

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Національний університет кораблебудування  
імені адмірала Макарова

**Т. М. КОСТИРКО, Т. Д. КОРОЛЬОВА,  
М. С. ЖИГАЛКІНА**

## **ОСНОВИ МЕДІАГРАМОТНОСТІ**

Навчальний посібник

*Рекомендовано Методичною радою НУК*

Миколаїв • НУК • 2019

УДК 373.5.016:070.1](075.8)

К 72

*Автори:* Т. М. Костирко, канд. наук із соц. комунікацій, директор НБ НУК;

Т. Д. Корольова, зав. ЕЧЗ НБ НУК;

М. С. Жигалкіна, головний бібліограф НБ НУК

*Рецензент* Г. В. Шемаєва, д-р наук із соц. комунікацій, професор

*Рекомендовано Методичною радою НУК*

**Костирко Т. М.**

К72 Основи медіаграмотності : навчальний посібник / Т. М. Костирко, Т. Д. Корольова, М. С. Жигалкіна. – Миколаїв : НУК, 2019 – 80 с.

Наведено відомості про методику проведення занять з курсу "Основи медіаграмотності". До кожної теми даються плани занять, рекомендована література, завдання для самостійної роботи, контрольні питання для самоперевірки. Наведено теми залікових рефератів, перелік питань підсумкового контролю, навчально-методичні матеріали, електронні ресурси з дисципліни та основні медіаосвітні терміни.

Призначено для студентів усіх спеціальностей усіх форм навчання.

УДК 373.5.016:070.1](075.8)

© Костирко Т. М., Корольова Т. Д.,  
Жигалкіна М. С., 2019

© Національний університет кораблебудування  
імені адмірала Макарова, 2019

## ПЕРЕДМОВА

У сучасному інформаційному суспільстві засоби масової інформації впливають на життя кожної людини, великою мірою визначають характер поведінки та життєдіяльності людей. Вони проникли в усі сфери сучасного світу, у тому числі й у сферу освіти. Стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій потребує цілеспрямованої підготовки особистості до вмілого і безпечного користування медіаресурсами. На взаємодію з різноманітними медіа (преса, радіо, кіно, телебачення, інтернет) припадає вагома частка в бюджеті вільного часу громадян України, передусім дітей та молоді. Медіа потужно й суперечливо впливають на освіту молодого покоління, часто перетворюючись на провідний чинник його соціалізації, стихійного соціального навчання. Відтак постає гостра потреба в розвитку медіаосвіти, одне з головних завдань якої полягає в запобіганні вразливості молоді людини до медіанасильства і медіаманіпуляцій, втечі від реальності в лабіринти віртуального світу, поширенню медіа-залежностей.

### **Мета і завдання навчальної дисципліни**

**Мета навчальної дисципліни** – підготувати фахівця, здатного кваліфіковано розуміти роль і значення медійного світу в професійному та особистісному житті людини.

Навчальна дисципліна "Основи медіаграмотності" формує комплекс загальних та спеціальних компетентностей, необхідних для формування у студентської молоді механізму критичного мислення та корегування інформації, отриманої через різні види ЗМІ, відпрацювання особистісної системи ціннісних орієнтацій та формування умінь інтерпретації інформації, розуміння її суті, адресної спрямованості, мети інформування.

Серед **загальних компетентностей**, які формуються в процесі вивчення навчальної дисципліни:

- здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу;
- здатність генерувати нові ідеї;
- здатність виявляти роль медіа у формуванні полікультурної картини світу, визначати функції та класифікацію засобів масової інформації за способом передачі інформації і каналами сприйняття;
- здатність аналізувати негативні тенденції, що створюють засоби масової інформації (дезорієнтація особистості, крайній негативізм, надлишковий оптимізм) і позитивні та негативні наслідки застосування медіатехнологій;
- здатність розробляти правила культури спілкування в інформаційному суспільстві та методи захисту від можливих негативних впливів у процесі масової комунікації.

Серед **професійних компетентностей**:

- здатність виявляти маніпулятивний контент медіа, розшифровувати та використовувати закодовану в медіаповідомленнях інформацію;
- здатність оцінювати зміст, форму і стиль аудіовізуальної та друкованої інформації;
- здатність аналізувати явища і процеси в соціально-економічному житті суспільства в минулому та сучасному вимірах;

– здатність використовувати у професійній діяльності набуті знання для уникнення негативних соціальних тенденцій, що створюють засоби масової інформації;

– здатність використовувати аудіовізуальну інформацію для сприйняття світу та взаємодії з соціумом;

– здатність орієнтуватися в сучасному медіапросторі, розуміти основні принципи функціонування різних видів масової інформації;

– здатність розрізняти інформацію за рівнем впливу на особистість, аналізувати й оцінювати медіаповідомлення.

**Очікувані результати навчання** з дисципліни "Основи медіаграмотності":

– володіти знаннями з теорії і практики медіаграмотності, розумінням принципів маніпулювання свідомістю споживачів інформації;

– уміти використовувати засоби медійної грамотності для вирішення експериментальних, практичних і прогностичних завдань у галузі професійної діяльності;

– уміти застосовувати технології та методи медіаграмотності для опрацювання наукової й управлінської інформації;

– використовувати різноманітні медійні технології для організації ефективного спілкування на професійному, науковому та соціальному рівнях на засадах толерантності, діалогу і співробітництва.

**Засобами оцінювання** та демонстрування результатів навчання є: залік, тести і презентації результатів виконаних студентами самостійних завдань.

Формами проведення занять є лекції, самостійні і практичні роботи.

У лекціях передбачено: висвітлити основні теоретичні питання курсу; залучити студентів до кола проблем, які вивчає медіаграмотність; показати можливості використання

медійних знань для осмислення і розуміння найактуальніших проблем сьогодення.

Самостійна робота під керівництвом викладача має на меті: активізувати творчу роботу студентів, спрямовану на самостійність міркувань та формування власної думки щодо медіаграмотності; організувати індивідуальну роботу студентів з науково-методичною літературою та першоджерелами; продемонструвати отримані навички, довести здатність студентів використовувати отримані знання у повсякденному житті та у професійній діяльності; навчити студентів вести дискусію з питань самостійно вивченої теми.

## **ТЕМА 1. ВСТУП ДО МЕДІАОСВІТИ ТА МЕДІАГРАМОТНОСТІ**

**Тема 1.1. Місце і роль медіа та медіаосвіти у сучасному світі. Основні історичні етапи розвитку медіаосвіти.**

### **АУДИТОРНА РОБОТА**

Медіаосвіта та медіаграмотність як освітні категорії. Суспільне значення медіаосвіти. Історія розвитку медіаосвіти. Народження мас-медіа (друкарський верстат І. Гутенберга). Короткий огляд розвитку преси, фотографії, звукозапису, кінематографа, радіо, телебачення, відео, Інтернету. Преса і фотографія ХІХ і ХХ століття: порівняльний аналіз тенденцій. Особливості сучасної соціокультурної ситуації (інтенсивний розвиток звукозорових засобів інформації, комп'ютерної техніки, ринкового кіновідеопрокату, кабельного, ефірного, супутникового телебачення, відео, DVD, ІМАХ, Інтернету та ін.). Специфіка спілкування, контакту аудиторії з мас-медіа та роль в цьому процесі феномена масової (популярної) культури. Медіаосвіта в сучасному світі та її вплив на розвиток особистості. Зв'язок медіаосвіти з іншими науками. Медіаосвіта на матеріалах преси, фотографії та кіно в 20-х роках ХХ століття. Криза медіаосвіти в епоху сталінського тоталітаризму

в 30–50-х роках ХХ століття. Відродження медіаосвіти в епоху "Відлиги" лібералізації (1956–1968 рр.). Розвиток "естетичного підходу" в медіаосвіті в 70–80-ті роки. Новий імпульс розвитку медіаосвіти кінця 80-х–початку 90-х років ХХ століття. Сучасні тенденції медіаосвіти в Україні.

Сучасний стан медіаосвіти у провідних країнах світу: США, Канаді, Японії, Австралії, Великобританії, Франції, Німеччині та ін. Тенденція інтеграції медіа (преса, кінематограф, телебачення, Інтернет та ін.). Подальший розвиток комплексних концепцій у медіапедагогіці. Проведення низки значних конференцій з медіаосвіти під егідою ЮНЕСКО, Ради Європи та Європейського Союзу. Збільшення накладів медіаосвітньої літератури. Інтенсивний розвиток медіаосвітнього руху в Європі, Азії, Африці та Латинській Америці. Синтез медіаосвіти, інтернет-освіти і дистанційної освіти – характерна риса сучасних науково-дослідницьких та навчальних проєктів.

#### РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Іванов, В. Медіаосвіта та медіаграмотність: короткий огляд / В. Іванов, О. Волошенюк, Л. Кульчинська. – Київ : АУП, 2011. – 58 с.
2. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні : схвалена постановою Президії Національної академії педагогічних наук України від 20.05.2010 р. ; протокол №1-776-150. – 15 с.
3. Кириллова, Н. Б. Медіакультура: теорія, історія, практика : учеб. пособие / Н. Б. Кириллова. – Москва : Академ. проєкт, 2008. – 496 с.
4. Медіакультура: соціально-психологічний підхід / за ред. Л. А. Найдьонової, О. Т. Баришпольця. – Київ : Міленіум, 2010. – 440 с.



5. Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник для студ. пед. коледжів / ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк ; за наук. ред. В. В. Різуна. – Київ : Центр Вільної Преси, 2014. – 431 с.

6. Публіцистика. Масова комунікація : медіа-енциклопедія / за ред. В. Ф. Іванова. – Київ : АУП, 2007. – 780 с.

7. Федоров, А. В. Терминологія медіаобразования / А. В. Федоров // Искусство и образование. – 2000. – № 2. – С. 33–38.

### ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

*Завдання 1.* Підготуйте доповіді за темами:

"Концепція впровадження медіаосвіти в Україні в редакції 2016 року";

"Досвід розвитку медіаосвіти в зарубіжних країнах";

"Роль ЮНЕСКО, Ради Європи в розвитку медіаосвіти".

*Завдання 2.* Підготуйте есе на тему "Історія розвитку медіаосвіти: від І. Гутенберга до нейронету".

*Завдання 3.* Проаналізуйте зв'язок медіаосвіти з іншими науками, наприклад із соціальною педагогікою.

### ПИТАННЯ ДЛЯ КОНТРОЛЮ ТА САМОПЕРЕВІРКИ ЗНАТЬ

1. Що таке медіаосвіта, які її цілі та завдання, роль і місце в сучасному світі?

2. Які основні напрямки медіаосвіти?

3. Розкрийте зв'язок медіаосвіти з іншими науками.

4. З якими труднощами і проблемами стикається розвиток медіаосвіти в зарубіжних країнах?

5. Які відмінності конкретних етапів розвитку медіаосвіти в провідних зарубіжних країнах (Франція, Великобританія, Німеччина, США, Канада, Австралія та ін.)?

## **Тема 1.2. Основні терміни, теорії, ключові концепції, напрямки медіаосвіти.**

### **АУДИТОРНА РОБОТА**

Основні поняття медіа та медіаосвіти. Медіаосвіта. Медіапедагогіка. Медіаграмотність. Медіакомпетентність. Медіатекст. Категорія медіа. Технологія медіа. Мова медіа. Критичне мислення. Медіасприйняття.

Види медіа (преса, телебачення, кінематограф, відео, звукозапис, радіо, інтернет). Документальні медіатексти (репортаж, нарис, портрет, інтерв'ю, публіцистика, кінотелехроніка та ін.), їх цілі, завдання, функції. Науково-популярні медіатексти: популяризація наукових ідей. Просвітницька та пізнавальна функція науково-популярних медіатекстів. Навчальні медіатексти: відсутність популяризації, розрахунок на професійну специфіку аудиторії. Ігрові медіатексти (фільми, телепередачі, відеокліпи, їх специфіка, тематичне різноманіття та ін.). Анімаційні медіатексти (мальовані, об'ємні, аплікаційні, силуетні та ін.), їх роль, завдання, функції. Міжвидові зв'язки та синтез видів медіа. Зв'язок жанрів аудіовізуальних медіа з жанрами літератури і театру. Специфіка жанрів ігрових екранних мистецтв (трагедія, драма, мелодрама, комедія, детектив, трилер, мюзикл, ревію та ін.). Поняття видовищності жанру. Синтез жанрів – характерне явище сучасної медіакультури. Умовність жанрових поділів.

Теорії медіаосвіти. "Ін'екційна" теорія, захисна теорія, ідеологічна теорія, культурологічна теорія, семіотична теорія, теорія розвитку критичного мислення, практична теорія, естетична теорія, соціокультурна теорія та інші теорії медіаосвіти. Їх вплив і поширення в різних країнах.

### РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Кириллова, Н. Б. Медіакультура: теорія, історія, практика : учеб. пособие / Н. Б. Кириллова. – Москва : Академ. проект, 2008. – 496 с.
2. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід : навч.-метод. зб. / О. Т. Баришполец, Л. А. Найдьонова, Г. В. Мироненко та ін. ; за ред. Л. А. Найдьонової, О. Т. Баришпольця. – Київ : Міленіум, 2009. – 440 с.
3. Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник для студ. пед. коледжів / ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк ; за наук. ред. В. В. Різуна. – Київ : Центр Вільної Преси, 2014. – 431 с.
4. Онкович, Г. В. Медіаосвітні технології і компетентнісний підхід / Г. В. Онкович // Матеріали методологічного семінару "Реалізація європейського досвіду компетентнісного підходу у вищій школі України". – Київ : Пед. думка, 2009. – С. 206–217.
5. Почепцов, Г. Г. Медіа: теорія масових комунікацій : навч. посіб. для студ. і асп. / Г. Г. Почепцов. – Київ : Альтпрес, 2008. – 403 с.
6. Федоров, А. В. Терминологія медіаобразования / А. В. Федоров // Искусство и образование. – 2000. – № 2. – С. 33–38.

### ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

*Завдання 1.* Дослідження медіаосвітніх термінів і понять. Знайдіть у мережі Інтернет сайти з медіаосвітньої тематики. На цих сайтах знайдіть тексти, в яких є медіаосвітня термінологія. Зробіть веббіографічний список 15 ключових термінів і понять із обов'язковим зазначенням адреси сайту.

*Завдання 2.* Дослідження і порівняння дефініцій медіаосвіти. На інтернет-сайтах знайдіть декілька визначень одного і тогож поняття (наприклад, медіаосвіта, медіаграмотність,

медіакультура) у трактуванні різних авторів. Прокоментуйте ці визначення. Спробуйте запропонувати своє.

*Завдання 3.* Порівняйте сучасні концепції медіаосвіти (мета, завдання, засоби тощо).

### КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ

1. Що таке "медіаосвіта", у чому полягає її мета?
2. Дайте визначення "медіаграмотності", чим вона відрізняється від медіаосвіти?
3. Яке головне завдання медіаграмотності?
4. Назвіть основні теорії медіаосвіти.
5. Чи можливий синтез теорій медіаосвіти?
6. У чому недоліки практичної теорії медіаосвіти?

