мультфільм



Включити перегляд

Читання коміксів для новачків

Комікс — послідовність малюнків, зазвичай із короткими текстами, які створюють певну зв'язну розповідь.



Із чого складається комікс

Комікс складається із блоків, які називаються **панелями** і читаються зліва направо та зверху вниз

1

Що я кажу
вголос

3

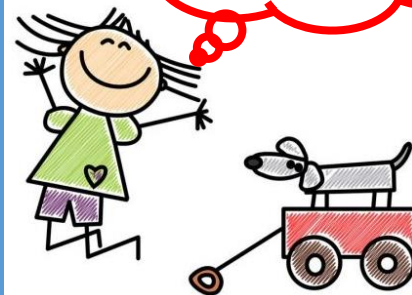


Текст автора
допомагає зрозуміти,
що відбувається

2

Про що я
думаю

4



Створюємо комікс разом

- Розділіть аркуш на 4 панелі
- Прочитайте текст, розділіть його на 3 частини
- Заповніть малюнками і текстом 3 панелі коміксу
- Придумайте закінчення і заповніть відповідними малюнками і текстом завершальну панель
- Презентуйте новий комікс глядачам
- Відсвяткуйте разом!



Вправа «Створюємо медіаклуб»

**Медіаклуб – ефективна форма організації
медіаосвіти і розвитку критичного
мислення школярів**

Медіаклуб – оптимальна організаційна форма реалізації завдань виховання громадянина і патріота.

Формат медіаклубу охоплює:

- *спільний* перегляд;
- *рефлексію* емоцій-почуттів;
- *аналізування* сприйнятого;
- *розгорнуту дискусію*.

Оптимальна **кількість** учасників – 6-15 осіб.





Змістове наповнення занять медіаклубу має відповідати психолого-педагогічним особливостям розвитку аудиторії, цілям і завданням виховання юних громадян.

Медіаформат може охоплювати: художні, документальні, анімаційні фільми, фрагменти телепередач, соціальну рекламу, музичні ролики, фотографію, картинку тощо.



Відбір матеріалу для перегляду здійснюється за такими **критеріями**:

- *Цінність медіапродукту* як засобу пізнання і перетворення дійсності;
- *Соціальна гострота, резонансність* медіапродукції;
- *Класичні та нові* кінематографічні твори;
- *Популярність* певного медіаконтенту серед даної вікової категорії;
- *Індивідуальні уподобання* учасників щодо тематики медіаконтенту.

Підсумкові вправи

Підсумкові вправи мають своїм завданням актуалізувати та узагальнити отримані під час тренінгу знання, зафіксувати навички з інфомедійної грамотності, створити ситуацію успіху в учасників. Це універсальні вправи – вікторини, опитувальники, ігри, які можуть бути застосовані до різних тем з інфомедійної грамотності по закінченню їх опанування учасниками, а також у підсумкових активностях тренінгової програми загалом.



ВИВЧАЙ ТА РОЗРІЗНЯЙ:
інфо-медійна грамотність

ВИДИ МАНІПУЛЯЦІЙ У МЕДІА. ВІКТОРИНА

МОТИВАЦІЙНА ВПРАВА



ТЕМАТИЧНО-ПІДСУМКОВА ВПРАВА



ПІДСУМКОВА ВПРАВА



Матеріали розроблені в рамках проєкту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», що виконується Радою міжнародних наукових досліджень та обмінів (IREX) за підтримки Посольств США та Великої Британії, у партнерстві з Міністерством освіти і науки України та Академією Української преси.

Назвіть найбільш поширені види дезінформації та маніпуляцій

Подивимося, що можуть маніпулятори зробити з одного простого факту

ФАКТ



Курка знесла яйце



МІНІСТЕРСТВО
ОСВІТИ І НАУКИ
УКРАЇНИ



Посольство
Великої Британії
в Україні



Створено командою «Raskrikavanje» для проєкту IREX «Learn to Discern» ("Вивчай та розрізняй"), Сербія
Адаптовано проєктом IREX «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», Україна

ДЕЗІНФОРМАЦІЯ

МАНІПУЛЯЦІЯ ФАКТАМИ

ФЕЙК

ПРОПАГАНДА

ПРИХОВАНА РЕКЛАМА

КЛІКБЕЙТ

ЦЕНзуРА

УПЕРЕДЖЕННЯ



Курка-патріотка: курка знесла яйце на честь національного свята.

ДЕЗІНФОРМАЦІЯ

МАНІПУЛЯЦІЯ ФАКТАМИ

ФЕЙК

ПРОПАГАНДА

ПРИХОВАНА РЕКЛАМА

КЛІКБЕЙТ

ЦЕНзуРА

УПЕРЕДЖЕННЯ

МАНІПУЛЯЦІЯ ФАКТАМИ

Відома та правдива інформація, яка подана так, щоби ввести в оману.



Курка-патріотка: курка знесла яйце на честь національного свята.



МІНІСТЕРСТВО
ОСВІТИ І НАУКИ
УКРАЇНИ



Посольство
Великої Британії
в Україні



Створено командою «Raskrikavanje» для проєкту IREX «Learn to Discern» ("Вивчай та розрізняй"), Сербія
Адаптовано проєктом IREX «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», Україна

ДЕЗІНФОРМАЦІЯ

МАНІПУЛЯЦІЯ ФАКТАМИ

ФЕЙК

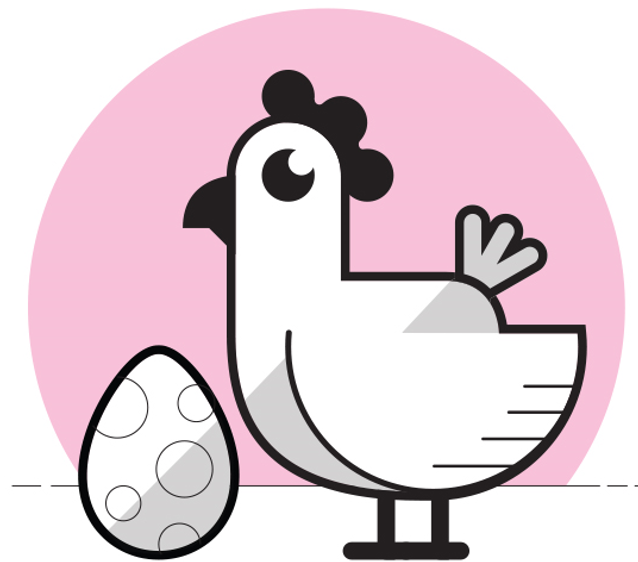
ПРОПАГАНДА

ПРИХОВАНА РЕКЛАМА

КЛІКБЕЙТ

ЦЕНзуРА

УПЕРЕДЖЕННЯ



Кури, яких годують генетично модифікованою їжею, несуть корисніші для здоров'я яйця.

ДЕЗІНФОРМАЦІЯ

МАНІПУЛЯЦІЯ ФАКТАМИ

ФЕЙК

ПРОПАГАНДА

ПРИХОВАНА РЕКЛАМА

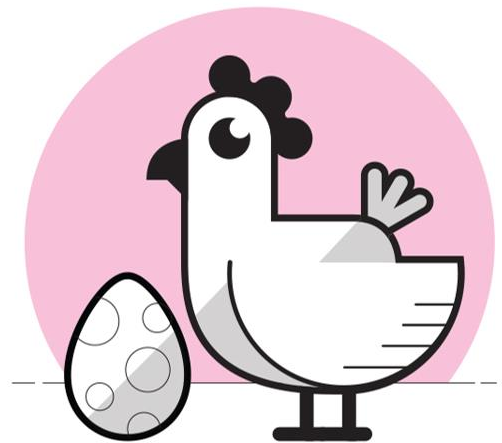
КЛІКБЕЙТ

ЦЕНзуРА

УПЕРЕДЖЕННЯ

ДЕЗІНФОРМАЦІЯ

Поєднання фактів, напівправди та неправди.