### **Тема 1.3. Розвиток інформаційного суспільства. Цифрова нерівність.**

#### АУДИТОРНА РОБОТА

Інформаційне суспільство як життєвий світ сучасної людини. Поняття інформаційної ери. Підходи до визначення сутності інформації. Окінавська хартія глобального інформаційного суспільства. Основні характеристики інформаційного суспільства. Людина в інформаційному суспільстві. Інформаційне суспільство як життєвий світ сучасної людини. Підходи до визначення сутності інформації. Інформаційна культура. Світоглядна компонента інформаційної культури. Основні засади інформаційної політики. Сутність і зміст інформаційної політики. Інформаційна війна. Інформаційна безпека. Інформаційний простір. Функції інформаційного простору. Соціальні рамки інформаційного суспільства. Ступінь і перспективи розбудови інформаційного суспільства в Україні. Цілі

та напрями прискореного розвитку інформаційного суспільства в Україні.

Феномен залежності успіху людини від її ставлення до комп'ютерної і телекомунікаційної революції (Digital Divide). Загальна характеристика поняття "цифрова нерівність". Причини появи та засоби усунення нерівності. Інформаційна нерівність як соціальна проблема. Електронне врядування: досягнення і перспективи. Досвід провідних країн світу з наведення мостів над "цифровою прірвою".

#### РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Арістова, І. В. Державна інформаційна політика: організаційно-правові аспекти / І. В. Арістова ; за заг. ред. О. М. Бандурки. – Харків : Ун-т внутрішніх справ, 2000. – 386 с.

2. Декларація принципів "Построение информационного общества – глобальная задача в новом тысячелетии" [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/995\\_c57](http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/995_c57).

3. Декларація тисячоліття Організації Об'єднаних Націй (Електронний ресурс). – Режим доступу : [http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995\\_621](http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995_621).

4. Зернецька, О. В. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини / О. В. Зернецька. – Київ : Освіта, 1999. – 352 с.

5. Іванов, В. Ф. Публіцистика. Масова комунікація : медіа-енциклопедія / за ред. В. Ф. Іванова. – Київ : АУП, 2007. – 780 с.

6. Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник для студ. пед. коледжів / ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк ; за наук. ред. В. В. Різуна. – Київ : Центр Вільної Преси, 2014. – 431 с.

7. Основні теорії масової комунікації і журналістики : навч. посібник / за наук. ред. В. В. Різуна – Київ : Центр Вільної Преси, 2010. – 258 с.

8. Різун, В. В. Теорія масової комунікації : підручник для студ. галузі 0303 "Журналістика та інформація" / В. В. Різун. – Київ : Просвіта, 2008. – 260 с.

9. Социальные коммуникации (теория, методология, деятельность) : словарь-справочник / сост. В. А. Ильганаева. – Харьков : КП "Городская типография", 2009. – 392 с.

## ЗАВАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

*Завдання 1.* Дослідження медіаосвітніх термінів і понять. Дайте визначення таких понять:

- 1) інформаційна нерівність;
- 2) цифрова нерівність;
- 3) цифровий бар'єр.

*Завдання 2.* Проаналізуйте Декларацію тисячоліття Організації Об'єднаних Націй ([http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995\\_621](http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995_621)) і Декларацію принципів "Построение информационного общества – глобальная задача в новом тысячелетии" ([http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/995\\_c57](http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/995_c57)) та дайте відповіді на питання:

1. Назвіть основні цілі розвитку, описані в Декларації тисячоліття.
2. Що становить основу розвитку, ініціативності та благополуччя людської особистості?
3. Які перспективи для жінок відкриває розвиток ІКТ?
4. Назвіть основні принципи інформаційного суспільства для всіх.

*Завдання 3.* Проаналізуйте поняття "дискримінація", "цифрова нерівність", "інформаційний бар'єр", "шовінізм", "соціальна нерівність". У чому полягає їхня спільність та відмінність? За допомогою спеціального програмного забезпечення (Mindomo, MindMeister, SpiderScribe та ін.) створіть ментальну карту з цими поняттями.

**ПИТАННЯ ДЛЯ КОНТРОЛЮ  
ТА САМОПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ**

1. У чому полягає сутність і зміст інформаційної політики?
2. Назвіть основні характеристики інформаційного суспільства.
3. Наведіть приклади широкого використання нових інформаційних технологій у повсякденному житті.
4. Перелічіть та проаналізуйте документи, що регламентують розвиток нового інформаційного суспільства.
5. Що таке інформаційна нерівність?

**Тема 1.4. Поняття про масову комунікацію.  
Соціальна інформація та медіапотреби особистості.**

Когнітивно-інституційний підхід до масової комунікації. Функції мас-медіа в умовах інформаційного суспільства. Поняття інформації. Атрибутивний і функціональний підходи до природи інформації. Соціальна інформація та її властивості. Основні характеристики соціальної інформації. Інформація в журналістиці. Найхарактерніші ознаки масової комунікації. Текст та інші носії інформації в мас-медіа. Поняття "комунікація". Спілкування та комунікація. Класифікації комунікації. Визначення поняття "масова комунікація". Поняття про мас-медіа: теоретичні й історичні аспекти. Властивості мас-медіа. Вивчення ефектів масової комунікації. Теорія когнітивного дисонансу Л. Фестінгера. Теорія користі та задоволення. Теорія навчання і теорія пізнання. Структурно-функціональний підхід. Схема AGIL Т. Парсонса. Поняття дисфункцій та нефункцій за Р. Мертоном. Функціоналістська теорія масової комунікації Г. Д. Лассвелла. Теорія стереотипів В. Ліппманна.

Концепція двоступеневого потоку П. Лазарсфельда. Феноменологічна теорія Дж. Клеппера.

Теорія спіралі мовчання німецької дослідниці, соціолога Е. Ноель-Нойманн. Теоретичні основи свободи преси. "Аре-опагетика (промова до англійського парламенту про свободу друку)" (1644 р.) Дж. Мільтона. Трактат "Про свободу" (1859 р.) Дж. Мілля. Теорія порядку денного М. Мак-Кобса і Д. Шоу. Теорія гейткіперів К. Левіна. Характеристика типів соціальної інформації за критерієм істинності. Медіапотреби особистості. Аналіз типів соціальної інформації.

#### РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Вайшенберг, З. Журналістика та медіа : довідник / З. Вайшенберг, Г. Й. Кляйнштойбер, Б. Пьорксен ; пер. з нім. П. Демешко, К. Макеєв ; за ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. – Київ : Центр Вільної Преси : Академія Української Преси, 2011. – 529 с.

2. Зернецька, О. В. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини / О. В. Зернецька. – Київ : Освіта, 1999. – 352 с.

3. Зражевська, Н. І. Масова комунікація і культура : лекції / Н. І. Зражевська. – Черкаси : Брама–Україна, 2006. – 172 с.

4. Иванов, В. Ф. Аспекты массовой коммуникации : монография. Ч. I. Информация и коммуникация / В. Ф. Иванов. – Киев : ЦВП, 2009. – 190 с.

5. Иванов, В. Ф. Аспекты массовой коммуникации : монография. Ч. II. Массовая коммуникация / В. Ф. Иванов. – Киев : ЦВП, 2009. – 109 с.

6. Иванов, В. Ф. Аспекты массовой коммуникации : монография. Ч. III. Теории и модели массовой коммуникации / В. Ф. Иванов. – Киев : ЦВП, 2009. – 330 с.



7. Іванов, В. Ф. Публіцистика. Масова комунікація : медіа-енциклопедія / за заг. ред. В. Ф. Іванова. – Київ : АУП: ЦВП, 2007. – 780 с.

8. Медіакультура особистості : соціально-психологічний навч.-метод. посібник / О. Т. Баришполець О. Є. Голубева, Н. В. Климчук та ін. ; за ред. Л. А. Найдьонової, О. Т. Баришпольця. – Київ : Міленіум, 2009. – 440 с.

9. Різун, В. В. Теорія масової комунікації : підручник для студ. галузі 0303 "Журналістика та інформація" / В. В. Різун. – Київ : Просвіта, 2008. – 260 с.

### ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

*Завдання 1.* Підготуйте есе на одну з тем:

"Масова комунікація як культурна складова розвитку суспільства";

"Історична еволюція засобів масової комунікації";

"Соціологія масової комунікації у західній науці";

"Соціологія масової комунікації у вітчизняній науці".

*Завдання 2.* Розкрийте структуру типового комунікативного процесу та спробуйте самостійно зобразити її графічно, охарактеризуйте основні ланки системи та етапи процесу комунікації.

### ПИТАННЯ ДЛЯ КОНТРОЛЮ ТА САМОПЕРЕВІРКИ ЗНАТЬ

1. Дайте визначення масової комунікації. У чому полягає її соціальна природа?
2. Як можна визначити поняття "інформація"?
3. Що таке комунікації? Які є види комунікації?
4. Які фази пройшло дослідження ефектів медійного впливу?
5. У чому полягає теорія когнітивного дисонансу?
6. У чому сутність гейткіпінгу?

**Тема 1.5. Правові основи функціонування медіа у суспільстві. Авторське право та суміжні права у медіапросторі. Професійні стандарти в медіа та маніпулювання при їх порушенні.**

**АУДИТОРНА РОБОТА**

Правове й етичне регулювання діяльності медіа в Україні. Законодавча база діяльності медіа в Україні. Авторське право та суміжні права в медіапросторі. Еволюція уявлень про інтелектуальну власність. Поняття "інтелектуальна власність". Інтелектуальна власність як результат людської творчості, цілеспрямованої інтелектуальної діяльності.

Основні етапи розвитку авторського права та суміжних прав у медіапросторі – форми порушення та механізм захисту. Статут Марії Тюдор. Статут королеви Анни. Розвиток авторського права у Великій Британії та США у XVIII–XIX ст. Бернська конвенція. Загальна декларація прав людини. Розвиток авторського права у XX ст. Захист авторського права в інтернет-просторі. Суміжні права як об'єкти правового захисту. Конвенція про охорону інтересів виробників фонограм.

Авторські та суміжні права в Україні. Цивільний кодекс України. Закон України "Про авторське право і суміжні права". Захист особистих немайнових і майнових прав суб'єктами авторського права та/або суміжних прав в Україні.

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

**РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА**

1. Базилевич, В. Д. Інтелектуальна власність : підручник / В. Д. Базилевич. – 2-ге вид., стер. – Київ : Знання, 2008. – 431 с.

2. Драпак, Г. Основи інтелектуальної власності : навч. посібник / Г. Драпак, М. Скиба. – Київ : Кондор, 2007. – 156 с.
3. Иванов, В. Ф. Аспекты массовой коммуникации : монография. Ч. I. Информация и коммуникация / В. Ф. Иванов. – Киев : ЦВП, 2009. – 190 с.
4. Иванов, В. Ф. Аспекты массовой коммуникации : монография. Ч. II. Массовая коммуникация / В. Ф. Иванов. – Киев : ЦВП, 2009. – 109 с.
5. Иванов, В. Ф. Аспекты массовой коммуникации : монография. Ч. III. Теории и модели массовой коммуникации / В. Ф. Иванов. – Киев : ЦВП, 2009. – 330 с.
6. Иванов, В. Журналістська етика / В. Иванов, В. Сердюк. – 3-є вид., випр. – Київ : Вид.-полігр. центр "Київ. ун-т", 2008. – 224 с.
7. Мікульонок, І. О. Основи інтелектуальної власності : навч. посібник / І. О. Мікульонок. – Київ : Ліра-К : Політехніка, 2008. – 232 с.
8. Публіцистика. Масова комунікація : медіа-енциклопедія / за ред. В. Ф. Иванова. – Київ : АУП : ЦВП, 2007. – 780 с.

### ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

*Завдання 1.* Підготуйте доповідь "Як порушення авторського права та суміжних прав в Україні шкодять авторитету нашої країни в очах міжнародної спільноти".

*Завдання 2.* Підготуйте доповідь "Усні твори як об'єкти авторського права".

*Завдання 3.* Інтелектуальна власність: тестові завдання. Виберіть правильні відповіді з наведених нижче.

1. Свобода літературної, художньої, наукової і технічної творчості – це можливість особи на власний розсуд та відповідно до своїх можливостей визначати:

- а) напрям творчості;

б) сферу творчості;

в) зміст творчості;

г) форму творчості.

2. Майнові права на об'єкти інтелектуальної власності:

а) є товаром;

б) є об'єктом цивільного обігу;

в) можуть відчужуватися від їх суб'єкта.

3. До об'єктів права інтелектуальної власності належать:

а) літературні та художні твори;

б) комп'ютерні програми;

в) технічні відкриття;

г) винаходи, корисні моделі, промислові зразки;

д) комерційні таємниці.

4. Термін дії патенту України на винахід складає:

а) 10 років + 5 років;

б) 10 років;

в) 20 років + 5 років;

г) 20 років;

д) 20 років + 10 років.

5. Суб'єктами права інтелектуальної власності можуть

бути:

а) виключно державні і суспільні організації, де працює творець;

б) виключно творець об'єкта права інтелектуальної власності та інші особи, яким належать особисті немайнові та (або) майнові права інтелектуальної власності;

в) виключно творець (творці) об'єкта права інтелектуальної власності;

г) виключно роботодавці творця об'єкта інтелектуальної власності;

д) будь-які фізичні чи юридичні особи у період дії охоронного документу.

6. Інтелектуальна власність – це:

а) результат будь-якої діяльності;

б) результат будь-якої творчої діяльності;

в) результат будь-якої творчої діяльності, об'єктами якої є нематеріальні носії.

7. До порушення права інтелектуальної власності відносяться:

а) плагіат;

б) піратство;

в) підроблення та зміна інформації;

г) недобросовісна конкуренція.

### ПИТАННЯ ДЛЯ КОНТРОЛЮ ТА САМОПЕРЕВІРКИ ЗНАТЬ

1. Яке значення має інтелектуальна власність у медіапросторі?

2. Яким чином в Україні захищають авторські й суміжні права?

3. Чому медіапиратство стримує розвиток медіапростору?

4. Яка юридична відповідальність передбачена чинним законодавством України за порушення авторського права і суміжних прав?

### **Тема 1.6. Патріотичне виховання сучасної молоді засобами медіаосвіти.**

#### АУДИТОРНА РОБОТА

Феномен патріотизму в історичному, соціальному, психологічному аспектах. Функції патріотизму. Український націоналізм як любов до України. Взаємозв'язок патріотизму і національної ідентичності. Види національної ідентичності та види патріотизму. Криза національної ідентичності та її види

в Україні. Громадянська українська ідентичність. Медіаграмотність в умовах інформаційної війни в Україні. Медіаосвітні ресурси виховання патріотизму. Методи, засоби, технології розвитку патріотизму у сучасній молоді. Застосування медіаосвітніх засобів та формування медіаграмотності особистості як інноваційний підхід у вихованні патріотизму молоді. Критичне мислення як основа медіаграмотності. Способи творчого сприймання візуальних медіатекстів. Ментальна зброя в інформаційній війні: рефлексія почуттів і критичне мислення.

#### РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Гонський, В. Людина і нація. Час воїнів / В. Гонський. – Київ : Основа, 2012. – 264 с.
2. Почепцов, Г. Інформаційні війни / Г. Почепцов. – Київ : Рефл-бук, 2000. – 576 с.
3. Сміт, Е. Д. Національна ідентичність / Е. Д. Сміт ; пер. з англ. П. Таращук. – Київ : Основа, 1994. – 223 с.
4. Український націоналізм : Антологія. Т. 1 /упоряд. В. Рог. – Вид. 2-ге. – Київ : Стебляк О. М., 2014. – 384 с.
5. Череповська, Н. І. Медіаосвітні ресурси розвитку патріотизму і критичного мислення молоді : навч.-метод. посібник / Н. І. Череповська. – Кропивницький : Імекс-ЛТД, 2017. – 156 с.

#### ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

*Завдання 1.* Підготуйте мультимедійну презентацію про сучасного героя України (учасника Майдану, воїна АТО, волонтера, активного громадянина тощо). Охарактеризуйте суть його патріотичного вчинку.

*Завдання 2.* Прослухайте сучасні військово-патріотичні пісні: "Браття українці" (гурт "Шабля"), "Їхали козаки" (гурт "Тінь

сонця"), "Укроп" (гурт "Гайдамаки"), "Мить" (Святослав Вакарчук) та ін. Проаналізуйте зміст пісень. Наведіть рядки пісень, де проявляється національна ідентичність і патріотизм.

*Завдання 3.* Пригадайте літературних персонажів, героїв фільмів, які б мали чітко виражену складову національної ідентичності і відповідний тип патріотизму. Опишіть у форматі розлогого есе епізод(-и), в якому(-их) це відображено, висловіть своє ставлення. (Наприклад: х/ф "Нескорений" (Україна): у головного героя чітко виражена усвідомлена етнічна ідентичність і дієвий, радикальний націоналізм, як того вимагали умови).

### ПИТАННЯ ДЛЯ КОНТРОЛЮ ТА САМОПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ

1. Охарактеризуйте основні якісні складові патріотизму особистості. Наведіть приклади.
2. Які функції виконує патріотизм у суспільних процесах?
3. Що таке національна ідентичність, охарактеризуйте її складові.
4. У чому проявляється критичне мислення як основа медіаграмотності?

## **ТЕМА 2. МАС-МЕДІА: ЕФЕКТИ І ВПЛИВИ**

### **Тема 2.1. Види медіа. Класифікації медіа. Провідні види візуальних, аудіовізуальних засобів масової комунікації. Загальні тенденції у сфері нових медіа.**

#### **АУДИТОРНА РОБОТА**

Визначення поняття "медіа". Підходи до класифікації медіа залежно від параметрів, покладених в основу класифікації. Засоби масової інформації та комунікації за способом передачі інформації (друк, радіо, кіно, телебачення, відео, комп'ютерні мережі та ін.). Засоби масової інформації по каналу сприйняття (візуальні, аудіо, аудіовізуальні). Характерні риси засобів масової інформації. Функції засобів масової інформації.

Телебачення. Визначення поняття. Історія телебачення. Перші телецентри в Україні. Різноманітність телеканалів незалежної України. Регулювання галузі. Національна рада України з питань телебачення та радіомовлення. Аудіовізуальні медіа-сервіси. Українські медіамагнати та монополізація національного телепростору. Маніпулятивне телебачення. Маніпулятивні технології телебачення на прикладах програм новин або політичних ток-шоу. Основні рівні взаємодії телевізійного контенту зі споживачем. Загальна картина програмування сучасного телеєфіру. Вплив образної мови.

Кінематограф. Визначення поняття. Специфіка кіно. Кіно як найстаріша форма екранної культури та форма соціальної



комунікації. Ігрове, документальне й анімаційне кіно. Авторське кіно (артхаус). Мейнстрімне кіно (масове). Основні кінематографічні коди: жанр, робота камери, монтаж, освітлення, колір, мізансцена. Фільм і реальність. Правдоподібність кінотвору. Кіножанр як комунікація між виробником і аудиторією. Аналіз фільму через призму жанру. Основні елементи, що визначають жанрову структуру фільму за Джоном Трубі (Truby J., 2007). Нові технології у сучасному кіно.

Визначення поняття "преса". Газети як найстаріші мас-медіа. Телебачення та інтернет як основні конкуренти газет. Розміщення аналітичних матеріалів, поглиблений аналіз, достовірність, надійність та компетентність як основні переваги газет. Структура сучасної газети, газетні жанри, стандарти подання інформації в газеті. Преса як засіб пропаганди. Преса як бізнес. Преса та аудиторія. Власність на газети. Електронні газети.

Визначення поняття "журнал". Класифікація журнальних видань. Структура та основні реквізити журналу. Огляд сучасного ринку журналів. Український журнальний ринок. Журнали для молоді. Цінності ілюстрованих журналів. Електронний журнал.

Визначення поняття "радіо". Радіо як мас-медіа. Радіо й медіавласність. Класифікація форматів. Інформаційне мовлення. Інформаційно-музичне мовлення. Музично-інформаційне мовлення. Музичне мовлення. Музика як частина попкультури. Радіо та нові технології. Інтернет-радіоплатформи. Роль радіо в сучасному світі.

Інтернет – багатоаспектний медіум. Поняття "Інтернет-медіа". Кібер-простір. Нові медіа: технології Веб 1.0-2.0-3.0-4.0: від персональних сторінок до нейронету. Характерні особливості нових медіа. Розвиток та зміни в процесах комунікації.

### РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Иванов, В. Ф. Аспекты массовой коммуникации : монография. Ч. I. Информация и коммуникация / В. Ф. Иванов. – Киев : ЦВП, 2009. – 190 с.
2. Иванов, В. Ф. Аспекты массовой коммуникации : монография. Ч. II. Массовая коммуникация / В. Ф. Иванов. – Киев : ЦВП, 2009. – 109 с.
3. Иванов, В. Ф. Аспекты массовой коммуникации : монография. Ч. III. Теории и модели массовой коммуникации / В. Ф. Иванов. – Киев : ЦВП, 2009. – 330 с.
4. Иванов, В. Ф. Публіцистика. Масова комунікація : медіа-енциклопедія / за заг. ред. В. Ф. Іванова. – Київ : АУП : ЦВП, 2007. – 780 с.
5. Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник для студ. пед. коледжів / ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк ; за наук. ред. В. В. Різуна. – Київ : Центр Вільної Преси, 2014. – 431 с.
6. Основні теорії масової комунікації і журналістики : навч. посібник / за наук. ред. В. В. Різуна. – Київ : Центр Вільної Преси, 2010. – 258 с.

### ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

*Завдання 1.* Проаналізуйте, які цінності транслює український молодіжний журнал "NonStop" (<https://biggggidea.com/project/995/>).

*Завдання 2.* Створення онлайн-тестів за допомогою Google Forms. За допомогою онлайн-сервісу Google Forms створіть тест на тему "Технології Веб 1.0-2.0-3.0-4.0". Протестуйте один одного в групі.

*Завдання 3.* Визначте спільне і відмінне у принципах дії медіазасобів, а також спільне й відмінне у сприйнятті зображення різних візуальних медіазасобів.

*Завдання 4.* Опишіть загальні технічні принципи дії та психологічні механізми сприймання візуальної технічної ілюзії.

*Завдання 5.* За допомогою тесту-запитання для аналізу фільму<sup>1</sup> проаналізуйте свій улюблений фільм.

Що саме вам найбільше подобається в цьому фільмі? Чому?

Про що цей фільм?

Які проблеми він порушує?

Яка, на ваш погляд, основна думка цього фільму?

Чи ви з нею згодні?

Чи пропонує цей фільм якусь "мораль"? Чи він повчає? Якщо так, чому саме повчає?

Які засоби (драматичні/візуальні) використані у фільмі для донесення до глядача цієї "моралі"?

Якою мірою ця "мораль" відповідає вашому досвіду?

Як ваші уявлення змінилися в результаті перегляду фільму?

Аналіз фільму як відображення системи цінностей та уявлень, притаманних сучасному суспільству. Для цього спробуйте відповісти на питання:

Які ціннісні орієнтири/систему цінностей пропонує цей фільм?

Які життєві пріоритети пропагує цей фільм? До чого цей фільм спонукає прагнути?

Які життєві цілі пропонує цей фільм?

Які ідеали визначені в цьому фільмі?

Які ваші уявлення, цінності цей фільм зміцнює?

Якою мірою цінності/уявлення, представлені в цьому фільмі, поширені в українському суспільстві?

Хто головні герої цього фільму?

---

<sup>1</sup> Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник для студ. коледжів / ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк ; за наук. ред. В. В. Різуна. – Київ : Центр Вільної Преси, 2014. – 431 с.

ПИТАННЯ ДЛЯ КОНТРОЛЮ  
ТА САМОПЕРЕВІРКИ ЗНАТЬ

1. Як вимірюють телеаудиторію?
2. Назвіть основні елементи граматики кіно.
3. Назвіть основні елементи, що визначають жанрову структуру фільму.
4. Які найсуттєвіші ознаки масової культури?
5. Яка радіостанція в Україні має найбільшу територію ефірного покриття?
6. Що таке технології Веб 1.0-2.0-3.0-4.0? Назвіть основні характеристики цих технологій.
7. Охарактеризуйте специфіку інтернет-медіа.
8. Що таке кібер-простір?

**Тема 2.2. Мас-медіа: ефекти і впливи. Дослідження медіа. Вплив медіа на розвиток особистості. Маніпуляції в медіа. Деструктивні впливи, маніпулятивні технології. Реклама. Реклама як інструмент маніпуляції. Використання мотивів підсвідомого впливу.**

АУДИТОРНА РОБОТА

Мас-медіа і громадська думка. Політичне маніпулювання. Маніпуляція підсвідомістю. Закони, на яких ґрунтується основний сенс маніпуляції. Емоційні мотиви рекламного впливу на особистість реципієнта. Співвідношення емоційних і раціональних мотивів, що впливають на підсвідомість. Які треба зробити висновки, щоб сформуванати своє адекватне ставлення до рекламних меседжів.

Поняття "медіасоціалізації". Вплив віртуальних світів комп'ютерних ігор на емоційний, інтелектуальний та соціальний розвиток психіки дитини як найгостріше питання медіасоціалізації. Проблема медіасоціалізації. Особливості медійного

впливу на людей різного віку. Кореляції спостережень, експеримент, лонгітюдні спостереження. Традиційний шлях соціалізації. Материнський фольклор. Спільні побутові практики. Вікові межі й ознаки різного сприймання медіапродукції. Позитивний медійний вплив. Медіа як ресурс особистості. Вплив медіа на інтелектуальний розвиток. Вплив медіа на емоційний і вольовий розвиток. Проблема медіазалежності. Відрив емоції від дії, емоційне перевантаження і зростання байдужості як головні наслідки медійного впливу на емоційно-вольову сферу особистості. Вплив на стосунки. Парасоціальне спілкування. Проблема медіанасильства та зростання агресії. Поняття "медіанасильство". Види медіанасильства: контактне фізичне насильство (зображення ударів, ляпасів, штурханів тощо), озброєне насильство (із застосуванням вогнепальної, тупої або різальної зброї), насильство проти злочинців, фізичні тортури, воєнне насильство. Зображення погроз фізичного насильства та психологічне насильство. Лонгітюдні дослідження впливу медіанасильства на агресію глядачів. Вплив контексту медіанасильства. Регулювання медіаекспозиції та медіаконтенту. Правила користування медіа. Медіаосвіта та її вплив на розвиток людини.

Поняття маніпулятивності. Маніпуляції в мас-медіа. Спіраль мовчання. Наративи – ідеї, які прийшли з літератури. Типи наративів. Фрейми – ментальні структури, які допомагають розуміти світ. Фреймінг. Динамічна і статична проблематика керування свідомістю. Суб'єктивні та об'єктивні причини викривлення дійсності в інформаційному просторі. Спрощення інформаційних потоків. Маніпуляція соціологією. Маніпуляція темами. Маніпуляція порядком.

Феномен реклами: її види та роль у засобах масової комунікації (ЗМК). Види реклами за формами та змістом. Реклама як інструмент маніпуляції. Маніпуляція підсвідомістю.

Піраміда потреб А. Маслоу. "Решітка мотивів" підсвідомого впливу на особистість у процесі рекламування. Емоційні мотиви рекламного впливу на особистість реципієнта. Сутність позиціонування. Поширені форми впливу на свідомість і підсвідомість споживача. Рекламна стратегія "проблема – розв'язання".

### РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Ануфриева, Н. М. Соціальна психологія : курс лекцій / Н. М. Ануфриева, Т. Н. Зелінська, Н. Е. Зелінський. – Київ : МАУП, 2000. – 136 с.
2. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід : навч. посібник / за ред. Л. А. Найдьонової, О. Т. Барішпольця. – Київ : Міленіум, 2010. – 440 с.
3. Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник для студ. пед. коледжів / ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенко ; за наук. ред. В. В. Різуна. – Київ : Центр Вільної Преси, 2014. – 431 с.
4. Мироненко, Г. В. Медіа-залежність в контексті проблеми формування медіа-культури особистості / Г. В. Мироненко // Культура народів Причорномор'я. – 2007. – № 120. – С. 173–175.
5. Основні теорії масової комунікації і журналістики : навч. посібник / за наук. ред. В. В. Різуна. – Київ : Центр Вільної Преси, 2010. – 258 с.
6. Потятинник, Б. В. Медіа: ключі до розуміння / Б. В. Потятинник. – Львів : ПАІС, 2004. – 312 с.

### ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

*Завдання 1.* Відшукайте в інтернеті інформацію про інформаційні впливи однієї держави на іншу, одного народу на інший в давні часи. Проаналізуйте методи, якими вони здійснювалися, і чи можна вважати їх інформаційними війнами? Висновки оформити у форматі сторітейлінга.

*Завдання 2.* У матеріалах новин за останній місяць по телебаченню та в мережі Інтернет відшукайте різні види інформаційного психологічного впливу (інформаційного маніпулювання, фейків, пропаганди, дезінформації тощо).

*Завдання 3.* Проведіть у групі дискусію за темою "Інформаційні "захист" vs "атака": поле битви – Україна".

### ПИТАННЯ ДЛЯ КОНТРОЛЮ ТА САМОПЕРЕВІРКИ ЗНАТЬ

1. Назвіть закони, на яких ґрунтується основний сенс маніпуляції.
2. Як впливають комп'ютерні ігри на емоційний, інтелектуальний та соціальний розвиток психіки молоді?
3. Що таке "медіазалежність" та "медіанасильство"?
4. Види та роль реклами у ЗМК.
5. Назвіть поширені форми впливу на свідомість і підсвідомість споживача реклами.