Кури, яких годують генетично модифікованою їжею, несуть корисніші для здоров'я яйця.



МІНІСТЕРСТВО
ОСВІТИ І НАУКИ
УКРАЇНИ



Створено командою «Raskrikavanje» для проєкту IREX «Learn to Discern» ("Вивчай та розрізняй"), Сербія
Адаптовано проєктом IREX «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», Україна

ДЕЗІНФОРМАЦІЯ

МАНІПУЛЯЦІЯ ФАКТАМИ

ФЕЙК

ПРОПАГАНДА

ПРИХОВАНА РЕКЛАМА

КЛІКБЕЙТ

ЦЕНзуРА

УПЕРЕДЖЕННЯ



Курка знесла яйце – і з нього вилупилась ящірка.

ДЕЗІНФОРМАЦІЯ

МАНІПУЛЯЦІЯ ФАКТАМИ

ФЕЙК

ПРОПАГАНДА

ПРИХОВАНА РЕКЛАМА

КЛІКБЕЙТ

ЦЕНЗУРА

УПЕРЕДЖЕННЯ

ФЕЙК

Неправдиве твердження, яке часто є повністю вигаданим.
Створене для того, щоб ввести в оману громадськість та
приховати правду.



Курка знесла яйце – і з нього вилупилась ящірка.



Створено командою «Raskrikavanje» для проєкту IREX «Learn to Discern» ("Вивчай та розрізняй"), Сербія
Адаптовано проєктом IREX «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», Україна

ДЕЗІНФОРМАЦІЯ

МАНІПУЛЯЦІЯ ФАКТАМИ

ФЕЙК

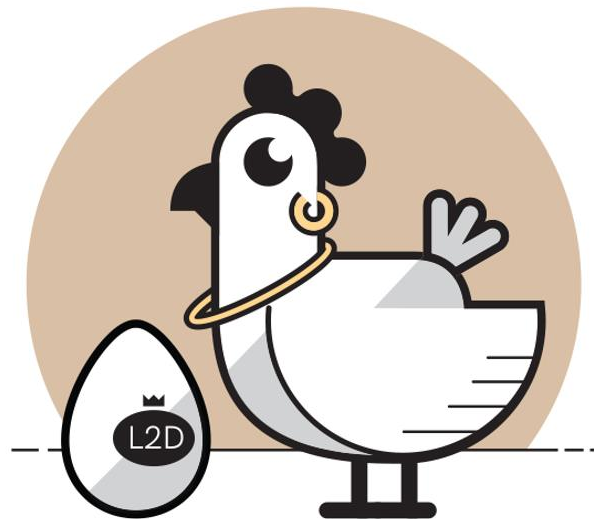
ПРОПАГАНДА

ПРИХОВАНА РЕКЛАМА

КЛІКБЕЙТ

ЦЕНЗУРА

УПЕРЕДЖЕННЯ



Експерти розповідають, що кури з ферми "L2D" є найкращими та несуть найбільше яєць в Україні.

ДЕЗІНФОРМАЦІЯ

МАНІПУЛЯЦІЯ ФАКТАМИ

ФЕЙК

ПРОПАГАНДА

ПРИХОВАНА РЕКЛАМА

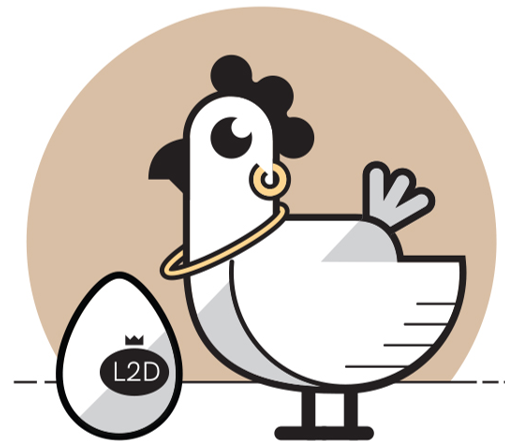
КЛІКБЕЙТ

ЦЕНзуРА

УПЕРЕДЖЕННЯ

ПРИХОВАНА РЕКЛАМА

Реклама, замаскована у редакційний текст.