**2.3. Схема аналізу медіатекстів. Аналіз комерційної реклами. Аналіз політичної реклами. Аналіз соціальної реклами. Методи індивідуального захисту від негативних інформаційно-психологічних впливів.**

### АУДИТОРНА РОБОТА

Поняття комерційної реклами. Форми переконання споживачів у комерційній рекламі. Жанри телевізійної комерційної реклами: "Прямий продаж", "Звернення до фірми", "Рекомендації відомих людей або фахівців", "Інтерв'ю з покупцем", "Демонстрація", "Пряме порівняння товарів", "Драматизація або Фрагмент із життя", "Музична реклама", "Анімація". Критичне сприйняття. Ідеологічний аналіз. Ключові питання для аналізу ідеологічного наповнення медіаповідомлень. Аналіз

репрезентації. Ключові питання для аналізу репрезентації. Декодування медіатекстів. Приклади застосування кодів у медіаповідомленнях. Аналіз стереотипів. Сюжетний (нарративний) аналіз. Ключові елементи нарративу. Жанровий аналіз. Іконографічний аналіз. Семіотичний аналіз. Контекстуальний аналіз. Ключові питання для виконання контекстуального аналізу. Комерціалізація. Аналіз медіа в контексті ринку.

Проблеми інформаційно-психологічного впливу на суспільство. Проблеми захисту від соціального хакерства. Психологічний захист, його призначення та види.

#### РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Горбулін, В. П. Проблеми захисту інформаційного простору України : монографія / В. П. Горбулін, М. М. Биченок. – Київ : Інтертехнологія, 2009. – 136 с.
2. Йоргенсен, М. В. Дискурс-аналіз. Теорія і метод / М. В. Йоргенсен, Л. Дж. Філіппс. – Харків : Изд-во "Гуманитарный центр", 2008. – 352 с.
3. Луман, Н. Реальність мас-медіа / Н. Луман. – Київ : ЦВП, 2010. – 157 с.
4. Черных, А. Мир современных медиа / А. Черных. – М. : Изд. дом "Территория будущего", 2007. – 312 с.
5. Эко, У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию / У. Эко. – СПб. : Symposium, 2004. – 543 с.

#### ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

*Завдання 1.* Проаналізуйте рекламний відеоролик комерційного змісту.

*Завдання 2.* Підготуйте сценарій рекламного медіатексту.

*Завдання 3.* Підготуйте у групі театралізований етюд на тему міжнародної зустрічі медіакритиків, які обговорюють різні аспекти, пов'язані з медіа, аналізують окремі твори.



ПИТАННЯ ДЛЯ КОНТРОЛЮ  
ТА САМОПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ

1. Назвіть форми переконання споживачів у комерційній рекламі.
2. Що таке репрезентація?
3. У чому полягає відмінність між історією та наративом?
4. Яким чином можна визначити жанрову належність тексту?
5. Наведіть приклади застосування кодів у медіаповідомленнях.
6. Назвіть методи індивідуального захисту від негативних інформаційно-психологічних впливів.

## **ТЕМА 3. МЕДІАКУЛЬТУРА В КІБЕРПРОСТОРІ ТА ОСНОВИ БЕЗПЕЧНОЇ ПОВЕДІНКИ В ІНТЕРНЕТІ**

### **3.1. Медіатехнології. Розвиток критичного мислення у сфері візуальної медіапродукції.**

#### **АУДИТОРНА РОБОТА**

Сутність комунікації за допомогою медіазасобів. Поняття про медіатехнології. Їх основні види: технічні (пов'язані з прийомами кожного візуального формату), змістові (теми, жанри), спеціальні (психологічного впливу). Психологічні "ефекти" та їх сутність. Спеціальні медіатехнології. Види спеціальних медіатехнологій. Ефект "порядку денного". Ефект праймінгу. Заміна імен або наклеювання ярликів. Періодичність повторення інформації. Буденна розповідь. Ефект присутності. Констатація факту. Відволікання уваги. Ефект психологічного шоку.

Необхідність розвитку критичного мислення у сфері візуальної медіапродукції як формування індивідуального медіаімунітету. Особливості важливих ознак медіатексту – репрезентативності та ілюзорності. Сутність методів дослідження візуальних медіатекстів – медіадосліджень. Засоби здійснення медіадосліджень: контент-аналіз, дискурс-аналіз, моніторинг.

### РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Актуальні проблеми психології : зб. наук. пр. Ін-ту психології АПН України : у 12 т. – Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2009. – Т. 12, вип. 8.
2. Винтерхофф-Шпурк, П. Медиапсихология. Основные принципы : пер. с нем. / П. Винтерхофф-Шпурк. – Харьков : Гуманитар. центр, 2007. – 288 с.
3. Голядкин, Н. А. Творческая телереклама : учеб. пособие для студ. вузов / Н. А. Голядкин. – М. : Аспект Пресс, 2005. – 172 с.
4. Маклюэн, М. Понимание медиа: внешние расширения человека / М. Маклюэн. – М. : Жуковский, Канон-Пресс-Ц ; Кучково поле, 2003. – 464 с.
5. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід : навч.-метод. зб. / О. Т. Баришполець, Л. А. Найдьонова, Г. В. Мироненко та ін. ; за ред. Л. А. Найдьонової, О. Т. Баришпольця. – Київ : Міленіум, 2009. – 440 с.
6. Череповська, Н. І. Медіаторчість як соціально-психологічний ресурс особистості. Типологія відеосприймання / Н. І. Череповська // Актуальні проблеми психології : зб. наук. пр. Ін-ту психології АПН України : у 12 т. / за ред. В. О. Моляко. – Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2009. – Т. 12, вип. 8. – С. 318–325.

### ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

*Завдання 1.* Перегляньте відеосюжети та визначте, за допомогою якої спеціальної медіатехнології відбувається вплив на аудиторію. Обґрунтуйте свою відповідь.

1. Надзвичайні новини (ICTV). 01.06.2018.  
<https://www.youtube.com/watch?v=lPuQH3tcc5U>
2. Зіпсована відпустка – Вікна-новини. 28.06.2018.  
<https://www.youtube.com/watch?v=q2D1vMm-ycw>

3. Екологічна регата імені Сергія Шаповалова. 02.07.2018.  
<https://www.youtube.com/watch?v=qaQD4K5gTQg>

4. Тема дня. Початок вступної кампанії–2018. 02.07.2018.  
[https://www.youtube.com/watch?v=qetz\\_mtrKJw&t=90s](https://www.youtube.com/watch?v=qetz_mtrKJw&t=90s)

5. Запуск Falcon Heavy 2018 на орбіту Марса 06.02.18  
Илон Маск Фалькон. SpaceX. 6 февраля.

<https://www.youtube.com/watch?v=d8wvzbzNlh8w>

Спеціальні медіатехнології:

- ефект праймінгу;
- заміна імен або наклеювання ярликів;
- періодичність повторення інформації;
- буденна розповідь;
- ефект присутності;
- констатація факту;
- відволікання уваги.
- ефект психологічного шоку.

*Завдання 2.* Перегляньте новини на телеканалах "Україна", "СТБ", "1+1" на предмет виявлення частоти презентації певних медіаконтентів (наприклад, проблеми сучасної науки або прояви толерантності в українському суспільстві тощо) та зробіть порівняння.

*Завдання 3.* Підготуйте доповідь за темою "Людина повинна мати розвинене конструктивне критичне мислення загалом й у галузі візуальної медіакультури зокрема".

## ПИТАННЯ ДЛЯ КОНТРОЛЮ ТА САМОПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ

1. З якою метою виробники медіаконтентів застосовують спеціальні медіатехнології?

2. Чи підпадають люди під вплив медіатехнологій? Наведіть приклади.

3. Чи можна чинити опір медіатехнологічному впливові? Якщо так, то у який спосіб?
4. Яку роль відіграють медіатехнології в інформаційних війнах?
5. Чи потрібно сучасній людині критично мислити?
6. Чи потрібно сучасній людині критично мислити постійно? Обґрунтуйте будь-який варіант відповіді.

### **3.2. Медіазалежність. Профілактика негативних психофізіологічних ефектів взаємодії з кіберпростором. Медіагігієна.**

#### **АУДИТОРНА РОБОТА**

Медіазалежність. Поняття, причини виникнення, симптоми, наслідки медіазалежності. Основні характеристики формування медіазалежності. Теорія медіазалежності американських дослідників С. Болл-Рокича і М. Де Флюера. Поняття "Digital-екологія". Інтернет-залежність. Форми інтернет-залежності. Необхідність у безперервному онлайн-спілкуванні. Інформаційна інтернет-залежність (онлайн-серфінг). Ігрова залежність. Інтернет-залежність, пов'язана з азартними іграми. Кіберсексуальний потяг. Хакерство. Тяга до покупок речей на інтернет-аукціонах і в онлайн-магазинах. Нескінченне скачування з торрент-трекерів відео- та аудіо-матеріалів з метою створення власної бази. Чим небезпечна інтернет-залежність і як її уникнути. Профілактика комп'ютерної та інтернет-залежності. Кіберзалежність як деструктивна форма поведінки в інтернеті. Психологічні методи діагностики, корекції та профілактики інтернет-залежності. Залучення залежної людини в процеси, не пов'язані з комп'ютерами, як найважливіший етап лікування комп'ютерної залежності. Рекомендації інтернет-залежному. Як жити в гармонії з медіа.

### РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Ануфрієва, Н. М. Соціальна психологія : курс лекцій / Н. М. Ануфрієва, Т. Н. Зелінська, Н. Е. Зелінський. – Київ : МАУП, 2000. – 136 с.
2. Кириллова, Н. Б. Медіакультура: теорія, історія, практика : учеб. посібник / Н. Б. Кириллова. – М. : Академ. проект, 2008. – 496 с.
3. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід : навч.-метод. зб. / О. Т. Барішполець, Л. А. Найдьонова, Г. В. Мироненко, О. Є. Голубєва та ін. ; за ред. Л. А. Найдьонової, О. Т. Барішпольця. – Київ : Міленіум, 2009. – 440 с.
4. Онкович, Г. В. Медіаосвітні технології і компетентнісний підхід / Г. В. Онкович // Матеріали методологічного семінару "Реалізація європейського досвіду компетентнісного підходу у вищій школі України". – Київ : Пед. думка, 2009. – С. 206–217.
5. Федоров, А. В. Термінологія медіаобразования / А. В. Федоров // Искусство и образование. – 2000. – № 2. – С. 33–38.

### ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

*Завдання 1.* Перегляньте к/ф "Інфоголік" (Україна, 2017). Дайте відповідь на питання "Як медіазалежність впливає на наше життя?".

*Завдання 2.* Розробіть "медіаменю" на вихідний день, яке складатиметься з "їжі для розуму" та "візуально-інформаційного коктейлю" для емоцій. Однак створити "медіаменю" потрібно не для себе, а для друга, враховуючи його медіауподобання. Потім обмінятися варіантами й поставити запропонованому іншим медіаменю оцінку за дванадцятибальною системою. Критеріями оцінки має бути задовільнений "медіасмак" одержувача, відповідно до його медіаможливостей.

*Завдання 3. Тест на інтернет-залежність.*

Дайте відповідь на запропоновані запитання, використовуючи наступну шкалу:

- "дуже рідко" – 1 бал;
- "інколи" – 2 бали;
- "часто" – 3 бали;
- "дуже часто" – 4 бали;
- "завжди" – 5 балів.

1. Як часто Ви не виконуєте свої обов'язки по дому, щоб провести більше часу в інтернеті?

2. Як часто Ви вибираєте інтернет замість того, щоб провести час в колі родини?

3. Як часто заводите нові знайомства в інтернеті?

4. Як часто рідні нарікають на кількість часу, проведеного Вами в інтернеті?

5. Як часто Ваше навчання страждає через кількість часу, проведеного в інтернеті?

6. Як часто переглядаєте свою сторінку у соціальних мережах, перш ніж зайнятись чимось іншим, наприклад, підготовкою до занять?

7. Як часто вибираєте спілкування в інтернеті замість спілкування з живими людьми?

8. Як часто не відповідаєте на запитання про те, що Ви робите в інтернеті?

9. Як часто проводите час у своїй кімнаті, граючи в комп'ютерні ігри?

10. Як часто кричите чи поводите себе дратівливо, якщо Вас потурбували через перебування в інтернеті?

11. Як часто виглядаєте зануреним в думки про повернення в інтернет, коли в ньому не перебуваєш?

12. Як часто замість своїх колишніх улюблених занять, хобі, вибираєте перебування в інтернеті?

13. Як часто стаєте агресивним, злим, коли обмежують час перебування в інтернеті?

14. Як часто замість прогулянок з друзями обираєте перебування в мережі?

15. Як часто відчуваєте себе пригніченим, погіршується настрій, нервуєте, коли знаходитесь поза інтернет-мережею, а коли повертаєтесь в Інтернет, це все зникає?

*Ключ до тесту.* Якщо набрано 35–65 балів, варто врахувати серйозний вплив інтернету на Ваше життя. Якщо набрано 65–75 балів, у Вас можна діагностувати інтернет-залежність з необхідністю допомоги спеціаліста.

### ПИТАННЯ ДЛЯ КОНТРОЛЮ ТА САМОПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ

1. Що таке "Digital-екологія"?
2. Які прояви має ігрова залежність?
3. Чим відрізняється психологічний самозахист від фізичного?
4. Яка різниця між психологічним самозахистом від не потрібної візуальної інформації і перцептуальним захистом?
5. Яка роль критичного мислення у зміцненні медіаімунітету особистості? Наведіть приклади.
6. У який спосіб можна розвинути у себе медіаімунітет?
7. Що таке медіагігієна? На що спрямовані медіагігієнічні профілактичні заходи?

### **3.3. Соціальні мережі. Соціальні медіа. Комунікатори. Різні типи інтернет-середовищ і віртуальні спільноти.**

#### АУДИТОРНА РОБОТА

Соціальні мережі. Найпопулярніші у світі соціальні мережі. Основні типи спілкування у соціальній мережі. Соціальні медіа та комунікатори. Можливості та небезпеки соціальних



мереж і соціальних медіа. Як відрізнити фейк від оригіналу. Ознаки фейкових сторінок. Кібермоббінг. Види кібермоббінгу. Основні правила захисту від кібермоббінгу. Основні правила поведінки в соціальних мережах. Кібербулінг. Кібертероризм.

Віртуальні спільноти та віртуальні співтовариства. Аналіз існуючих типів віртуальних спільнот у мережі Інтернет. Учасники та інформаційне наповнення (контент) як основа віртуальних спільнот. Типи віртуальних спільнот за ступенем інтеграції у WWW. Організаційні веб-спільноти (електронний аукціон – eBay, електронна біржа – Forex, електронна енциклопедія – Wikipedia, електронна дошка оголошень – Craigslist та ін.). Комунікативні веб-спільноти (чат, гостьова книга, блог, форум). Віртуальні навчальні спільноти на основі освітніх мереж або платформ (eTwinning, European Schoolnet, E-Learning Europa, проекти Netd@ys Europe, myEurope, Spring Day in Europe, Comenius та ін.). Віртуальні спільноти для вивчення іноземних мов (Englishforums (<http://www.englishforums.com>), Busuu.com (<http://www.busuu.com>), Livemocha (<http://www.livemocha.com>), LinguaLeo ([www.lingualeo.ru](http://www.lingualeo.ru)), Myngle (<http://www.myngle.com>) та ін.).

#### РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Горбулін, В. П. Інформаційні операції та безпека суспільства: загрози, протидія, моделювання : монографія / В. П. Горбулін, О. Г. Додонов, Д. В. Ланде. – Київ : Інтертехнологія, 2009. – 163 с.

2. Концепція впровадження медіа-освіти в Україні // Освіта. – 2010. – № 32. – С. 3–4.

3. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід : навч. посібник / О. Т. Баришполець, Л. А. Найдюнова, Г. В. Мироненко та ін. ; за ред. Л. А. Найдюнової, О. Т. Баришпольця. – Київ : Міленіум, 2009. – С. 264–275.

4. Поправко, В. Н. Закрытое Интернет-сообщество как форма коммуникации в виртуальном пространстве / В. Н. Поправко // Вестн. Томского гос. ун-та. – Томск, 2009. – № 322. – С. 52–54.

5. Рыков, Ю. Г. Виртуальное сообщество как социальное поле: неравенство и коммуникативный капитал / Ю. Г. Рыков // Журн. социологии и социальной антропологии. – 2013. – Т. XVI, № 4 (69). – С. 61–77.

6. Сазанов, В. М. Социальные сети – публичная сфера / В. М. Сазанов. – М. : Лаборатория СВМ, 2012. – 225 с.

7. Стратегія розвитку інформаційного суспільства в Україні [Електронний ресурс] : розпорядження Кабінету Міністрів України від 15 травня 2013 р. № 386-р. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua>

## ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

*Завдання 1.* Проаналізуйте Гостьову книгу Університету "КРОК" та відеоблог TechSmartt на каналі <https://www.youtube.com/> за схемою:

- структурованість інформації;
- тривалість життя інформації;
- можливість дізнаватися про події у житті спільноти за час відсутності учасника;
- інші особливості.

*Завдання 2.* Перегляньте відео "Як розпізнати фейки – поради DW" на сайті <https://bit.ly/2KZ13zO>. Підготуйте есе за темою "Що таке фейк: як розпізнати фальшивку в різних сферах".

*Завдання 3.* Підготуйте доповіді за темами: "Кібермобінг – нова загроза молоді", "Кібербулінг – одна з найрозповсюдженіших форм насильства – кібертероризму".

ПИТАННЯ ДЛЯ КОНТРОЛЮ  
ТА САМОПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ

1. Що таке "фейк" та його види у ЗМІ?
2. Що таке "кібермоббінг"?
3. Що таке "кібербулінг"?
4. Назвіть типи віртуальних спільнот за ступенем інтеграції у WWW.

## ПИТАННЯ ДЛЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

1. Розкрийте поняття "медіаосвіта".
2. Дайте визначення медіаграмотності, чим вона відрізняється від медіаосвіти?
3. Як можна визначити поняття "інформація"?
4. Що таке соціальна інформація?
5. Види та функції ЗМІ.
6. Рівні медіаграмотності.
7. Дайте визначення масовій комунікації. Розкрийте її соціальну природу.
8. Що таке комунікації? Які є види комунікації?
9. Які фази пройшло дослідження ефектів медійного впливу?
10. Дайте визначення ефектам мас-медіа.
11. Сформулюйте теорію стереотипів.
12. У чому полягає теорія когнітивного дисонансу?
13. Як пояснює медійне споживання теорія користі та задоволення?
14. Розкажіть про постулати теорій навчання та пізнання.
15. На чому ґрунтується напрямок структурного функціоналізму?
16. Як пояснює розповсюдження масової інформації теорія спіралі мовчання?
17. У чому полягає значення свободи слова?

18. Як пояснює медійну дію теорія порядку денного?
19. У чому сутність гейткіпінгу?
20. Поняття "інформаційна війна", "інформаційні віруси".
21. Поняття медіанасильства та його критерії.
22. Кіберзалежність. Ігроманія.
23. Розважальні медіа та проблеми молодіжного середовища.
24. Медіа в розвитку інтелекту (емоційного, соціального, практичного).
25. Показники медіакультури та концепція запровадження медіаосвіти.
26. Європейські критерії медіаграмотності та показники медіакультури.
27. Як розпочиналося телевізійне мовлення в Україні?
28. Яка установа регламентує ліцензування телеканалів?
29. Які засоби маніпуляції є на телебаченні?
30. Як визначають привабливість телепродукту для глядача?
31. Який зв'язок існує між традиційними іграми та відеоіграми?
32. У чому полягає взаємовплив між відеоіграми та екранними мистецтвами?
33. За якими принципами класифікують відеоігри?
34. Фактори впливу на еволюцію відеоігор як сегменту індустрії розваг.
35. Що таке репрезентація?
36. У чому полягає відмінність між історією та наративом?
37. Яким чином можна визначити жанрову належність тексту?
38. Наведіть приклади застосування кодів у медіаповідомленнях.

39. Які об'єктивні фактори створюють можливості для маніпулювання?

40. Що таке фрейми, в чому їх позитивна і негативна роль?

41. У чому полягає спіраль мовчання Е. Ноель-Нойманн?

42. Які методи маніпуляцій застосовують у телевізійних політичних ток-шоу?

43. Що таке наратив і як його використовують у політичній боротьбі?

44. Які види новин запропонував Ш. Аєнгар і в чому різниця між ними?

45. Яким чином інформаційний порядок денний дозволяє керувати масовою свідомістю?

## ТЕМИ ЗАЛІКОВИХ РЕФЕРАТІВ

1. Роль і місце медіаосвіти в системі ЗМК.
2. Медіаосвіта як чинник змісту засобів масової інформації.
3. Медіаосвітня та медіапросвітницька діяльність ЗМК.
4. Теорії медіаосвіти.
5. Сучасні моделі медіаосвітньої діяльності.
6. Суб'єкти й адресати медіаосвітньої діяльності.
7. Соціальні ЗМК як джерело поширення дезінформації.
8. Медіаграмотність як громадянська компетенція.
9. Сучасні концепції медіаосвіти.
10. Авторське право та суміжні права у медіапросторі.
11. Роль ЗМК у розвитку культурно-інформаційного простору.
12. Інформат – нова форма існування медіа.
13. Медіаосвіта в одній із зарубіжних країн.
14. Медіаосвітні технології.
15. Утиски прав медійників у світі.
16. Медіаосвіта в Україні: стан, проблеми, перспективи розвитку.
17. Медіаосвіта в Україні як соціальний пріоритет.
18. Основні положення "Концепції впровадження медіаосвіти в Україні".
19. Сценарій проведення навчального заняття із застосуванням медіаосвітніх технологій.
20. Вразливість українського медіапростору під час інформаційної війни.

## НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ

1. Айвазова, А. Е. Психологические аспекты зависимости / А. Е. Айвазова. – СПб. : Речь, 2003. – 120 с.
2. Аронсон, Э. Эпоха пропаганды: механизмы убеждения. Повседневное использование и злоупотребление / Э. Аронсон, Э. Р. Пратканис. – СПб. : Прайм-ЕВРОЗНАК, 2002. – 384 с.
3. Базидевич, В. Д. Інтелектуальна власність : підручник / В. Д. Базидевич. – Київ : Знання, 2006. – 432 с.
4. Бакулев, Г. П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции : учеб. пособие для студ. вузов / Г. П. Бакулев. – М. : Аспект Пресс, 2005. – 176 с.
5. Богомолова, Н. Н. Социальная психология массовой коммуникации / Н. Н. Богомолова. – М. : Аспект Пресс, 2010. – 191 с.
6. Бодрийар, Ж. Реквием по масс-медиа / Ж. Бодрийар // Поэтика и политика : альманах Российско-французского центра социологии и философии Ин-та социологии РАН. – М. : Ин-т экспериментальной социологии ; СПб. : Алетейя, 1999. – С. 193–226.
7. Брайант, Д. Основы воздействия СМИ / Д. Брайант, С. Томпсон. – М., 2004. – С. 7–15.
8. Бухарин, С. Н. Методы и технологии информационных войн / С. Н. Бухарин, В. В. Цыганов. – М. : Академ. проект, 2007. – 382 с.



9. Вайшенберг, З. Журналістика та медіа : довідник / З. Вайшенберг, Г. Й. Кляйнштойбер, Б. Пьорксен ; пер. з нім. П. Демешко, К. Макеев ; за заг. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. – Київ : Центр Вільної Преси : Академія Української Преси, 2011. – 529 с.

10. Вайшенберг, З. Новинна журналістика : навч. посібник / за заг. ред. В. Ф. Іванова. – Київ : Академія Української Преси, 2011. – 262 с.

11. Ван Поведская, Е. Человек и новые информационные технологии. Завтра начинается сегодня / пер. с исп.: Е. Ван Поведская ; предисл. Р. М. Грановской. – СПб. : Речь, 2007. – 320 с.

12. Варганова, Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран : учеб. пособие / Е. Л. Варганова. – М. : Аспект Пресс, 2003. – 335 с.

13. Виноградова, Л. В. Интеллектуальный контроль: метакогнитивные аспекты интеллектуальной регуляции / Л. В. Виноградова. – Киев, 2009. – 189 с.

14. Винтерхофф-Шпурк, П. Медиапсихология: основные принципы / П. Винтерхофф-Шпурк ; пер. с нем. – Харьков : Гуманит центр, 2007. – 286 с.

15. Вісс, В. Які зміни дають результат з інформаційного суспільства для журналістики / В. Вісс // Мас-медіа на перехідному етапі: система мас-медіа, політична комунікація, аспекти журналістики, методи дослідження ; за ред. Р. Блюма, М. Герольд, В. Іванова та ін. – Київ, 2001. – С. 243–253.

16. Вознесенська, О. Л. Сім'я в інформаційному суспільстві: зміна норми / О. Л. Вознесенська // Матеріали конф. "Соціально-психологічний вимір розвитку сім'ї". – Полтава, 2010. – С. 16–26.

17. Гуревич, С. М. Экономика отечественных СМИ : учеб. пособие для вузов / С. М. Гуревич. – М. : Аспект Пресс, 2004. – 288 с.

18. Дахно, І. І. Право інтелектуальної власності : навч. посібник для студ. ВНЗ / І. І. Дахно. – К. : Либідь, 2003. – 200 с.
19. Девис, Р. Ю. Техника творческого воображения / Р. Ю. Девис. – Київ, 1996. – 52 с.
20. Денисович, Т. Е. Педагогическая журналистика : учеб. пособие / Т. Е. Денисович. – М. : ФОРУМ, 2009. – 144 с.
21. Жижина, М. В. Основы медиапсихологии : учеб.-метод. пособие / М. В. Жижина. – Саратов : ИЦ "Наука", 2008. – 50 с.
22. Жилавская, И. В. Медиаобразование молодежной аудитории : монография / И. В. Жилавская. – Томск : Изд-во Томского ин-та информ. технологий, 2009. – 322 с.
23. Журналистика та медіа : довідник / З. Вайшберг, Г. Й. Кляйнштонберг, Б. Пьорксен ; пер. з нім. П. Демешко, К. Макеев ; за заг. ред. В. Ф. Иванова, О. В. Волошенюк. – Київ : Центр Вільної Преси : Академія Української Преси, 2011. – 529 с.
24. Журналистика та медіа : енциклопедія / З. Вайшенберг, Г. Й. Кляйнштойбер, Б. Пьорксен. – Київ : ЦВП : АУП, 2011. – 529 с.
25. Засурский, Я. Н. Информационное общество, Интернет и новые средства массовой информации / Я. Н. Засурский // Информационное общество. – М. : Аспект-пресс, 2001. – Вып. 2. – С. 24–27.
26. Землянова, Л. М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества : толковый словарь терминов и концепций / Л. М. Землянова. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1999. – 301 с.
27. Зражевська, Н. І. Масова комунікація і культура : лекції / Н. І. Зражевська. – Черкаси : Брама-Україна, 2006. – 172 с.
28. Иванов, В. Ф. Аспекты массовой коммуникации : монография. Ч. I. Информация и коммуникация / В. Ф. Иванов. – Киев : ЦВП, 2009. – 190 с.

29. Иванов, В. Ф. Аспекты массовой коммуникации : монография. Ч. II. Массовая коммуникация / В. Ф. Иванов. – Киев : ЦВП, 2009. – 109 с.

30. Иванов, В. Ф. Аспекты массовой коммуникации : монография. Ч. III. Теории и модели массовой коммуникации / В. Ф. Иванов. – Киев : ЦВП, 2009. – 330 с.

31. Иванов, В. Журналістська етика / В. Иванов, В. Сердюк. – 3-тє вид., випр. – К. : Вид.-полігр. центр "Київ. ун-т", 2008. – 224 с.

32. Иванов, В. Основні теорії масової комунікації і журналістики : навч. посібник / В. Иванов ; за наук. ред. В. В. Різуна. – Київ : Центр Вільної Преси, 2010. – 258 с.

33. Иванов, В. Ф. Публіцистика. Масова комунікація : медіа-енциклопедія / за заг. ред. В. Ф. Иванова. – Київ : АУП: ЦВП, 2007. – 780 с.

34. Иванов, В. Ф. Соціологія і журналістика : тексти лекцій / В. Ф. Иванов. – Київ : Навч.-вид. центр Ін-ту журналістики, 1994. – 80 с.

35. Інтелектуальна власність в Україні: нормативна база : зб. осн. законод. актів / упоряд. О. М. Роїна. – Київ : КНТ, 2003. – 432 с.

36. Кабрин, В. И. Коммуникативный мир и транскомуникативный потенциал жизни личности: теория, методы исследования / В. И. Кабрин. – М. : Смысл, 2005. – 248 с.

37. Казаков, Ю. М. Педагогічні умови застосування медіаосвіти в процесі професійної підготовки майбутніх учителів : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04 / Ю. М. Казаков. – Луганськ, 2007. – 21 с.

38. Как справиться с компьютерной зависимостью / С. В. Краснова, Н. Р. Казарян, В. С. Тундалева [и др.]. – М. : Эксмо, 2008. – 224 с.

39. Кара-Мурза, С. Г. Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза. – Киев, 2000. – 39 с.

40. Кастельс, М. Галактика Інтернет / М. Кастельс. – М., 2001. – 606 с.

41. Керделлан, К. Дети процессора: как Интернет и видеоигры формируют завтрашних взрослых / К. Керделлан, Г. Грезийон. – Екатеринбург : У-Фактория, 2006. – 272 с.

42. Кириллова, Н. Б. Медиакультура: теория, история, практика : учеб. пособие / Н. Б. Кириллова. – М. : Академ. проект, 2008. – 496 с.

43. Лефевр, В. А. Рефлексия / В. А. Лефевр. – М. : Когито-Центр, 2003. – 496 с.