Експерти розповідають, що кури з ферми "L2D" є найкращими та несуть найбільше яєць в Україні.



МІНІСТЕРСТВО
ОСВІТИ І НАУКИ
УКРАЇНИ



Створено командою «Raskrikavanje» для проекту IREX «Learn to Discern» («Вивчай та розрізняй»), Сербія
Адаптовано проектом IREX «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», Україна

ДЕЗІНФОРМАЦІЯ

МАНІПУЛЯЦІЯ ФАКТАМИ

ФЕЙК

ПРОПАГАНДА

ПРИХОВАНА РЕКЛАМА

КЛІКБЕЙТ

ЦЕНЗУРА

УПЕРЕДЖЕННЯ



*Ворожі іноземні господарства хочуть знищити наших курей!
Підтримуй власного виробника і стань на захист рідних курей!*

ДЕЗІНФОРМАЦІЯ

МАНІПУЛЯЦІЯ ФАКТАМИ

ФЕЙК

ПРОПАГАНДА

ПРИХОВАНА РЕКЛАМА

КЛІКБЕЙТ

ЦЕНзуРА

УПЕРЕДЖЕННЯ

ПРОПАГАНДА

Упереджена чи оманлива інформація, спрямована на поширення певної точки зору та зміни моделей поведінки.



*Ворожі іноземні господарства хочуть знищити наших курей!
Підтримуй власного виробника і стань на захист рідних курей!*



МІНІСТЕРСТВО
ОСВІТИ І НАУКИ
УКРАЇНИ



Посольство
Великої Британії
в Україні



Створено командою «Raskrikavanje» для проєкту IREX «Learn to Discern» («Вивчай та розрізняй»), Сербія
Адаптовано проєктом IREX «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», Україна

ДЕЗІНФОРМАЦІЯ

МАНІПУЛЯЦІЯ ФАКТАМИ

ФЕЙК

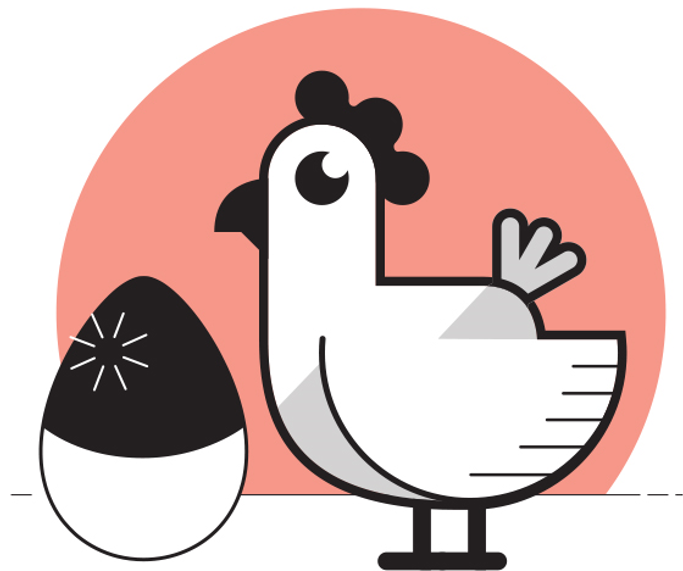
ПРОПАГАНДА

ПРИХОВАНА РЕКЛАМА

КЛІКБЕЙТ

ЦЕНЗУРА

УПЕРЕДЖЕННЯ



Українські кури несуть найкращі яйця в світі.