44. Маклюэн, М. Понимание медиа: внешние расширения человека / М. Маклюэн. – М. : Жуковский : Канон-пресс-Ц : Кучково поле, 2003. – 464 с.

45. Медіаграмотність на уроках суспільних дисциплін : посібник для вчителя / за ред. В. Іванова, О. Волошенюк, О. Мокрогуза. – Київ : Центр вільної преси : АУП, 2016. – 201 с.

46. Медіаграмотність як психолого-педагогічний складник освіти / В. І. Даниленко, В. П. Мележик, В. Ф. Іванов [та ін.]. // Інформаційне суспільство. – Київ, 2012. – Вип. 15. – С. 30–33.

47. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід : навч.-метод. зб. / О. Т. Баришполец, Л. А. Найдъонова, Г. В. Мироненко та ін. ; за ред. Л. А. Найдъонової, О. Т. Баришпольця. – Київ : Міленіум, 2009. – 440 с.

48. Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник / ред. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк ; за наук. ред. В. В. Різуна. – Київ : Центр Вільної Преси, 2012. – 352 с.

49. Менеджмент на медиапредприятиях. Региональный опыт и советы экспертов / ред. сост. М. Крючкова. – М. : ЦИ СМІ "Среда", 2003. – 448 с.

50. Миллерсон, Дж. Телевизионное производство / Дж. Миллерсон. – М. : ГИТР : Флинта, 2004. – 568 с.

51. Минбалеєв, А. В. Допрофесіональне медіаобразовання і журналістика / А. В. Минбалеєв, Е. С. Бесова // Медіаобразование. – 2008. – № 4. – С. 46–53.

52. Мироненко, Г. В. Динаміка уявлень реципієнтів відеопродукції про тривалість одиниці часу / Г. В. Мироненко // Проблеми загальної та педагогічної психології : зб. наук. пр. Ін-ту психології ім. Г. С. Костюка АПН України. – Київ : ГНОЗІС, 2006. – Т. 8, ч. 8. – С. 162–170.

53. Муратов, С. А. Нравственные принципы тележурналистики: опыт этического кодекса [Электронный ресурс] / С. А. Муратов. – Режим доступа : <http://evartist.narod.ru/text7/17.htm>.

54. Найдюнова, Л. А. Кібер-булінг підлітків (віртуальний терор) як новітній феномен інформаційної доби: теоретико-методичні засади подолання і профілактики / Л. А. Найдюнова // Практична психологія та соціальна робота. – 2010. – № 8. – С. 10–18.

55. Найденова, Л. А. Последствия эскалации парасоциальных отношений с виртуальными персонажами / Л. А. Найденова // Матеріали всерос. науч.-практ. конф. "Современные тенденции в развитии российского медиаобразования" : в 2 т. – М., 2010. – Т. 1 – С. 212–220.

56. Найдюнова, Л. А. Рефлексивний капітал територіальних спільнот у забезпеченні психологічного благополуччя людини / Л. А. Найдюнова // Педагогічна освіта: теорія і практика. Психологія. Педагогіка : зб. наук. пр. КМПУ ім. Б. Д. Грінченка. – Київ, 2005. – № 4. – С. 59–66.

57. Найдюнова, Л. А. Сім'я в епоху рефлексивної модернізації суспільства: спільнота як ресурс опанування новітніх ризиків / Л. А. Найдюнова // Психологічні перспективи (Спец. вип.). – 2010. – С. 84–95.

58. Найдюнов, М. І. Формування системи рефлексивного управління в організаціях / М. І. Найдюнов. – Київ : Міленіум, 2008. – 484 с.

59. Нариси української популярної культури / О. Гриценко, М. Стріха, В. Солодовник [та ін.]. – Київ : УЦКД, 1998. – 760 с.

60. Ничик, Л. А. Проблема національного виховання в українському журналістикознавстві [Електронний ресурс] / Л. А. Ничик. – Режим доступу : <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1679>.

61. Новини vs. Новини. Виборча кампанія в новинних телепрограмах / за ред. Н. Костенко, В. Іванова. – Київ : ЦВП, 2005. – 212 с.

62. Ноель-Нойманн, Е. Публіцистика. Масова комунікація : медіа-енциклопедія / Е. Ноель-Нойманн. – Київ : ЦВП : АУП, 2007. – 780 с.

63. Олешко, В. Ф. Психологія журналістики / В. Ф. Олешко. – СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2006. – 239 с.

64. Онкович, Г. В. Медіаосвітні технології і компетентнісний підхід / Г. В. Онкович // Матеріали методологічного семінару "Реалізація європейського досвіду компетентнісного підходу у вищій школі України". – Київ : Пед. думка, 2009. – С. 206–217.

65. Осорина, М. В. Секретний мир дітей в пространстве мира взрослых / М. В. Осорина. – СПб. : Питер, 2009. – 298 с.

66. Павлюк, Л. С. Знак, символ, міф у масовій комунікації : посібник / Л. С. Павлюк. – Львів : ПАІС, 2006. – 120 с.

67. Петрунько, О. В. Діти і медіа: соціалізація в агресивному медіасередовищі / О. В. Петрунько. – Київ, 2010. – 37 с.

68. Почепцов, Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук ; Киев : Ваклер, 2001. – 656 с.

69. Практична медіаосвіта: авторські уроки : збірник / ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк ; за наук. ред. В. В. Різуна, В. В. Літостанського. – Київ : Центр Вільної Преси : Академія Української Преси, 2013. – 447 с.

70. Публіцистика. Масова комунікація : медіа-енциклопедія / за заг. ред. В. Ф. Іванова. – Київ : АУП : ЦВП, 2007. – 780 с.

71. Пугач, А. В. Проблеми підготовки вчителя до професійної діяльності в українській педагогічній періодиці (20-ті – початок 30-х років ХХ ст.) : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.01 / А. В. Пугач ; Ін-т педагогіки АПН України. – Київ, 2008. – 237 с.

72. Репкова, Т. Новое время: как создать профессиональную газету в демократическом обществе / Т. Репкова. – Киев : IREX ПроМедиа/Украина, 2002. – 468 с.

73. Різун, В. В. Маси: тексти лекцій / В. В. Різун. – К. : Вид.-полігр. центр "Київ. ун-т", 2003. – 149 с.

74. Різун, В. В. Теорія масової комунікації [Електронний ресурс] / В. В. Різун. – Режим доступу : [http://journlib.univ.kiev.ua/Teoriya\\_mas\\_com.pdf](http://journlib.univ.kiev.ua/Teoriya_mas_com.pdf)

75. Савчук, В. Конверсия искусства / В. Савчук. – СПб. : Петрополис, 2001. – 288 с.

76. Саймон, М. Как создать собственный мультфильм. Анимация двухмерных персонажей / М. Саймон. – М., 2006. – 336 с.

77. Сиберт, Ф. С. Четыре теории прессы / Ф. С. Сиберт, У. Шрамм, Т. Питерсон. – М. : Вагриус, 1998. – 223 с.

78. Сучасний медіаменеджмент в друкованих ЗМІ: шляхи роздержавлення української преси / за ред. В. Іванова, Н. Ланге. – Київ : ЦВП: АУП, 2008. – 300 с.

79. Тоффлер, О. Новая технократическая волна на Западе / О. Тоффлер. – М., 1986. – С. 250–275.

80. Федоров, А. В. Медиаобразование в ведущих странах Запада / А. В. Федоров, А. А. Новикова. – Таганрог, 2005.

81. Федоров, А. В. Медиаобразование в России и Украине: сравнительный анализ современного этапа развития (1992–2008) / А. В. Федоров // Медиаобразование и медиакомпетентность: слово экспертам / под ред. А. В. Федорова. – Таганрог : Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2009. – С. 192–209.

82. Федоров, А. В. Терминология медиаобразования / А. В. Федоров // Искусство и образование. – 2000. – № 2. – С. 33–38.

83. Федоров, О. В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза / О. В. Федоров. – М. : Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО "Информация для всех", 2007. – 616 с.

84. Финк, К. Стратегический газетный менеджмент / К. Финк. – Самара : Корпорация "Федоров", 2004. – 496 с.

85. Формування медіаграмотності педагогів : навч.-метод. посібник / Л. Д. Покроєва, О. С. Акименко, З. І. Алфьорова та ін. ; за заг. ред. Л. Д. Покроєвої. – Харків : ХАНУ, 2014. – 236 с.

86. Харрис, Р. Психология массовых коммуникаций / Р. Харрис. – СПб. : Прайм-ЕВРОЗНАК, 2001. – 512 с.

87. Чемерис, І. М. Формування професійної компетентності майбутніх журналістів засобами іншомовних періодичних видань : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04 / І. М. Чемерис. – Київ, 2008. – 24 с.

88. Череповська, Н. Медіакультура та медіаосвіта учнів ЗОШ: візуальна медіакультура / Н. Череповська. – Київ : Шк. світ, 2010. – 128 с.

89. Череповська, Н. І. Психологічний захист від візуальної інформації: методика "Антиреклама" / Н. І. Череповська // Соціальний педагог. – 2009. – № 10 (34).

90. Шарков, Ф. И. Основы теории коммуникации : учебник для вузов / Ф. И. Шарков. – М. : ИД "Социальные отношения" : Изд-во "Перспектива", 2003. – 248 с.

91. Шейбе, С. Медіаграмотність : підручник для вчителя / С. Шейбе, Ф. Рогоу ; пер. з англ. С. Дьома ; за заг. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волощенко. – Київ : Центр вільної преси : Академія української преси, 2014. – 319 с.



## ЕЛЕКТРОННІ РЕСУРСИ З ДИСЦИПЛІНИ

Citizen Media Literacy Project – Ukraine

<http://irex.mocotms.com/>

FAKEOFF. Сайт журналістських розслідувань

<http://fakeoff.org/uk>

Stopfake.org. Борьба с неправдивой информацией о событиях в Украине <http://www.stopfake.org>

Академія української преси

<http://www.aup.com.ua>

Детектор медіа

<http://detector.media>

Інститут масової інформації

<http://imi.org.ua>

Медіаграмотність

<http://osvita.mediasapiens.ua>

Медіакритика

<http://www.mediakrytyka.info>

Медіапсихологія і медіаосвіта

<http://www.mediaosvita.org.ua>

Про Інтернет

<http://www.prointernet.in.ua>

Проект "Медіаосвіта і медіаграмотність"

<http://medialiteracy.org.ua>

Телекритика

<http://www.telekritika.ua>

## ОСНОВНІ МЕДІАОСВІТНІ ТЕРМІНИ

При складанні словника використані терміни та визначення В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюка, А. В. Федорова, Л. С. Зазнобіної, Е. С. Полат, А. В. Спичкіна, Ю. Н. Усова, А. В. Шарікова та інших медіапедагогів і дослідників у сфері медіаосвіти.

**Агентство медіа** (виробник медіатексту, джерело медіаінформації, індустрія медіа) – організації, групи осіб (автори, продюсери, менеджери та ін.), які працюють на телеканалі, у видавництві, редакції, кіностудії тощо, та комплекс технічних засобів, що створюють і поширюють медіатексти, як правило, призначені для масової аудиторії.

**Аналіз медіатексту** – вивчення і трактування (декодування) медіатексту. Розрізняють наступні види аналізів: контент-аналіз, структурний, сюжетний, автобіографічний, іконографічний, семіотичний, ідентифікаційний, ідеологічний, філософський, естетичний, етичний тощо.

**Асоціація** – процес, при якому виникає смисловий зв'язок між образами та уявленнями медіатексту.

**Аудиторія медіа** – стійка сукупність людей, об'єднаних спільними інформаційними потребами (школярі, студенти, вчителі, викладачі, працівники медіасфери – медіатеки, навчального телебачення та ін.).

**Аудіовізуальна грамотність** – система умінь аналізу та синтезу просторово-часової реальності, що дозволяє сприй-

мати інформацію, зафіксовану у вигляді звукозорових сигналів. Формування аудіовізуальної грамотності є основою побудови системи медіаосвіти.

**Аудіовізуальна освіта** – цілеспрямоване педагогічне керування інтересами і потребами аудиторії в області екранних мистецтв. Її змістовні компоненти припускають використання декількох видів діяльності учнів: сприйняття твору медіакультури; художньо-творча діяльність в області екранних мистецтв; інтерпретація результатів їх сприйняття; набуття знань; розвивають перераховані вище види діяльності.

**Аудіовізуальне мислення** – творча діяльність, заснована на емоційно-смисловому співвідношенні та образних узагальненнях частин екранного тексту.

**Аудіовізуальний тренінг** – спеціальні вправи або комплекс вправ, що дозволяють виявити семантику одиниць медіарозповіді, подумки рухатися в екранному просторі слідом за камерою (змiнами проєкції монітора); виконувати творчі види роботи, пов'язані з творами медіакультури: колаж, рекламні плакати, афіші, виявити акценти художньої доповіді у фотографії, музиці, літературі тощо та вміння їх використання в побудові нового простору.

**Аудіовізуальна інформація** – інформація, що одночасно сприймається слухом і зором.

**Аудіоінформація** – інформація, що сприймається слуховими органами.

**Бібліотека електронна** – розподілена інформаційна система, що дозволяє зберігати і використовувати різномірні колекції електронних документів (текст, графіка, аудіо, відео та ін.) завдяки глобальним мережам передачі даних у зручному для кінцевого користувача вигляді.

**Відеоманія** – захворювання людини інформаційної ери, при якому екран замінює глядачеві реальність.

**Відеогра** – це електронна гра, в процесі якої гравець використовує інтерфейс користувача, щоб отримати зворотну інформацію з відеопристрою. Електронні пристрої, які використовуються для того щоб грати, називаються ігровими платформами. Наприклад, до таких платформ належать персональний комп'ютер і гральна консоль. Пристрій введення, який використовується для керування грою, називається ігровим контролером. Це може бути, наприклад, джойстик, клавіатура та мишка, геймпад або сенсорний екран.

**Відеокліп** – короткий аудіовізуальний медіатекст (реklamний, музичний тощо).

**Візуальна інформація** – інформація, що сприймається особою органами зору.

**Гейткіпер** (від англ. gate keeper – охоронець воріт, у комунікації – Gatekeeping) – використовується для означення особи чи інституції, які приймають рішення щодо того, яку інформацію оприлюднювати, тобто фактично виконують роль фільтра для повідомлень.

**Гіперсереда** – метод дискретного представлення інформації на вузлах, що з'єднуються за допомогою посилань. Дані можуть бути представлені у вигляді тексту, графіки, звукозаписів, мультиплікації, фотографій або документації.

**Грамотність візуальна** – результат візуальної освіти, передбачає вміння аналізувати і синтезувати глядацьку реальність, "читати" та декодувати візуальний медіатекст, знання основ візуальної культури.

**Графіка (комп'ютерна, медіа)** – технологія створення рухливих зображень за допомогою комп'ютерної (медіа) техніки.

**Девіації** – соціальна поведінка, яка відхиляється від тієї, що вважається нормальною чи соціально прийнятною у суспільстві або в соціальному контексті.

**Десенсибілізація** – зниження чутливості.

**Дефініція** (лат. definitio, від definitio – визначаю) – коротке визначення якогось поняття.

**Екранний образ** – матеріалізація авторського задуму в конкретній аудіовізуальній або просторово-часовій формі екранної оповіді.

**Екранні (аудіовізуальні) мистецтва** – мистецтва, засновані на екранній формі відтворення (кіномистецтво, художнє телебачення, відеоарт, комп'ютерна графіка та ін.) дійсності.

**Епізод** – частина медіатексту, що складається з однієї або декількох сцен, які об'єднані спільною темою, загальним конфліктом.

**Ефекти медійні** – вплив медіаматеріалів на думки та/чи поведінку аудиторії.

**Жанр** – група медіатекстів, виділених на основі схожих рис їх внутрішньої будови (інтерв'ю, репортаж, стаття, рецензія, трагедія, комедія, драма, мелодрама та ін.).

**Завдання медіаосвіти** – навчити грамотно "читати" медіатекст; розвинути здібності до сприйняття та аргументованої оцінки інформації, розвивати самостійність суджень, критичного мислення, переваг, естетичного смаку; інтегрувати знання та вміння, отримані на різних навчальних заняттях, у процесі сприйняття, аналізу і творчої діяльності.

**Засоби масової інформації (ЗМІ)** – технічні засоби створення, запису, копіювання, тиражування, зберігання і поширення інформації для масової аудиторії.

**Засоби масової комунікації (ЗМК)** – технічні засоби створення, запису, копіювання, тиражування, зберігання, поширення, сприйняття інформації та обміну нею між агентством (джерелом інформації) та масовою аудиторією.

**Ігри (комп'ютерні, відео)** – різновид ігор, в яких ігрове поле знаходиться під управлінням комп'ютера та (або) відтворюється на екрані дисплея (монітора). Вони будуються

на основі модельного опису обстановки гри та різних ігрових ситуацій, що включає перелік залучених до гри об'єктів і відносини між ними, а також правила гри, зокрема умови переходу з одного рівня гри на інший, більш високий. Комп'ютерні (відео) ігри відрізняються високою динамічністю, зоровою наочністю, здатністю до наростання складності і різноманітності в міру зростання майстерності та тренуваності гравців.

**Іконографія** (медіатексту) – типологічні ознаки та схеми, прийняті при зображенні певних об'єктів, персонажів чи сюжетних сцен; повторювані візуальні мотиви, що в контексті певної культури чи певного жанру є носіями фіксованих значень.

**Інтерактивність** – можливість споживачів сучасних медіа створювати власний інформаційний потік, брати участь у багатосторонньому обговоренні, налаштовувати власний канал доставки новин.

**Інтернет** – глобальна інформаційна мережа, яка об'єднує користувачів з різних організацій, установ, фірм, а також приватних користувачів.

**Інтерпретація медіатексту** – вербальне або графічне/колажне (невербальне) трактування аудіовізуального медіатексту аудиторією.

**Інформатизація освітньої діяльності** – процес забезпечення сфери освіти методологією, практикою розробки та використання НІТ (нових інформаційних технологій), орієнтованих на реалізацію психолого-педагогічних цілей виховання та освіти.

**Інформаційна ера** (англ. Information Age, Digital Age, Computer Age, також відома як Ера комп'ютерів або інформаційна (електронна) епоха – концептуальна ідея про те, що сучасне століття буде характеризуватися широкими можливо-

стями для окремих осіб вільно передавати/приймати інформацію і мати миттєвий доступ до знань, що було б важко або неможливо в попередні епохи розвитку людства. Ідея пов'язана з концепцією Цифрового століття чи Цифрової революції і включає в себе наслідки переходу від традиційної промисловості, які промислова революція пронесла через індустріалізацію, до економіки, заснованої на маніпуляції інформацією.

**Інформаційна культура** – культура взаємодії суб'єкта з інформацією. Це вміння цілеспрямовано працювати з інформацією та використовувати її для одержання, обробки і передачі інформації, застосовувати комп'ютерні інформаційні технології, сучасні технічні методи й засоби.

**Інформаційне суспільство** (англ. Information society) – теоретична концепція постіндустріального суспільства, історична фаза можливого еволюційного розвитку цивілізації, в якій інформація і знання продукуються в єдиному інформаційному просторі. Головними продуктами виробництва інформаційного суспільства мають стати інформація і знання.

**Інформація** – будь-які відомості, створені людиною для передачі в часі та/чи просторі.

**Інфотеймент** (від поєднання двох англ. слів: information та entertainment, або ще "інформуючи, розважай") – передбачає поєднання/синтез новин (інформації) та розваг.

**Кадр** – основна одиниця структури екранного твору, один тривалий шматок аудіовізуального тексту, що починається і закінчується стиком з іншим шматком.

**Казуальні відеоігри** – тип найпростіших ігор, розрахованих на широку споживацьку аудиторію (наприклад "Косинка", "Tetris").

**Категорія медіа** – різні види (преса, телебачення, кінатограф та ін.), форми (рекламні, документальні, освітні тощо)

і жанри (стаття, інтерв'ю, репортаж, драма, комедія та ін.) медіатекстів.

**Кібербуллінг** – це новітня форма агресії, що передбачає жорстокі дії з метою дошкулити, нашкодити, принизити людину з використанням інформаційно-комунікаційних засобів: мобільних телефонів, електронної пошти, соціальних мереж тощо.

**Кібермоббінг** (від англ. CyberMobbing, також може вживатися Інтернет-моббінг (Internet-mobbing), кібербуллінг (Cyberbullying)) – термін, під яким розуміються умисні образи, погрози, дифамації і повідомлення іншим компрометуючих даних за допомогою сучасних засобів комунікації, як правило, протягом тривалого періоду часу.

**Кібер-простір** (віртуальна реальність) – це штучно сконструйований комп'ютерними засобами простір зі всіма ознаками реальності, де відбувається он-лайн комунікація. У кібер-просторі індивідууми взаємодіють, обмінюються ідеями, діляться інформацією, здійснюють соціальну підтримку і набувають соціального досвіду, впроваджують бізнес, створюють твори мистецтва, грають в ігри, залучаються в політичні дискусії тощо, як з людьми, так і з віртуальними персонажами, що часто призводить до заміщення реального життєвого досвіду віртуальним, набутиим тільки через глобальну мережу Інтернет.

**Кібертероризм** – використання комп'ютерних і телекомунікаційних технологій (насамперед, інтернету) в терористичних цілях. Наприклад, акти, спрямовані на залякування, з метою досягнення політичних результатів, або завдання шкоди комп'ютерним мережам, особливо персональним комп'ютерам, підключеним до Інтернету, за допомогою таких засобів, як комп'ютерні віруси. Законодавство України визначає: "Кібертероризм – терористична діяльність, що здійснюється у кіберпросторі або з його використанням".



**Кіноосвіта** – процес освіти і розвитку особистості засобами і на матеріалі кіномистецтва з метою формування культури спілкування з екраном, творчих, комунікативних здібностей, умінь інтерпретації, аналізу та оцінки кінотексту, навчання різним формам самовираження за допомогою кілотехніки. Зміст кіноосвіти: основи кінознавства (види і жанри кіномистецтва, функції кінематографа в соціумі, кіномова, історія кіномистецтва та ін.), відомості про основні галузі застосування теоретичних знань (професійний і любительський кінематограф, кіновідеопрокат, кіноклубний рух, телебачення, установи дозвілля, освітні установи та ін.), практичні творчі завдання на матеріалі кіномистецтва.

**Кінотекст** – повідомлення, що містить інформацію, і викладене в будь-якому вигляді та жанрі кінематографа (ігровий, документальний, анімаційний, навчальний, науково-популярний фільм).

**Ключові поняття медіаосвіти** – "сприйняття", "інтерпретація", "аналіз", "оцінка", "агентство медіа" ("джерело інформації"), "категорія медіатексту", "мова медіатексту", "технологія медіа", "категорія медіа", "аудиторія медіа" та ін.

**Код** – результат приведення в систему якихось умовних понять, щоб знайома з "кодом" аудиторія могла спиратися на нього при сприйнятті, інтерпретації та аналізі медіатексту (наприклад, марка студії, емблема тощо).

**Колаж** – використання різностильових об'єктів і фактур в одному медіатексті.

**Комунікатор** – особа або група осіб, які створюють контент масової комунікації. Як правило, до них відносять журналістів, топ-менеджерів та власників медіа.

**Комунікація** – спілкування. Розрізняють автокомунікацію, міжособистісну, групову та масову комунікацію.

**Конвергентна журналістика** – це процес злиття, інтеграції інформаційних і комунікативних технологій в єдиний

інформаційний ресурс, можливості отримувати інформацію за допомогою різних засобів і носіїв.

**Критичне мислення** (бачення, оцінювання) – це психологічний механізм медіаграмотності, здатність до сприймання повідомлень такими, якими вони є, і подальше оцінювання у відповідному середовищі, глибоке й детальне розуміння історичного, економічного та художнього контекстів систем, представлених у повідомленні, здатність уловлювати нюанси в поданні інформації та відмінність від форми подання інших повідомлень на цю тему, здатність зробити висновки про сильні та слабкі сторони повідомлення.

**Мас-медіа** – канали поширення масової комунікації. До основних мас-медіа відносяться періодична преса, радіомовлення, телебачення, інтернет-медіа.

**Масова комунікація** – процес збору, обробки та поширення соціальної інформації через спеціальні канали на велику та розташовану в різних місцях аудиторію.

**Медіа** – технічні засоби створення, запису, копіювання, тиражування, зберігання, поширення, сприйняття інформації та обміну її між суб'єктом (агентством, автором) і об'єктом (масовою аудиторією, адресатом).

**Медіавплив** – вплив медіатекстів на аудиторію: у сфері виховання й освіти, розвитку свідомості, формування поведінки, поглядів, реакцій, відгуків, поширення інформації та ін.

**Медіаграмотність** – полягає в сукупності мотивів, знань, умінь і можливостей, що сприяють добору, використанню, критичному аналізу, оцінюванню, створюванню та передачі медіатекстів різних форм, жанрів, а також аналізу складних процесів функціонування медіа в суспільстві.

**Медіазалежність** – розлад вольової поведінки, що проявляється в зловживанні медіа (надмірний час споживання медіапродукції, зниження саморегуляції, звуження інтересів

тільки до сфери медіа з погіршенням в інших сферах життя тощо).

**Медіакомпетентність** – рівень медіакультури, що забезпечує розуміння особистістю соціокультурного, економічного і політичного контексту функціонування медіа, засвідчує її здатність бути носієм і передавачем медіакультурних смаків і стандартів, ефективно взаємодіяти з медіапростором, створювати нові елементи медіакультури сучасного суспільства.

**Медіакомпетенція** – відповідальна реалізація соціального спілкування в суспільній практиці, тобто здатність розуміти, аналізувати й оцінювати зміст медіа, вміння використовувати медіа під час навчання і дозвілля, бути співтворцем особистого змісту в мас-медіа, володіти навичками самопрезентації та спілкування з іншими користувачами медіа і, якщо потрібно, вміти критично оцінювати власну медіаактивність.

**Медіакультура** – сукупність матеріальних та інтелектуальних цінностей в галузі медіа, а також історично певна система їх відтворення та функціонування в соціумі; по відношенню до аудиторії "медіакультура" або "аудіовізуальна культура" може виступати системою рівнів розвитку особистості людини, здатної сприймати, аналізувати, оцінювати медіатекст, займатися медіатворчістю, засвоювати нові знання в галузі медіа.

**Медіакультура** – сукупність інформаційно-комунікаційних засобів, що функціонують у суспільстві, знакових систем, елементів культури комунікації, пошуку, збирання, виробництва і передачі інформації, а також культури її сприймання соціальними групами та соціумом у цілому. На особистісному рівні медіакультура означає здатність людини ефективно взаємодіяти з мас-медіа, адекватно поводитися в інформаційному середовищі.

**Медіакультура особи** – здатність особи ефективно взаємодіяти з мас-медіа, адекватно поводитися в інформаційному середовищі.

**Медіамистецтва** (техногенні мистецтва – застаріле) – мистецтва, засновані на медіаформі (тобто формі засобів масової комунікації) відтворення дійсності (засобами друку, фотографії, радіо, грамзапису, кіномистецтва, телебачення, відеоарту, комп'ютерної графіки та ін.).

**Медіамова** – комплекс засобів і прийомів виразності, що використовуються при створенні конкретних медіатекстів.

**Медіанасильство** – характеристики певних жанрів, окремих сцен і характеру взаємодії в комунікаційному процесі. Виокремлюють декілька видів медіанасильства: контактне фізичне насильство (зображення ударів, ляпасів, штурханів тощо), озброєне насильство (із застосуванням вогнепальної, тупої або ріжучої зброї), насильство проти злочинців, фізичні тортури, воєнне насильство. До медіанасильства відносять також зображення погроз фізичного насильства та психологічне насильство – коли люди зазнають публічного приниження.

**Медіаобізнаність** – рівень медіакультури, який передбачає засвоєння особистістю системи знань про засоби масової комунікації, їх історію та особливості функціонування, користь і шкоду для людини, вміння забезпечити себе від негативних інформаційних впливів і вільно орієнтуватись у світі інформації.

**Медіаосвіта** – навчання теорії та практичних умінь для опанування сучасних мас-медіа; специфічна, автономна галузь знань у педагогічній теорії та практиці.

**Медіаосвіта (медіапедагогіка):** трактування в різних джерелах:

– "навчання теорії і практичним умінням для оволодіння сучасними засобами масової комунікації, які розглядаються як

частина специфічної і автономної області знання в педагогічній теорії і практиці; його слід відрізнити від використання допоміжних засобів у викладанні інших областей знання, таких як, наприклад, математика, фізика, географія тощо" (Шарииков А. В., Черкашин Е. А. Экспериментальные программы медиаобразования. – М. : Акад. пед. наук : НИИ средств обучения, 1991. – 43 с.);

– "процес освіти і розвитку особистості за допомогою і на матеріалі засобів масової комунікації (медіа) з метою формування культури спілкування з медіа, творчих, комунікативних здібностей, критичного мислення, умінь інтерпретації, аналізу та оцінки медіатексту, навчання різним формам самовираження за допомогою медіатехніки. Зміст медіаосвіти: основи мистецтвознавства в медіасфері (види і жанри медіа, функції медіа в соціумі, мова медіа, історія медіакультури тощо), відомості про основні області застосування теоретичних знань (професійні засоби масової інформації, аматорська медіасфера, канали поширення медіа, кіноклубний рух в медіасфері, установи дозвілля, освітні установи та ін.), практичні творчі завдання на мультимедійні матеріали" (Федоров А. В. Медиаобразование: история, теория и методика. – Ростов н/Д : Изд-во ЦВВР, 2001. – 708 с.);

– "система використання засобів масової комунікації та інформації (преси, радіо, кіно, телебачення, відео, комп'ютерної техніки, фотографії) в розвитку індивідуальності школяра. Сама система розвитку на відміну від традиційних навчальних предметів, що накопичують знання, передбачає, у першу чергу, практику художньо-творчої діяльності, що моделює процес емоційно-інтелектуального розвитку школяра, його можливостей" (Основаы экранной культуры. Цикл программ / под ред. Ю. Н. Усова. – М., 1998. – 60 с.).