ДЕЗІНФОРМАЦІЯ

МАНІПУЛЯЦІЯ ФАКТАМИ

ФЕЙК

ПРОПАГАНДА

ПРИХОВАНА РЕКЛАМА

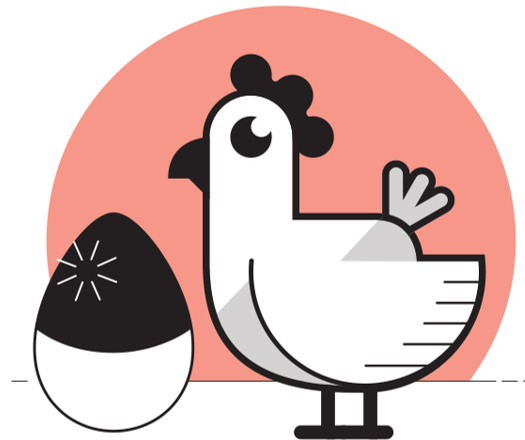
КЛІКБЕЙТ

ЦЕНЗУРА

УПЕРЕДЖЕННЯ

УПЕРЕДЖЕННЯ

Медіаконтент надає перевагу одній точці зору і не показує інші.



Українські кури несуть найкращі яйця в світі.



МІНІСТЕРСТВО
ОСВІТИ І НАУКИ
УКРАЇНИ



Посольство
Великої Британії
в Україні



AMERICAN EMBASSY
KYIV, UKRAINE

Створено командою «Raskrikavanje» для проєкту IREX «Learn to Discern» ("Вивчай та розрізняй"), Сербія
Адаптовано проєктом IREX «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», Україна

ДЕЗІНФОРМАЦІЯ

МАНІПУЛЯЦІЯ ФАКТАМИ

ФЕЙК

ПРОПАГАНДА

ПРИХОВАНА РЕКЛАМА

КЛІКБЕЙТ

ЦЕНзуРА

УПЕРЕДЖЕННЯ



Сенсація! Шок! Ви ніколи не повірите, що зробила ця курка.

ДЕЗІНФОРМАЦІЯ

МАНІПУЛЯЦІЯ ФАКТАМИ

ФЕЙК

ПРОПАГАНДА

ПРИХОВАНА РЕКЛАМА

КЛІКБЕЙТ

ЦЕНзуРА

УПЕРЕДЖЕННЯ

КЛІКБЕЙТ

У статті використовують сенсаційний заголовок для привернення уваги.



Сенсація! Шок! Ви ніколи не повірите, що зробила ця курка.



Створено командою «Raskrikavanje» для проєкту IREX «Learn to Discern» ("Вивчай та розрізняй"), Сербія
Адаптовано проєктом IREX «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», Україна

ДЕЗІНФОРМАЦІЯ

МАНІПУЛЯЦІЯ ФАКТАМИ

ФЕЙК

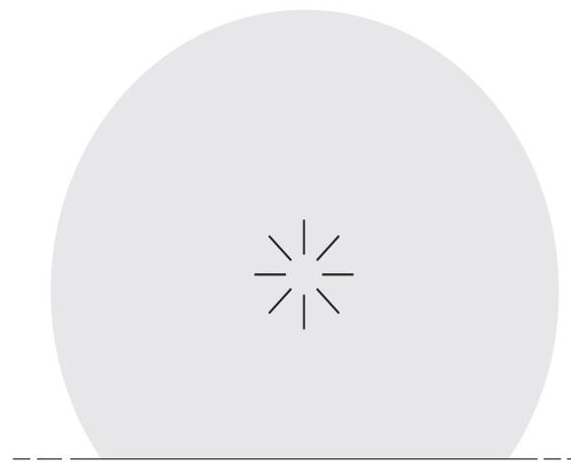
ПРОПАГАНДА

ПРИХОВАНА РЕКЛАМА

КЛІКБЕЙТ

ЦЕНзуРА

УПЕРЕДЖЕННЯ



Курка, яку ми не можемо назвати, зробила те, про що ми не можемо розповісти, але ви про це від нас не чули.