**Медіаосвіта** – частина освітнього процесу, спрямована на формування в суспільстві медіакультури, підготовку

особистості до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою мас-медіа, включаючи як традиційні (друковані видання, радіо, кіно, телебачення), так і новітні (комп'ютерно опосередковане спілкування, інтернет, мобільна телефонія) медіа з урахуванням розвитку інформаційно-комунікаційних технологій.

**Медіаосвітній рух** – інтеграція громадських об'єднань різного спрямування, державних інституцій освітнього, культурного та іншого профілю в напрямі розвитку медіакультури суспільства, зокрема дітей і молоді.

**Медіапедагоги** – учителі, викладачі, вихователі всіх ланок системи освіти, керівники медіастудій різного профілю в структурі центрів роботи з молоддю та інших організацій, які мають відповідну педагогічну і медіапсихологічну компетентність та впроваджують медіаосвіту.

**Медіапедагогіка** – спеціальна галузь педагогіки, тобто наука про медіаосвіту і медіаграмотність, яка розкриває закономірності розвитку особистості в процесі медіаосвіти.

**Медіасоціалізація** – явище інформаційного суспільства, що полягає в зміні традиційних способів уведення/входження дитини в світ дорослих, коли основні орієнтири щодо взаємодії із соціумом і формування власної ідентичності дитина отримує не із сімейної взаємодії, а під впливом медіа.

**Медіасприйняття** – сприйняття "медіареальності", почуттів і думок авторів медіатекстів.

**Медіатека** (бібліотечний медіацентр, центр інформації) – структурний підрозділ, який включає в себе інформаційні та технічні засоби (книги, кіно- і відеоматеріали, комп'ютерні програми та ін.). Має на меті створення сприятливих умов для індивідуалізації, розвитку творчих здібностей учнів, сприяє пізнавальній, комунікативній та креативній діяльності. Користувачі медіатеки мають можливість працювати з інформа-

ційним матеріалом, користуючись технічними засобами, створювати власні засоби інформації. Медіатеки створюються найчастіше на базі бібліотек.

**Медіатекст** – конкретний результат медіапродукції – інформаційне повідомлення, викладене у будь-якому вигляді і жанрі медіа (газетна стаття, телепередача, відеокліп, фільм тощо). Критерії оцінки медіатексту – навички змістоутворення в результаті емоційно-сислового співвіднесення перцептивних одиниць, відчуття між ними асоціативних і семантичних зв'язків.

**Ментальна карта** – це зручний інструмент для відображення процесу мислення і структуризації інформації у візуальній формі.

**Мережі комп'ютерні** – сукупність автономних ЕОМ, з'єднаних лініями передачі даних для взаємного погодженого обміну інформацією. Розрізняють локальні (в межах невеликих територій) і глобальні (охоплюють значний простір) комп'ютерні мережі.

**Методи медіаосвіти** – способи роботи педагога і учня, за допомогою яких досягається мета медіаосвіти. Типові методи: словесні (розповідь, лекція, бесіда, взаємозбагачуючий діалог, обговорення, аналіз, дискусія та ін.); наочні (перегляд аудіовізуального матеріалу), репродуктивні, дослідницькі, евристичні, проблемні, ігрові (моделювання художньо-творчої діяльності творців медіатексту, імпровізація та ін.). Дані методи засновані на наступних дидактичних принципах: соціокультурний розвиток творчої особистості в процесі навчання, науковість, систематичність і доступність навчання, зв'язок теорії з практикою, наочність, активність аудиторії, перехід від навчання до самоосвіти, зв'язок навчання з навколишньою дійсністю, позитивний емоційний фон, урахування індивідуальних особливостей учнів.

**Методика медіаосвіти** – процес навчання основам медіакультури в плані змісту даного утворення та діяльності педагога й учня, з урахуванням варіативності, імпрровізації, діалогічної форми викладання і навчання та вимог до складових освітнього процесу.

**Мистецтва екранні (аудіовізуальні, техногенні)** – група мистецтв, об'єднаних за способом їх сприйняття, заснованих на екранній формі відтворення (кіномистецтво, телебачення, відеоарт, комп'ютерна графіка та ін.). Твори аудіовізуальних мистецтв звернені одночасно до зору і слуху та, як правило, спираються не на одну знакову систему. У них, як і в традиційних, присутній авторський задум, для втілення якого необхідна відповідна апаратура. Аудіовізуальні тексти можуть піддаватися багаторазовому тиражуванню за допомогою техніки.

**Мистецтва медійні** – мистецтва, побудовані на медійних образах (тобто образах, створюваних засобами комунікації) відтворення дійсності засобами преси, фотографії, радіо, грамзапису, кіно, телебачення, відеоарту, комп'ютерної графіки тощо.

**Модель** – будь-який образ (уявний чи умовний: зображення, опис, схема, креслення, план та ін.)

**Модульна реклама** – оголошення, оформлені у вигляді текстових чи графічних модулів різного формату: від газетного розвороту до 1/64 газетної шпальти і менше.

**Музей віртуальний** – музей, що існує у глобальній інформаційно-комунікаційній мережі інтернет завдяки об'єднанню інформаційних і творчих ресурсів для створення принципово нових віртуальних продуктів: віртуальних виставок, колекцій, віртуальних версій неіснуючих об'єктів та ін. Існують плоска і тривимірна версії музею.

**Мультимедіа** – комп'ютерні системи з інтегрованою підтримкою звуко- і відеозаписів.



**Мультимедійна журналістика** – це процес інтеграції тексту, зображення, звуку, графіки, відео для створення журналістського продукту.

**Навчальний телекомунікаційний проект** – спільна навчально-пізнавальна, дослідницька, творча або ігрова діяльність учнів-партнерів, організована на основі комп'ютерної телекомунікації, має спільну проблему, мету, узгоджені методи і способи вирішення проблеми, спрямовані на досягнення спільного результату.

**Наратив** – історія, яка організовує розвиток сюжету від початку до кінця розповіді чи фільму. Наратив вводить в масову свідомість ту чи іншу картину світу. Це напрацьована модель для опису та систематизації матеріалу/реальності, яка структурує дійсність. Різними типами наративів можна вважати жарт, новину, казку, сповідь, повчальну історію тощо.

**Нові інформаційні технології (НІТ)** – в освіті являють собою сукупність нових засобів і методів обробки інформації, що впроваджуються в навчальний процес. Забезпечують створення, зберігання, передачу і відображення інформації.

**Нові медіа** – термін, який в кінці ХХ ст. стали застосовувати до інтерактивних електронних видань і нових форм комунікації виробників контенту зі споживачами для позначення відмінностей від традиційних медіа (наприклад, газет); цим терміном позначають процес розвитку цифрових, мережевих технологій і комунікацій.

**Обговорення медіатексту** – процес аналізу та інтерпретації медіатексту аудиторією.

**Парасоціальність** – явище уявленої безпосередньої взаємодії, що виникає між медіаперсонажем і його аудиторією; парасоціальні стосунки складаються з героями медійних творів, ведучими телепередач, знаменитостями тощо в результаті повторюваних контактів глядача з медіапродукцією.

**Передплата на видання чи інформацію** – організація попереднього оформлення доставки передплатнику друкованого видання чи доступу до інформації в електронному вигляді на певний термін.

**Порядок денний** – теорія, яка доводить, що медіа, хоча і не можуть диктувати, що думати аудиторії з приводу тієї чи іншої ситуації, але встановлюють те, про що їй думати, тобто теми для суспільного дискурсу.

**Предмет медіаосвіти** – взаємодія людини з медіа, медіа-мова та її використання в соціумі, медіа та його функціонування в соціумі, система знань і умінь, необхідних людині для повноцінного сприйняття й аналізу медіатекстів, для соціокультурного розвитку творчої особистості.

**Продаж вроздріб** – організація продажу чергового числа періодичного видання через систему кіосків, приватних підприємців, неспеціалізовані торгові мережі.

**Продакт плейсмент** (product placement) – інтеграція реклами продукції в сюжет кіно чи телефільму, кліпу, телепрограми.

**Реклама прихована** ("джинса") – рекламні матеріали, які розміщуються в мас-медіа під виглядом журналістських.

**Репрезентація** – представлення тих чи інших аспектів реальності в певних (тих, а не інших) словах, поняттях, образах.

**Репрезентація медіа** – процес відображення (репрезентації) життя людського соціуму (людей, подій, ідей та ін.) в медіатексті.

**Рубрична реклама** (класифайд) – оголошення, структуровані за тематикою, що розміщуються як у друкованому вигляді (газети, класифайди, приватні оголошення), так і у вигляді електронних каталогів.

**Симулятори** – відеоігри, в яких комп'ютерна програма імітує аспекти реальної дійсності або вигадані світи. Використовуються з навчальною метою.

**Система комунікативна** – інформація, що надходить з медіаджерел на декількох рівнях: звукозоровому, художньому, філософському.

**Смислові частини (одиниці) медіатексту** – події, сцени, епізоди, кадри, елементи композиції, що створюють єдиний медіатекст.

**Суспільна мораль** – система етичних норм, правил поведінки, що склалися у суспільстві на основі традиційних духовних і культурних цінностей, уявлень про добро, честь, гідність, громадський обов'язок, совість, справедливість.

**Телекомунікація** – передача довільної інформації на відстань за допомогою технічних засобів (радіо, телебачення, комп'ютера та ін.).

**Тема** – життєвий матеріал медіатексту.

**Технологія медіа** – 1) апаратура, інструменти і матеріали, необхідні для виробництва медіатекстів; 2) способи створення медіатекстів (у плані використання конкретних технічних засобів, композиції, жанру та ін.).

**Умовність медіатексту** – елементи коду, загальноприйнятий спосіб сповіщення про специфічне значення тієї чи іншої частини медіатексту.

**Фабула** – ланцюг подій у сюжеті медіатексту.

**Фейк** – підробляти, шахраювати. Означає підробку, вигадку, щось несправжнє. Часто вживається в інформаційній сфері, коли йдеться про новини тощо.

**Форми медіаосвіти** – інтеграція в традиційний навчальний предмет, автономні уроки, лекції, семінари, факультативи, гуртки, медіа/кіностудії, медіа/кіноклуби, обов'язковий предмет у спеціалізованих навчальних закладах, спецкурси.

**Форум (віртуальне інтернет-кафе)** – діалогова сторінка, на якій клієнти можуть обмінюватися думками з потрібних проблем культури; віртуальна кімната, в якій відбувається жвавий обмін думками.

**Фотофільм (слайд-фільм)** – добірка і демонстрація фотографій (слайдів), присвячених якійсь темі, події тощо. За допомогою монтажу ряд фотографій (слайдів) може створити сюжет. Використовується в медіаосвіті в основному як навчальний матеріал.

**Web 1.0-2.0-3.0-4.0** – ці терміни застосовують як спробу забезпечити загальне уявлення постійно мінливого середовища Інтернет. Всесвітня павутина як найбільша інформаційна конструкція мала значний прогрес з моменту її появи. Еволюція Інтернету від web-версії 1.0 до web-4.0: web 1.0 – web інформаційних з'єднань, web 2.0 – мережа з'єднань людей, web 3.0 – мережа зв'язків знань та web 4.0 – мережа інтелектуальних зв'язків.

## ЗМІСТ

Передмова .....	3
ТЕМА 1. ВСТУП ДО МЕДІАОСВІТИ ТА МЕДІАГРАМОТНОСТІ .....	7
Тема 1.1. Місце і роль медіа та медіаосвіти у сучасному світі. Основні історичні етапи розвитку медіаосвіти. ....	7
Тема 1.2. Основні терміни, теорії, ключові концепції, напрямки медіаосвіти. ....	10
Тема 1.3. Розвиток інформаційного суспільства. Цифрова нерівність. ....	12
Тема 1.4. Поняття про масову комунікацію. Соціальна інформація та медіапотреби особистості. ....	15
Тема 1.5. Правові основи функціонування медіа у суспільстві. Авторське право та суміжні права у медіапросторі. Професійні стандарти в медіа та маніпулювання при їх порушенні. ....	18
Тема 1.6. Патріотичне виховання сучасної молоді засобами медіаосвіти. ....	21
ТЕМА 2. МАС-МЕДІА: ЕФЕКТИ І ВПЛИВИ .....	24
Тема 2.1. Види медіа. Класифікації медіа. Провідні види візуальних, аудіовізуальних засобів масової комунікації. Загальні тенденції у сфері нових медіа. ....	24
Тема 2.2. Мас-медіа: ефекти і впливи. Дослідження медіа. Вплив медіа на розвиток особистості. Маніпуляції в медіа. Деструктивні впливи, маніпулятивні технології. Реклама. Реклама як інструмент маніпуляції. Використання мотивів підсвідомого впливу. ....	28

2.3. Схема аналізу медіатекстів. Аналіз комерційної реклами. Аналіз політичної реклами. Аналіз соціальної реклами. Методи індивідуального захисту від негативних інформаційно-психологічних впливів. ....	31
ТЕМА 3. МЕДІАКУЛЬТУРА В КІБЕРПРОСТОРИ ТА ОСНОВИ БЕЗПЕЧНОЇ ПОВЕДІНКИ В ІНТЕРНЕТІ .....	34
3.1. Медіатехнології. Розвиток критичного мислення у сфері візуальної медіапродукції. ....	34
3.2. Медіазалежність. Профілактика негативних психофізіологічних ефектів взаємодії з кіберпростором. Медіагігієна. ....	37
3.3. Соціальні мережі. Соціальні медіа. Комунікатори. Різні типи інтернет-середовищ і віртуальні спільноти. ....	40
ПИТАННЯ ДЛЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ .....	44
ТЕМИ ЗАЛКОВИХ РЕФЕРАТІВ .....	47
НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ .....	48
ЕЛЕКТРОННІ РЕСУРСИ З ДИСЦИПЛІНИ .....	57
ОСНОВНІ МЕДІАОСВІТНІ ТЕРМІНИ.....	58

Навчальне видання

**КОСТИРКО** Тамара Миколаївна  
**КОРОЛЬОВА** Тетяна Денисівна  
**ЖИГАЛКІНА** Марина Сергіївна

## **ОСНОВИ МЕДІАГРАМОТНОСТІ**

Навчальний посібник

Редактор *М. П. Фоміна*  
Комп'ютерне складання та верстання *В. В. Москаленко*  
Коректор *М. О. Паненко*

---

Формат 60×84/16. Ум. друк. арк. 4,7. Тираж 100 прим. Вид № 17. Зам. № 58.

Видавець і виготівник Національний університет кораблебудування  
імені адмірала Макарова

просп. Героїв України, 9, м. Миколаїв, 54025

E-mail : [publishing@nuos.edu.ua](mailto:publishing@nuos.edu.ua)

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 6402 від 19.09.2018 р.



***ДЛЯ ЗАДАТОК***