ДЕЗІНФОРМАЦІЯ

МАНІПУЛЯЦІЯ ФАКТАМИ

ФЕЙК

ПРОПАГАНДА

ПРИХОВАНА РЕКЛАМА

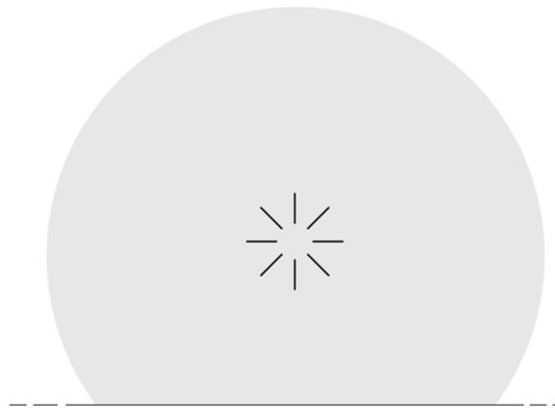
КЛІКБЕЙТ

ЦЕНЗУРА

УПЕРЕДЖЕННЯ

ЦЕНЗУРА

Заборона повідомляти про певні події, людей чи теми.
Редакція видаляє контент без очевидних причин.



Курка, яку ми не можемо назвати, зробила те, про що ми не можемо розповісти, але ви про це від нас не чули.



Створено командою «Raskrikavanje» для проєкту IREX «Learn to Discern» («Вивчай та розрізняй»), Сербія
Адаптовано проєктом IREX «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», Україна

ДЕЗІНФОРМАЦІЯ

МАНІПУЛЯЦІЯ ФАКТАМИ

ФЕЙК

ПРОПАГАНДА

ПРИХОВАНА РЕКЛАМА

КЛІКБЕЙТ

ЦЕНЗУРА

УПЕРЕДЖЕННЯ

МАНІПУЛЯЦІЇ В МЕДІА ЯК ЇХ РОЗПІЗНАТИ



Створено командою «Rasklikavaj» для проєкту IREX «Learn to Discern» («Вивчай та розрізняй»), Сербія
Адаптовано проєктом REX «Вивчай та розрізняй: Інфо-медіа грамотність», Україна

Інфомедійна грамотність: навчання протягом життя?

Інфомедійна грамотність – це знання та навички, які треба розвивати впродовж життя і вдосконалювати весь час. Неможливо «вивчити» матеріал з інфомедійної грамотності один раз і бути впевненим у тому, що це гарантує свідоме і відповідальне медіаспоживання.

По-перше, медіа надзвичайно швидко розвиваються та змінюються.

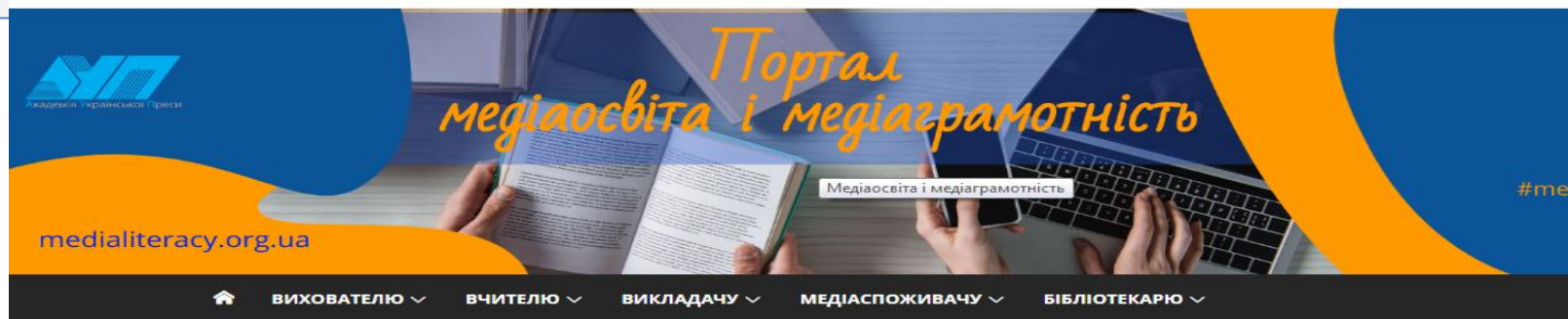
По-друге, інфомедійна грамотність передбачає активну та усвідомлену відповідальність адресата за рівень його медіаспоживання та поширення інформації.

По-третє, ...

Джерела інформації. Цікаво й корисно!

1. Інфомедійна грамотність онлайн: посібник для тренера / за заг. ред. Тараненко О. / Розроблено в рамках проєкту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність». Київ : IREX, 2021. 400 с.
2. Абетка візуальної грамотності / Баликін І., Волошенюк О., Чорний О., Федченко О. / За редакцією Волошенюк О., Іванова В., Євтушенко Р. — Київ : АУП, ЦВП, 2019.
3. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід: навч. посібн. / О.Т.Баришполець, Л.А.Найдьонова, Г.В.Мироненко та ін.; За ред. Л.А.Найдьонової, О.Т.Баришпольця. — К.: Міленіум, 2009.
4. Череповська Н.І. Візуальна медіакультура: розвиток критичного мислення і творчого сприймання. Методичні рекомендації до медіаосвітнього курсу «Медіакультура» для старшокласників загальноосвітніх навчальних закладів. — Київ, 2014
5. Череповська Н.І. Медіакультура та медіаосвіта учнів ЗОШ: візуальна медіакультура. — Київ, 2010
6. <https://www.facebook.com/pg/irexinukraine/posts/>
7. <https://mon.gov.ua/ua/osvita/zagalna-serednya-osvita/protidiya-bulingu/korisni-posilannya-shodo-temi-antibulingu>
8. <https://www.commonsensemedia.org>
9. <http://www.connectsafely.org>
10. <http://mediasmarts.ca>
11. <http://cmch.tv>
12. <http://edukacijamedialna.edu.pl>

- Дізнатися більше про медіаграмотність, а також знайти багато корисних матеріалів і практичних вправ можна на порталі «Медіаосвіта і медіаграмотність»:
<http://medialiteracy.org.ua/>



Абетка української анімації: дерево майстрів

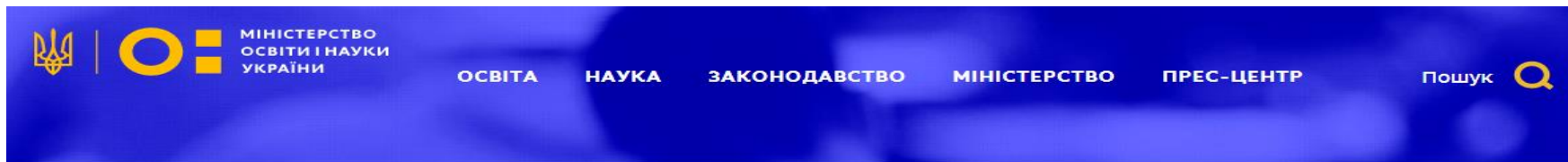
© 01.06.2020 / Рябик Валерія / 0

Подорож за завісу таємничого анімаційного світу продовжується. Сьогодні ми вирішили познайомити вас із українськими майстрами, завдяки яким українська анімація зайняла чільне місце у всесвітньому кінематографі. Серед них: В'ячеслав

Онлайн-гра "Пригоди Літератуса"



- Можуть бути корисними навчальні матеріали «Інфо-медійна грамотність на уроках мистецтва» (а також допоміжний та роздатковий матеріал): <https://mon.gov.ua/ua/osvita/zagalna-serednya-osvita/navchalni-programi-pidruchniki-ta-navchalno-metodichni-posibniki-rekomendovani-mon/info-medijna-gramotnist-na-urokah-mistectva>



[Головна](#) → [Освіта](#) → [Загальна середня освіта](#) → [Навчальні програми, підручники та навчально-методичні посібники, рекомендовані МОН ...](#)

НАВЧАЛЬНІ МАТЕРІАЛИ "ІНФО-МЕДІЙНА ГРАМОТНІСТЬ НА УРОКАХ МИСТЕЦТВА" ДЛЯ УЧНІВ 9 КЛАСУ